

RAPORT ȘTIINȚIFIC ȘI TEHNIC

Denumirea proiectului: ANALIZA DISCURSULUI PERICULOS, DISCURSULUI INSTIGATOR LA URĂ ȘI DISCURSULUI OFENSATOR ÎN ROMÂNIA ȘI UNGARIA ÎN CONTEXTE FACEBOOK PUBLICE UTILIZÂND TEHNICI DE SOCIOLOGIE COMPUTAȚIONALĂ

Acronim: ADHOC, cod PN-III-P1-1.1-TE-2016-0892, contract nr. 35/2018

Etapa 2 - Analiza datelor și diseminarea rezultatelor

An 2019

Activitățile de cercetare în etapa 2

În etapa 2 (2019) a proiectului ADHOC, au avut loc activități de cercetare ce au constat analiza datelor colectate în etapa 1 (2018), pregătirea de prezentări pentru conferințe naționale și internaționale, pregătirea de articole pentru publicare în reviste științifice și volume naționale și internaționale. Activitățile de diseminare au constat în prezentări orale la conferințe naționale și internaționale, publicarea de articole și capitole în volume, precum și organizarea unui workshop la care au participat cercetători în domeniul științelor comunicării din România și Ungaria.

Datele analizate

Eșantionul intențional și de popularitate (2016-2017) cuprinde comentarii de nivelul 1 colectate prin interogare API din postări publice publicate în contextul a peste 100 de pagini de Facebook.

Tabelul 1. Eșantionul intențional și de popularitate

Context	Pagini FB RO	Pagini FB HU
Media de informare	11	12
Lideri politici	19	14
Partide politice	7	9
Comunități online	14	16
TOTAL	53	51

S-au colectat și analizat în total 966.600 comentarii publicate pe pagini în limba română și 838.329 comentarii publicate în limba maghiară.

Eșantionul principal (2016-2018) cuprinde primele 25 de comentarii de nivelul 1 (ierarhizate de către platforma Facebook) colectate prin interogare API de la postări publice în contextul a 535 de pagini publice de Facebook în limbile română și maghiară între 1 ianuarie 2016 și 31 decembrie

2018. Din cauza restricțiilor API impuse de platformă în 2018 (pe fondul scandalului Cambridge Analytica), nu a fost posibilă extragerea tuturor comentariilor din fiecare thread conversațional.

Tabelul 2. Eșantionul amplu

Context	Pagini FB RO	Pagini FB HU
Instituții media	54	55
Persoane publice	169	159
Partide politice	15	10
Comunități politice	36	37
TOTAL	274	261

Un număr mare din comentariile colectate nu conțineau text (doar imagini sau emoji-uri). Au fost analizate comentariile care conțineau expresii verbale. S-au colectat și analizat în total 1.520.575 comentarii publicate pe pagini în limba română și 1.164.776 comentarii publicate în limba maghiară.

Analiza cantitativă a datelor

Analiza frecvenței și co-ocurențelor țințelor discursului instigator la ură arată că țințele predilecte ale discursului antagonic online în limba română sunt minoritățile etnice - romii și maghiarii. O categorie socială care devine recent țintă a discursurilor antagonice este cea a asistaților social. Asistații sociali și pensionarii sunt cel mai probabil categorii culpabilizate de către utilizatorii Facebook în raport cu opțiunile politice ale acestora și dependența de anumite structuri guvernamentale. Cele mai frecvente ținte ale discursului antagonic apar în legătură cu subiecte politice - alegeri, guvern, cheltuirea banilor publici, corupție și furt. Refugiații sunt menționați în contextul Uniunii Europene, nu al politicii interne. Grupurile LGBT sunt menționate în raport cu teme ca sexualitatea, dar și în slabă legătură cu religia. De asemenea, musulmanii sunt mai degrabă menționați în contextul unor teme religioase, dar și probabil în legătura cu propunerea doamnei Sevil Shhaideh (de religie musulmană) pentru poziția de prim-ministru, care a stârnit controverse în toamna anului 2016. Comparând cu discursurile antagonice înregistrate pe Facebook în Ungaria, chiar dacă grupurile țintă cele mai frecvent menționate în comentarii pe Facebook sunt acelea ale refugiaților/migranților pe fondul unei implicări directe în criza europeană din 2015-2016, următoarele două grupuri ca frecvență a mențiunilor sunt romii și românii, ceea ce indică o raportare similară.

Tehnici de machine learning și knowledge representation

O parte din eforturile de cercetare au vizat utilizarea de metode mixte pentru identificarea șabloanelor de stereotipare exprimate în comentarii pe Facebook.

Cele două seturi de date (comentariile în română și comentariile în maghiară) au fost analizate utilizând tehnici de machine learning. Metoda Word2Vec a fost utilizată pentru a construi word

embeddings. Vectorii reprezentând termenii care referențiază grupurile țintă ale discursului instigator la ură au fost analizați folosind elemente de algebră a vectorilor și similaritatea bazată pe context cu alți termeni.

Word2Vec este o rețea neuronală cu două niveluri antrenată pentru a reconstrui contextul lingvistic al cuvintelor. Utilizează ca input corpora de dimensiuni mari și produce un spațiu vectorial de câteva sute de dimensiuni, fiecărui cuvânt fiindu-i asociat un vector în acest spațiu. Poziționarea vectorilor se face în funcție de contextul comun al cuvintelor – cuvintele cu contexte comune vor fi reprezentate pe vectori poziționați mai apropiat unul de celălalt. În scopul identificării stereotipurilor negative, a fost utilizată, de exemplu, o fereastră contextuală de 3 cuvinte (la stânga și dreapta fiecărui termen).

Caracteristicile identificate au fost grupate în familii semantice / grupuri conceptuale folosind codare manuală. Folosind metoda analizei conceptelor formale, au fost analizate triadele grup-caracteristică-context.

Au fost utilizate instrumente de procesare a limbajului natural din librăria Python Spacy. De asemenea, a fost utilizată librăria Gensim pentru producerea vectorilor termenilor din corpus prin metoda Word2Vec. Fereastra contextuală utilizată a fost de 3 cuvinte, dimensiunea spațiului vectorial de 300, iar numărul de epoci utilizate a fost de 10.

Datorită variațiilor mari în ortografierea cuvintelor în limba română în comentarii pe Facebook (cu/fără diacritice), vocabularele rezultate pentru corpusul în limba română au fost mult mai mari decât cele în limba maghiară.

Tropi, meme, mituri, stereotipuri și topoi

Analiza cantitativă și calitativă a șabloanelor discursive din comentariile publicate pe Facebook a urmărit identificarea modului în care diferite (și deseori contradictorii) credințe, stereotipuri, atitudini și alte programe care vizează mobilizarea unor segmente ale publicului, respectiv instrumentalizarea la nivel discursiv a unor *țapi ispășitori* (din rândul minorităților etnice/religioase, lingvistice sau politice) conform teoretizărilor expuse în *The politics of fear: What right-wing populist discourses mean* de către Ruth Wodak (2015).

În diferite analize derulate, s-au avut în vedere următoarele concepte:

Tropi – Hayden White pune în discuție tropica discursului aplicând metodele criticii literare în analiza reprezentărilor în scrierile istorice.

Meme – Richard Dawkins introduce termenul pentru a denumi așa-zisele „gene culturale” în contextual reinterpretării evoluționismului Darwinian. Conceptul este adoptat și crește în popularitate în contextul culturii online – în mod specific – meme pe internet sau în cultura digital conform definiției oferite de Limor Shifman (2014).

Mituri – Roland Barthes definește conceptul mitului contemporan în esul său *Mitul azi* ca un înțeles de ordinal doi în domeniul cultural (unii autori prefer să clarifice acest concept ca narațiune ideologică sau implicație ideologică).

Stereotipuri – gândirea stereotipică și stereotipurile apare ca un mod de a simplifica cerințele la nivelul percepției, pe baza unor cunoștințe anterioare, uneori ca răspuns la factori de mediu /

contextual – diferite roluri sociale, conflicte de frup, diferențe de putere. Stereotipurile pot fi o cale de a justifica status quo-u sau pot funcționa ca răspuns la o nevoie de găsire a identității sociale (Hilton and Hippel 1996).

Topoi – Topos (topoi la plural) este unul dintre cele mai folosite concepte din teoria argumentării – referind așa-zise rezervoare ce conțin idei cheie generalizate din care pot fi generate afirmații specifice sau argumente– urgența, amenințarea, salvatorul, țapul ispășitor, istoria (Wodak 2015).

Analiza tropilor verbali în conversațiile din social media în România

În ultimii ani, în România, paginile de Facebook publice au devenit arene de dezbatere sau mai degrabă locuri în care au loc ceea ce McLuhan numea într-un interviu din 1977 (McLuhan 2010) întâlniri abrazive în căutarea propriei identități, puternic marcate de agenda politică și agenda mass-media de informare. Tropii discursivi care marchează discursul ultimilor ani în contextele social media din România descriu imaginarii participanților la discuții pe Facebook pe paginile instituțiilor media (deci în raport cu evenimentele curente), partidelor politice (deci în raport cu strategiile de comunicare ale acestora), comunităților de activism și protestelor (în raport cu încercările de mobilizare online) și persoanelor publice (în raport cu declarațiile adesea politice făcute pe Facebook - ca spațiu public).

A fost analizată frecvența apariției în contexte sociale virtuale (pagini de Facebook) și temporale a următorilor tropi verbali: *anteniștii*, *asistații*, *hashtagiștii*, *penalii*, *postacii*, *(#)rezist*, *securiștii*, *sorosșiștii*, *statul paralel*, *tflștiții*, *trollii*.

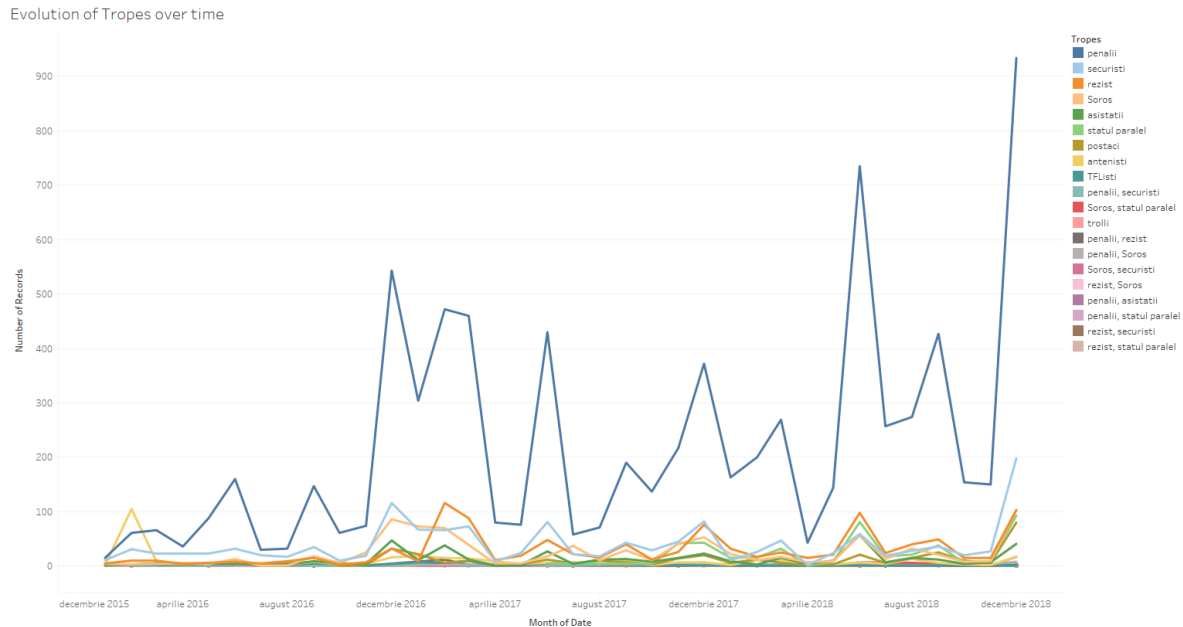


Figura 1. Evoluția în timp a frecvenței și co-ocurenței tropilor verbali în comentarii pe paginile de Facebook ale instituțiilor media din România

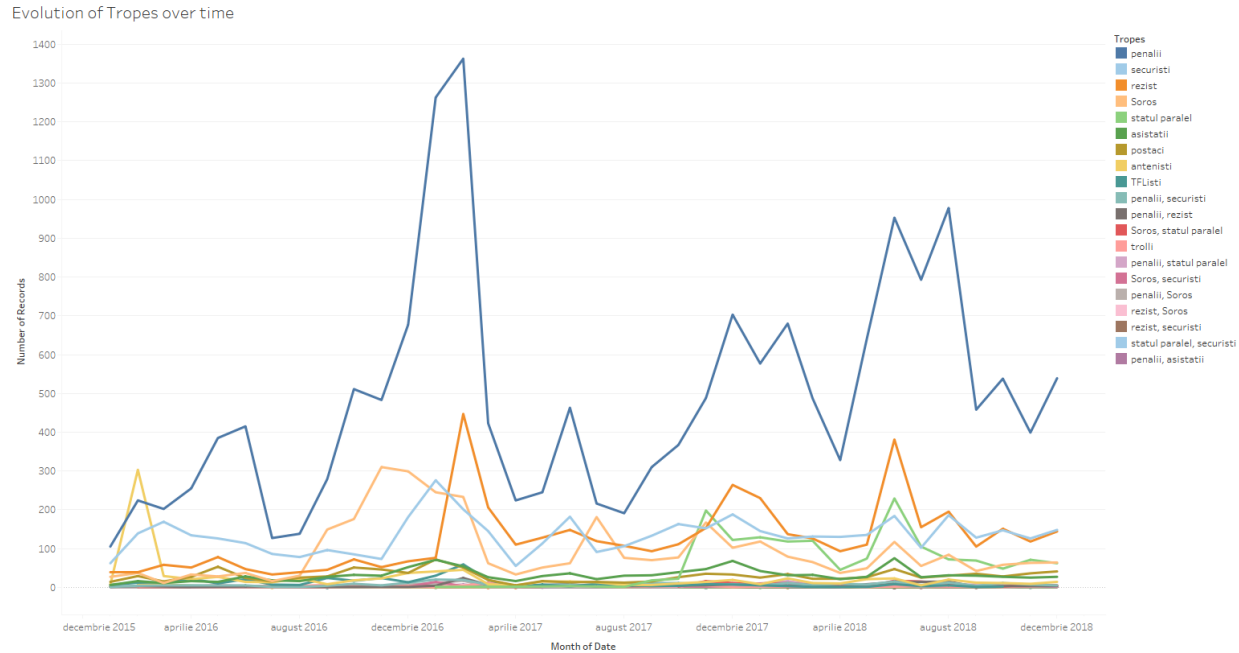


Figura 2. Evoluția în timp a frecvenței și co-ocurenței tropilor verbali în comentarii pe paginile de Facebook ale persoanelor publice din România

Penalii sunt tropul discursiv care apare cel mai frecvent menționat, indicând importanța temei justiției în ultimii trei ani, dar și o tendință de preluare a unui discurs antagonic, sprijinit de opoziție și președinte.

În cazul paginilor partidelor politice, următorii tropi frecvent întâlniți în comentarii sunt *securiștii*, *Soros*, *#rezist*, *postacii*, *statul paralel*, *asistați* și *anteniști* în această ordine. În cazul comunităților / cauzelor politice, ierarhia e diferită, *penalii* fiind urmați de *#rezist*, *securiști*, *Soros*, *postaci*, *asistați* și *statul paralel*. În cazul instituțiilor media, tropul discursiv *penalii* este urmat de *securiști*, *#rezist*, *Soros*, *asistați*, *statul paralel*, *postaci* și *anteniști*. În cazul paginilor persoanelor publice, *penalii* sunt urmați de *securiști*, *#rezist*, *Soros*, *statul paralel*, *asistați*, *postaci* și *anteniști*.

Șabloanele discursurilor antagonice pe Facebook indică o combinație de teme, tropi și ținte ale discursurilor antagonice mai vechi și mai noi. Tropul *penalii* este unul apărut relativ recent, la fel și *#rezist*, *asistații* sau *statul paralel*, dar cel al *securiștilor* a marcat cel puțin întreaga perioadă post-comunistă. Tropul *Soros* e utilizat în ultimele decenii la nivel internațional. Tropii *#rezist*, *asistații* sau *statul paralel* comportă similarități cu tropi discursivi prezenți și în contextele altor țări. Vedem așadar o latență și o tendință de globalizare a discursurilor, dincolo de evidenta influență a discursului politic și agendei media.

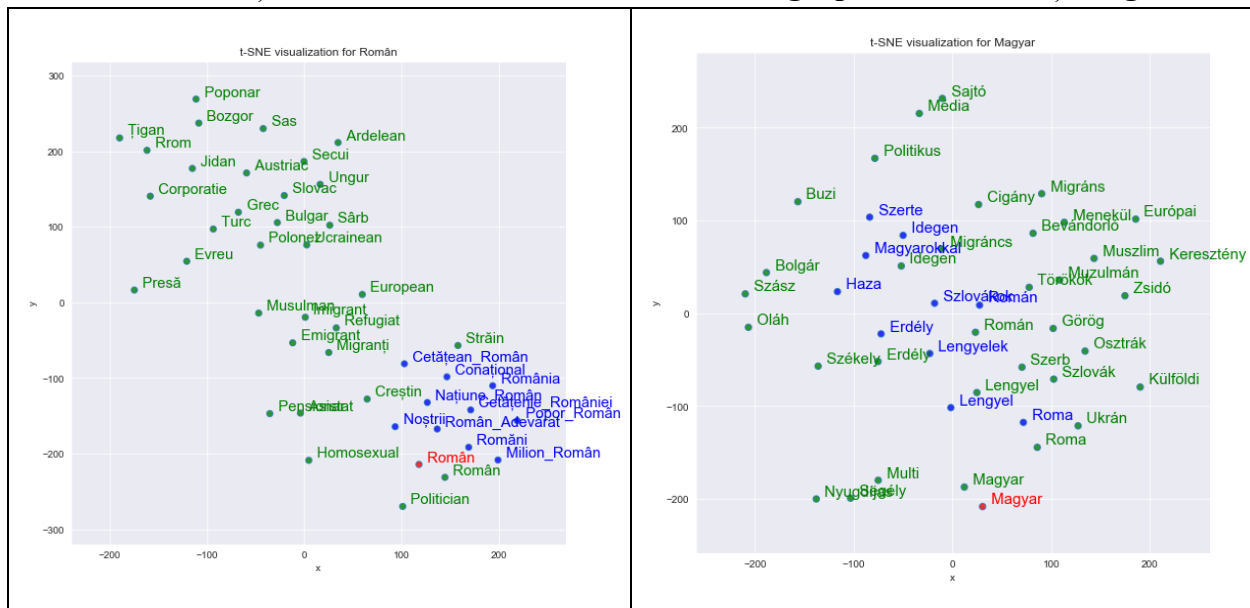
Analiza comparativă România-Ungaria

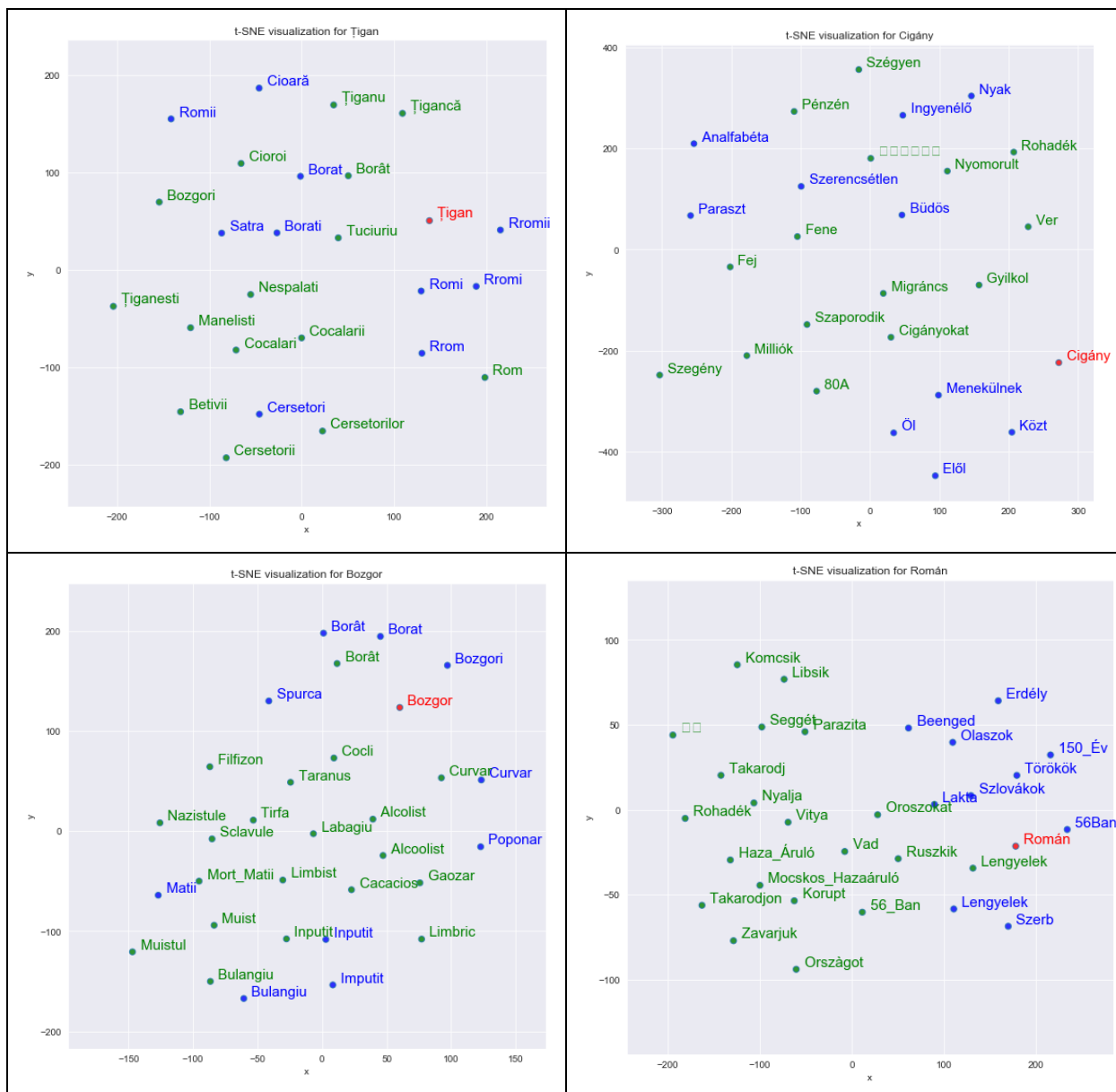
Analiza comparativă a rezultatelor arată conexiuni între agenda media, agenda politică și șabloanele discursive care se manifestă în comentariile publicate pe Facebook. În plus, șabloanele discursive indică conexiuni între ținte specifice ale discursului ofensator sau instigator la ură și

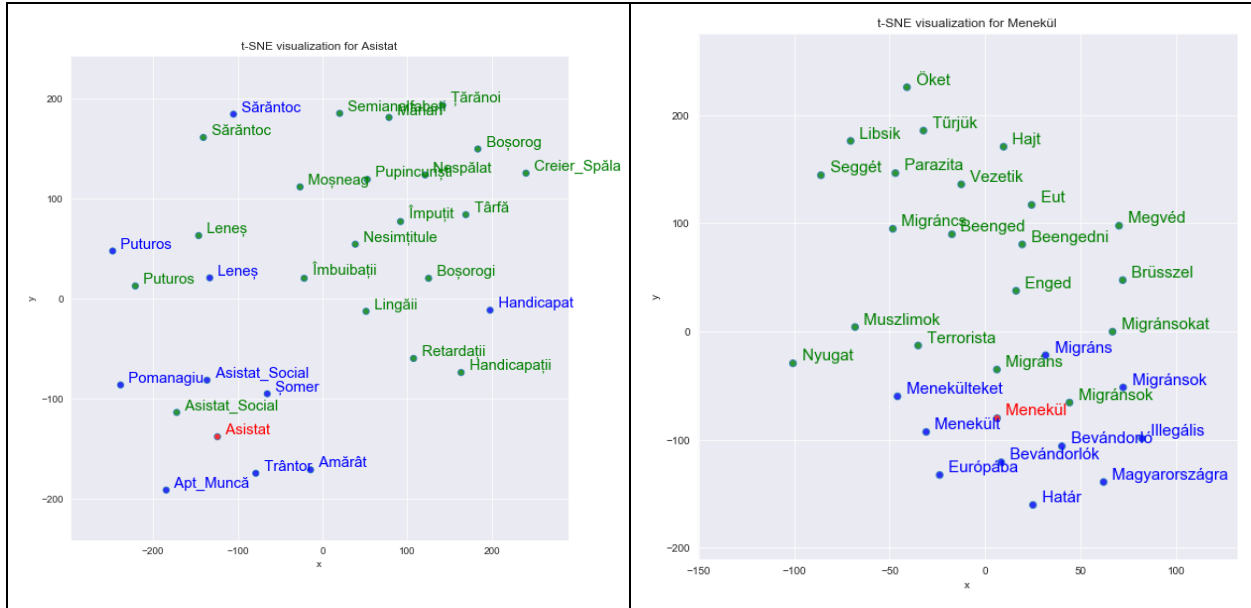
concepte care indică preocupări pentru probleme sociale mai largi sau calificative negative care fac parte din stereotipuri comune în raport cu grupuri minoritare.

Analiza comparativă a stereotipurilor (prezentarea *Pointing Fingers. Stereotyping and Patterns of Meaning in Xenophobic Discourses on Social Media in Romania and Hungary, CEECOM 2019*) a vizat termenii cu similaritate cosinus mare în raport cu demonimele proprii și termeni neutri sau injurioși utilizați pentru a face referire în română sau maghiară la grupuri etnice/naționale minoritare, minorități sexuale, minorități religioase (musulmani) categorii sociale vulnerabile (migranți, pensionari, asistați social), grupuri profesionale (preoți, politicieni, presă) etc. Pentru fiecare limbă, au fost identificați și termenii (calificativele negative) care au aceeași relație cu termenul țintă cum are termenul „țigan”/„cigany” cu cel mai frecvent utilizat termen injurios. A fost utilizat acest termen, deoarece grupul etnic Roma este în general considerat a fi cea mai frecventă țintă a discursului instigator la ură în cele două țări.

Tabel 3. Proiecții ale vectorilor unor termeni referind grupuri în română și maghiară







Utilizând Analiza Conceptelor Formale, stereotipurile negative asociate diferitelor categorii comune au fost comparate între contextul lingvistic românesc și cel maghiar.

Analiza conceptelor formale este o metodă de reprezentare a cunoașterii introdusă de către Rudolf Wille în 1980 și bazată pe filosofia pragmatică a lui Charles Sanders Peirce, pe o relație de incidență binară și pe teoria laticilor și mulțimilor parțial ordonate. Are aplicații în mai multe domenii și avantajul său constă în posibilitatea vizualizării și explorării conceptelor formale dintr-un context formal (un tabel care reprezintă relații binare între itemii dintr-o mulțime de obiecte și itemii dintr-o mulțime de atribute – în cazul nostru termenii care fac referire la grupuri și categoriile de calificative negative asociate acestora, conform scorului de similaritate cosinus). Analiza Triadică a Conceptelor Formale a fost introdusă în 1995 pentru a modela relațiile dintre trei mulțimi.

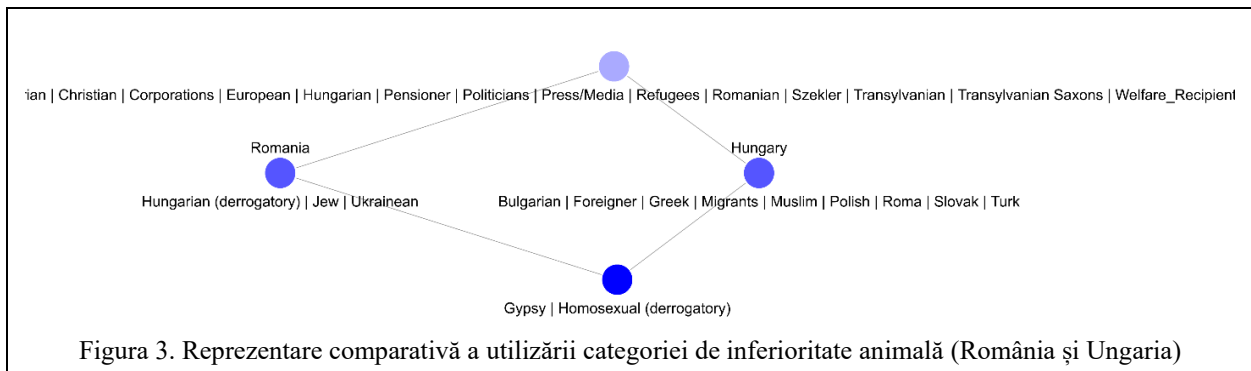


Figura 3. Reprezentare comparativă a utilizării categoriei de inferioritate animală (România și Ungaria)

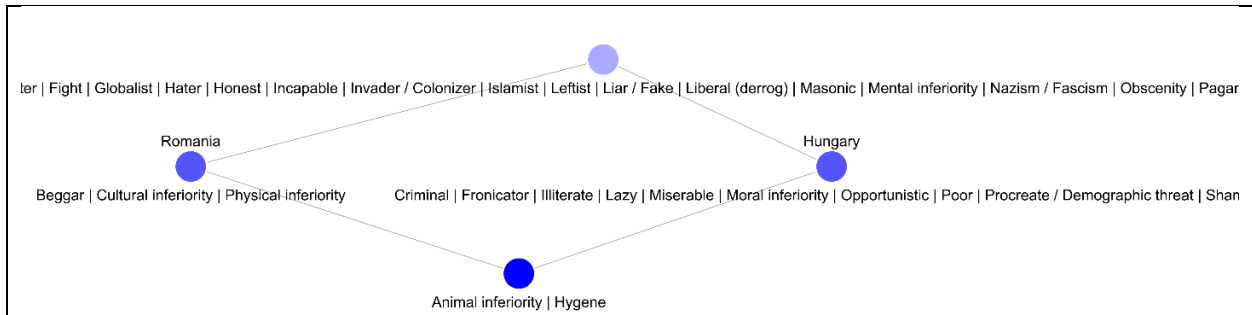


Figura 4. Reprezentare comparativă stereotipurilor referitoare la termenul „țigan”/„cigany”(România și Ungaria)

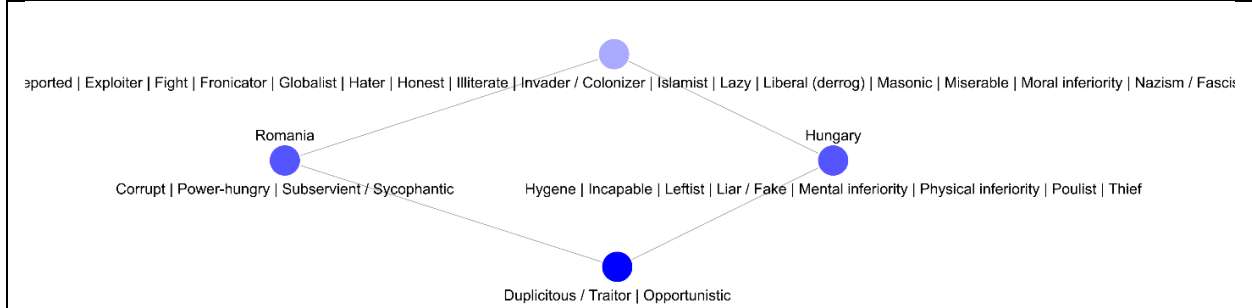


Figura 4. Reprezentare comparativă stereotipurilor referitoare la termenul politician (România și Ungaria)

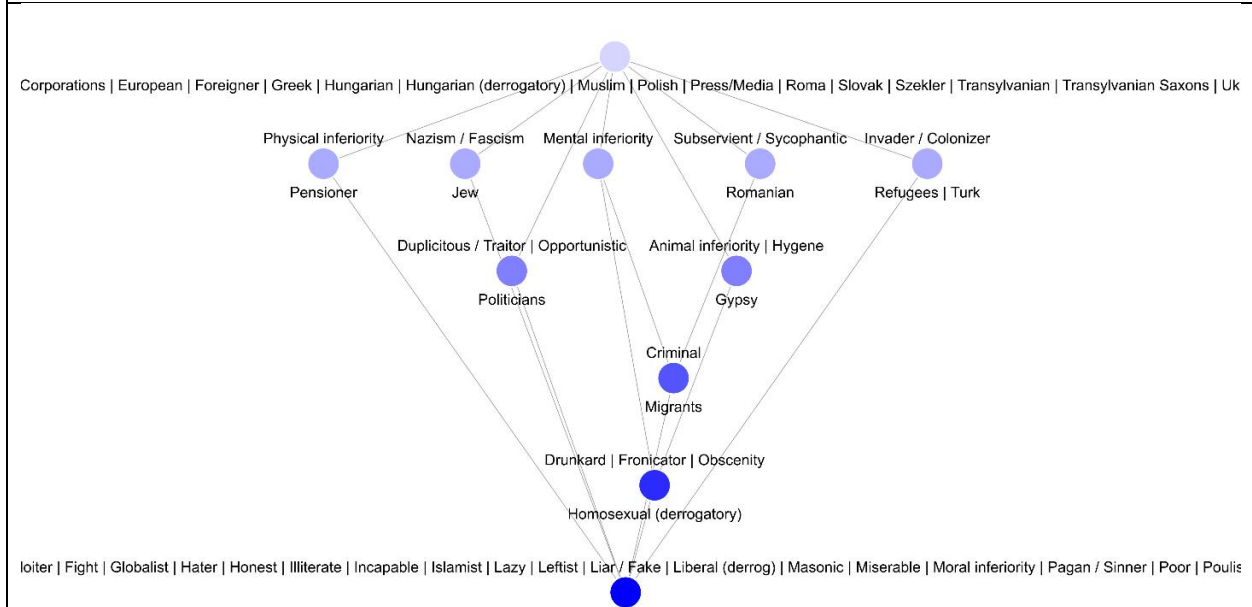


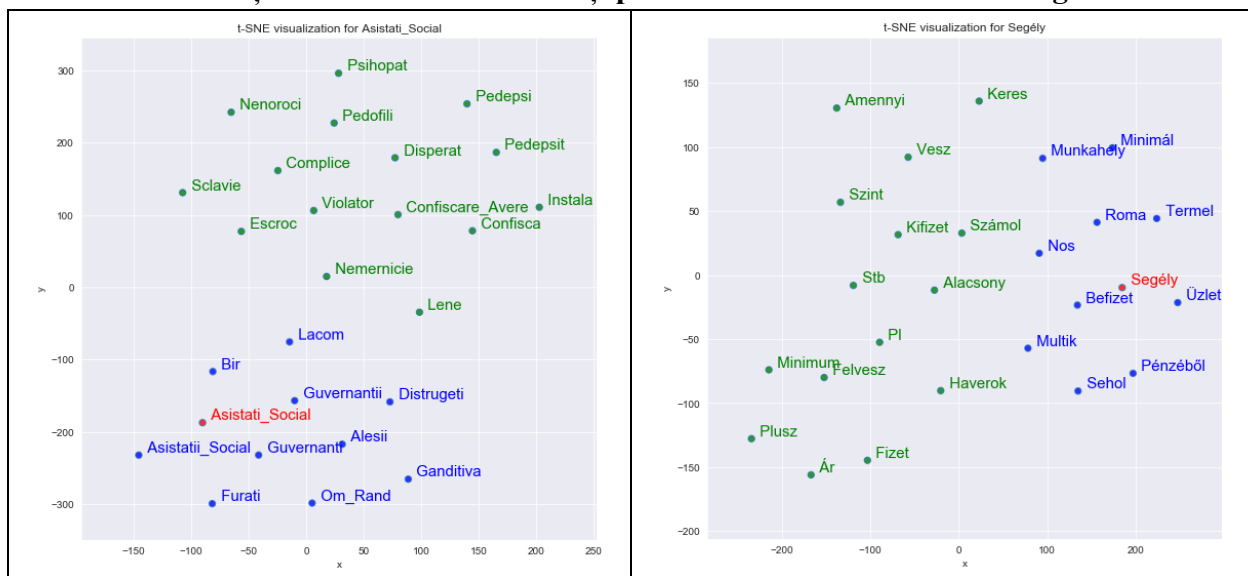
Figura 6. Reprezentare comparativă a stereotipurilor negative comune (România și Ungaria)

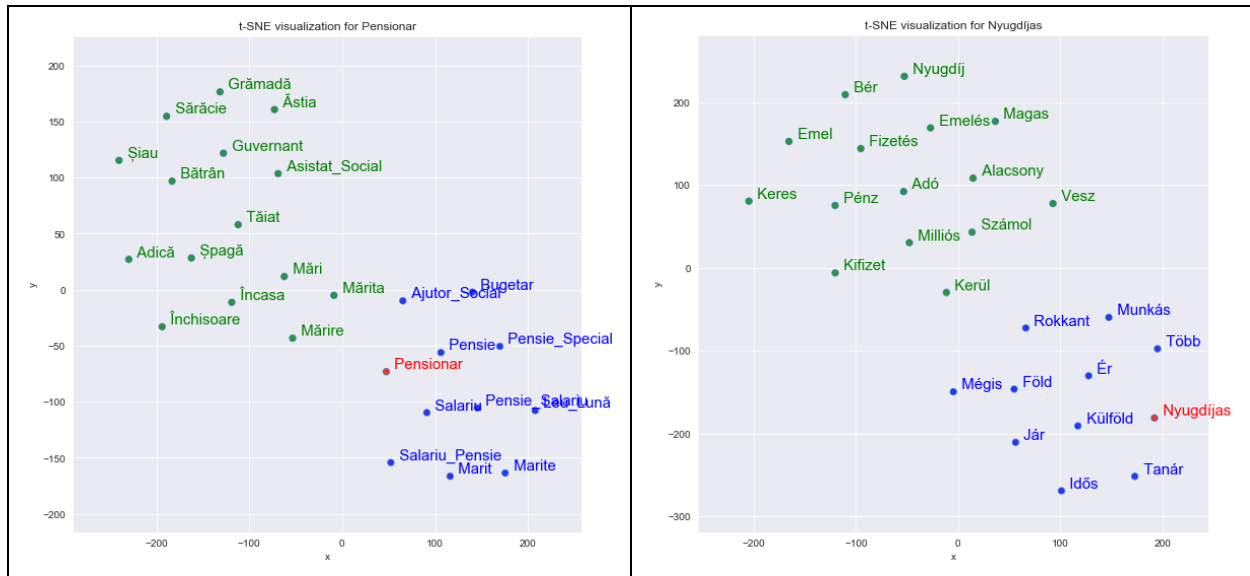
În corpul de limba română, caracteristicile negative proeminente se referă la igienă, inferioritate mentală, obscenități, slugărnicie, oportunist, lene, dar apar și în unele cazuri referințe la inferioritatea fizică (inclusiv culoarea pielii), inferioritate animală sau inferioritate culturală. Românii asociază românii cu caracteristici negative cum ar fi slugărnicia și inferioritatea mentală. În corpul de limba maghiară, caracteristicile proeminente se referă la invadatori/colonizatori, nevoia de a se apăra. Insultele din repertoriul inferiorității animale sunt utilizate la adresa mult mai multor grupuri decât în corpul în limba română.

Grupul minorității rome este stereotipizat negativ în mod similar în cele două spații cultural-lingvistice. Maghiarii exprimă variate și multiple caracteristici negative asociate migranților și refugiaților – văzuți ca invadatori. Stereotipurile antisemite sunt diferite și apar mai proeminent în corpul în limba română. Austriecii sunt referențiați ca exploatare în comentariile în limba română (în relație cu agenda media / agenda publică care a tratat cazuri de despăduriri efectuate în România de către companii austriece). Politicienii sunt asociați cu oportunistul, setea de putere, comportamentul duplicitar și slugărnicia (în raport cu interese externe). Termenii injurioși pentru homosexuali sunt asociați cu termeni obsceni, inferioritate morală și abuzul de substanțe („bețivi”, „drogați”). Pensionarii sunt asociați cu inferioritatea fizică în ambele contexte, dar în timp ce în cazul Ungariei stereotipul pare încărcat de compasiune, în România sunt asociați cu asistenții social – o categorie cu puternice valențe negative, inferioritatea mentală, văzuți ca o categorie ușor manipulabilă de către politicieni sau chiar slugărnici în raport cu aceștia.

În prezentarea Taking Names: Patterns of Meaning and Stereotyping of Social Categories in Antagonistic Discourses on Social Media in Romania and Hungary, ESA 2019, abordarea puțin diferită a vizat utilizare algebrei vectoriale pentru a analiza stereotipizarea negativă în cele două cazuri. Pentru fiecare termen (vizualizat cu roșu), cei mai similari termeni (similaritate cosinus) sunt vizualizați cu albastru, iar cu verde sunt vizualizați acei termeni care au o similaritate cosinus pozitivă cu termenul țintă și un termen negativ, dar o similaritate cosinus negativă cu un termen pozitiv. Esențialmente, această metodă utilizează relațiile stabilite și detectabile între vectorii construiți pentru a produce o imagine a gradului de stereotipizare negativă, respectiv a conținutului stereotipurilor negative.

Tabel 4. Proiecții ale vectorilor construiți pentru termenii referitor la categorii sociale





Analiza calitativă a unor cazuri semnificative

Identificarea (pe baza activităților anterioare) și analiza unor cazuri semnificative de mesaje sau contexte în care se manifestă discursul instigator la ură, ofensator sau periculos.

Analiza calitativă a vizat în principal explicarea contextului socio-politic în care mesajele au fost difuzate, descrierea conținutului și a structurii/organizării mesajelor, detectarea elementelor de retorică vizuală și identificarea conținuturilor cu valoare simbolică.

Componenta calitativă a studiului *Discursive Patterns on the Facebook Pages of Government Institutions. A Comparative Analysis of Romania and Hungary*, Pagini: 374 - 386, Editura Accent, 2019, constă în analiza postărilor cu cea mai mare popularitate (cuantificată în număr de reacții, comentarii, distribuiri). Analiza celor mai populare video-uri postate pe pagina Ministerului Apărării Naționale vizează simbolurile transmise (în termeni de corelare cu o dată importantă din calendar – Dragobete, Ziua Armatei, Unirea Principatelor), potențialul conținutului de a declanșa reacții emoționale la nivel individual (declarația de dragoste a militarilor detașați în Afganistan) sau colectiv (recitarea de către un copil, printre lacrimi, a poeziei *Nu plânge, maică Românie!*, scrisă de un soldat mort pe front în Primul Război Mondial).

Pe pagina Guvernului maghiar, cele mai distribuite video-uri au fost două clipuri din cadrul campaniei pentru referendumul anti cote de imigranți, marcate de mesaje rasiste și xenofobe, video-uri care au generat răspunsuri atât din partea cetățenilor care susțineau demersul Guvernului Orbán, dar și din partea celor care se opuneau. Fotografiiile cele mai distribuite prezintă evenimente declanșatoare de emoții puternice, fie că e vorba de compasiune și șoc în cazul accidentului petrecut în Italia, cu 16 victime copii, fie că e vorba de apelul la sentimentele de mândrie națională, în contextul meciurilor echipei naționale de fotbal, care primea încurajări înaintea meciurilor decisive din cadrul Campionatului European din 2016.

H pour Haine : l'imaginaire violent des Roumains et Hongrois et la recherche d'identité par violence verbale dans les rencontres abrasives sur les Pages Facebook din cadrul conferinței De l'Ouest à l'Est : Métamorphoses des Discours en Europe, organizată de Universitatea București, 25 octombrie 2019.

În cadrul capitolului *Disparaging "the Assisted": Shaming and Blaming Social Welfare Recipients in Romania and Hungary*, acceptat în volumul *Mediated Shame of Class and Poverty Across Europe*, Palgrave, analiza calitativă se concentrează asupra stereotipurilor construite și vehiculate în două postări video care au generat multiple comentarii ofensatoare sau instigatoare la ură.

Video-ul postat de echipa de jurnaliști de la Recorder.ro, intitulat *Marele miting*, este un exemplu de postare media cu un grad mare de popularitate Facebook, care a declanșat cele mai multe comentarii care au menționat în mod frecvent *asistații social* – beneficiarii de ajutoare sociale – asociați cu cadre conceptuale negative. Analiza a urmărit să identifice cum structura, alegerile editorial și imaginile descriu și consolidează stereotipuri, metafore vizuale și frame-uri negative asociate cu beneficiarii de ajutoare sociale și, prin intermediul listelor paradigmatică, votanții PSD. Rezultatele analizei arată că principalele trăsături ale participanților la mitingul PSD, așa cum apar construite în reportajul video, portretizează o stare de inferioritate, cu accent pe trăsături negative de ordin intelectual, moral, și fizic: capacitate intelectuală limitată (nu sunt capabili să răspundă la întrebări simple, nu se pot exprima coerent în limba maternă), afișează un comportament discutabil (sunt bețivi, nepoliticoși sau chiar violenți), sunt analfabeți sau needucați, au deficiențe fizice care îi fac hidoși/urâți (dinți lipsă, burți proeminente) și sunt murdari.

Video-ul ales pentru analiza calitativă a fost postat pe pagina de Facebook a EchoTV și a beneficiat de popularitate crescută, fiind un exemplu de postare media maghiară care a generat comentarii instigatoare la ură față de minoritatea Rromă. Acest video este format dintr-o serie de imagini selectate astfel încât să confirme și consolideze stereotipurile existente. Rezultatele analizei arată că principalele trăsături ale Rromilor/țiganilor, așa cum apar construite în reportajul video, portretizează o stare de inferioritate tribală, cu accent pe comportamente negative ca violența – sunt agresivi fizic (o sută de țigani au linșat conducătorul auto care a accidentat băiețelul de doi ani) și sunt agresivi verbal (în principal față de jurnalist și cameraman), copiii au o capacitate intelectuală limitată (nu sunt capabili să învețe să treacă strada în siguranță), iar părinții nu sunt responsabili față de copiii lor.

Analiza comparativă în context global

În contextul multiplicării discursurilor populiste la nivel global, o parte din demersurile de cercetare au urmărit clasificarea șabloanelor discursive din comentarii în raport nu doar cu categorii de discurs instigator la ură, ofensator sau periculos, ci și în raport cu topoi asociați cu discursul populist, respectiv diferite frame-uri conflictuale.

Pentru adnotarea a două subșantioane de câte 1000 de exemple aparținând setului de date aferente comentariilor la postările instituțiilor media, figurilor publice, partidelor politice și comunităților politice au fost folosite zece categorii de discurs violent: discurs ofensator (inclusiv insulte, injurii, limbaj sub-uman); discurs instigator la ură (direcționat către grupuri sau indivizi în baza

apartenenței lor la grup); apel la violență (împotriva indivizilor sau grupurilor); blamare/învinovățire (deemnarea unui individ, grup sau categorie ca fiind vinovat pentru o situație dată); dispreț în interiorul propriului grup (declarații devalorizante despre propriul grup); dispreț direcționat către Celălalt (devalorizarea membrilor unui grup exterior propriului grup); noi versus ei (cadru conflictual care explică o situație dată); amenințări (exprimă o preocupare majoră pentru viitor, predicții fataliste); indignare (în raport cu evenimente, acțiuni etc.); ironie (în sens de comentariu abraziv, uneori cu tente umoristice).

Interfața de adnotare Prodigy a fost utilizată pentru a adnota 1000 de exemple din fiecare corpus, reprocessat fără lematizare (pentru a nu pierde unele particule specifice limbajului violent). Pe baza celor 1000 de adnotări, a fost folosită librăria Spacy pentru a antrena câte un clasificator automat de text. Clasificatorul de text a fost testat până la o acuratețe de 75%. Întregile seturi de comentarii au fost adnotate automat folosind clasificatoarele (doar maxim două etichete cu probabilitate de peste 70% au fost aplicate pentru fiecare comentariu).

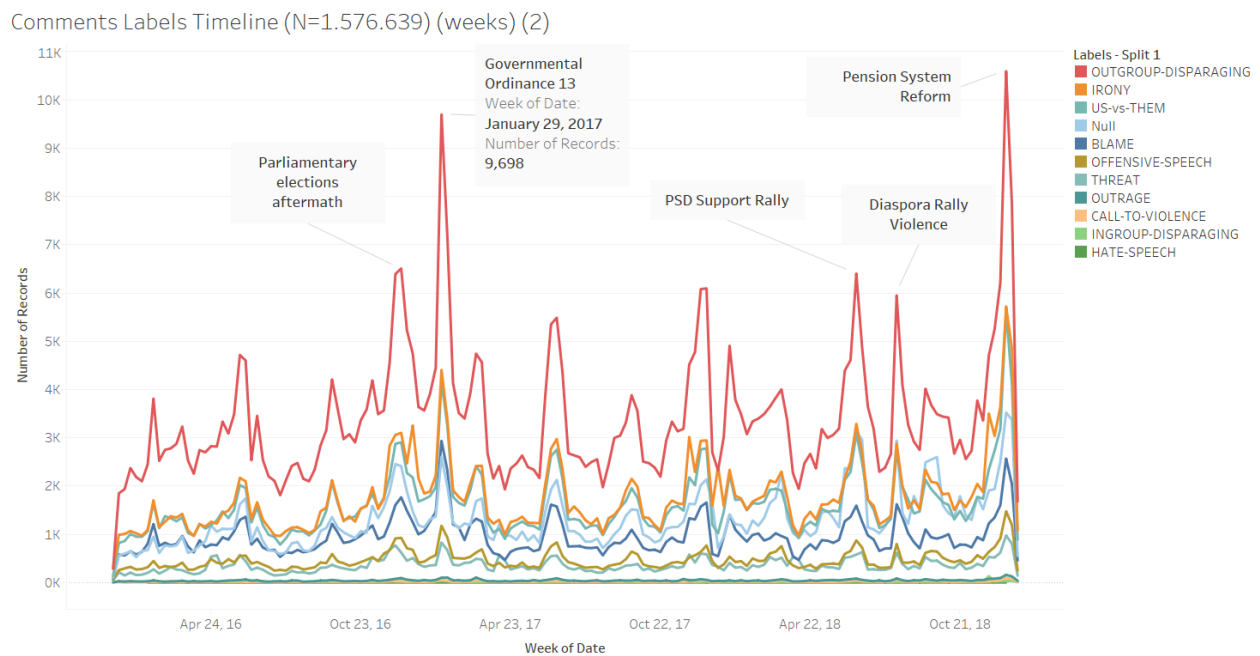


Figura 7. Evoluția frecvențelor etichetelor în timp pe comentariile în limba română

Rezultatele au fost prezentate în *Fickle crowds. Discursive Patterns of Media, Public Figures and Citizens on Social Media in Romania and Hungary*, prezentare susținută în cadrul unei conferințe pe tema populismului la Poznan și *H pour Haine : l'imaginaire violent des Roumains et Hongrois et la recherche d'identité par violence verbale dans les rencontres abrasives sur les Pages Facebook*, colocviu internațional pe tema discursurilor referitoare la integrarea europeană organizat la București.

Tabel 5. Exemple de comentarii adnotate din corpusul în limba română

CATEGORIE	Exemple
BLAME	Acest jeg nu are nici o vina,vina este a celor care l au votat ,complici la distrugerea aceste tari
	<i>ATENȚIE DRACNEA A DEZBINAT ROMÂNIA DE ANUL VIITOR VA DEZBINA ȘI EUROPA SUNTEM CALUL TROIAN PT U. E.</i>
CALL TO VIOLENCE	<i>Îngropati de vii cu tot cu avere!!!</i>
	<i>Eu as aduce minerii! Astia bat cel mai bine!</i>
	<i>Peste iei in case .să le dăm foc asa nu merge</i>
HATE SPEECH	<i>GUNOAIELE SOROSISTO-IOHANIS URLA A PĂGUBOASĂ!! HAI URLAȚI IUDEILOR TRĂDĂTORI!!</i>
	Si noi sprijinim expluzarea maghiarilor din europa. Sa plece in mongolia unde le este locul.
INGROUP DISPARAGING	<i>SUNTEM UN POPOR DE MASOCHIȘTI !!!</i>
IRONY	NU TREBUIE BLAMAȚI. EI SUNT CĂINII DE PAZĂ A DEMOCRAȚIEI. AZORICA ȘO PE EI! LĂTRAȚI MĂIIIII !
OFFENSIVE SPEECH	<i>Morții matii de jigodie .SLUGA HOTILOR . Sa iti dau MUIE .</i>
OUTGROUP DISPARAGING	Miticii au alte treburi mai importante bunaoara sa-si salveze pielea de puscarie!!
	Pana nu vom taia ajutoarele sociale, psd va stapani in continuare. Nu se poate ca 3,5 milioane sa tina in spate atatia asistati!
OUTRAGE	Toata politica o mizerie !!
	HOȚII LA PUȘCĂRIE NU LA GUVERNARE !!! ABROGAREA ORDONANȚEI !
THREAT	<i>PSD VREA SĂ INGENUNCHIEZE GENERATIILE VIITOARE SĂ LE PLĂTEASCĂ PENSIILE NESIMTITE SI SALARIILE MARI NUMAI PENTRU EI CĂ IN REST JALE</i>
US vs THEM	Vorbim SINGURI de 27 ani! EI AU ALTE PREOCUPARI!!!!!! STRICT PERSONALE!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Percentage of most likely label by categories

Labels - Split 1	Category			
	Media Outlets	Political Communit..	Political Parties	Public Figures
Null	15.06%	14.83%	16.48%	12.00%
BLAME	8.32%	8.76%	8.08%	10.25%
CALL-TO-VIOLENCE	0.25%	0.20%	0.18%	0.18%
HATE-SPEECH	0.00%	0.01%	0.00%	0.00%
INGROUP-DISPARAGING	0.14%	0.16%	0.15%	0.15%
IRONY	19.23%	16.52%	14.94%	17.43%
OFFENSIVE-SPEECH	5.35%	4.79%	4.96%	4.35%
OUTGROUP-DISPARAGING	30.87%	33.57%	34.04%	35.71%
OUTRAGE	0.59%	0.43%	0.30%	0.37%
THREAT	3.84%	4.46%	4.06%	3.40%
US-vs-THEM	16.34%	16.28%	16.80%	16.16%

Figura 8. Distribuția comentariilor etichetate pe categorii de pagini de Facebook (română)

Diseminarea rezultatelor

Participări la conferințe naționale și internaționale în etapa 2 (2019):

1. Radu MEZA, Andreea MOGOȘ, Hanna-Orsolya VINCZE, *The Algorithmisation of the Public Sphere: The Tropics of Social Media Discourse and the Transcoded Public in the Age of Surveillance Capitalism*, Journalism and Digital Media Conference, Media Culture Days, Cluj-Napoca, Romania, mai 2019.
2. Radu MEZA, Andreea MOGOȘ, Hanna-Orsolya VINCZE, *Pointing Fingers. Stereotyping and Patterns of Meaning in Xenophobic Discourses on Social Media in Romania and Hungary*, Central and Eastern European Communication and Media Conference - CEECOM 2019, Sofia, Bulgaria, iunie 2019.
3. Radu MEZA, Andreea MOGOȘ, Hanna-Orsolya VINCZE, *Networked Antagonisms in Central and Eastern Europe. Hate Speech in Comments to News Media Facebook Posts in Romania and Hungary*, 5th World Journalism Education Congress, Paris, France, iulie 2019.
4. Radu MEZA, Andreea MOGOȘ, Hanna-Orsolya VINCZE, *Taking Names. Patterns of Meaning and Stereotyping of Social Categories in Antagonistic Discourses on Social Media in Romania and Hungary*, European Sociological Association Conference 2019, Manchester, UK, august 2019.
5. Radu MEZA, Andreea MOGOȘ, Hanna-Orsolya VINCZE, *Fickle crowds. Discursive Patterns of Media, Public Figures and Citizens on Social Media in Romania and Hungary*, ECREA'S POLITICAL COMMUNICATION SECTION INTERIM CONFERENCE POLCOMM, Poznan, Polonia, septembrie 2019.
6. Radu MEZA, Andreea MOGOȘ, Hanna-Orsolya VINCZE, *H pour Haine : l'imaginaire violent des Roumains et Hongrois et la recherche d'identité par violence verbale dans les rencontres abrasives sur les Pages Facebook*, „De l'Ouest à l'Est : Métamorphoses des Discours en Europe” International Conference, București, octombrie 2019.

Publicații apărute în etapa 2 (2019):

1. Meza, R., Vincze, H.O. and Mogoș, A., 2018. Targets of Online Hate Speech in Context. A Comparative Digital Social Science Analysis of Comments on Public Facebook Pages from Romania and Hungary. *Intersections -East European Journal of Society and Politics*, pp.26-50. WOS:000456889300002
2. Meza, Radu; Meza, Șerban. A Triadic Formal Concept Analysis Approach to Analyzing Online Hate Speech in Facebook Comments. *BRAIN - Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience- ISSN:2067-3957, Issue 1, Volume 10, 2019, pp. 73-81. WOS:000457502300007*
3. Mogos Andreea Alina, Meza Radu-Mihai, Vincze Hanna Orsolya, Discursive Patterns on the Facebook Pages of Government Institutions. A Comparative Analysis of Romania and Hungary, Pagina: 374 - 386, An: 2019, Volum: Sustainable Development and Resilience of Local Communities and Public Sector Organizations, Conferință: Transylvanian International Conference in Public Administration 16-18 November 2018 Cluj-Napoca

Romania, Editură: Accent, Editor: Cristina HARUȚA Cristina M. HINȚEA Octavian MOLDOVAN, ISBN/ISSN: 978-606-561-202-0

4. Meza, R.M., *Antagonismele online*, capitol în Digitalizarea media și cultura populară, editor R.M. Meza, editura Presa Universitară Clujeană, 2019, ISBN 978-606-37-0580-9, pp. 66-72
5. Radu MEZA, Andreea MOGOȘ, Hanna-Orsolya VINCZE, *Taking Names. Patterns of Meaning and Stereotyping of Social Categories in Antagonistic Discourses on Social Media in Romania and Hungary*, abstract în Abstract Book 14th ESA Conference | Europe and Beyond: Boundaries, Barriers and Belonging | 20-23 August 2019 | Manchester, ISBN 978-2-9569087-0-8, p. 445

În curs de publicare la finalul etapei 2 (2019):

1. Hanna-Orsolya VINCZE, Radu MEZA, Andreea MOGOȘ, *Disparaging "the Assisted": Shaming and Blaming Social Welfare Recipients in Romania and Hungary*, capitol acceptat în *Mediated Shame of Class and Poverty Across Europe*, Palgrave
2. Delia BALABAN, Radu MEZA, Hanna-Orsolya VINCZE, *Frame Variation in the News Coverage of the Refugee Crisis: the Romanian Perspective*, acceptat în *East European Politics & Societies and Cultures*, Sage, (IF 0.524), raportat 50% ADHOC.

Workshop pentru diseminarea rezultatelor la nivel instituțional și local (RW).

În cadrul Médiastaféta ("Ștafeta Media"), 28 septembrie 2019, echipa ADHOC a susținut la Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării din Universitatea Babeș-Bolyai, un workshop cu tema *Computational Research Methods in Communications*. La workshop au participat profesori și cercetători în domeniul științelor comunicării, români și maghiari, de la universități din România și Ungaria: Universitatea Eötvös Loránd din Budapesta, Universitatea de Științe Tehnice și Economice din Budapesta, Universitatea din Pécs, Universitatea din Szeged, Universitatea Sapientia din Târgu Mureș, Universitatea Sapientia din Miercurea Ciuc, Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca.



Figura 9. Participanți la Médiastaféta ("Ștafeta Media") 2019 și workshopul *Computational Research Methods in Communications* organizat de echipa ADHOC

Execuția financiară și activități de management de proiect

Achiziții la capitolul logistică

În etapa 2, în cadrul proiectului ADHOC s-au făcut achiziții la capitolul Logistică în subcapitolele următoare, astfel:

CHELTUIELI DE CAPITAL

Imobilizări corporale : dotări, echipamente, mobilier, calculatoare

Denumire	Nr. bucăți
Sistem Computer de birou pentru analiză de date	1

Imobilizări necorporale: programe de calculator, licențe, brevete

Denumire	Nr. bucăți
Sistem de operare Microsoft Windows 10 Pro 64bit (pentru computer de analiză)	1
Microsoft Office Professional Plus 2019 (pentru computer de analiză)	1
Factura Licență Prodigy Explosion AI 464,10 USD pentru adnotarea datelor	1

CHELTUIELI PRIVIND STOCURILE

Materii prime, materiale consumabile

Denumire	Nr. bucăți
Mediu de stocare SSD Samsung EV0 500GB pentru stocare de date	2
USB FLASH ULTA FIR, 64GB USB 3.1 pentru transfer de date	1

Obiecte de invenar

Denumire	Nr. bucăți
Unitate optică DVD RW portabilă pentru stocare / tranfer de date	1
Cameră Web Lifecam HD-3000 pentru videoconferințe	1

Execuția financiară la capitolul personal

Pe întreaga durată a desfășurării etapei 1, membrii echipei de cercetare angajate în desfășurarea proiectului ADHOC au fost: Radu-Mihai MEZA (director de proiect), Hanna Orsolya VINCZE (cercetător senior), Andreea Alina MOGOȘ (cercetător senior).

Pentru primele 5 luni ale etapei, toți membrii echipei de cercetare au avut o implicare lunară contractuală de 60 de ore pe lună, conform fișelor de prezență colectivă întocmite. Pentru luna iunie, implicare fiecărui membru al echipei a crescut la 76 de ore pe lună, iar în perioada iulie-septembrie implicare fiecărui membru a crescut la 80 de ore pe lună. Pentru lunile octombrie, noiembrie și decembrie 2019, implicarea membrilor echipei de cercetare a fost de 60 de ore pe lună, rezultând într-o medie de implicare de 66 de ore pe lună la nivelul celor 12 luni de desfășurare ale etapei 2 a proiectului ADHOC. Reducerea implicării pentru primele și ultimele luni rezultă din necesități de desfășurare a îndatoririlor didactice ale membrilor echipei în instituția gazdă și colaborarea cu cercetători din universitate și din afară (prof. dr. Delia Balaban - Universitatea Babeș-Bolyai, conf. dr. ing. Șerban Meza - Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca, Remi Almodt - masterand, Universitatea Babeș-Bolyai) interesați să colaboreze pe tematica proiectului și teme conexe proiectului.

SUMAR

Activitatea conform planului de realizare	Stadiul de realizare la finalul etapei 2
Act 2.1 - Analiza cantitativă a datelor - analiza co-ocurențelor	Analiza comentariilor colectate utilizând codurile definite în etapa anterioară și metoda analizei de co-ocurențe pe comentariile selectate în eșantioane. - realizat
Act 2.2 - Analiza comparativă România-Ungaria	Analiza comparativă România-Ungaria a discursului instigator la ură, ofensator și periculos în comentariile din eșantioane. - realizat
Act 2.3 - Analiza calitativă a unor cazuri semnificative	Identificarea (pe baza activităților anterioare) și analiza unor cazuri semnificative de mesaje sau contexte în care se manifestă discursul instigator la ură, ofensator sau periculos. - realizat
Act 2.4 - Analiza comparativă în context global	Analiza comparativă în context global - realizat
Act 2.5 - Diseminarea rezultatelor	Actualizarea paginii Web - realizată (http://adhoc.granturi.ubbcluj.ro/) Participări la conferințe la nivel național și internațional - 6 participări Susținere de Workshop – 1 workshop organizat în cadrul MediaStafeta Articole publicate – 2 articole ISI, 1 articol volum indexat, 1 capitol de carte în editură cu recunoaștere națională Articole acceptate spre publicare - 1 articol ISI cu FI, 1 capitol în editură internațională (Palgrave)
Act 2.6 - Management de proiect	Achiziție computer desktop pentru analiză de date, achiziția de laptopuri pentru activități de diseminare - realizat Achiziția de licențe/abonamente software pentru instrumente de analiză de date - realizat Achiziția de consumabile pentru stocare de date - realizat Raportarea rezultatelor - realizat Managementul proiectului - realizat

Rezultatele estimate au fost depășite datorită publicării unor rezultate în etapa anterioară. Estimăm trimiterea spre publicare a încă două articole (cu rezultatele prezentate în conferințe internaționale în etapa 2) în reviste științifice naționale și internaționale indexate.

Referințe

- Barthes, Roland. "Mythologies, trans." Annette Lavers (New York: Hill and Wang, 1972) 151 (1972): 82.
- Hilton, James L., and William Von Hippel. "Stereotypes." Annual review of psychology 47, no. 1 (1996): 237-271.
- Shifman, Limor. Memes in digital culture. MIT press, 2014.
- White, Hayden V. Tropics of discourse: Essays in cultural criticism. Vol. 70. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1978.
- White, Hayden. Metahistory: The historical imagination in nineteenth-century Europe. JHU Press, 2014.
- Wodak, Ruth, and Michael Meyer, eds. Methods of critical discourse studies. Sage, 2015.

Cluj-Napoca,
22.11.2019

Întocmit de:

Director de proiect,

Conf. dr. Radu-Mihai MEZA

Departamentul de Jurnalism și Media digitală

Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării

Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca