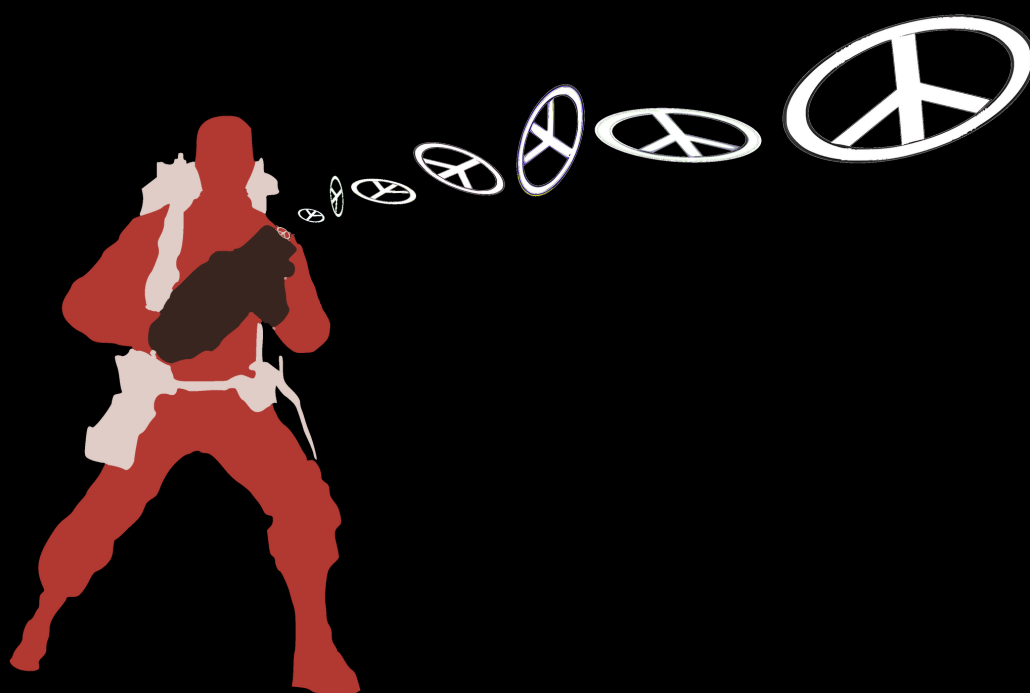




HATEBUSTERS

Youth against hate



PRZEWODNIK HATEBUSTERS

PRZEWODNIK HATEBUSTERS



Wydawca: Südwind, Kainotomia, Danmar, Crossing Borders, Mine Vaganti NGO (2020)

Autorzy: Elena Kundrat, Anastasia Oikonomoula, Agnieszka Cyburt, Owen Savage, Patrizio Ricci

Wsparcie Komisji Europejskiej dla opracowania tej publikacji nie stanowi poparcia dla treści, które odzwierciedlają jedynie poglądy autorów, a Komisja nie ponosi odpowiedzialności za jakiegokolwiek wykorzystanie zawartych w niej informacji.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



SPIS TREŚCI

- 04** 1. PROJEKT HATEBUSTERS **45** 5. PODSUMOWANIE
- 05** 2. WPROWADZENIE DO PRZEWODNIKA HATEBUSTERS **49** 6. KARTA PRACY
- 06** 3. CZYM JEST MOWA NIENAWIŚCI W SIECI I CYBERPRZEMOC ORAZ DLACZEGO MUSIMY JE ZWALCZAĆ **50** 7. ŹRÓDŁA
- 16** 4. JAK ZWALCZAĆ MOWĘ NIENAWIŚCI I CYBERPRZEMOC W SIECI **54** 8. SPIS ILUSTRACJI
- 16** 4.1 Zwiększanie świadomości i samoregulacja
- 21** 4.2 Edukacja w zakresie praw człowieka i cyfrowa praca z młodzieżą
- 24** 4.3 Olbrzymie możliwości mediów społecznościowych i siła samoorganizacji
- 28** 4.4 Kampania przeciwko nienawiści w sieci
- 41** 4.5 Materiały edukacyjne na temat mowy nienawiści i cyberprzemocy



HATEBUSTERS

Youth against hate

1. PROJEKT HATEBUSTERS

Co to jest projekt Hatebusters?

Projekt Hatebusters to dwuletni projekt unijny, w ramach programu Erasmus+, w którym uczestniczy pięć organizacji partnerskich z pięciu różnych krajów europejskich, które wspólnie pracują nad zapobieganiem mowie nienawiści w sieci i cyberprzemocy.

Do kogo jest skierowany?

Grupami docelowymi projektu są młodzi ludzie oraz osoby odpowiedzialne za szkolną i pozaszkolną pracę z młodzieżą.

Jakie są cele projektu?

Projekt Hatebusters ma na celu:

- wyposażenie grup docelowych w umiejętności rozpoznawania i konstruktywnego radzenia sobie z mową nienawiści w sieci i cyberprzemocą
- podniesienie świadomości negatywnych skutków, jakie nienawiść w sieci wywiera na jednostki i społeczeństwo (nie tylko w sieci, ale także poza nią)
- zachęcenie grup do podjęcia działań przeciwko nienawiści w sieci oraz do refleksji nad własnym zachowaniem w sieci.

Jakie są główne działania w ramach projektu?

Poza przewodnikiem HateBusters "Jak zwalczać mowę nienawiści w sieci i cyberprzemoc", głównymi działaniami projektu będą: zestaw narzędzi zwiększających świadomość HateBusters i Aplikacja HateBusters, które zostaną opracowane w 2021 roku. Zestaw narzędzi HateBusters zwiększających świadomość będzie obejmował kampanię internetową i przewodnik dla młodzieży w wieku 13-24 lat. Aplikacja HateBusters będzie aplikacją mobilną, która będzie zawierała zarówno część informacyjną, jak i grę symulacyjną. Aplikacja będzie miała dwa profile: jeden dla młodych ludzi i jeden dla osób pracujących z młodzieżą.



2. WPROWADZENIE DO PRZEWODNIKA HATEBUSTERS

Dlaczego potrzebny jest przewodnik HateBusters "Jak zwalczać mowę nienawiści w sieci i cyberprzemoc?"

Nienawiść skierowana przeciwko pewnym grupom może przejawiać się w słowach i czynach, a jej podstawą jest zarówno ideologia, jak i uprzedzenia. Według najnowszych danych ze strony internetowej Organizacji Bezpieczeństwa i Współpracy w Europie, wskaźnik przestępstw dokonywanych z nienawiści w niektórych krajach europejskich rośnie w alarmującym tempie¹. Mowa nienawiści obejmuje wiele różnych form wypowiedzi, które propagują lub usprawiedliwiają nienawiść, przemoc i dyskryminację wobec osoby lub grupy osób z różnych powodów, co stanowi poważne zagrożenie dla spójności demokratycznego społeczeństwa, ochrony praw człowieka i praworządności. Nie tylko mowa nienawiści (offline i online) jest ogromnym problemem, ale także cyberprzemoc, gdzie raporty pokazują zatrważające wyniki. Sprawozdanie Centrum Badań nad Cyberprzemocą w USA pt. "Dane dotyczące cyberprzemocy w 2019 r.", wykazało, że 37% uczniów w wieku od 12 do 17 lat przyznało, że padło ofiarą cyberprzemocy, a 15% przyznało się do bycia jej sprawcami².

Jakie są cele tego przewodnika?

W związku z tym, opracowano przewodnik HateBusters "Jak zwalczać mowę nienawiści w sieci i cyberprzemoc", którego celem jest:

- przekazanie młodym aktywistom i osobom pracującym z młodzieżą z sektora formalnej i nieformalnej edukacji i pracy socjalnej, teoretycznej i praktycznej wiedzy na temat rozpoznawania mowy nienawiści w sieci i cyberprzemocy oraz ich możliwego negatywnego wpływu na jednostki i społeczeństwo
- podnoszenie świadomości znaczenia odpowiedzialności indywidualnej i społecznej (nie tylko offline, ale również online) dla demokratycznego i pluralistycznego społeczeństwa
- promowanie zaangażowania przeciwko nienawiści (offline i online) poprzez: 1) zapoznanie czytelników z koncepcjami samoregulacji i zwiększonej uwagi i wyczulenia, 2) edukację w zakresie praw człowieka i cyfrową pracę z młodzieżą, 3) danie im możliwości wykorzystania kampanii na rzecz walki z nienawiścią w sieci.

Czego nauczę się czytając przewodnik?

Czytając ten przewodnik, dowiesz się, czym jest mowa nienawiści w sieci i cyberprzemoc, dlaczego musimy je zwalczać i jak możesz to robić poprzez:

- zwiększenie uwagi, wyczulenia i samoregulację
- edukację w zakresie praw człowieka i cyfrową pracę z młodzieżą
- większe możliwości mediów społecznościowych i siłę samoorganizacji
- kampanię przeciwko nienawiści w sieci

1 Organization for Security and Cooperation in Europe, 2020

2 Keen & Gomes, 2016, 193-194



3. CZYM JEST MOWA NIENAWIŚCI W SIECI I CYBERPRZEMOC ORAZ DLACZEGO MUSIMY JE ZWALCZAĆ

To, jak coś definiujemy, ma ogromne konsekwencje dla tego, czy postrzegamy to jako problem, czy nie, jaka może być nasza reakcja na to i jakie trudności może ona przynieść. To samo dotyczy zjawiska mowy nienawiści w sieci i cyberprzemocy.

Mowa nienawiści (online i offline) może odnosić się do różnych kwestii, takich jak obelgi na tle rasowym i religijnym, obraźliwe ilustracje słabszych mniejszości na plakatach lub w Internecie, przestępczość lub zagrożenie oraz wezwania do zjednoczenia się przeciwko członkom określonej, znenawidzonej grupy³, podczas gdy cyberprzemoc jest formą nękania w Internecie skierowaną przeciwko osobom fizycznym. Rozdział ten stanowi wprowadzenie do rozpoznawania mowy nienawiści w sieci i cyberprzemocy oraz sposobów ich skutecznego klasyfikowania, przy jednoczesnym zachowaniu prawa do wolności słowa i równości. Pokazuje również, jak niebezpieczny jest wpływ nienawiści online i offline. Niniejszy przewodnik ma na celu zapewnienie, że reakcje i metody przeciwdziałania mowie nienawiści w sieci i cyberprzemocy są zgodne z międzynarodowym prawem dotyczącym praw człowieka, w szczególności w odniesieniu do prawa do wolności słowa.

Co oznacza mowa nienawiści?

Mowa nienawiści jest pojęciem złożonym i trudnym do zdefiniowania, dlatego też nie istnieje jej powszechnie akceptowana definicja. Opinie różnią się zarówno w kwestii rozumienia tego, co stanowi mowę nienawiści, jak i konsekwencji, jakie może ona za sobą pociągać. „Wolność słowa” jest często przeciwstawiana mowie nienawiści i w konsekwencji, niektórzy ludzie są niechętni „działaniu” przeciwko mowie nienawiści, ponieważ postrzegają ją jako niedopuszczalne ograniczenie ich podstawowego prawa człowieka do wolności słowa⁴. Komitet Ministrów Rady Europy (1997) definiuje mowę nienawiści w następujący sposób:

W kontekście projektu Hatebusters, definicja mowy nienawiści jest znacznie szersza niż ta podana przez Radę Europy. Mówiąc prościej: **mowa nienawiści odnosi się do wszelkich przejawów dyskryminacyjnej nienawiści wobec ludzi**. Wszystko, co mieści się w tej definicji, wymaga reakcji i sprzeciwu. Ważne jest podkreślenie, że reakcja na mowę nienawiści nie musi prowadzić do ograniczania jej lub zakazywania⁵. Niniejszy przewodnik przedstawia inne sposoby, które możemy wykorzystać, aby reagować na nienawiść bez ograniczania naszej wolności słowa.

Co to jest cyberprzemoc i czym się różni od mowy nienawiści w sieci?

Mowa nienawiści w sieci i cyberprzemoc są takie same pod względem wykorzystywanych kanałów internetowych oraz intencji i motywów. **O ile jednak mowa nienawiści jest zazwyczaj skierowana przeciwko grupie ludzi, o tyle cyberprzemoc jest skierowana przeciwko pojedynczym osobom – te pojedyncze ofiary są narażone na ataki w sieci przez dłuższy czas**. Młodzi ludzie mogą stać się ofiarami cyberprzemocy, gdy np. nie noszą drogich, markowych ubrań jak ich rówieśnicy, są obiektem zazdrości, inni obwiniają ich za własne błędy lub udostępnione zostają wrażliwe zdjęcia danej osoby (np. nagie zdjęcie dziewczyny udostępnione przez jej byłego chłopaka jako forma zemsty po zerwaniu)⁶. To tylko kilka przykładów tego jak młodzi ludzie mogą stać się ofiarami cyberprzemocy. Przykłady znęcania się w sieci to: zalewanie skrzynki e-mailowej niemiłymi wiadomościami; umieszczanie i rozpowszechnianie fałszywych informacji; udostępnianie zdjęć bez pozwolenia; wywieranie nacisku na innych, aby wykluczili

3 Keen & Gomes, 2016, 149

4 Titley, Keen & Foldi, 2014, 9

5 Keen & Gomes, 2016, 148

6 Keen & Gomes, 2016, 195



daną osobę ze społeczności; grożenie komuś krzywdą lub nakłanianie do popełnienia samobójstwa⁷.

Nienawiść przekazywana w sieci może mieć miejsce również poza nią. Na przykład w szkołach te same obraźliwe wiadomości mogą być wypisywane na szafce ofiary i wysyłane do niej drogą cyfrową. **To połączenie ataków offline i online pokazuje, że sprawcami cyberprzemocy - zwłaszcza wśród młodych ludzi - są często osoby, które znają ofiary w normalnym życiu. W związku z tym, cyberprzemoc często miesza się z nękaniami poza siecią, co stanowi istotną różnicę w stosunku do mowy nienawiści, w przypadku której sprawcy i ofiary w większości nie znają się w "życiu realnym".** Ogólnie rzecz biorąc, powyższe przykłady pokazują, że istnieje szerokie spektrum taktyk cyberprzemocy, a niektóre z nich przekraczają nawet granicę zachowań bezprawnych lub przestępczych⁸.

Jakie negatywne konsekwencje może mieć cyberprzemoc dla ofiar i na jakie sygnały ostrzegawcze należy uważać?

Ofiary mogą mieć poczucie, że cyberprzemoc ma miejsce nieustannie i nie ma szans na ucieczkę. Taka presja może prowadzić do wielu **negatywnych konsekwencji**:

- Psychicznych i emocjonalnych (uczucie zdenerwowania, zakłopotanie, depresja, utrata koncentracji)
- Problemów społecznych (utrata zainteresowania działalnością społeczną i hobby, rozpad relacji, wycofanie się z życia społecznego)
- Problemy fizyczne (uczucie zmęczenia, bóle brzucha i głowy).

W ciężkich przypadkach cyberprzemoc może nawet prowadzić do samookaleczenia lub samobójstwa⁹.

Istnieją pewne sygnały ostrzegawcze, które świadczą o tym, że dziecko lub nastolatek może mieć do czynienia z cyberprzemocą: mogą one ograniczyć korzystanie ze stron i aplikacji online, ukrywa swoje ekrany przed innymi, tworzy nowe konta w mediach społecznościowych, unikać sytuacji społecznych, które wcześniej lubili, a także popada w depresję¹⁰.

Gdzie ma miejsce cyberprzemoc?

Cyberprzemoc ma miejsce głównie na platformach mediów społecznościowych, takich jak Facebook, Instagram czy Snapchat, w aplikacjach do przesyłania wiadomości, takich jak WhatsApp, na forach internetowych i czatach, za pośrednictwem poczty elektronicznej oraz w społecznościach graczy online. Szczególnym zagrożeniem związanym z cyberprzemocą i mową nienawiści w sieci jest ich uporczywość, ponieważ komunikacja online może odbywać się 24 godziny na dobę. Jest to również forma trwała, ponieważ większości wiadomości i informacji publikowanych w sieci jest trudna do całkowitego usunięcia, a rodzicom i nauczycielom trudno jest zauważyć to, co dzieje się to na platformach internetowych, z których w wielu przypadkach nie korzystają¹¹.

Mowa nienawiści w sieci	Cyberprzemoc
zazwyczaj skierowana do grupy ludzi	skierowana jest do osób, które przez długi czas są nęcane
przestępcy i ofiary w większości przypadków nie znają się w realu	sprawcami są często osoby, które ofiary znają z życia realnego → cyberprzemoc często miesza się z przemocą poza siecią

7 U.S. Department Health and Human Services, 2020a

8 U.S. Department of Health and Human Services, 2020a

9 UNICEF, 2020

10 U.S. Department of Health and Human Services, 2020b

11 U.S. Department of Health and Human Services, 2020c



Klasyfikowanie i zwalczanie mowy nienawiści w sieci oraz cyberprzemocy

Mówiąc o możliwych reakcjach na nienawiść w sieci, musimy najpierw zidentyfikować i rozróżnić jej różne formy, w zależności od stopnia nasilenia i skutków. Istnieje cienka granica pomiędzy tym, co można, a czego nie można uznać za mowę nienawiści w sieci oraz cyberprzemoc.

Kluczowe znaczenie ma dokładne rozróżnienie mowy nienawiści w sieci, cyberprzemocy i innych form zniewag oraz skrajnych lub krytycznych wypowiedzi, w celu podjęcia właściwej reakcji, która nie ogranicza wolności słowa. Oceniając poszczególne przypadki, musimy wziąć pod uwagę pięć następujących elementów:

- cel
- treść i ton
- kontekst
- intencję
- wpływ

Jest to nie tylko niezbędne do określenia, jak niebezpieczna jest wypowiedź, ale także pomocne w projektowaniu reakcji zmniejszających zagrożenia z niej wyływające.¹²

Cele: nienawiść w sieci ukierunkowuje się do ludzi jako jednostek lub całych grup. Stają się oni celem ataków ze względu na sposób, w jaki są ogólnie postrzegani przez społeczeństwo lub przedstawiani w mediach, albo dlatego, że są mniej zdolni do obrony w danych okolicznościach¹³. Najczęstszymi grupami lub osobami, będącymi ofiarami mowy nienawiści są: społeczność LGBTQ, muzułmanie, kobiety, osoby kolorowe, mniejszości, imigranci i osoby ubiegające się o azyl oraz osoby niepełnosprawne¹⁴. Jednakże definicja stworzona na potrzeby tego przewodnika mówi, że każdy może być obiektem nienawiści w sieci, nawet jeśli nie utożsamia się z żadną z wyżej wymienionych kategorii. Grupy, które są ofiarami cyberprzemocy i mowy nienawiści w dużej mierze się pokrywają, jednak cyberprzemoc często ma miejsce w szkołach i polega na nękanii pojedynczej osoby, podczas gdy mowa nienawiści jest skierowana do bardziej zróżnicowanych grup. Chociaż cyberprzemoc może zawierać elementy mowy nienawiści, nie wszystkie jej formy można uznać za tę mowę. Ponieważ niektóre osoby lub grupy mogą być bardziej wrażliwe na usłyszane słowa niż inne, to samo wyrażenie może mieć różny wpływ na poszczególne grupy.

Przykłady		Cyberprzemoc
Mowa nienawiści		
„Politycy są chciwi, pazerni na pieniądze, to złoczyńcy”	„Wszyscy Żydzi są chciwi, pazerni na pieniądze, złoczyńcy”	„Jesteś takim nieudacznikiem! Widzieliśmy dziś w klasie Twoje brzydkie buty! Czy Twoi rodzice naprawdę nie mają pieniędzy, żeby kupić Ci porządne ubrania? Co za biedna rodzina, na nic ich nie stać. Twoja rodzina naprawdę jest do bani”

12 Titley, Keen, Foldi; 2014, 10

13 Article 19, 2015, 13

14 Titley, Keen, Foldi; 2014, 30



Treść i ton: niebezpieczne wypowiedzi często zawierają wzorce retoryczne zwane "znakami rozpoznawczymi" niebezpiecznych wypowiedzi, do których należą: dehumanizacja, oskarżenia, groźby wobec integralności i czystości grupy, twierdzenia o atakach przeciwko dziewczętom i kobietom oraz kwestionowanie lojalności wewnątrzgrupowej. Należy zauważyć, że sam znak rozpoznawczy nie czyni przekazu niebezpiecznym. W praktyce trudno jest oddzielić treść lub ton od ogólnego kontekstu¹⁵. Dlatego też uwzględnienie innych czynników (poniżej) może zmienić sposób ułożenia tych wiadomości.

Przykłady	
<p>"Muzułmanie stanowią nadzwyczajny napływ nienawiści i niebezpieczeństwa do naszego kraju."</p> <p>Istnieją łagodne obelgi lub uogólnienia, które pokazują konkretne osoby lub grupy w złym świetle, a także mogą być fałszywe.</p>	<p>"Jesteś **** dziwką. Dopadnę Cię, poczekaj i zobaczysz."</p> <p>Bardzo obraźliwe wypowiedzi lub treści wprost zagrażające jej adresatowi.</p>

Kontekst: aby zrozumieć, czy przesłanie jest niebezpieczne, należy zbadać kontekst społeczny i historyczny, w którym się ono rozprzestrzenia. Każde przesłanie może być rozumiane w różny sposób w zależności od miejsca i czasu. Istotna może być dowolna liczba kontekstów, takich jak środek przekazu, cele, istniejące napięcia lub uprzedzenia¹⁶.

Przykłady			
Mowa nienawiści w sieci		Cyberprzemoc	
<p><i>"Zawsze jestem bardzo onieśmielony, kiedy w drużynie przeciwnej są chłopcy będący Afroamerykanami"</i></p>		<p><i>"dlaczego nie umrzesz?"</i></p>	
<p>Napisane przez 15-latkę na osobistym blogu, czytany przez niewielu</p>	<p>Publiczne oświadczenie światowej sławy piłkarza w głównych wiadomościach telewizyjnych.</p>	<p>Umieszczone przez 14-latkę na facebooku kolegi z klasy (wiadomość wysłana jako odpowiedź na żart pomiędzy dwoma przyjaciółmi na prywatnym czacie.</p>	<p>Napisanie na szafce ofiary mobbingu w szkole, w miejscu, w którym każdy może to przeczytać.</p>

15 Dangerous Speech: A practical Guide, 2020

16 Dangerous Speech: A practical Guide, 2020



Intencja: mowa nienawiści i zastraszanie to coś więcej niż tylko ostre słowa. Mogą być one wyrażane offline, online lub mogą być przekazywane za pomocą symboli, obrazów, emocji, memów i filmów. Ludzie używają ich w sieci, aby oczernić, poniżyć lub wywołać nienawiść wobec osób lub grup ludzi¹⁷.

Mapy pokazują, gdzie i jak często ludzie musieli spotykać się z rasistowskimi obelgami na ulicy tydzień po głosowaniu w sprawie Brexitu, w czerwcu 2016 roku¹⁸

23 czerwca 2016 roku mieszkańcy Wielkiej Brytanii głosowali za lub przeciw Brexitowi - opuszczeniu przez Wielką Brytanię Unii Europejskiej. W dniach 22-30 czerwca w Wielkiej Brytanii zamieszczono ponad 250.000 tweetów odnoszących się do migracji lub imigrantów. Imigracja była jednym z głównych tematów kampanii.

Po ogłoszeniu, że Wielka Brytania opuści Unię Europejską, liczba tweetów drastycznie wzrosła¹⁹.

Zdarza się jednak tak, że ludzie zamieszczają obraźliwe słowa bez wyraźnego zamiaru. Dlatego ważne jest, aby odróżnić, czy istnieje zamiar zranienia czyichś uczuć czy też nie.

Przykłady	
"OMG jesteś taki gejowski"	
Napisane w prywatnym e-mailu do przyjaciela - jako "żart".	Umieszczone na czyimś profilu w mediach społecznościowych, wiedząc, że ta osoba jest homoseksualistą, ale nie czuje się komfortowo mówiąc komukolwiek o swojej seksualności.

Skutki: Nienawiść w sieci może szkodzić jednostkom, grupom lub całemu społeczeństwu. Badania wykazały, że osoby będące obiektem mowy nienawiści i cyberprzemocy w sieci mogą doświadczać negatywnych skutków psychicznych, emocjonalnych i fizycznych, takich jak niska samoocena, niepokój, obawy o własne życie, a nawet samobójstwo. Mowa nienawiści w sieci i cyberprzemoc są czymś, co społeczeństwo musi traktować poważnie, a nie odrzucać jako najgorszą formę obrażenia czyichś uczuć²⁰. Niezwykle ważne jest również, aby cyberprzemoc była poważnie traktowana przez szkoły i nauczycieli, ponieważ odgrywają oni istotną rolę w łagodzeniu skutków tego zjawiska. Badania naukowe wspierają ideę, że mowa nienawiści może pozostawić głębsze rany zarówno na poziomie osobistym, jak i społecznym, niż tylko zranione uczucia i istnieją dowody na to, że mowa nienawiści może zachęcać do masowej przemocy. Wreszcie, badania neurologiczne i socjologiczne dowiodły, że niebezpieczna mowa nienawiści prowadzi do "efektu dehumanizacji", co sprawia, że łatwiej jest ludziom usprawiedliwić krzywdę oraz cierpienie wyrządzone drugiej osobie²¹.

Te negatywne konsekwencje są powodem, dla którego nienawiść w sieci nie powinna być tolerowana, lecz zwalczana²². A my, jako jednostki, młodzi ludzie, aktywiści i osoby pracujące z młodzieżą mamy narzędzia, by to zrobić. Więcej o tym, jak zwalczać nienawiść w sieci, dowiesz się w rozdziale 4. Najpierw jednak przyjrzyjmy się bliżej nienawiści w sieci i roli, jaką odgrywają w niej media społecznościowe.

17 Keen & Gomes, 2016, 151

18 Miller, 2016

19 Miller, 2016

20 Keen & Gomes, 2016, 153

21 Elster, 2017

22 Keen & Gomes, 2016, 153



Nienawiść w sieci i rola mediów społecznościowych

Internet i media cyfrowe w ogromnym stopniu zmieniły sposób, w jaki ludzie rozpowszechniają wszelkiego rodzaju wiadomości, od nieszkodliwych, po prowokujące. Słowa ranią, a mowa nienawiści w sieci i cyberprzemoc są nie mniej szkodliwe, niż ich formy offline²³. Ludzie wyrażają nienawiść w sieci na wiele kreatywnych sposobów: tekstem, tweetem, memem, filmikiem, czy zdjęciem. Nienawiść w sieci jest niebezpieczna, ponieważ zidentyfikowanie jej propagatorów jest często trudniejsze. Stało się oczywiste, że nienawiść w sieci prowadzi do poważnych szkód wykraczających poza Internet oraz że zachęca do napięć na tle rasowym, nadużyć i innych form dyskryminacji, w tym przemocy fizycznej²⁴.



Prezydent USA Donald Trump powiedział 14 lipca 2019 roku, że postępowe kongresmenki powinny wrócić do swoich krajów pochodzenia i rozwiązać problem przestępczości w tych krajach, zamiast sugerować rządowi USA, jak ma rządzić krajem. Chociaż Trump nie zapisał nazwisk osób, do których się odnosił, wydawało się, że chodzi mu o niektóre nie-białe kongresmenki z Partii Demokratycznej USA. Do tej grupy należały m.in:

- Demokratyczna posłanka Rashida Tlaib, Amerykanka palestyńskiego pochodzenia, urodzona w Michigan
- Ilhan Omar z Minnesoty, uchodźczyni z Somalii, przybyła do USA w wieku 12 lat, naturalizowana obywatelka
- Alexandria Ocasio-Cortez, pochodząca z Ameryki Łacińskiej, urodzona w Nowym Jorku
- Ayanna Pressley, Afroamerykanka, urodzona w Cincinnati²⁵

²³ Miller, 2016

²⁴ Dangerous Speech: A practical Guide, 2020

²⁵ Smith, 2019



Cele nienawiści w sieci: ogólnie rzecz biorąc, nienawiść w sieci jest wymierzona w te same osoby i grupy, co w świecie offline. Wiele z tych grup jest już w pewien sposób narażonych na niebezpieczeństwo np. osoby niepełnosprawne, osoby ubiegające się o azyl, czy mniejszości religijne. Skutki są czasami śmiertelne i mogą prowadzić do samobójstw. Ostatnio mowa nienawiści w sieci stała się efektem śmierci w Myanmarze, na Sri Lance, w Ugandzie, Pittsburghu i wielu innych amerykańskich społecznościach.²⁶

Anonimowość i bezkarność: jednym z wyzwań świata online jest to, że ludzie mogą komunikować się ze sobą anonimowo. Na platformach mediów społecznościowych, takich jak Twitter, czy Reddit, lub platformach komunikacyjnych, takich jak Discord, czy WhatsApp, ludzie mogą rozpowszechniać wiadomości, których nie odważyliby się wygłosić poza Internetem, ponieważ ich tożsamość stałaby się znana. Z anonimowością wiąże się poczucie bezkarności i nawet jeśli przedstawiciele mowy nienawiści są świadomi, że ich działania są nielegalne, niesprawiedliwe lub niemoralne, są przekonani, że nikt nie może ich namierzyć²⁷. W rzeczywistości, wszystko, co zostało zrobione w sieci, może być prześledzone i można dotrzeć do autora. W każdym kraju obowiązują prawa i przepisy zakazujące pewnych form wypowiedzi lub treści. Chociaż niektóre treści są oczywiście szkodliwe lub niezgodne z prawem, większość z nich jest często zależna od kontekstu lub niejednoznaczna. Dlatego też trudno jest osiągnąć globalne porozumienie co do tego, gdzie należy wyznaczyć granice²⁸.



Ilustracja 1

Przyczyny nienawiści w sieci: Świat wirtualny jest szybko rozwijającym się elementem współczesnego społeczeństwa i stał się istotną częścią naszej rzeczywistości. Mowa nienawiści odzwierciedla ogólne nastawienie społeczeństwa; zdecydowana większość przypadków mowy nienawiści nie jest autorstwa ekstremistów, czy radykałów, lecz zwykłych ludzi. Sprzeciwiając się mowie nienawiści w sieci, możemy również ograniczyć przypadki nienawiści poza Internetem²⁹.

26 Keen & Gomes, 2016, 149

27 Dangerous Speech: A practical Guide, 2020

28 Keen & Gomes, 2016, 150

29 Dangerous Speech: A practical Guide, 2020



Streszczenie

Chociaż mowa nienawiści w sieci i cyberprzemoc nie mają jednej, powszechnej definicji, przedstawiliśmy kilka tych, które dają dobre wyobrażenie o tym, co kryje się pod tym pojęciem. Jest to zasadniczo każda forma wypowiedzi, która ma na celu szerzenie, promowanie lub usprawiedliwianie form nienawiści opartych na nietolerancji, a projekt Hatebusters rozumie ją jako każdą formę dyskryminacji wobec ludzi.

Rozpoznanie nienawiści w sieci wymaga przyjrzenia się tonowi wypowiedzi, temu, do kogo jest skierowana, jej treści i kontekstowi, a także intencjom i skutkom. Podjęcie działań wymaga zrozumienia, dlaczego mowa nienawiści i cyberprzemoc są obecnie tak powszechne w sieci i dlaczego nasze coraz bardziej zdigitalizowane społeczeństwo stworzyło dla nich przestrzeń. Teraz, kiedy już zrozumieliśmy, czym jest mowa nienawiści w sieci i cyberprzemoc, możemy skupić się na ich zwalczaniu.



4. JAK ZWALCZAĆ MOWĘ NIENAWIŚCI I CYBER-PRZEMOC W SIECI

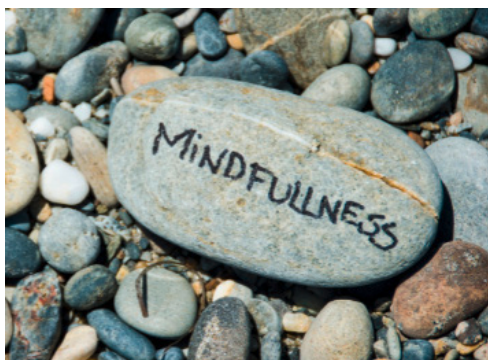
W tym rozdziale dowiesz się:

- dlaczego zwiększenie świadomości i samoregulacja są użytecznymi narzędziami w walce z mową nienawiści w sieci i cyberprzemocą oraz jak można je promować wśród młodzieży ([podrozdział 4.1.](#))
- wielu rzeczy na temat koncepcji edukacji o prawach człowieka i cyfrowej pracy z młodzieżą oraz jak poprzez te dwie koncepcje ([podrozdział 4.2.](#)) można zachęcić młodych ludzi do uczestnictwa i podejmowania inicjatyw przeciwko mowie nienawiści w sieci i cyberprzemocy
- więcej o zwiększonych możliwościach mediów społecznościowych i sile samoorganizacji przeciwko mowie nienawiści w sieci i cyberprzemocy ([podrozdział 4.3.](#))
- jak zbudować kampanię przeciwko nienawiści w sieci ([podrozdział 4.4.](#)). Pierwsze akapity wyjaśnią, czym jest kampania. W kolejnych częściach dowiesz się, jak zorganizować własną kampanię przeciwko nienawiści w sieci, a także czym jest marketing wirusowy i jak możesz go zastosować w swojej kampanii. W ostatnim kroku opisane są umiejętności, które są potrzebne do stworzenia udanej kampanii.

4.1 Zwiększanie świadomości i samoregulacja

W tej części wyjaśnimy, w jaki sposób samoregulacja i świadomość mogą być wykorzystywane w pracy z młodzieżą jako narzędzia do walki z nienawiścią i przemocą (w sieci i poza nią). Po pierwsze, poznamy definicje pojęć "samoregulacja" i "uważność". Następnie wyjaśnimy, dlaczego promowanie samoregulacji i świadomości wśród młodych ludzi jest przydatne w ograniczaniu i radzeniu sobie z nienawiścią i przemocą. Na koniec przedstawimy źródła, w których znaleźć można metody, narzędzia i teksty dla osób pracujących z młodzieżą.

Czym jest koncepcja samoświadomości?



Ilustracja 2

W ciągu ostatnich 20 lat koncepcja samoświadomości, która wywodzi się z buddyzmu, zyskiwała coraz większe zainteresowanie. Istnieje wiele różnych definicji tego terminu. Jedną z powszechnie używanych pochodzi od Jona Kabat-Zinna, który jest znany jako twórca metody redukcji stresu opartej na samoświadomości (MBSR). Rozumie on samoświadomość jako **formę uwagi, która jest "skierowana na teraźniejszość" i "nie oceniająca"**³⁰. W przeciwieństwie do koncepcji koncentracji, w której uwaga skierowana jest na ściśle określony obszar percepcji, w samoświadomości uwaga nie jest celowo zawężana, lecz utrzymywana w stanie otwartym. Uzyskanie samoświadomości w odniesieniu do własnych emocji zwiększa potencjał samoregulacji. W związku z tym, samoświadomość stanowi podstawę samoregulacji³¹.

³⁰ Geisler & Mutenhammer, 2016

³¹ Geisler & Mutenhammer, 2016



Czym jest teoria samoregulacji?

Termin samoregulacja jest używany do opisanie tych "świadomych i nieświadomych procesów, dzięki którym ludzie regulują swoje myśli, emocje, uwagę, zachowanie i impulsy"³². Samoregulacja obejmuje m.in. radzenie sobie z uczuciami i zdolność do realizacji zamiarów poprzez celowe działania, jak również podporządkowanie krótkoterminowych satysfakcji celom długoterminowym. Teoria samoregulacji (SRT) kanadyjskiego psychologa Alberta Bandury opisuje "proces i składniki składające się na podejmowaną decyzję, co powinniśmy myśleć, czuć, mówić i robić"³³. Bandura definiuje samoregulację jako nieustannie aktywny proces, który obejmuje następujące trzy elementy:

- Samoobserwacja: najpierw obserwujemy własne zachowanie, co na nie wpływa i jakie ma konsekwencje
- Samoocena: następnie oceniamy nasze zachowanie w odniesieniu do naszych osobistych standardów
- Samoreakcja: po czym "reagujemy na własne zachowanie emocjonalnie i racjonalnie"³⁴

Dlaczego samoregulacja i samoświadomość są przydatne w ograniczaniu mowy nienawiści i zastraszania (w sieci i poza nią)?

Samoświadomość promuje aktywną percepcję własnych myśli i uczuć oraz pomaga podejmować świadome decyzje co do tego, jak się zachowywać, zamiast po prostu oddać kontrolę swoim uczuciom³⁵. Według raportu z badań "Dowody na wpływ samoświadomości na dzieci i młodzież" stosowanie samoświadomości poprawia zdrowie i samopoczucie psychiczne, emocjonalne, społeczne i fizyczne młodzieży. Zmniejsza stres, niepokój, nadpobudliwość i złe zachowanie. Poprawia także samoocenę, samoświadomość, empatię i wydobywa zdolność do zarządzania zachowaniem i emocjami³⁶. Samoświadomość i samoregulacja mogą pomóc młodym ludziom skupiać uwagę, być skoncentrowanym i myśleć w kreatywny sposób³⁷. Umiejętność reagowania zamiast agresji jest ważną umiejętnością, której młodzi ludzie powinni się nauczyć, po pierwsze po to, by ograniczyć nienawiść i zastraszanie, a po drugie, by radzić sobie z nimi w odpowiedni sposób. "Reakcja jest definiowana jako zdolność do myślenia przed działaniem, podczas gdy agresja jest definiowana jako działanie przed myśleniem"³⁸. Zdolność do uświadomienia sobie własnych uczuć i myśli podczas konfliktu pomaga zatrzymać się i nie reagować agresją³⁹. W związku z tym umiejętności samoregulacji i samoświadomości są bardzo użytecznymi narzędziami do zmniejszania i radzenia sobie z nienawiścią w sieci i poza nią.

32 Pettinelli, 2016

33 Ackermann, 2020

34 Ackermann, 2020

35 Ackermann, 2020

36 Project „MIND FUL NESS”, 2018

37 Project „MIND FUL NESS”, 2018

38 Center for adolescent studies, 2020

39 Center for adolescent studies, 2020



W jaki sposób osoby pracujące z młodzieżą mogą promować samoregulację i samoświadomość u młodych ludzi?

Istnieją następujące działania, które mogą podjąć osoby pracujące z młodzieżą, aby wspierać młodych ludzi w rozwijaniu samoświadomości i samoregulacji:

- uczenie umiejętności samoregulacji poprzez ich modelowanie
- oferowanie możliwości ćwiczenia tych umiejętności
- monitorowanie i promowanie ich postępów
- kształcenie młodych ludzi w zakresie tego, jak, dlaczego i kiedy korzystać z tych umiejętności
- oferowanie relacji opartej na zaufaniu, w której młodzi ludzie czują się swobodnie, gdy popełniają błędy
- strukturyzacja środowiska w taki sposób, by ułatwić młodym ludziom samoregulację i ułatwić im radzenie sobie z nią
- ograniczenie możliwości podejmowania ryzykownych zachowań
- podkreślanie konsekwencji niewłaściwego podejmowania decyzji i zmniejszenie emocjonalnej intensywności sytuacji konfliktowych⁴⁰

Jakie metody i narzędzia są zalecane do promowania samoregulacji i samoświadomości?

- Ackermann, C. (2020). Czym jest samoregulacja? (+95 Umiejętności i Strategii). PositivePsychology.com. Dostęp 7 października 2020, z <https://positivepsychology.com/self-regulation/>.
→ Niniejszy materiał zawiera praktyczne metody i narzędzia do promowania samoregulacji i samoświadomości u dzieci i młodzieży.
- Projekt "MIND FUL NESS". (2018). salto-youth.net. Dostęp 7 października 2020 https://www.salto-youth.net/downloads/toolbox_tool_download-file-2052/Mindfulness%20booklet%20-%20A%20toolkit%20for%20youth%20workers.pdf
→ Książeczka zawiera listę narzędzi, które kultywują samoświadomość.
- Mindfulness without borders. (2015). 5 Free Activities. The RETHiNK Kit. Dostęp 7 października 2020 <https://rethinkkit.org/pages/5-free-activities>.
→ Na tej stronie znajdziesz pięć darmowych ćwiczeń do nauczania na bazie społeczno-emocjonalnej.
- Coholic, C., Gligorjievic, K., Goeldner, T., Hardy, A., Rogers, K., & Sekharan, A. (2020). Youthrex.com. Dostęp 7 października 2020 <https://youthrex.com/wp-content/uploads/2020/05/YouthREX-Toolkit-Mindfulness-Based-Programs-for-Youth-2020.pdf>
→ Niniejszy zestaw narzędzi dostarcza osobom pracującym z młodzieżą wiedzy potrzebnej do opracowania skutecznych programów dla młodzieży opartych na samoświadomości. Zawiera on najlepsze praktyki, działania, ćwiczenia i narzędzia ewaluacyjne.

40 Ackermann, 2020



Transforming education (2017). Transformingeducation.org. Dostęp 7 października 2020

<https://www.transformingeducation.org/mindfulness-toolkit/>

→ Zestaw narzędzi zawierających więcej informacji na temat tego, czym jest samoświadomość i dlaczego ma znaczenie, szereg strategii, które nauczyciele (i osoby pracujące z młodzieżą) mogą włączyć do swojej praktyki na wszystkich poziomach nauczania, film na temat perspektyw uczniów i rodziców w zakresie samoświadomości oraz przewodnik dla facylitatorów.

- McGill University (2020). McGill.ca. Dostęp 7 października 2020 https://www.mcgill.ca/connections/connections/files/connections/emotional_regulation_lesson_plans.pdf

→ Ten materiał zawiera różne metody budowania umiejętności samoregulacji u uczniów.

- Mindfulness in youth work (2020). Mindfultyouthwork.wixsite.com. Dostęp 7 października 2020 <https://mindfultyouthwork.wixsite.com/mindful/practices>

→ Na tej stronie można znaleźć zasoby i materiały na temat samoświadomości: zdjęcia, muzykę i inne.

Materiały dodatkowe:

- Vo, D. (2020). Mindfulnessforteens.com. Dostęp 7 października 2020

<http://mindfulnessforteens.com/resources/resources-for-mindfulness/>

→ Na tej stronie można znaleźć różne materiały dotyczące samoświadomości, takie jak książki i aplikacje dla nastolatków.

- Vohs, K., Baumeister, R. (2010). Handbook of self-regulation. Second edition. Research, Theory and Applications

→ Książka ta zawiera wkład teoretyczny dotyczący samoregulacji.

Streszczenie

Samoświadomość jest formą uwagi, która jest "świadoma", "skierowana na teraźniejszość" i "nie oceniająca". Teoria samoregulacji opisuje "proces i składniki zaangażowane w podejmowanie decyzji, co powinniśmy myśleć, czuć, mówić i robić". Samoświadomość i samoregulacja są użytecznymi narzędziami do ograniczania i radzenia sobie z mową nienawiści i cyberprzemocą w sieci, ponieważ poprawiają poczucie własnej wartości i empatię oraz wydobywają zdolność do zarządzania zachowaniem i emocjami. Powinny być promowane wśród młodzieży przez dorosłych poprzez:

- modelowanie
- stwarzanie okazji do ćwiczenia umiejętności samoświadomości i samoregulacji
- monitorowanie i promowanie ich postępów
- uczenie ich jak, dlaczego i kiedy używać tych umiejętności
- bycie osobą kontaktową i oferowanie relacji opartych na zaufaniu
- strukturyzacja środowiska w celu ułatwienia samoregulacji
- ograniczanie okazji do ryzykownych zachowań
- podkreślanie konsekwencji niewłaściwego podejmowania decyzji
- zmniejszenie intensywności emocjonalnej konfliktów.



4.2. Edukacja w zakresie praw człowieka i cyfrowa praca z młodzieżą

Po wyjaśnieniu, w jaki sposób samoświadomość i samoregulacja mogą być wykorzystywane jako narzędzia w walce przeciwko mowie nienawiści, w kolejnym rozdziale wprowadzone zostaną koncepcje edukacji o prawach człowieka i cyfrowej pracy z młodzieżą oraz przedstawione zostanie, w jaki sposób osoby pracujące z młodzieżą mogą poprzez te dwie koncepcje zachęcić młodych ludzi do uczestnictwa i podejmowania inicjatyw przeciwko nienawiści.

Co to jest edukacja w zakresie praw człowieka?

Różne organizacje, instytucje edukacyjne i podmioty zajmujące się edukacją na temat praw człowieka stosują różne definicje w zależności od swojej filozofii, celu, grup docelowych lub członków. Jednakże, według Rady Europy⁴¹, istnieje wspólna płaszczyzna porozumienia między tymi podmiotami oraz konsensus co do tego, że edukacja w zakresie praw człowieka obejmuje następujące trzy wymiary:

- **Nauka o prawach człowieka:** wiedza na temat praw człowieka, czym one są i jak są zabezpieczone lub chronione
- **Uczenie się poprzez prawa człowieka:** Uznając, że kontekst oraz sposób organizacji i przekazywania nauki o prawach człowieka musi być zgodny z wartościami praw człowieka (np. uczestnictwo, wolność myśli i wypowiedzi itp.) oraz że w edukacji na rzecz praw człowieka proces uczenia się jest równie ważny jak treść nauczania.
- **Nauka o prawach człowieka:** poprzez rozwijanie umiejętności, postaw i wartości, aby uczący się mogli stosować wartości związane z prawami człowieka w swoim życiu i podejmować działania – samodzielnie lub z innymi - na rzecz promowania i obrony praw człowieka

Czym jest cyfrowa praca z młodzieżą?

Podczas gdy praca z młodzieżą jest znaną koncepcją, która nieustannie ewoluuje w całej Europie, cyfrowa praca z młodzieżą jest stosunkowo nowa i jest w niej nadal wiele miejsca na rozwój. Czy jednak cyfrowa praca z młodzieżą różni się od tej tradycyjnej? Zgodnie z definicją Komisji Europejskiej, cyfrowa praca z młodzieżą oznacza proaktywne wykorzystywanie lub zajmowanie się mediami cyfrowymi i technologią w pracy z młodzieżą. Cyfrowa praca z młodzieżą nie jest metodą samą w sobie, ale może być włączona w każde środowisko pracy z młodzieżą (otwarta praca z młodymi, informacja i doradztwo dla młodzieży, kluby młodzieżowe, itp.)⁴².

Cyfrowa praca z młodzieżą⁴³:

- może odbywać się twarzą w twarz, w środowisku online lub w połączeniu obu tych form
- opiera się na tej samej etyce, wartościach i zasadach, co tradycyjna praca z młodzieżą. Ma te same cele, a wykorzystanie mediów cyfrowych i technologii w tej pracy powinno zawsze je wspierać.
- może być wykorzystywana w pracy z młodzieżą jako narzędzie, działanie lub treść

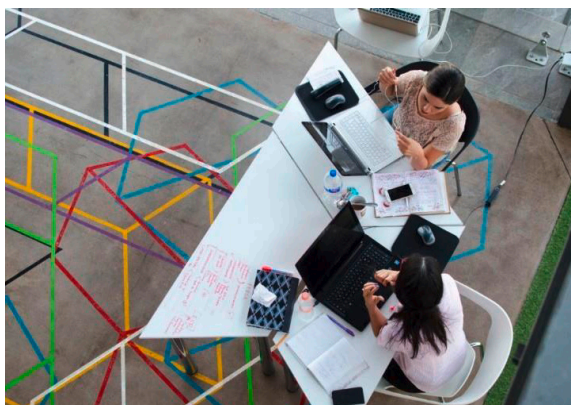
41 Compass, 2020

42 Developing digital youth work- An agile mindset is crucial- Youth- European Commission, 2020.

43 Digitalyouthwork.eu. URL: <https://www.digitalyouthwork.eu/wp-content/uploads/sites/4/2019/09/european-guidelines-for-digital-youth-work-web.pdf>, 09.09.2020.



Dlaczego warto skupić się na cyfrowej pracy z młodzieżą i edukacji w zakresie praw człowieka, aby zwalczać nienawiść w sieci?



Ilustracja 3

Praca z młodzieżą i polityka młodzieżowa są proaktywne, należy uwzględniać rozwój technologiczny i digitalizację oraz określać pozytywny i negatywny wpływ digitalizacji na społeczeństwo, w tym na praktyki i usługi związane z pracą z młodzieżą. Osoby pracujące z młodzieżą w całej Europie muszą zbadać i zrozumieć przyczyny zjawiska mowy nienawiści i cyberprzemocy w Internecie, a także jak cyfrowa praca z młodzieżą może przeciwdziałać uprzedzeniom, które mogą być źródłem nienawiści oraz określać strategie i narzędzia do walki z nienawiścią w sieci i poza nią.

Praca z młodzieżą i polityka młodzieżowa są proaktywne, należy uwzględniać rozwój technologiczny i digitalizację oraz określać pozytywny i negatywny wpływ digitalizacji na społeczeństwo, w tym na praktyki i usługi związane z pracą z młodzieżą. Osoby pracujące z młodzieżą w całej Europie muszą zbadać i zrozumieć przyczyny zjawiska mowy nienawiści i cyberprzemocy w Internecie, a także to jak cyfrowa praca z młodzieżą może pomóc w walce z uprzedzeniami, które mogą powodować nienawiść oraz określić strategie i narzędzia do walki z nienawiścią w sieci i poza nią.

Według Komisji Europejskiej, cyfrowa praca z młodzieżą sprawia, że ⁴⁴:

- praca ta jest bardziej dostępna i odpowiednia dla młodych ludzi, a także ułatwia docieranie do osób, które mogą być odizolowane geograficznie i społecznie
- osoby pracujące z młodzieżą nabierają sprawnego i krytycznego podejścia do technologii cyfrowych oraz posiadają kompetencje pozwalające na prowadzenie wysokiej jakości pracy z młodzieżą
- osoby pracujące z młodzieżą mają większe możliwości tworzenia sieci kontaktów i współpracy

Ponadto, zgodnie z kampanią Rady Europy "Bez mowy nienawiści", kluczowym obszarem, który należy traktować priorytetowo w walce z mową nienawiści, jest edukacja na temat zagrożeń, jakie mowa nienawiści stanowi dla praw człowieka i wartości demokratycznych, co jest głównie realizowane poprzez edukację w zakresie praw człowieka.



Ilustracja 4

⁴⁴ Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture, 2018



Jak wykorzystać cyfrową pracę z młodzieżą do edukacji w zakresie praw człowieka oraz zwalczania mowy nienawiści i cyberprzemocy w sieci?



Koncentruje się na digitalizacji usług pracy z młodzieżą, tak by były bardziej dostępne, aktualne i adekwatne do potrzeb

Uczestnictwo w podejmowaniu decyzji za pomocą narzędzi cyfrowych

Wykorzystanie aplikacji i mediów społecznościowych w celu dotarcia do młodych ludzi

Poradnictwo online dla młodych ludzi znajdujących się w trudnej sytuacji



Nacisk kładziony jest na naukę przez działanie i zajęcia praktyczne.

Grupy graczy wspierające pozytywną kulturę gry

Projekty STEAM i makerowe rozwijające umiejętności XXI wieku

Wspólne uczenie się w celu tworzenia mediów cyfrowych



W centrum uwagi znajdują się kwestie związane z cyfryzacją

Omawianie związków i zachowań w sieci

Eksploracja tematów związanych z digitalizacją i umiejętnościami cyfrowymi

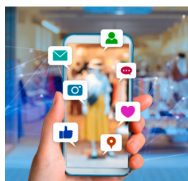
Wzmocnienie pozycji młodych ludzi w walce o ich prawa cyfrowe

Streszczenie

W tym rozdziale zaprezentowane zostały informacje na temat Edukacji o Prawach Człowieka i Cyfrowej Pracy z Młodzieżą oraz tego, jak można je wykorzystać zarówno w walce z mową nienawiści w Internecie, jak i do wspierania praw człowieka w sieci. Choć wielu uważa, że cyfrowa praca z młodzieżą to inna gałąź tejże działalności, to w fakcie tak nie jest. Cyfrowa praca z młodzieżą oznacza proaktywne używanie lub zajmowanie się mediami cyfrowymi i technologią w pracy z młodymi ludźmi i może być włączona w każde środowisko tej działalności. Z drugiej strony, edukacja na temat praw człowieka ma na celu wyposażenie uczniów w wiedzę, umiejętności i zrozumienie oraz rozwijanie ich postaw i zachowań, aby umożliwić im przyczynianie się do budowania i obrony powszechnej kultury praw człowieka w społeczeństwie, w celu promowania i ochrony tychże praw i podstawowych wolności. Połączenie cyfrowej pracy z młodzieżą z edukacją o prawach człowieka ma zasadnicze znaczenie dla zapobiegania mowie nienawiści w sieci i jest konieczne, by podnieść świadomość i umożliwić młodym ludziom odpowiedzialne korzystanie z sieci. Ponieważ mowa nienawiści jest postrzegana przede wszystkim jako problem związany z łamaniem praw człowieka, podejście stosowane w cyfrowej pracy z młodzieżą powinno również opierać się na zasadach i standardach dotyczących tych norm.



4.3. Olbrzymie możliwości mediów społecznościowych i siła samoorganizacji



Ilustracja 5

Wiedza na temat Edukacji Praw Człowieka i koncepcji Cyfrowej Pracy z Młodzieżą pomoże Ci przejść do następnego rozdziału i zrozumieć koncepcje teorii samoorganizacji oraz to, jak media społecznościowe wpływają na młodych ludzi. Część ta zawiera również informacje o tym, jak możemy wykorzystać nasz sprzeciw oraz media społecznościowe do walki z nienawiścią.

Koncepcja samoorganizacji we współczesnym społeczeństwie i środowisku mediów społecznościowych

Samoorganizacja jest ogólnym pojęciem wyjaśniającym porządek w systemie społecznym. Ludzie mogą być opisani jako samoorganizujące się systemy; jednostki są pod wpływem własnych działań poprzez refleksyjny egocentryzm bycia "w świecie". Nasze działania nadają nam tożsamość i odróżniają nas od naszego środowiska, podczas gdy nasze cechy i umiejętności rozwijają się i zmieniają w wyniku autorefleksji interakcji ze społeczeństwem. Środowisko może mieć silny wpływ na procesy tworzenia porządku w "ja" jednostki - zwłaszcza poprzez wywoływanie braku poczucia bezpieczeństwa. Jednostka jednak nie reaguje w sposób przewidywalny jak "trywialna maszyna", lecz jako niezależna istota⁴⁵.

Ale jak samoorganizacja i ludzkie zachowanie zmienia się w sieciach społecznych i jak media społecznościowe wpływają na nasze zachowanie?

Media społecznościowe wpływają na nasze nawyki zakupowe, relacje i edukację i odgrywają większą rolę dokonywanych przez nas wyborach niż wielu z nas zdaje sobie sprawę. Będąc częścią mediów społecznościowych, podajemy informacje osobiste, które inni wykorzystują, aby wpływać na nasze zachowanie, np. na nasze nawyki zakupowe. Prawdopodobnie media te warunkują również u niektórych z nas pragnienie uwagi, powodując, że niektórzy ludzie zachowują się w określony sposób w sieci i poza nią. Jako istoty społeczne, jesteśmy zachęcani do dalszego używania mediów społecznościowych gdy otrzymujemy w nich aprobatę od naszych przyjaciół i nieznajomych. Jak zauważyła Wortham w swoim artykule "Facebook mnie do tego zmusił"⁴⁶, zachęca to niektórych ludzi do publikowania wszystkiego, co da im lajki lub komentarze. To również prowadzi ludzi do bardziej ekstremalnych działań, do pójścia jeszcze dalej i rozsiewania negatywnych treści, co z kolei przyczynia się do wzrostu liczby przypadków przemocy i przestępstw wywołanych nienawiścią w społeczeństwie⁴⁷. Podsumowując, ludzie żywią się uwagą skupianą przez innych na nich samych w mediach społecznościowych i robią rzeczy, których normalnie by nie zrobili, tylko po to, by zdobyć słynne „lajki” pod zamieszczanymi treściami. Ludzie są uwarunkowani, aby zachowywać się w sposób, który przyciąga uwagę, nawet jeśli wiąże się to z rozsiewaniem nienawistnych treści.

Mowa nienawiści i sprzeciw

Mowa nienawiści stwarza poważne zagrożenie dla spójności demokratycznego społeczeństwa, ochrony praw człowieka i praworządności. Działania przeciwko używaniu mowy nienawiści powinny służyć ochronie jednostek i grup ludzi, a nie poszczególnych przekonań, ideologii czy religii.

Bezpośrednie wyrażenie mowy nienawiści w Internecie lub udostępnienie nienawistnego wpisu jest zazwyczaj impulsywne, nieostrożne, motywowane wewnątrznie i nie wymaga znacznego wysiłku poznawczego lub emocjonalnego. W istocie, więcej wysiłku może wymagać stłumienie nienawistnego lub gniewnego uczucia niż jego uwolnienie. W przeciwieństwie do mowy nienawiści, akt przeciwstawienia się mowie nie jest spontaniczny, lecz responsywny, nie jest aktywny, lecz reaktywny⁴⁸. Wymaga świadomej

45 Jung, 2010

46 Wortham, 2013

47 Piyushi, 2018

48 Coustick-Deal, 2017



decyzji i angażuje znaczny wysiłek poznawczy i emocjonalny, ponieważ - bardziej niż w przypadku nieostrożności - częściej wiąże się ze świadomością potencjalnych konsekwencji bezpośredniej konfrontacji z osobą hejtującą (szerzącą nienawiść), takich jak zwrócenie jego uwagi na naszą osobę i stanieniem się nowym celem obelg – przerwaniem całej nienawiści na nas, co prowadzi do wysoce nieprzyjemnych konsekwencji. Krótko mówiąc, decyzja o przeciwdziałaniu aktowi mowy nienawiści wymaga zazwyczaj nieproporcjonalnie dużego wysiłku emocjonalnego i zasobów w porównaniu z impulsywnym, samonagradzającym i emocjonalnym aktem zamieszczenia lub udostępnienia nienawistnego postu⁴⁹. Może to tłumaczyć powściągliwość wielu internautów, którzy milczą, gdy spotykają się z mową nienawiści.



Ilustracja 6

Jak wykorzystać media społecznościowe do wywierania pozytywnego wpływu? Czas na działanie!

Istnieje wiele skutecznych sposobów na zmniejszenie ilości szkodliwych treści lub ich skutków. Można próbować przekonać ludzi, by w ogóle zaprzestali umieszczania takich treści, lub wspierać tych, którzy są przez nie atakowani. Musimy zmotywować się do działania - nie możemy tolerować nienawiści w Internecie i godzić się na niebezpieczne zachowania w sieci. Prawa i przepisy to tylko jeden z elementów układanki, która ma na celu powstrzymanie nienawiści zarówno w sieci, jak i poza nią. Same pozytywne wypowiedzi również nie wystarczą. Oto coś, co możesz zrobić, aby pomóc młodym ludziom rozpoznawać i reagować na nienawiść w sieci⁵⁰:

Nauczanie empatii i pomoc w nabywaniu umiejętności emocjonalnych

- wykorzystywanie codziennych sytuacji, aby nauczyć młodych ludzi zauważać, być wrażliwym na emocje innych ludzi i je rozpoznawać
- promowanie szacunku dla różnorodności jako normy społecznej. Reaguj na krzywdzące i obraźliwe komentarze. Jako osoba pracująca z młodzieżą daj przykład, jak młody człowiek powinien zachowywać się w stosunku do innych. Wzoruj się na tolerancji i empatii wobec nich.

Rozmowa na temat istnienia nienawiści i skutków jakie wywiera

- młodzi ludzie odnoszą korzyści z uczenia się o mowie nienawiści od zaufanej osoby dorosłej, a nie z narażania się na nią na własną rękę
- przygotowanie do takiej rozmowy może w znacznym stopniu ułatwić jej przeprowadzenie. Obejmuje to przewidzenie obaw, które mogą pojawić się, gdy młoda osoba zetknie się z treściami motywowanymi nienawiścią
- bądź świadomym zdarzeń, które mogą skłonić młodego człowieka do wyrażania nienawiści wobec innych.

Zwróć uwagę na koszty emocjonalne i bądź wsparciem

- bycie celem ataków i adresatem nienawistnych komentarzy w sieci może być przykre i bolesne
- poinformuj młodych ludzi, że jesteś świadomy wpływu emocjonalnego jakie to ze sobą niesie i chętnie wysłuchasz, jak takie narażenie wpływa na nich.

49 Coustick-Deal, 2017

50 Helping young people recognize and respond to online hate, 2020



Bądź świadomy przyczyn i oznak radykalizacji postaw

- radykalizacja następuje wtedy, gdy jednostki zaczynają wierzyć, że przemoc wobec innych - a nawet samych siebie - jest uzasadniona, ponieważ "bronią swojej grupy".
- młodzi ludzie zagrożeni radykalizacją często czują się rozczarowani i oderwani od rzeczywistości, opuszczeni, odizolowani, niepopularni lub pozostający na marginesie wydarzeń w szkole i poszukują tożsamości i/lub rodziny zastępczej.

Umiejętności cyfrowe - bądź krytycznym myślicielem i sprawdzaj swoje źródła

- możesz nauczyć młodych ludzi umiejętności krytycznego myślenia. Poproś ich, aby zastanowili się, w jaki sposób media są tworzone przez ludzi. Zwróć uwagę, że treści w nich zawarte reprezentują ich wartości i poglądy.
- pokaż młodym ludziom, jak weryfikować źródła. Wiele stron internetowych poświęconych nienawiści zadaje sobie wiele trudu, aby ich strony wyglądały jak jedyne i oficjalne źródło informacji.

Zgłaszanie mowy nienawiści

- zachęcaj dzieci do zgłaszania przypadków mowy nienawiści, gdy zetkną się z nią w sieci. Można to zrobić poprzez zgłoszenie treści do administratora strony lub dostawcy Internetu.
- zgłaszaj przestępstwa popełniane z nienawiści na policję. Każda groźba przemocy, mowa nienawiści w Internecie, cyberprzemoc, propaganda lub przestępstwo z nienawiści muszą być zgłoszone odpowiednim służbom. Nigdy nie wahaj się zgłosić na policję przypadku mowy nienawiści online i cyberprzemocy, przestępstw popełnionych z nienawiści lub gróźb przemocy.

Zwiększanie świadomości

- należy zwiększać świadomość w zakresie politycznych, społecznych i kulturalnych praw jednostek i grup, w tym wolności słowa, oraz odpowiedzialności i konsekwencji społecznych, które wiążą się z wolnością prasy
- trzeba zachęcać do sporządzania raportów uwzględniających konflikty oraz prowadzenie kampanii uświadamiających istnienie tematu wielokulturowości: raporty uwzględniające konflikty pomogą obalić błędne przekonanie "my" przeciwko "oni"



Streszczenie

Nienawiść online i offline wzajemnie się wzmacniają. Choć niektóre kraje, a nawet same platformy mediów społecznościowych mają ramy regulujące mowę nienawiści online i cyberprzemoc, nie będą one działały skutecznie, jeśli nie obudzi się sumienia ludzi. Aby skutecznie zapobiec incydentom szerszenia nienawiści w sieci, potrzebna jest masowa kampania, która uwrażliwi społeczeństwo na negatywne skutki działania mediów i pomoże im dostrzec różnicę między wolnością słowa a mową nienawiści. Obowiązkiem każdej z osób korzystających z Internetu, jest tworzenie i przetwarzanie znalezionych treści w sposób świadomy, a nie tylko jako „ślepi” konsumenci.

4.4. Kampania przeciwko nienawiści w sieci

W tym rozdziale w pierwszej kolejności wyjaśnione zostanie, czym jest kampania. W kolejnym kroku dowiesz się, jak zorganizować własną kampanię przeciwko nienawiści w sieci i jak możesz zastosować w niej marketing wirusowy. Dodatkowo dowiesz się, jakie umiejętności są przydatne w prowadzeniu kampanii.



Ilustracja 7

Czym jest prowadzenie kampanii?

Kampania wywodzi się od łacińskiego słowa "campania" oznaczającego połączoną serię bitew. Jeśli przeniesiemy to wojenne znaczenie ze starożytnego Rzymu do dzisiejszego świata, otrzymamy następującą definicję:

Z kolei celem wyższym przyświecającym prowadzeniu kampanii jest zmotywowanie ludzi do podjęcia konkretnych działań, a przez to do osiągnięcia określonego celu w polityce czy gospodarce (np. nowe prawo przeciwko mowie nienawiści). Kampania to strategia mająca na celu podniesienie świadomości społecznej i/lub osiągnięcie określonego celu bez użycia środków formalnej władzy (np. głosowania), ukazująca jasno istnienie poparcia danej idei (np. podpisy, demonstracja) poprzez mądrą strategię komunikacyjną.

Kampania

- obejmuje (planowe) wykorzystanie różnych środków i działań
- kieruje się stosowaniem różnych środków i działań
- koncentruje się na ograniczonym temacie (np. mowa nienawiści)
- dzieje się w określonym przedziale czasowym (początek, koniec)
- ma na celu podniesienie świadomości społecznej⁵¹

⁵¹ campaignstrategy.org, 2020



Co muszę wziąć pod uwagę, planując własną kampanię przeciwko mowie nienawiści i cyberprzemocy?

Teraz, kiedy już wiesz, czym jest kampania, damy Ci konkretną, praktyczną wiedzę i wskazówki, jak zorganizować własną kampanię przeciwko mowie nienawiści lub cyberprzemocy. Rozpoczynając kampanię, należy przede wszystkim wiedzieć, że:

- Każdy z nas może podjąć działanie i wszyscy są potrzebni w jego organizacji. Nikt nie jest wykluczony.
- Nie trzeba być "ekspertem", aby móc pracować nad tymi zagadnieniami. Każda osoba ma do wniesienia swój szczególny wkład.

W dalszej części pragniemy wskazać pewne działania, ale nie ma tu nieomyślnej recepty. Spróbuj znaleźć swoją własną ścieżkę:

- Zaangażowanie w działanie może być samo w sobie cennym doświadczeniem.
- Inspirację można czerpać z istniejących kampanii oraz od osób, które już zwalczają cyberprzemoc lub mowę nienawiści w Internecie⁵²

Kilka praktycznych zaleceń dotyczących prowadzenia kampanii przeciwko nienawiści w sieci

Kampania przeciwko nienawiści w sieci może odbywać się na różne sposoby, od małych akcji po większe wydarzenia. Poniższe elementy mogą, ale nie muszą odnosić się do Twoich działań i dopasowane są do organizowania większych wydarzeń. W następnej części podamy również kilka przykładów mniejszych akcji przeciwko nienawiści w sieci.

Utwórz zespół

Oczywiście, najpierw trzeba znaleźć ludzi, którzy są wiarygodni i zmotywowani do działania. Każdy musi być przygotowany do zaangażowania się w swoje zadania, tak aby wszystko przebiegało bez zakłóceń.

Pomyśl o różnych elementach kampanii

Przy organizacji kampanii ważne jest, aby pomyśleć o jej różnych elementach (takich jak temat, kontekst, cele, strategię, grupa docelowa, działania i kryteria sukcesu)⁵³

Zdefiniuj temat i przeprowadź badania na jego temat

Temat Twojej kampanii musi być jasno określony i potrzebujesz wiarygodnych informacji odnoszących się do niego. Zatem, zrób badania na ten temat!

Przeanalizuj kontekst swojej kampanii

Dowiedz się, kim są Twoi przeciwnicy i partnerzy (i jakie są ich interesy), przeanalizuj kontekst swojej kampanii i zastanów się, jakie media mogą odegrać w niej rolę. Bez zrozumienia kontekstu społecznego i politycznego mowy nienawiści i cyberprzemocy, zarówno online, jak i offline, trudno będzie prowadzącym kampanię ocenić narracje, którym chcą przeciwdziałać⁵⁴.

Określenie celu i sprawdzenie, czy jest on osiągalny z dostępnymi zasobami

Cel kampanii musi być rozsądny, jednoznacznie i przekonująco sformułowany, osiągalny i istotny. Wszystkie osoby zaangażowane w kampanię muszą mieć takie samo zrozumienie jej celu. Nie zapomnij sprawdzić, czy jest on osiągalny z dostępnymi zasobami⁵⁵.

52 De Latour et al., 2017

53 Friedrich et al., 2007

54 De Latour et al., 2017

55 Friedrich et al., 2007



Pomyśl o strategii

Strategia kampanii musi określać cel, grupę docelową (grupy docelowe), temat, ramy czasowe, personel, fundusze i wydatki, kontrolę wpływu i (ewentualne) problemy. Powinna być tak prosta, jak to tylko możliwe i złożona z tylu bloków i aspektów, jak to tylko konieczne! Wreszcie, strategia musi być dostosowana do różnych zewnętrznych zmian i wyzwań (np. możliwość prowadzenia większej ilości działań online i mniejszej offline lub na odwrót)⁵⁶.

Wyraźne zdefiniowanie celów i grupy docelowych

Cel kampanii (na przykład zwalczanie mowy nienawiści) musi być jasno określony, podobnie jak grupa docelowa (grupy docelowe). Jeśli chodzi o grupę docelową, musisz zadać sobie pytanie: co ich porusza? co jest dla nich ważne? i do jakich interesów możemy się odnieść? Zaangażuj różne grupy docelowe i wykorzystaj media, aby do nich dotrzeć. Bardzo ważne jest, aby Twoja sprawa stała się sprawą grupy docelowej (np. mowa nienawiści jest sprawą projektu Hatebusters, a poprzez kampanię staje się sprawą Waszego centrum młodzieżowego). Oczywiście nadal musisz współpracować z przyjaciółmi, sojusznikami i partnerami, ale powinieneś wyjść poza swoje własne kręgi, aby naprawdę osiągnąć jakikolwiek wpływ Twojej kampanii na innych⁵⁷.

Łączenie działań offline i online

Podczas gdy niektóre elementy kampanii coraz częściej pojawiają się online (media społecznościowe, petycje online, itp.), wiele z nich nadal odbywa się offline w różnych formatach. Idealnie byłoby, gdyby kampania łączyła w sobie działania online i offline. Oba rodzaje działań mają swoje szanse i wyzwania. Zadaj sobie pytanie: co jest dla Ciebie naprawdę możliwe do zrobienia i osiągnięcia? Które narzędzie powinno być użyte w stosunku do danej grupy docelowej i w jakim celu? Pomyśl nie tylko o konkretnym czasie i miejscu działań, ale także o tym by było ono zabawą i motywowało twój zespół.

Używaj przykładów wziętych z życia konkretnych osób oraz zdjęć

Dobrze jest, jeśli kampania zawiera historie interesujące ludzi. Oznacza to na przykład, że lepiej jest opowiedzieć historię jednej osoby, która została dotknięta cyberprzemocą, niż podawać jedynie suche dane i liczby. "Obraz mówi więcej niż tysiąc słów" to powiedzenie jest szczególnie prawdziwe i znaczące w kampaniach, więc pomyśl z wyprzedzeniem, w jaki sposób Twoje przesłanie może być przetłumaczone na obraz. Dobre obrazy odnoszą się zazwyczaj do bardzo klasycznych historii (np. Dawid walczący przeciwko Goliatowi lub Robin Hood, a także do klasycznych herosów lub współczesnych superbohaterów).

Należy pamiętać, że działania publiczne często wymagają wcześniejszego zgłoszenia

Chociaż demonstracje są prawem człowieka i prawem konstytucyjnym, to jednak jeśli chcesz zorganizować akcję w miejscu publicznym (na ulicy, placu lub przed jakimś budynkiem), musisz powiadomić policję i/lub administrację lokalną. Zgromadzenia publiczne (demonstracje, trybuny itp.) muszą być wcześniej zgłoszone we właściwym urzędzie. Osoba prowadząca demonstrację musi upewnić się, że porządek publiczny jest zachowany, a wszystkie prawa i zasady są przestrzegane podczas demonstracji i dlatego może potrzebować pomocników do utrzymania porządku. Policja może zakazać demonstracji tylko wtedy, gdy zagrożone jest bezpieczeństwo publiczne. Zablokowanie ruchu ulicznego nie jest powodem do zakazania demonstracji, ponieważ prawo do swobodnego gromadzenia się jest zagwarantowane w konstytucji.

⁵⁶ Friedrich et al., 2007

⁵⁷ Friedrich et al., 2007



Określenie kryteriów sukcesu, np.:

- cel kampanii jest osiągalny i wiarygodny
- kampania ma jasną strategię
- może dostosować się do nagłych zmian w działaniach
- jest dobrze przygotowana logistycznie
- zespół prowadzący kampanię jest zmotywowany
- temat lub zaangażowanie prowadzącego motywuje innych
- działania w zakresie komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej są poprawne
- podejmowanie decyzji nad prowadzonymi działaniami jest prowadzone, jasne i akceptowalne
- zarządzanie czasem jest dobre
- od samego początku kampania jest wizualizowana tak dokładnie, jak to możliwe
- jest wybitna, łatwo wyróżnić ją można spośród wielu innych banalnych kampanii
- jest skonstruowana w taki sposób by można ją było przedstawić w TV
- może wpływać na emocje i personalizować, upraszczać, uderzać w punkt, ALE nie kłamać! trzymaj się prawdziwej rzeczywistości

Dokonaj oceny na koniec kampanii

Niezależnie od tego, jaką akcją lub kampanię zrealizowałeś, nie zapomnij po jej zakończeniu świętować sukcesu (nawet małego), podziękuj aktywistom i osobom wspierającym, pokaż im zdjęcia, wyraż swoje uznanie (poprzez SMS, e-mail, itp.), powiedz osobom wspierającym, co osiągnęły biorąc udział w kampanii - również mediom, oceń i zastanów się nad wnioskami, jakie wyciągnąłeś.

Pomysły na mniejsze akcje przeciwko nienawiści w sieci

Nie musisz koniecznie organizować dużej kampanii w mediach społecznościowych, aby przeciwstawić się mowie nienawiści i cyberprzemocy - mniejsze działania są również wartościowe! Poniżej znajdziesz kilka pomysłów na to, jak możesz się zaangażować:

- **Demonstracje:** wykonaj wspólnie znaki i weź udział w odpowiedniej demonstracji z klasą szkolną lub klubem młodzieżowym
- **Petycje:** zbieraj podpisy (online i offline) pod odpowiednią petycją, taką jak np. petycja związana z uczynieniem 22 lipca Europejskim Dniem Ofiar Przestępstw z Nienawiści organizacji Nohatespeechmovement⁵⁸
- **Video produkcja:** przygotuj film, w którym poruszysz temat mowy nienawiści lub cyberprzemocy, aby wysłać jasny sygnał przeciwko nienawiści w sieci, jak np. film "Stop mowie nienawiści" wyprodukowany w centrum młodzieżowym w Judenburgu⁵⁹. Później udostępnij swój film na kanale Youtube swojego klubu młodzieżowego lub szkoły.

58 <http://blog.nohatespeechmovement.org/petition/>

59 <https://www.youtube.com/watch?v=i-GE8Z8Z3No>



- **Działanie fotograficzne:** zorganizuj własną foto-akcję przeciwko mowie nienawiści lub cyberprzemocy lub weź udział w już istniejących foto-akcjach, takich jak "Stańmy razem przeciwko nienawiści" Amnesty International⁶⁰
- **Ekspozycje:** przygotuj szkolną ekspozycję zawierającą wpisy na temat mowy nienawiści i cyberprzemocy, które uczniowie znaleźli w Internecie, aby zwiększyć świadomość na ten temat w swojej szkole lub klubie młodzieżowym
- **Pocztówki, ulotki, logotypy, naklejki lub plakaty:** stwórz pocztówki, ulotki, logotypy, naklejki lub plakaty, które poruszają tematy mowy nienawiści i cyberprzemocy oraz je rozpowszechnij
- **GIFY przeciwdziałające mowie nienawiści i cyberprzemocy w sieci:** stwórz GIFy przeciwdziałające mowie nienawiści, takie jak te z niemieckiej kampanii przeciw nienawiści⁶¹
- **Audioprzewodniki lub podcasty:** stwórz audioprzewodniki lub podcasty na temat mowy nienawiści oraz cyberprzemocy i je rozpowszechnij
- **Tablice informacyjne lub stoiska informacyjne:** zorganizuj tablicę informacyjną lub stoisko, np. w klubie młodzieżowym lub na ulicy
- **Banery lub flagi:** stwórz transparenty na temat mowy nienawiści lub cyberprzemocy i powieś je na budynku szkoły lub klubu młodzieżowego
- **Łańcuchy ludzkie:** utwórz ludzki łańcuch wokół budynku szkoły i podnieś świadomość na temat mowy nienawiści lub cyberprzemocy
- **Konkursy komiksowe:** zorganizuj konkurs komiksowy w swojej szkole lub centrum młodzieżowym. Uczestnicy powinni stworzyć komiks na temat mowy nienawiści lub cyberprzemocy. Najlepszy komiks zostanie opublikowany
- **Reaguj na nienawiść z miłością i odwagą cywilną:** działania przeciwko nienawiści mogą oznaczać również reagowanie na nienawiść z miłością i odwagą cywilną, np. działania wolontariuszy, którzy uporządkowali cmentarz żydowski w University City w stanie Missouri, po tym jak został zdewastowany w 2017 roku. Innym przykładem jest akcja Młodzieży Muzułmańskiej Austrii, w której strzegli oni publicznej wystawy upamiętniającej ofiary nazizmu w Wiedniu w 2019 roku, po tym jak niektóre zdjęcia zostały wcześniej uszkodzone. Jeśli zrobisz coś takiego, nie zapomnij zaangażować mediów, aby pokazać wszystkim, że miłość i odwaga cywilna są silniejsze niż nienawiść

Zalecenia dotyczące dalszej lektury: Osoby pracujące z młodzieżą mogą znaleźć więcej inspiracji do działań przeciwko mowie nienawiści na stronie 21 w "Zakładkach" - podręczniku zwalczania mowy nienawiści⁶².

60 https://www.amnesty.eu/wp-content/uploads/2018/10/Stand_together_against_hate_photo_action.pdf

61 <https://no-hate-speech.de/de/kontern/fuer-gegen-alle-hate-speech/>

62 <https://rm.coe.int/168065dac7>



Inspiracja: przykłady udanych kampanii przeciwko nienawiści w sieci z różnych krajów europejskich

The No Hate Speech Movement to kampania młodzieżowa prowadzona przez Departament Młodzieży Rady Europy, której celem jest zmobilizowanie młodych ludzi do walki z mową nienawiści i promowanie praw człowieka w Internecie. Została ona przeprowadzona na poziomie krajowym i lokalnym w ramach kampanii krajowych w 45 krajach⁶³.

Hooligans gegen Satzbau (#HoGeSatzbau), które można przetłumaczyć jako "chuligani przeciwko ustawianiu budynków". Została zorganizowana w 2014 roku jako cyfrowa odpowiedź na rosnące przesunięcie w prawo. Podczas gdy neonazistowscy chuligani walczyli przeciwko salafitom, rozmaici Europejczycy zasiewali nastrój nienawiści i odrzucenia, czasami dość brutalnie wewnątrz społeczeństwa, #HoGeSatzbau zaczął publicznie przeciwstawiać się tej tendencji w satyryczny sposób⁶⁴.

#nichtegal - Eine Initiative für Toleranz und Respekt, co można przetłumaczyć jako "Nie bez znaczenia - inicjatywa na rzecz tolerancji i szacunku". Jest to inicjatywa, która opowiada się za dobrą współpracą na YouTube i poza nim. Wszyscy możemy odegrać swoją rolę w kultywowaniu interakcji opartych na szacunku i aktywnym przeżywaniu pozytywnej kultury komunikacji cyfrowej⁶⁵.

Kampania "**No masturhate**" to międzynarodowa kampania internetowa przeciwko mowie nienawiści z Włoch. Ma ona na celu piętnowanie mowy nienawiści poprzez używanie hashtagu #masturhate na portalach społecznościowych i w Internecie⁶⁶.

NEw CHapter: Network of Cooperation against Hate ma na celu zapewnienie przestrzeni i wsparcia dla międzysektorowej współpracy organizacji i instytucji, które pracują z młodymi ludźmi w edukacji formalnej i pozaformalnej w zakresie zwalczania mowy nienawiści i promowania edukacji na rzecz praw człowieka (HRE)⁶⁷.

Cały projekt "**No Hate Europa**" jest ukłonem w stronę uczestnictwa młodzieży, który powstał na wniosek młodych przedstawicieli Młodzieżowej Rady Doradczej Rady Europy i został wsparty przez Wspólną Radę Młodzieży Rady Europy, gdzie wspólnie z młodymi liderami i przedstawicielami instytucji podejmowane są decyzje dotyczące polityki, priorytetów i programów w zakresie młodzieży. W rezultacie powstała internetowa kampania na rzecz praw człowieka, która obejmuje szereg konsultacji, spotkań przygotowawczych z ekspertami, podmiotami działającymi w dziedzinie animacji społeczno-edukacyjnej i młodzieżą, zapewniając w ten sposób nie tylko akcję uświadamiającą dla młodzieży, ale przede wszystkim dla młodzieży i z młodzieżą⁶⁸.

Kampania **#Leparolefannomale** opierała się na tworzeniu filmów wideo, których bohaterami byli studenci Katolickiego Uniwersytetu w Mediolanie. Wśród filmów nakręconych przez studentów Katolickiego Uniwersytetu jest jeden, który jest szczególnie uderzający ze względu na całkowitą ludzką obojętność, jaką udało mu się udokumentować. Jest to prawdziwy "eksperyment społeczny", nakręcony w Mediolanie, Rzymie i Turynie, w czterech happeningach po cztery godziny każdy, w których uczestniczyło około 100 osób na minutę, w sumie około stu tysięcy osób. Aby sprawdzić poziom reaktywności na słowa, które zatruwają język na portalach społecznościowych, chłopaki "nosili" znaki obelg kierowanych do kobiet, migrantów i osób niepełnosprawnych⁶⁹.

63 <https://www.coe.int/en/web/no-hate-campaign>

64 www.hogesatzbau.de

65 <https://nichtegal.withyoutube.com>

66 <https://en.danilodolci.org/project/i-dont-masturhate/>

67 <https://newchapteragainsthate.wordpress.com/about/>

68 <http://www.nohatespeech.it/menu-azioni/no-hate-europa/>

69 <http://www.voxdiritti.it/leparolefannomale-la-prima-campagna-di-comunicazione-contro-lhate-speech-fatta-dai-giovani-per-i-giovani/>



Studenci we Włoszech wykorzystali sztukę, aby stworzyć kampanię przeciwko nienawiści w Internecie, która została nazwana "**The Silence Hate Campaign**". Ogólnym celem projektu jest zapobieganie i zwalczanie mowy nienawiści w sieci skierowanej przeciwko mniejszościom oraz grupom i jednostkom podatnym na zagrożenia poprzez tworzenie nowych i kreatywnych kontrnarracji, takich jak te opracowane przez studentów, którzy uczestniczyli w warsztatach szkoleniowych z zakresu edukacji praw człowieka we współpracy z Amnesty International Italy. Studenci zainspirowani przez artystów takich jak Banksy, Shepard Fairey czy Christopher Neimann, po zastanowieniu się nad przesłaniem, jakie chcieliby przekazać przeciwko nienawiści, rozpoczęli pracę nad odpowiednim obrazem, który mógłby posłużyć do tego przesłania. Pod koniec projektu wybrano ponad 20 plakatów i materiałów graficznych, które zostały wydrukowane i rozprowadzone w ramach sieci Szkół Przyjaznych Prawom Człowieka we Włoszech oraz wykorzystane jako materiały komunikacyjne w Internecie⁷⁰.

W ramach kampanii "**Nie w moim imieniu. Muzułmanie przeciwko terroryzmowi**" wielu muzułmanów zabiera głos, aby przeciwstawić się stereotypowemu utożsamianiu muzułmanów z terrorystami oraz temu, że terroryzm nie jest z natury islamski, a wręcz przeciwnie - jest realizowany przez grupy ekstremistyczne o różnym pochodzeniu, religii i przekonaniach politycznych na całym świecie⁷¹.

DProjekt "**#Double Unicorn**" promuje demokrację i wolność poglądów w mediach społecznościowych i w przestrzeni publicznej, a jednocześnie daje przykład przeciwko nienawiści i agitacji⁷².

Projekt **POWER – Peers against the Oppression of Women through Empowerment and Awareness Raising** – zwraca uwagę na przemoc wobec kobiet w sieci i ma na celu zmotywowanie młodych ludzi do większej aktywności przeciwko cyberprzemocy. Ukierunkowane kampanie informacyjne, warsztaty w szkołach i różne materiały informacyjne są wykorzystywane do informowania grupy docelowej i społeczeństwa⁷³

Festival Hatefree Larissa połączył młodych ludzi, mieszkańców i różne zainteresowane strony, których celem jest uczynienie Larissy miastem bez mowy nienawiści. Połączył on sztukę uliczną, wystawę fotografii i warsztaty na temat praw człowieka jako narzędzia wspierające te prawa w odpowiedzi na nienawiść⁷⁴.

SPowiedz "nie" przemocy słów - powiedz "nie" mowie nienawiści: Aby podkreślić, jak ważne jest zajęcie się przemocą werbalną i mową nienawiści w środowisku szkolnym, stworzono w 2016 roku wraz z lokalną szkołą i lokalną spółdzielnią dwudniowe wydarzenie, które łączyło różne działania przeciwko mowie nienawiści⁷⁵.

70 <https://www.amnesty.org/en/latest/education/2020/04/silence-hate-students-in-italy-use-art-to-create-a-campaign-against-online-hatred/>

71 <https://www.facebook.com/Not-in-MY-Name-Muslims-Against-Terrorism-214632765363893/>

72 <http://www.doppelhorn.org/das-projekt/>

73 <https://project-power.eu/>

74 <https://hatefreelarissa.wordpress.com/>

75 <http://youthnet.gr/GR/Article-View.php?ArticleID=265>



Jak wdrożyć marketing wirusowy do swojej kampanii

Poniższy rozdział wyjaśni, czym są kampanie wirusowe. Rozdział rozpoczyna się od wyjaśnienia, czym jest marketing wirusowy i omawia zjawisko spoof viral. Następnie przedstawione są wskazówki, jak wykorzystać marketing wirusowy do stworzenia kampanii. Omówione są czynniki, które sprawiają, że coś staje się wirusowe, a także przykłady narzędzi wykorzystywanych w kampaniach wirusowych oraz instrukcje krok po kroku, jak taką kampanię wirusową stworzyć. Oprócz teorii, rozdział zawiera praktyczne przykłady udanych kampanii wirusowych, z naciskiem na czynniki, które przyczyniły się do ich sukcesu. Na koniec omówione są korzyści i zagrożenia związane z marketingiem wirusowym.

Co to jest marketing wirusowy?

Wirusowy marketing może nie jest znany z nazwy, ale obecnie jest bardzo powszechnie wykorzystywany do promowania różnych produktów, usług, marek, a także różnych kampanii. Co to za nazwa i na czym polega? Otóż nazwa ta związana jest ze sposobem dotarcia do odbiorców i ich bezpośrednim udziałem w rozpowszechnianiu treści i materiałów pomiędzy swoimi znajomymi, rówieśnikami, rodziną itp. Można to porównać do wirusa, który przenosi się z jednej osoby na drugą.



Ilustracja 8

Informacja o reklamie/kampanii rozpowszechniana jest metodą word-of-mouth, ale także za pomocą różnych narzędzi internetowych. Na tym opiera się marketing wirusowy.

Kolejnym ważnym pojęciem jest viral spoof. Jest to jedna z zasad marketingu wirusowego, która mówi, że nie można nikomu zabronić parodiowania i zmieniania różnych materiałów wirusowych. Tak naprawdę im więcej różnych modyfikacji, tym lepiej, bo treść jest wtedy bardziej popularna. Te zmiany mogą być różne. Użytkownicy sami decydują, jaką część oryginalnej wersji pozostawią, a jaką dodadzą.

Mogą wykorzystać np. tylko fabułę i zmienić pozostałe elementy (z bohaterami na czele) lub odwrotnie. Decydują też, czy modyfikacja będzie śmieszna, poważna, czy straszna itp.⁷⁶

Jak wdrażać marketing wirusowy w kampaniach?

Na początku warto odpowiedzieć sobie na pytanie, jakie czynniki sprawiają, że coś jest wirusowe. W sumie można wyróżnić 6 takich czynników. Razem tworzą one akronim:

Social Currency

Triggers

Emotion

Public

Practical Value

Stories

Warto zaznaczyć, że marketing wirusowy jest podejściem skoncentrowanym na kliencie. Sukces kampanii wirusowej zależy od odbiorców i ich przekazu kierowanego do innych. Należy więc skupić się na tym, jak tworzyć treści, aby dotrzeć do jak największej liczby osób. Powyższe czynniki są wskazówką, na co zwracać uwagę przy tworzeniu treści. Do rozpowszechniania kampanii wirusowych można wykorzystać wiele różnych narzędzi, np.:

⁷⁶ Marketing-schools.org. n.d. Viral Marketing | Explore The Strategy Of Viral Marketing. [online] Available at: <<https://www.marketing-schools.org/types-of-marketing/viral-marketing.html>> [Accessed 14 July 2020].



- Przekaz ustny
- E-mail
- Strony internetowe
- Social media (Facebook, Twitter, WhatsApp, LinkedIn, Instagram, TikTok, etc.)
- Witryny udostępniające wideo (e.g. Youtube, Vimeo, etc.)
- Fora internetowe
- TV i radio
- Różnorodne formy druku i marketingu bezpośredniego⁷⁷.

Aby móc dotrzeć do większej liczby odbiorców, bardzo ważna jest optymalizacja pod kątem wyszukiwarek internetowych oraz mediów społecznościowych. Tworząc kampanię wirusową, należy pamiętać o głównych zasadach takich kampanii:

- Gromadzenie profili społecznościowych
- Analiza rynku zbliżeniowego
- Analiza gęstości słów kluczowych w czasie rzeczywistym.

Jak już wcześniej wspomniano, kluczową rolę w kampaniach wirusowych odgrywa publiczność. Internet i cyfrowe narzędzia są jedynie pomocne w szybszej, łatwiejszej dystrybucji treści, ale to tylko narzędzia, kanały. Cała siła tkwi w odbiorcach! Aby do nich dotrzeć i wzbudzić w nich chęć przekazania wirusa dalej, należy pamiętać o następujących zasadach:

- Treści powinny być atrakcyjne dla większości odbiorców pod względem wizualnym i merytorycznym (ciekawa kolorystyka, zabawna grafika, zaskakujące połączenia, chwytliwe hasła itp. - coś, co przyciągnie uwagę i zainteresuje odbiorcę na tyle, by zatrzymał się na chwilę nad kampanią)
- Treść musi być warta podzielenia się z przyjaciółmi, rówieśnikami i rodziną (musi to być coś, z czym odbiorca może się utożsamić lub co wzbudza w nim emocje)
- Przy promocji kampanii wirusowej ważne jest, aby wykorzystać duży, znany portal lub inny kanał, tak aby jak najwięcej osób mogło zobaczyć treść od początku
- Publikując kampanię wirusową na portalach, w mediach społecznościowych, weź pod uwagę, o której godzinie najwięcej użytkowników korzysta z danego kanału
- Treść musi być dobrej jakości i dostosowana do odbiorców
- Warto prowokować rozmowy, reagować, pielęgnować i utrzymywać zainteresowanie odbiorców kampanią (warto dodawać różne modyfikacje do treści)
- Warto też promować kampanię wszędzie tam, gdzie jest to możliwe

⁷⁷ En.wikipedia.org. 2020. Viral Marketing. [online] Available at: <https://en.wikipedia.org/wiki/Viral_marketing> [Accessed 14 July 2020]



Krok po kroku: Jak stworzyć kampanię wirusową?

1. Zdefiniuj problem, znajdź przyczyny i ustal cele

2. Zastanów się nad grupą docelową kampanii wirusowej (dowiedz się jak najwięcej o tych osobach, jaki jest stan ich wiedzy na dany temat, czego potrzebują, jak do nich dotrzeć, z jakich narzędzi korzystają itp.)

3. Tworzenie treści kampanii wirusowej:

- Zastanów się, jakie emocje chcesz wzbudzić - czy kampania ma być straszna, czy zabawna, a może wzruszająca, znajdź sposób na zaskoczenie odbiorców, jakie fakty i sytuacje z życia wykorzystać, aby utożsamić odbiorców z kampanią
- Uwzględnij język i formę komunikacji w celu dotarcia do wybranej grupy
- Zastanów się, jakich bodźców użyjesz, aby zainteresować odbiorców (profesjonalny wygląd, ciekawe efekty, zaskakujące elementy, chwytliwe teksty itp.)

4. Opublikuj kampanię:

- Wybierz odpowiednie narzędzie dla swoich odbiorców
- Użyj hashtagów, wymyśl ciekawy tytuł
- Wybierz najlepszy czas

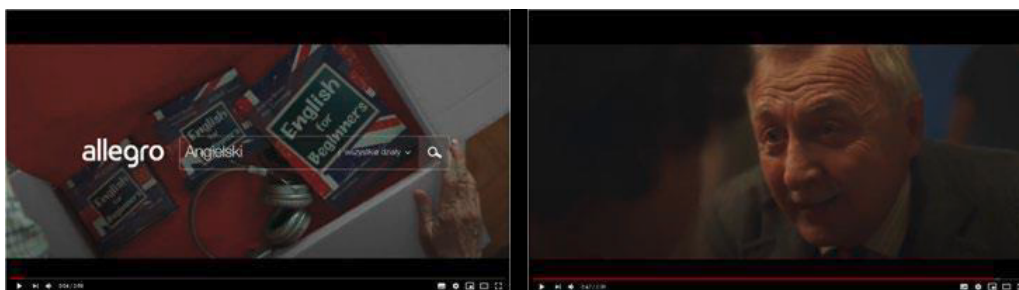
5. Promowanie kampanii

sprowokuj do dyskusji, działania, upewnij się, że kampania nie zginie w Internecie⁷⁸

Przykłady udanych kampanii marketingu wirusowego

W rzeczywistości nie ma jednego idealnego przepisu na stworzenie kampanii wirusowej. Każda kampania jest inna i używa się różnych środków, w zależności od celu przekazu i grupy docelowej. Istnieją jednak podobieństwa, wśród których kluczową rolę odgrywają emocje! Należy również pamiętać, że nie wszystkie kampanie, które można zobaczyć w Internecie są przykładami kampanii wirusowych. Oto kilka przykładów skutecznych kampanii/reklam wirusowych, które zostały obejrzone przez miliony ludzi!

1. Pierwszym przykładem jest kampania "**Angielski dla początkujących/ Czego szukasz na święta?**" stworzona przez Allegro w 2017 roku. Pokazuje ona możliwość kupowania różnych rzeczy na Allegro. W tym przypadku jest to zakup materiałów dla głównego bohatera do nauki języka angielskiego. Jednak fabuła nie jest skupiona tylko na reklamie - odwołuje się również do wartości rodzinnych i pokazuje poświęcenie i motywację głównego bohatera do nauki języka obcego, aby poznać wnuka i móc z nim rozmawiać⁷⁹.



Ilustracja 9 oraz 10

78 Gołębicka, A., 2020. Muzeum Powstania Warszawskiego On Facebook Watch. [online] Facebook Watch. Retrieved 14 July 2020, from <https://www.facebook.com/watch/live/?v=205024910577692&ref=watch_permalink>

79 Youtube. 2016. English For Beginners | CzegoSzukasz W Świąta?. [online] Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=tU5Rnd-HM6A> [Accessed 14 July 2020]



Kluczowe czynniki: Allegro, w kampaniach świątecznych bardzo często nawiązuje do rodziny i pokazuje wiele różnych emocji, dzięki czemu dociera do dużej grupy odbiorców, którzy w pewien sposób utożsamiają się z bohaterami i/lub sytuacją z kampanii. W tym konkretnym spocie reklamowym, od samego początku odbiorca jest bardzo zainteresowany głównym bohaterem. Jest ciekawy jego losów, powodów, dla których jako starsza osoba chce się uczyć angielskiego i zastanawia się, jak zakończy się ta historia. Kampania jest bardzo zabawna, ale też wzbudza w odbiorcy wiele emocji, takich jak radość, miłość, wzruszenie, zaskoczenie i podziw. Zakończenie historii jest bardzo zaskakujące i wzruszające! Kampanię ogląda się bardzo przyjemny i łatwy sposób, co sprawia, że odbiorca czuje się z nim częściowo związany.

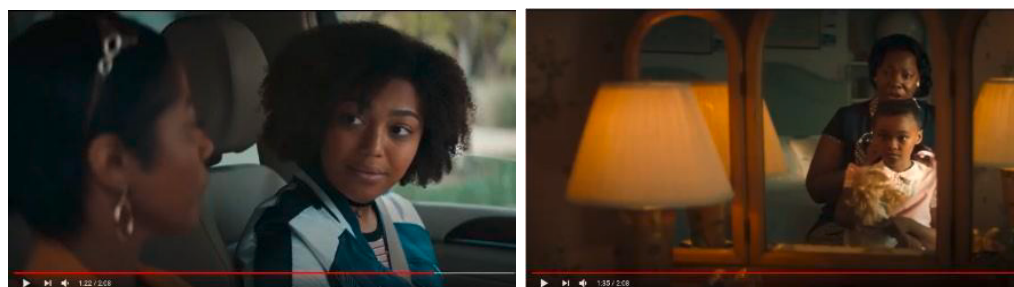
2. Drugim przykładem jest kampania wirusowa Dove pod nazwą "**Real Beauty Sketches**", rozpoczęta w 2013 roku. Jest dowodem na to, że nie wszystkie kampanie wirusowe muszą być zabawne czy szokujące. Filmik doczekał się ponad 163 milionów wyświetleń na całym świecie i wygenerował 4,6 miliarda odtworzeń we wszystkich mediach. Kampania porusza bardzo ważny temat - samoocenę i pokazuje różnicę między tym, jak widzimy siebie, a jak widzą nas inni. Bohaterkami wideo są kobiety, których portrety są dwukrotnie rysowane przez wyszkolonego w FBI artystę kryminalistę. Jeden portret rysowany jest na podstawie opisu kobiety, a drugi na podstawie nieznanego. Wyniki są bardzo zaskakujące!



Ilustracja 11 oraz 12

Kluczowe czynniki: Ten film jest bardzo wzruszający. Dotyczy bardzo ważnego problemu w życiu, jakim jest niska samoocena, kompleksy, z którymi wiele kobiet boryka się na co dzień. Ostatecznie pokazuje 2 różne wizerunki tej samej osoby, gdzie widać, że inni postrzegają ją znacznie lepiej niż ona sama. Wielu odbiorców utożsamiło się z tym problemem i dlatego chętnie przekazywali go innym. Tak więc kampania ta bardzo mocno dotyka emocji konsumentów, wzrusza ich i pokazuje bezsens kompleksów⁸⁰.

3. Ostatnim przykładem jest spot "**The Talk**" z 2017 roku, zrealizowany dla giganta dóbr konsumpcyjnych Procter & Gamble w ramach kampanii "My Black is Beautiful". Spot dotyczy problemu uprzedzeń rasowych. Rodzice rozmawiają na ten temat ze swoimi dziećmi⁸¹.



Ilustracja 13 oraz 14

80 Dostęp 14 Lipca 2020 from <https://www.cyberclick.net/numericalblog/en/viral-marketing-examples-6-great-campaigns-and-their-effects>

81 <https://www.entrepreneur.com/slideshow/313584>



Kluczowe przykłady: Cel kampanii został osiągnięty. Spot ten był inspiracją do rozpoczęcia dyskusji na temat rasizmu na szeroką skalę. Poruszył problem, a tym samym sprowokował widzów do dyskusji. W efekcie marka zdwoiła wysiłki i zawarła umowę na umieszczenie spotu w fabule hitowego sitcomu Black-ish.

Korzyści i zagrożenia związane z marketingiem wirusowym

Co można osiągnąć poprzez marketing wirusowy	Czego nie może osiągnąć marketing wirusowy
<ul style="list-style-type: none"> • większą siłę działania • niski koszt zdobycia poparcia • dotarcie do nowych odbiorców • znacznie szybszy czas oddziaływania <p>Marketing wirusowy jest bardzo skuteczny. Ze względu na sposób jego rozpowszechniania, w bardzo krótkim czasie, przy niewielkich nakładach finansowych, może dotrzeć do ogromnej grupy społecznej. Dodatkowym atutem jest sytuacja, w której treść jest parodiowana lub modyfikowana, ponieważ dodaje jej to popularności i pozwala dotrzeć do jeszcze większej liczby odbiorców.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • natychmiastowych rezultatów <p>Sukces kampanii wirusowej zależy jednak w dużej mierze od zaangażowania odbiorców. Nie jest łatwo stworzyć treści, które zachwycą, zaskoczą i zachęcą do pokazania kampanii innym. Internauci to dość wymagająca grupa.</p>

Działania te nie są więc proste, ale nie są też niemożliwe. Wymagają analizy i zrozumienia grupy docelowej, jej potrzeb, a także dużej kreatywności i odrobiny szczęścia. Stworzenie dobrej zawartości wymaga też czasu, jednak korzyści są warte poświęcenia i zaangażowania.

Pomocne umiejętności w prowadzeniu kampanii

W dalszej części artykułu dowiesz się, jakie umiejętności pomogą Ci odnieść sukces.



Umiejętności komunikacyjne

Musisz być w stanie nie tylko komunikować się ze swoją grupą docelową, ale także z ludźmi, którzy mają pomóc Ci w kampanii. Utrzymywanie jasnych i spójnych komunikatów w zespole oznacza możliwość wykonania większej ilości zadań w krótszym czasie i brak nieporozumień. Postaraj się, aby myśli, które chcesz przekazać były jak najbardziej zrozumiałe, tak aby każdy wiedział, co chcesz powiedzieć. Poznaj swój zespół i podziel zadania, które muszą być wykonane odpowiednio. Każdy ma swoje własne tempo i rytm pracy. Każdy współpracownik może być lepszy w różnych zadaniach, na przykład, jeden może być dobry w pisaniu, inny w wyszukiwaniu treści. Staraj się nie przeciążać jednej osoby wieloma zadaniami i upewnij się, że Twoi ludzie wiedzą, że jesteś dostępny dla nich we wszystkich sprawach, których mogą potrzebować, od szczegółów dotyczących zadania po pomoc w czymś (lub nawet po prostu rozmowę).



Wystąpienia publiczne

Niezależnie od tego, czy stoisz przed przyjaciółmi, współpracownikami, czy wygłaszasz konferencję prasową na żywo, wystąpienia publiczne są nieuniknioną częścią prowadzenia kampanii. Mówienie do ludzi nie jest umiejętnością wrodzoną dla każdego, ale jest to coś, co można ćwiczyć i stawać się w tym coraz lepszym. Jest to najlepszy sposób na promocję projektu lub tematu. Musisz być w stanie z łatwością przedstawić swój projekt lub temat kampanii. Jeśli brak ci pewności siebie podczas wystąpienia lub



zastanawiasz się, co chcesz powiedzieć podczas niego, publiczność zrozumie to i prawdopodobnie nie zwróci na to zbyt dużej uwagi. Z drugiej strony, jeśli pokładasz ufność celowi kampanii i temu, co mówisz, ludzie zareagują inaczej. Jeśli jesteś jednym z tych, którzy mówią do ludzi z łatwością, to doskonale, ale jeśli nie, możesz zacząć od ćwiczenia przed lustrem, potem przed rodziną i powoli przejść do większego tłumu. Na początek możesz mówić na temat, który dobrze znasz, a później poprosić słuchaczy, aby wybrali temat lub zadali Ci pytania.



Aktywne słuchanie

Teraz już wiesz, co zrobić, aby móc przemawiać przed ludźmi. Jednak co, gdy to ktoś mówi do Ciebie? Nie możesz pozwolić sobie na bierne ignorowanie swojej grupy docelowej lub ludzi, z którymi współpracujesz. Dlatego właśnie bycie aktywnym słuchaczem jest niezbędną umiejętnością. Aktywne słuchanie ludzi wokół siebie, słyszenie tego, co mówią i jak mówią, oznacza, że masz szansę dowiedzieć się, jakie komunikaty chcą od Ciebie usłyszeć. Należy zwracać uwagę na to, co mówią i dać im poczucie, że rozmawiają z nami, a nie tylko wypowiadają do nas puste słowa. Patrz uważnie na ich język ciała, ponieważ czasami ludzie nie mogą wyrazić się poprawnie za pomocą słów i używają swojego ciała. W ten sposób możesz ulepszyć swoje kampanie.



Umiejętności analityczne

Badanie aktualnych trendów i strategii pomoże Ci w rozpoznaniu, co będzie najlepsze, aby osiągnąć Twoje cele. Każdego dnia pojawia się coś nowego, ulepszonego i zaktualizowanego. Publikowane są informacje, raporty badań akademickich lub artykuły w gazetach. Jeśli masz główny temat swojej kampanii, ale musisz wywnioskować, jakie podejście zastosujesz, są tysiące źródeł, które tylko czekają, abyś je wykorzystał i zainspirował się nimi.



Wiedza jak korzystać z różnych kanałów

W dzisiejszych czasach prawie każdy korzysta z YouTube, Facebooka, Instagrama czy innych platform. Aby kampania zakończyła się sukcesem, musisz wiedzieć, której z nich użyć do czego. Jeśli chcesz przeprowadzić swoją kampanię w mediach społecznościowych, pamiętaj, że nie wszystkie komunikaty w każdym z ich rodzajów są sobie równe. To, co sprawdza się w jednym kanale, może nie przenieść takich samych rezultatów w innym. Na przykład, hashtagi są świetne, gdy są używane na Twitterze i Instagramie, ale nie działają już tak sprawnie na Facebooku. Aby mieć większy wpływ, korzystaj również z sieci społecznościowych, z których najczęściej korzysta Twoja grupa docelowa. Młodzi ludzie w wieku 14-24 lat używają częściej swoich kont na Instagramie, osoby powyżej 25 roku życia mogą być bardziej aktywne na Facebooku. Znajomość różnic pomiędzy typami wiadomości i, ogólnie, różnic pomiędzy mediami może pomóc Ci wyróżnić Twoje treści.





Opowiadanie

Rozmawiając z ludźmi, używaj nie tylko logiki, ale także różnych emocji. Musisz opowiadać w sposób, który odwołuje się do emocjonalnej strony odbiorców. Pisząc jakiegokolwiek treści, znajdź sposób na połączenie życia odbiorców z Twoją ideą. Odnieś się do frustrujących tematów, których doświadczają i powiedz im, jak Twoje spojrzenie na problem poprawi sytuację. Zamiast podawać ludziom tylko informacje, wykorzystaj osobiste doświadczenia.



Perswazja

Umiejętność ta oznacza, że spośród setek osób, które mogą mieć różne opinie w tym samym temacie, musisz mieć argumenty, które sprawią, że ludzie będą słuchali właśnie Ciebie. Twoje przesłanie musi być w stanie przekonać ich do swojego sposobu myślenia za pomocą siły słów (przekonując ich, że Twój przykład jest najlepszy). Pomocne może być stworzenie jasnej i zwięzłej historii, która wyjaśnia korzyści płynące z Twojego sposobu działania.



Bycie czytany

Przeczytaj co zrobili inni ludzie wokół Ciebie. Bycie czytany w różnych tematach nie tylko pomaga zwiększyć ogólną wiedzę, ale także pozwala zobaczyć, które metody działania przynoszą efekty, a które nie. Jest to bardzo pomocne przy pisaniu treści lub prowadzeniu kampanii na konkretny temat. Zaczynaj od małych rzeczy – znajdź i śledź jeden lub dwa blogi internetowe. Następnie zacznij włączać czytanie do swojej rutyny. Dodawaj różne książki, czasopisma i inne materiały, które dotyczą danego tematu do swojej biblioteczki. Bądź na bieżąco z wiadomościami lub znajdź różne interesujące źródła. Możesz również rozważyć wykorzystanie podcastów i filmów jako źródła informacji.

Podsumowując: wśród umiejętności potrzebnych do zbudowania udanej kampanii można wyróżnić 8 tych, które są niezbędne: Umiejętności komunikacyjne; Wystąpienia publiczne; Aktywne słuchanie; Umiejętności analityczne; Wiedza, jak korzystać z różnych kanałów; Opowiadanie; Perswazja; Bycie czytany. Każda z wyżej wymienionych umiejętności jest ważna zarówno pod względem indywidualnym, aby być lepszym mówcą, pracownikiem i człowiekiem, jak i w budowaniu (krok po kroku) skutecznej udanej kampanii. Podsumowując, stworzenie kampanii od podstaw może pomóc Ci utworzyć nową sieć kontaktów i odkryć aspekty Twojej osobowości, o których wcześniej nie miałeś pojęcia.



Streszczenie

Czym jest kampania i jak może ona pomóc w walce z mową nienawiści i cyberprzemocą?

Kampania to seria wydarzeń komunikacyjnych, których minimalnym celem jest zmiana poglądów ludzi na dany temat - wyższym celem jest zmotywowanie ludzi do podjęcia konkretnych działań, a przez to osiągnięcie określonego celu politycznego lub ekonomicznego (np. nowego prawa przeciwko mowie nienawiści).

Co muszę wziąć pod uwagę, planując kampanię przeciwko mowie nienawiści lub cyberprzemocy?

Jeśli chodzi o planowanie kampanii przeciwko mowie nienawiści lub cyberprzemocy, polecamy wyżej wspomnianą listę kontrolną oraz praktyczne zalecenia (np. rozważenie różnych elementów kampanii; przeprowadzenie analizy sytuacji; połączenie działań offline i online; użycie prawdziwych historii ludzkich; wykorzystanie zdjęć; pamiętanie, że działania publiczne muszą być wcześniej zgłoszone u odpowiednich organów i niezapominanie o dokonaniu oceny i podsumowania na koniec kampanii) - zalecenia te mogą, ale nie muszą, odnosić się do Twoich działań i generalnie lepiej pasują do większych wydarzeń.

Gdzie mogę znaleźć inspirację dla odpowiednich kampanii?

Aby zaczerpnąć inspiracji, spójrz na powyższe przykłady udanych kampanii w różnych krajach europejskich.

Czym jest marketing wirusowy i jak mogę go zastosować w swojej kampanii?

Marketing wirusowy jest obecnie powszechnie wykorzystywany do promowania różnych produktów, usług, marek, a także różnych kampanii. Nazwa ta związana jest ze sposobem dotarcia do odbiorców i ich bezpośrednim udziałem w rozpowszechnianiu treści, materiałów. Marketing wirusowy jest więc podejściem skoncentrowanym na kliencie. Sukces kampanii wirusowej zależy od odbiorców i ich przekazu do innych. To właśnie z tego powodu musimy zwrócić uwagę na to, jak tworzyć treści, aby dotrzeć do jak największej liczby osób. Tak naprawdę nie ma jednej złotej recepty na stworzenie kampanii wirusowej, a każda kampania jest inna i używa się tu różnych środków, w zależności od celu przekazu i grupy docelowej.

Jakie umiejętności są pomocne w prowadzeniu kampanii?

Możemy podsumować umiejętności potrzebne do zbudowania udanej kampanii. Są to: umiejętności komunikacyjne; wystąpienia publiczne; aktywne słuchanie; umiejętności analityczne; wiedza, jak korzystać z różnych kanałów; opowiadanie; perswazja; bycie odczytanym. Każda z wyżej wymienionych umiejętności jest ważna zarówno pod względem indywidualnym, aby stawać się coraz lepszym pracownikiem i człowiekiem, ale także by krok po kroku budować udaną kampanię. Podsumowując, tworzenie kampanii od podstaw może pomóc Ci rozszerzyć sieć kontaktów i odkryć nowe aspekty samego siebie.

Jakie mniejsze działania mogę podjąć przeciwko nienawiści w sieci?

Oczywiście również mniejsze akcje są wartościowe - dlatego powyżej wymieniliśmy kilka ich przykładów: wspólny udział w demonstracji; zbieranie podpisów pod petycją; produkcja wideo, podcastu lub komiksu; stworzenie fotoakcji lub ekspozycji szkolnej; tworzenie pocztówek, ulotek, naklejek lub plakatów; stoisk informacyjnych lub banerów i wreszcie: reagowanie na nienawiść z miłością i odwagą cywilną.



4.5. Materiały edukacyjne na temat mowy nienawiści i cyberprzemocy

Poniżej znajdują się rekomendowane materiały edukacyjne na temat mowy nienawiści i cyberprzemocy, które można wykorzystać w szkolnej i pozaszkolnej pracy z młodzieżą.

- Keen, E./Georgescu, M. (2016). Bookmarks. A Manual for combating hate speech online through human rights education. Dostęp 11 grudnia 2020 <https://rm.coe.int/168065dac7> Dostępne w języku arabskim, ormiańskim, holenderskim, angielskim, estońskim, fińskim, francuskim, niemieckim, greckim, węgierskim, włoskim, macedońskim, czarnogórskim, norweskim, polskim, portugalskim, rumuńskim, słowackim, hiszpańskim, ukraińskim.
- Brander, P./De Witte, L./Ghanea, N./Keen, E./Nikitina, A./Pinkeviciute, J. (2020). Compass. Manual for Human Rights Education with Young People. Dostęp 11 grudnia 2020 <https://rm.coe.int/compass-eng-rev-2020-web/1680a08e40> Dostępne w języku duńskim, holenderskim, angielskim, francuskim, niemieckim, norweskim, hiszpańskim, szwedzkim.
- De Latour, A./Perger, N./Salaj, R./Tocchi, C./Ettema, M. (2017). We can! Taking action against hate speech through counter and alternative narratives. Dostęp 11 grudnia 2020 <https://rm.coe.int/wecan-eng-final-23052017-web/168071ba08> Dostępne w języku niderlandzkim, angielskim, francuskim, gruzińskim, norweskim, portugalskim, hiszpańskim.
- The Austrian No Hate Speech Komitee (2019). Materialpaket NO HATE SPEECH. Dostęp 11 grudnia 2020 <https://www.nohatespeech.at/aktiv-gegen-hass/> Dostępne w języku niemieckim.
- Commonsense.org (2012). Breaking down hate speech. Dostęp 11 grudnia 2020 <https://www.noblesvilleschools.org/cms/lib07/IN01906676/Centricity/Domain/120/9-12-unit4-breakingdownhatespeech.pdf> Dostępne w języku angielskim.
- Tony Blair Institut for Global Change (2017). Action against hate speech. A resource for teaching and learning about hate speech. Dostęp 11 grudnia 2020 <https://generation.global/assets/resources/hate-speech-english.pdf> Dostępne w języku angielskim.
- Bricks-project.eu (2020). Bricks against hate speech. Workshop concepts. Dostęp 11 grudnia 2020 https://www.bricks-project.eu/bricks_toolbox/workshop-concepts/ Dostępne w języku czeskim, angielskim, francuskim, niemieckim, włoskim.



5. PODSUMOWANIE

CZYM jest mowa nienawiści?

"Mowa nienawiści" to każdy przejaw dyskryminującej nienawiści do ludzi, na przykład z powodu ich orientacji seksualnej, religii lub płci. Istnieje cienka granica między tym, co może, a co nie jest uznawane za "mowę nienawiści". Oceniając poszczególne przypadki, musimy wziąć pod uwagę cel mowy nienawiści, treść i ton wypowiedzi, kontekst, intencje i wpływ. Jest to nie tylko istotne dla określenia, jak niebezpieczne są dane wypowiedzi, ale także pomocne przy opracowywaniu reakcji mających na celu zmniejszenie niebezpieczeństwa tych wypowiedzi. Media społecznościowe odgrywają ważną rolę w rozprzestrzenianiu się mowy nienawiści we współczesnym świecie, a wiele z nich przeniosło się z naszego zewnętrznego świata do świata wirtualnego.

CZYM jest cyberprzemoc?

Podczas gdy mowa nienawiści jest zazwyczaj skierowana do grupy ludzi, cyberprzemoc skupia się na pojedynczych osobach. W tym przypadku ofiary stykają się z przemocą przez dłuższy czas. To przejście między atakami offline i online pokazuje, że sprawcami cyberprzemocy - zwłaszcza wśród młodych ludzi - są często osoby, które ofiary znają osobiście. W związku z tym cyberprzemoc w Internecie często miesza się z cyberprzemocą poza nim, co stanowi istotną różnicę w stosunku do mowy nienawiści, w przypadku której sprawcy i ofiary w większości nie znają się ze swojego "życia offline". Ogólnie rzecz biorąc, istnieje szerokie spektrum taktyk cyberprzemocy, a niektóre z nich zakrawają o bezprawie i przestępstwo. Ofiary mogą mieć wrażenie, że ataki na nich skierowane trwają bez przerwy, że nie ma możliwości ucieczki. Cyberprzemoc ma miejsce głównie na platformach mediów społecznościowych, w aplikacjach do przesyłania wiadomości, na forach internetowych, za pośrednictwem poczty elektronicznej oraz w społecznościach graczy online. Szczególnym zagrożeniem związanym z cyberprzemocą jest jej ciągłość, ponieważ komunikacja online może odbywać się 24 godziny na dobę.

DLACZEGO powinniśmy zwalczać mowę nienawiści i cyberprzemoc w sieci?

Cyberprzemoc może prowadzić do wielu negatywnych konsekwencji dla ofiar, takich jak problemy psychiczne, emocjonalne i fizyczne. W ciężkich przypadkach cyberprzemoc może nawet prowadzić do samookaleczenia lub samobójstwa.

Mowa nienawiści w Internecie prowadzi nie tylko do poważnych szkód w realnym życiu na poziomie indywidualnym, ale także na poziomie całego społeczeństwa, ponieważ sprzyja napięciom rasowym i innym formom dyskryminacji, w tym przemocy fizycznej.

W JAKI SPOSÓB osoby pracujące z młodzieżą i młodzi aktywiści mogą zwalczać tę przemoc?

Promowanie samoświadomości i samoregulacji

Samoświadomość i samoregulacja są potężnymi narzędziami przeciwko nienawiści, ponieważ poprawiają poczucie własnej wartości, świadomość i empatię oraz wydobywają zdolność do zarządzania zachowaniem i emocjami. Oznacza to, że mogą one zmniejszyć nienawiść i pomóc w skutecznym radzeniu sobie z nią. W związku z tym powinny być promowane wśród młodych ludzi przez osoby pracujące z młodzieżą poprzez stwarzanie możliwości ćwiczenia umiejętności samoświadomości i samoregulacji, monitorowanie i promowanie ich postępów, edukowanie o tym, jak, dlaczego i kiedy wykorzystywać te umiejętności; bycie osobą kontaktową i oferowanie relacji opartej na zaufaniu; strukturyzację środowiska ułatwiająca samoregulację; ograniczanie okazji do ryzykownych zachowań; podkreślanie konsekwencji niewłaściwego podejmowania decyzji i zmniejszanie emocjonalnej intensywności konfliktów.

Wykorzystanie edukacji w zakresie praw człowieka i cyfrowej pracy z młodzieżą jako narzędzi przeciwko nienawiści

Koncepcje edukacji o prawach człowieka i cyfrowej pracy z młodzieżą mogą być wykorzystywane przez osoby pracujące z młodymi ludźmi do wzmacniania ich pozycji w zakresie uczestnictwa i podejmowania inicjatyw przeciwko nienawiści. Cyfrowa praca z młodzieżą oznacza proaktywne używanie lub zajmowanie



się mediami cyfrowymi i technologią w pracy z młodymi i może być włączona w każde środowisko pracy z nimi. Z drugiej strony, edukacja na temat praw człowieka ma na celu wyposażenie ich w wiedzę, umiejętności i zrozumienie; rozwijanie postaw i zachowań oraz wzmocnienie pozycji ludzi, aby przyczyniali się do budowania i obrony uniwersalnej kultury praw człowieka w społeczeństwie, mając na uwadze promocję i ochronę praw człowieka i podstawowych wolności. Połączenie cyfrowej pracy z młodzieżą z edukacją o prawach człowieka jest kluczem do zapobiegania mowie nienawiści w sieci i jest niezbędne do podnoszenia świadomości i umożliwienia młodym ludziom korzystania z sieci w odpowiedzialny sposób. Ponieważ mowa nienawiści jest postrzegana przede wszystkim jako problem związany z prawami człowieka, podejście stosowane w cyfrowej pracy z młodzieżą powinno być oparte także na zasadach i standardach dotyczących praw człowieka.

Wykorzystaj zwiększone możliwości mediów społecznościowych i siłę samoorganizacji przeciwko nienawiści

Istnieje wiele skutecznych sposobów na stworzenie szerokiej kampanii, która uwrażliwi ludzi na niszczącą siłę mediów i pomoże im odróżnić wolność słowa od mowy nienawiści.

Kampania przeciwko nienawiści w sieci

Kampania to seria wydarzeń komunikacyjnych, których minimalnym celem jest zmiana poglądów ludzi na dany temat. Celem wyższym jest zmotywowanie ludzi do podjęcia konkretnego działania, a przez to do osiągnięcia określonego celu.

Zmniejszenie ilości szkodliwych treści i ich niszczących skutków.

Można próbować przekonać ludzi do zaprzestania zamieszczania takich treści lub wspierać tych, którzy są przez nie atakowani. Prawo i regulacje to tylko jeden z elementów układanki, a same pozytywne wypowiedzi również nie wystarczą. Jeśli chcesz przeciwdziałać mowie nienawiści, wymaga to Twojego wysiłku. W takim przypadku, by nie odpowiadać nienawiścią na nienawiść, musisz stłumić swoje gniewne uczucia, powstrzymać się od impulsywności, emocji i nienawistnego tonu. Podstawowe zasady, które należy wziąć pod uwagę przy rozpoznawaniu i reagowaniu na mowę nienawiści, to: uczenie zachowań empatycznych i umiejętności emocjonalnych; mówienie o istnieniu i skutkach mowy nienawiści; uznawanie kosztów emocjonalnych i bycie wsparciem; świadomość przyczyn i oznak radykalizacji; umiejętności cyfrowe - bądź krytycznym myślicielem i sprawdzaj swoje źródła; zgłaszanie nienawiści i podnoszenie świadomości. Chociaż państwo, a nawet platformy mediów społecznościowych mają ramy regulujące mowę nienawiści, nie będą one służyć niczemu innemu, jeśli nie obudzą ludzkich sumień. To odpowiedzialność was i mnie, i każdego z nas, kto korzysta z Internetu, aby tworzyć lub konsumować treści jako świadomi obywatele, a nie tylko jako ślepi konsumenci.

Kiedy organizujesz własną kampanię przeciwko mowie nienawiści i cyberprzemocy, sprawdź listę kontrolną w celu uzyskania praktycznych zaleceń (na przykład, aby pomyśleć o różnych elementach kampanii; przeprowadzić analizę sytuacji; połącz działania offline i online; włącz ludzkie historie; wykorzystaj zdjęcia; pamiętaj, że działania publiczne często wymagają wcześniejszego zgłoszenia i uzyskania zgody i nie zapomnij o ocenie kampanii na samym jej finiszu). Te zalecenia mogą, ale nie muszą odnosić się do Twojej działalności i generalnie lepiej pasują do większych wydarzeń. Oczywiście mniejsze akcje też są wartościowe! Dlatego wymieniliśmy kilka ich przykładów, takich jak wspólny udział w odpowiedzialnej demonstracji, zbieranie podpisów pod petycją, produkcja filmu, podcastu lub komiksu, fotoakcja lub wystawa szkolna, tworzenie pocztówek, ulotek, naklejek lub plakatów, stołów informacyjnych lub banerów. Aby zaczerpnąć trochę inspiracji, spójrz na wyżej wymienione przykłady udanych kampanii w różnych krajach europejskich.

Ponadto, zalecamy wykorzystanie marketingu wirusowego do promocji kampanii. Marketing wirusowy jest podejściem skoncentrowanym na kliencie. Sukces kampanii wirusowej zależy od jej popularności i przekazu jaki niesie. Warto zwrócić uwagę na to, jak tworzyć treści, aby dotarły do jak największej liczby osób. Marketing wirusowy wydaje się być trudny, ale dzięki temu, że treści są atrakcyjne i łatwe do



udostępniania, wykorzystują odpowiednie kanały i prowokują do rozmowy, mogą być bardzo skuteczne.

Wiesz już, czym jest kampania i jak ją zorganizować, ale wciąż zadajesz sobie pytanie, jakie umiejętności i zdolności są ważne dla skutecznego prowadzenia kampanii? Odpowiedź na to pytanie można podsumować następującymi 8 umiejętnościami i zdolnościami: umiejętności komunikacyjne; wystąpienia publiczne; aktywne słuchanie; umiejętności analityczne; wiedza, jak korzystać z różnych kanałów; opowiadanie; perswazja; bycie czytany.

Teraz jesteś już dobrze przygotowany do prowadzenia akcji związanej ze zwalczaniem mowy nienawiści. Życzymy Wam wielu sukcesów!



6. KARTA PRACY

Zadanie 1: Dowiedz się więcej o mowie nienawiści w sieci i cyberprzemocy

Przeczytaj przewodnik Hatebusters i odpowiedz na poniższe pytania:

- Czym jest mowa nienawiści w sieci i cyberprzemoc i jakie mogą być ich negatywne konsekwencje?
- Co możesz zrobić, aby pomóc w zwalczaniu nienawiści w sieci?

Zadanie 2: Podejmijmy działania przeciwko nienawiści w sieci

Zaplanuj w swojej szkole lub ośrodku młodzieżowym akcję przeciwko nienawiści w sieci!

Zadanie 3: Podziel się swoją wiedzą z innymi

Porozmawiaj z innymi ludźmi na temat mowy nienawiści w sieci i cyberprzemocy oraz podziel się z nimi swoją wiedzą.

Zadanie 4: Pomóż nam rozpowszechnić przewodnik Hatebusters

Udostępnij przewodnik Hatebusters w mediach społecznościowych i poproś o rozesłanie go do osób, które są zainteresowane tematyką mowy nienawiści w sieci i cyberprzemocy lub które mogą być ich ofiarą lub sprawcą.



7. ŹRÓDŁA

2. Wprowadzenie do podręcznika Hatebusters

- Organization for Security and Cooperation in Europe, 2020. Hate Crime Report 2020. Dostęp 7 października 2020 <https://www.osce.org/>

3. Mowa nienawiści w sieci i cyberprzemoc

- Article 19. (2015). 'Hate Speech' Explained Toolkit. Dostęp 8 października 2020 <https://www.article19.org/resources/hate-speech-explained-a-toolkit/>
- Byrne, J., Long, J., IGLYO On Online Hate Speech, IGLYO, 2013. Dostępne na: <http://www.iglyo.com/wp-content/uploads/2014/01/Online-Hate-Speech-WEB.pdf>
- COUNCIL OF EUROPE – Committee of Ministers. (1997). Recommendation No. R (97) 20 of the committee of ministers to member states on "hate speech", (pp. 106-108). Dostęp 7 października 2020 <https://rm.coe.int/1680505d5b>
- Dangerous Speech Project. (2020). Dangerous Speech: A Practical Guide. Dostęp 9 października 2020 <https://dangerousspeech.org/guide/>
- Elster N., "More than hurt feelings: The Real Danger of Hate Speech", Dostęp: <https://impakter.com/hurt-feelings-real-danger-hate-speech/>
- Keen, E., Georgescu, M., & Gomes, R. (2016). Bookmarks: manual for combating hate speech online through human rights education. Bookmarks. Strasbourg: Council of Europe. Dostęp 7 października 2020 <https://rm.coe.int/168065dac7>
- Miller, C. (2016). Xenophobia on Twitter: tracking abuse in the wake of Brexit. Dostęp 13 października 2020 <https://www.wired.co.uk/article/eu-referendum-brexit-xenophobia-twitter-data>
- Smith, A. (2019). Trump says congresswomen of color should 'go back' and fix the places they 'originally came from'. Dostęp 13 października 2020 <https://www.nbcnews.com/politics/donald-trump/trump-says-progressive-congresswomen-should-go-back-where-they-came-n1029676>
- Titley, G., Keen, E., & Földi, L. (2014). Starting points for combating hate speech online. Council of Europe. Dostęp 7 października 2020 https://mbn.rmzk.sk/wp-content/uploads/2019/07/Starting-Points-for-Combating-Hate-Speech-Online_Ed.-2014.pdf.pdf
- UNICEF. (2020). Cyberbullying: What is it and how to stop it. Dostęp 3 listopada 2020 www.unicef.org/end-violence/how-to-stop-cyberbullying
- U.S. Department of Health and Human Services. (2020a). Cyberbullying Tactics. Dostęp 3 listopada 2020 <https://www.stopbullying.gov/cyberbullying/cyberbullying-tactics>
- U.S. Department of Health and Human Services. (2020b). Prevent Cyberbullying. Dostęp 3 listopada 2020 <https://www.stopbullying.gov/cyberbullying/prevention>
- U.S. Department of Health and Human Services. (2020c). What Is Cyberbullying? Dostęp 3 listopada 2020 <https://www.stopbullying.gov/cyberbullying/what-is-it>



- Smith, A. (2019). Trump says congresswomen of color should ‚go back‘ and fix the places they ‚originally came from. Dostęp 13 października 2020 <https://www.nbcnews.com/politics/donald-trump/trump-says-progressive-congresswomen-should-go-back-where-they-came-n1029676>
- Zick, A., Wolf, C., Küpper, B., Davidov, E., Schmidt, P., & Heitmeyer, W. (2008). The Syndrome of Group-Focused Enmity: The Interrelation of Prejudices Tested with Multiple Cross-Sectional and Panel Data. Journal of Social issues, 64(2), 363-383. doi.org/10.1111/j.1540-4560.2008.00566.x

4.1. Samoświadomość i samoregulacja

- Ackermann, C. (2020). What is Self-Regulation? (+95 Skills and Strategies). PositivePsychology.com. Dostęp 7 października 2020 <https://positivepsychology.com/self-regulation/>
- Center for adolescent studies (2020). Why Mindfulness is a Good Skill for Teens to Learn | Center for Adolescent Studies. Centerforadolescentstudies.com. Dostęp 7 października 2020 <https://centerforadolescentstudies.com/why-mindfulness-is-a-good-skill-for-teens-to-learn>
- Geisler, U., & Muttonhammer, J. (2016). Ciando.com. Dostęp 7 października 2020 http://www.ciando.com/img/books/extract/3955714438_lp.pdf
- Pettinelli, M. (2016). OpenStax CNX. Cnx.org. Dostęp 7 października 2020 <https://cnx.org/contents/zBRs9vY@26.1:Go3-qeBU@5/Self-Regulation-A-Definition-and-Introduction>
- Project „MIND FUL NESS“. (2018). Salto-youth.net. Dostęp 7 października 2020 https://www.salto-youth.net/downloads/toolbox_tool_download-file-2052/Mindfulness%20booklet%20-%20A%20toolkit%20for%20youth%20workers.pdf

4.2. Edukacja w zakresie praw człowieka i cyfrowa praca z młodzieżą

- Introducing human rights education. Compass: Manual for Human Rights Education with Young people. (2020). Dostęp 24 lipca 2020 <https://www.coe.int/en/web/compass/introducing-human-rightseducation#:~:text=Article%206%20of%20the%20Universal,human%20rights%20and%20fundamental%20freedoms>
- Developing digital youth work – An agile mindset is crucial - Youth - European Commission. Youth
- European Commission. (2020). Dostęp 5 sierpnia 2020 https://ec.europa.eu/youth/news/developing-digital-youth-work-%E2%80%93-agile-mindset-crucial_en
- Digitalyouthwork.eu. (2020). Dostęp 3 lipca 2020 <https://www.digitalyouthwork.eu/wp-content/uploads/sites/4/2019/09/european-guidelines-for-digital-youth-work-web.pdf>

4.3. Większe możliwości mediów społecznościowych i siła samoorganizacji przeciwko nienawiści

- Bojarska K.(2017). The dynamics of Hate Speech and Counter Speech in the Social Media, Summary of Scientific Research, Dostęp 8 września 2020 <https://cihr.eu/wp-content/uploads/2018/10/The-dynamics-of-hate-speech-and-counter-speech-in-the-social-media-English-1.pdf>
- Jung R.H. (2010). Self-organization. In: Anheier H.K., Toepler S. (eds) International Encyclopedia of Civil Society. Springer, New York, NY. https://doi.org/10.1007/978-0-387-93996-4_87
- kidshelpphone. (2020). Helping young people recognize and respond to online hate [Ebook] (1st ed., pp. 1-2). Dostęp 9 grudnia 2020 <https://kidshelpphone.ca/wp-content/uploads/Online-Hate-2020-EN-FINAL.pdf>



- Piyushi, J. (2018). Social Media: Impact on human behavior and society. Dostęp 19 sierpnia 2020 <https://www.linkedin.com/pulse/social-media-impact-human-behavior-society-piyushi-jain>
- Wortham, J. (2013). Facebook Made Me Do It. Nytimes.com. Dostęp 16 września 2020 <https://www.nytimes.com/2013/06/16/sunday-review/facebook-made-me-do-it.html>
- <https://rm.coe.int/ecri-general-policy-recommendation-no-15-key-topics-combating-hate-spe/16808b763a>

4.4. Kampania przeciwko nienawiści

- campaignstrategy.org (2020). Dostęp 13 października 2020 http://campaignstrategy.org/advanced_tips.php
- De Latour, A./Perger, N./Salaj, R./Tocchi, C./Otero, P. (2017). Dostęp 24 listopada 2020 https://www.nohatespeech.at/wp-content/uploads/2017/05/WeCANmanual_FINAL_MAJ17032017.pdf
- mojafirma.infor.pl (n.d.). Dostęp 14 lipca 2020 <https://mojafirma.infor.pl/e-firma/reklama-w-internecie/243932,Na-czym-polega-viral-spohttps://>
- En.wikipedia.org (2020). Dostęp 14 lipca 2020 https://en.wikipedia.org/wiki/Viral_marketing
- marketing-schools.org. (n.d.). Dostęp 14 lipca 2020 <https://www.marketing-schools.org/types-of-marketing/viral-marketing.html>
- Youtube.com (2018). Dostęp 14 lipca 2020 <https://www.youtube.com/watch?v=WTduMpfNIMo>
- Youtube.com (2016). Dostęp 14 lipca 2020 <https://www.youtube.com/watch?v=tU5Rnd-HM6A>
- Youtube.com (2017). Dostęp 14 lipca 2020 <https://www.youtube.com/watch?v=WTduMpfNIMo>
- entrepreneur.com (2018). Dostęp 14 lipca 2020 from <https://www.entrepreneur.com/slideshow/313584>
- Youtube.com (2013). Dostęp 14 lipca 2020 https://www.youtube.com/watch?time_continue=180&v=XpaOjMXyJGk&feature=emb_title
- Roberts, S., 2020. Viral Marketing Examples: 6 Great Campaigns And Their Effects. Dostęp 14 lipca 2020 <https://www.cyberclick.net/numericalblogen/viral-marketing-examples-6-great-campaigns-and-their-effects>
- poradnikprzedsiębiorcy.pl (2018). Dostęp 14 lipca 2020 <https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/-marketing-wirusowy-najciekawsze-przyklady>
- poradnikprzedsiębiorcy.pl (2017). Dostęp 14 lipca 2020 <https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/-czym-sa-virale>
- Gołębicka, A. (2020). Muzeum Powstania Warszawskiego On Facebook Watch. Dostęp 14 lipca 2020 https://www.facebook.com/watch/live/?v=205024910577692&ref=watch_permalink
- Friedrich, F., Buchner, M., & Kunkel, D. (2007). Forschungsjournal.de. Dostęp 7 października 2020 http://forschungsjournal.de/sites/default/files/archiv/FJNSB_2007_3.pdf#page=27



- UN Women (2020). Endvawnow.org. Dostęp 7 października 2020 <https://www.endvawnow.org/en/articles/1207-campaigning-tactics-and-techniques.html>
- UN Women (2012). Endvawnow.org. Dostęp 7 października 2020 <https://www.endvawnow.org/en/articles/1153-lessons-on-planning-and-implementation-.html>
- campaignstrategy.org (2020). Dostęp 13 października 2020 http://campaignstrategy.org/advanced_tips.php
- The 50 Most Essential Marketing Skills You Need to Be Successful in 2020. (2020) Dostęp 16 września 2020 <https://coschedule.com/blog/marketing-skills/>
- 7 Invaluable Marketing Skills That Help Teams Produce Consistently Great Content. (2018) Dostęp 16 września 2020 <https://buffer.com/resources/marketing-skills/>
- How to Create a Social Media Strategy in 8 Easy Steps. (2020) Dostęp 16 września 2020 <https://blog.hootsuite.com/how-to-create-a-social-media-marketing-plan/>

5. Materiały edukacyjne dotyczące mowy nienawiści i cyberprzemocy do wykorzystania w szkolnej i pozaszkolnej pracy z młodzieżą

- Keen, E./Georgescu, M. (2016). Bookmarks. A Manual for combating hate speech online through human rights education. Dostęp 11 grudnia 2020 <https://rm.coe.int/168065dac7>
- Brander, P./De Witte, L./Ghanea, N./Keen, E./Nikitina, A./Pinkeviciute, J. (2020). Compass. Manual for Human Rights Education with Young People. Dostęp 11 grudnia 2020 <https://rm.coe.int/compass-eng-rev-2020-web/1680a08e40>
- De Latour, A./Perger, N./Salaj, R./Tocchi, C./Ettema, M. (2017). We can! Taking action against hate speech through counter and alternative narratives. Dostęp 11 grudnia 2020 <https://rm.coe.int/wecan-eng-final-23052017-web/168071ba08>
- The Austrian No Hate Speech Komitee (2019). Materialpaket NO HATE SPEECH. Dostęp 11 grudnia 2020 <https://www.nohatespeech.at/aktiv-gegen-hass/>
- Commonsense.org (2012). Breaking down hate speech. Dostęp 11 grudnia 2020 <https://www.noblesvilleschools.org/cms/lib07/IN01906676/Centricity/Domain/120/9-12-unit4-breakingdownhatespeech.pdf>
- Tony Blair Institut for Global Change (2017). Action against hate speech. A resource for teaching and learning about hate speech. Dostęp 11 grudnia 2020 <https://generation.global/assets/resources/hate-speech-english.pdf>
- Bricks-project.eu (2020). Bricks against hate speech. Workshop concepts. Dostęp 11 grudnia 2020 https://www.bricks-project.eu/bricks_toolbox/workshop-concepts/



8. SPIS ILUSTRACJI

1. Zdjęcie autorstwa Kat J na Unsplash
2. Screenshot. Dostęp 20 października 2020 <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/1150381396994723841>
3. Zdjęcie autorstwa Jon Tyson na Unsplash
4. Zdjęcie autorstwa Canva Studio z Getty Images
5. Zdjęcie autorstwa Canva Studio z Pexels
6. Zdjęcie autorstwa Canva Studio z Pexels
7. Zdjęcie autorstwa Canva Studio na Getty Images
8. Zdjęcie autorstwa Pixabay na Pexel
9. Zdjęcie autorstwa Canva Studio na Getty Images
10. Screenshot. Dostęp 20 października 2020 <https://www.youtube.com/watch?v=tU5Rnd-HM6A>
11. Screenshot. Dostęp 20 października 2020 <https://www.youtube.com/watch?v=tU5Rnd-HM6A>
12. Screenshot. Dostęp 20 października 2020 <https://www.youtube.com/watch?v=ovY6yjTe1LE>
13. Screenshot. Dostęp 20 października 2020 <https://www.youtube.com/watch?v=ovY6yjTe1LE>
14. Zdjęcie autorstwa DESIGNECOLOGIST na Unsplash





HATEBUSTERS

Youth against hate

Wsparcie Komisji Europejskiej dla opracowania tej publikacji nie stanowi poparcia dla treści, które odzwierciedlają jedynie poglądy autorów, a Komisja nie ponosi odpowiedzialności za jakiegokolwiek wykorzystanie zawartych w niej informacji.