



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم-
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال
تخصص اتصال وعلاقات عامة



مذكرة مقدمة لنيل درجة ماستر (ل.م.د) الطور الثاني في علوم الإعلام والاتصال
تخصص اتصال وعلاقات عامة
موسومة بعنوان:

اتجاهات الشباب الجزائري حول خطاب الكراهية في
منصات التواصل الاجتماعي
دراسة وصفية لعينة من شباب ولاية أدرار نموذجاً

تأطير وإشراف الأستاذ:
د. العربي بوعفلمة
شعبة علوم
الإعلام والاتصال
مقبول
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
جامعة عبد الحميد بن باديس
مستغانم

إعداد وتقديم الطالب:
كهرين عثمان معروف

السنة الجامعية: 2022/2023
دورة: جوان



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم-
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال
تخصص اتصال وعلاقات عامة



مذكرة مقدمة لنيل درجة ماستر (ل.م.د) الطور الثاني في علوم الإعلام والاتصال
تخصص اتصال وعلاقات عامة
موسومة بعنوان:

اتجاهات الشباب الجزائري حول خطاب الكراهية في
منصات التواصل الاجتماعي
دراسة وصفية لعينة من شباب ولاية أدرار نموذجاً

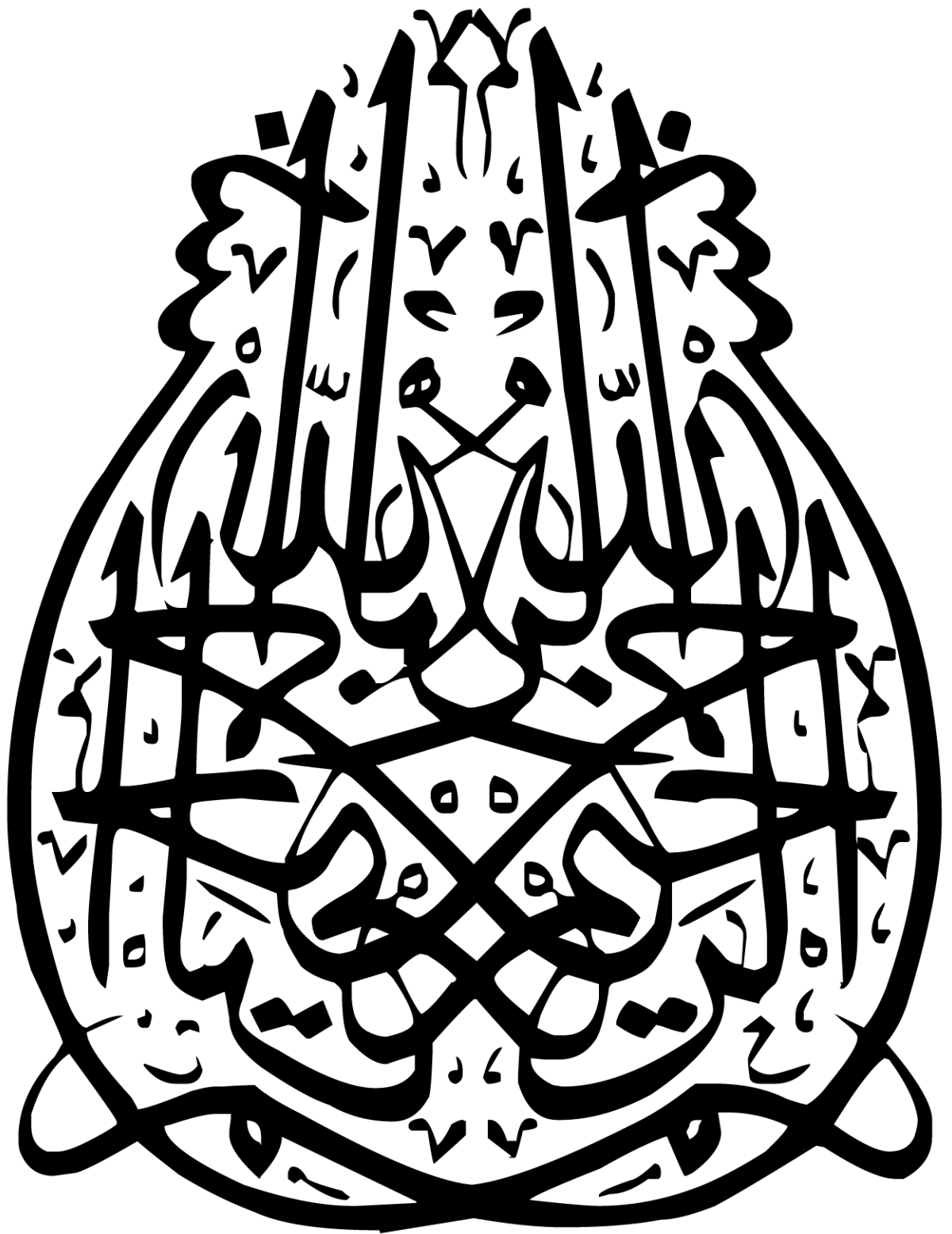
تأطير وإشراف الأستاذ:

د. العربي بوعمامة

إعداد وتقديم الطالب:

محمد بن عثمان معروف

السنة الجامعية: 2023/2022
دورة: جوان



إهداء

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة ونصح الأمة... إلى نبي الرحمة وعلم الهدى ونور العالمين... سيدنا محمد عليه الصلاة والسلام المبعوث رحمة للعالمين.

إلى التي لو جاز السجود لغير الله لسجدت لها... إلى ملاكي في الحياة... إلى معنى الحب... إلى بسملة الحياة وسر الوجود... إلى من كان دعائها سر نجاحي... وكلماتها نجوما اهتدي بها في الحياة... إلى من أدين لها بحياتي... إلى من تسكن فؤادي...

أمي حفظها الله ورعاها وسدد خطاها.

إلى من حباه الله الخلق الحسن... إلى من كلفه الله بالهبة والوقار... إلى من علمني العطاء بدون انتظار... إلى من أحمل اسمه بكل افتخار... إلى الذي لطالما تمنيت ان يكون بجانب لي يرى ثمارا قد حان قطافها بعد طول انتظار...

أبي العزيز طيب الله ثراك وتغمذك بواسع رحمته وأسكنك فسيح جناته.

إلى الشموع التي أضاعت حياتي وأنارت دروبي... إلى الذين قاسموني أفراح الحياة وأفراحها... إلى من علموني كيف يكون التحدي والصمود... إخوتي وفقهم الله جميعا.

إلى الذي صدقت فيه المقولة " رب أخ لم تلده أمك "

"أخي بلحول حمو"

إلى رموز البراءة والصفاء والنقاء... إلى النفوس البريئة...

عبد الله، سراج الدين، عبد المقيت، عبد المعز، رتييل، صلاح الدين، روان، محسن اسحاق، منال، آدم، هند...

إلى الشهداء الذين سكبت دما نهم الطاهرة على هذه الأرض الطيبة... الجزائر الحبيبة.

إلى كل شخص غيور من أبناء هذه الأمة... إلى جيل الغد الذي سيحمل المشعل وينير الدروب ليرسم على

عظمة الترددي بريق أمل يصدح بتراتيل مجد قوام يزخر بعوامل الإيجاب ليطوي عوامل السلب في طي

النسيان.

مدرسة

شكر و عرفان

إلهي لا يطيب الليل بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك
ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك
ولا تطيب الجنة إلا برؤيتك... الله ﷻ
عملا بقوله " ولئن شكرتم لأزيدنكم "

قال تعالى ((رب أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي
وعلى والدي و أن أعمل صالحا ترضاه وأدخلني برحمتك في
عبادك الصالحين)) سورة النمل الآية 19
قال المصطفى صلى الله عليه وسلم: (من لم يشكر الناس
لم يشكر الله)

في البداية أتقدم بأسمى عبارات التقدير و الشكر والعرفان
للأستاذ المشرف على هذا العمل "أ.د. العربي بوعمامة"
والذي كان لي نعم المرشد و الحريص خاصة بتقديمه لي
مختلف التوجيهات المنهجية لكي يثمر هذا العمل ويكلل
بالنجاح. دون أن أنسى التقدم بالشكر الجزيل للأستاذة
الذين رافقونا طيلة مشوارنا الدراسي ونخص بالذكر "د. شبرة
الصالح فلاق" و "د. بن علي مليكة" و "د. صفاح أمال" و
د. رقاد حليلة" و "د. عيسى عبدي نورية" و "د. محراز سعاد"
و "أ. العماري بوجمعة" و "أ. مرابطة"...

كما أتقدم بالشكر لكل موظفي قسم علوم الإعلام والاتصال
وكذا موظفي كلية العلوم الاجتماعية..
الشكر موصول لكل من ساهم في إنجاز هذا العمل من
قريب أو بعيد

معروف

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
	إهداء
	شكر وعران
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
	ملخص الدراسة
أ - ج	مقدمة
الإطار المنهجي للدراسة	
5	تمهيد
6	1- اشكالية الدراسة
6	2- تساؤلات الدراسة
7	3- فرضيات الدراسة
7	4- أسباب اختيار موضوع الدراسة
8	5- أهمية الدراسة
8	6- أهداف الدراسة
9	7- مصطلحات الدراسة
13	8- منهج الدراسة و الأداة
14	9- مجتمع البحث وعينة الدراسة
16	10- مجالات الدراسة
17	11- محددات الدراسة
17	12- الدراسات السابقة
19	13- صعوبات الدراسة
الإطار النظري للدراسة	
	الفصل الأول: عموميات حول خطاب الكراهية
22	تمهيد
23	1- مفهوم خطاب الكراهية
26	2- خطاب الكراهية (عناصره - مستوياته - أشكاله)
26	2-1- عناصر (مكونات) خطاب الكراهية
27	2-2- مستويات خطاب الكراهية
29	2-3- أشكال خطاب الكراهية

32	3- أسباب وعوامل خطاب الكراهية
32	3-1- أسباب خطاب الكراهية
32	3-2- عوامل خطاب الكراهية
33	4- خطاب الكراهية في المواثيق و الدساتير الدولية
34	4-1- تجريم خطاب الكراهية في الإتفاقيات الدولية
35	4-2- الميثاق الإفريقي لحقوق الإنسان و الشعوب
35	4-3- تجريم خطاب الكراهية في مبادئ كامدن حول حرية التعبير و المساواة لعام 2009
37	4-4- تجريم خطاب الكراهية في القانون الجزائري
38	5- ميكانزمات مكافحة خطاب الكراهية
38	5-1- وضع السياسات و القوانين
40	5-2- التثقيف و التعليم
41	5-3- نشر الوعي لرفض خطاب الكراهية
42	5-4- جمع البيانات و اجراءات البحث
42	5-5- توظيف التقنيات الرقمية و الذكاء الإصطناعي
44	5-6- رسم الحدود بين خطاب الكراهية و حرية التعبير
45	خلاصة
	الفصل الثاني: ماهية منصات التواصل الاجتماعي
47	تمهيد
48	1- مفهوم منصات التواصل الاجتماعي
48	2- أهم أنواع منصات التواصل الاجتماعي
48	2-1- المنصات الاجتماعية
48	2-2- منصات (مواقع) المناقشة
49	2-3- منصات (مواقع) المراجعة
50	3- دوافع استخدام منصات التواصل الاجتماعي
50	3-1- اشباع المضمون (المحتوى)
51	3-2- الإشباع العلمية
52	4- ايجابيات و سلبيات منصات التواصل الاجتماعي
52	4-1- ايجابيات منصات التواصل الاجتماعي
53	4-2- سلبيات منصات التواصل الاجتماعي
54	5- النظريات المفسرة للتأثير
54	5-1- نظرية التأثير المحدود
55	5-2- نظرية التأثير القوي لوسائل الإعلام

56	5-3-العوامل التي تجعل التأثير ضعيف
57	خلاصة
	الإطار التطبيقي
59	تمهيد
60	1- عرض النتائج و تحليلها كميًا و كفيًا
60	1-1-التحليل الكمي والكيفي للبيانات الشخصية
70	1-2-التحليل الكمي و الكيفي لمحور استخدام منصات التواصل الاجتماعي و الاشباعا المحققة لدى الشباب
83	1-3-التحليل الكمي و الكيفي لمحور مفهوم خطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي من خلال اتجاهات الشباب و الآثار الناجمة عنه
95	1-4-التحليل الكمي و الكيفي لمحور آليات مجابهة خطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المستخدمين.
100	نتائج الدراسة
102	مقترحات الدراسة
د	الخاتمة
	قائمة المصادر و المراجع
	الملاحق

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	60
02	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن	62
03	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي	63
04	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الحالة العائلية	65
05	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى المعيشي	66
06	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الوضعية السوسيو مهنية	67
07	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب محل الإقامة	68
08	يوضح المنصات الأكثر استخداما	70
09	يوضح الوسائل الأكثر استخداما	71
10	يوضح الحجم الساعي لتصفح هاته المنصات	73
11	يوضح تفاعلات أفراد عينة الدراسة في منصات التواصل الاجتماعي	74
12	يوضح أكثر الأشخاص الذين تتواصل معهم أفراد عينة الدراسة من خلال هاته المنصات.	76
13	يوضح المواضيع الأكثر إثارة للاهتمام لدى أفراد عينة الدراسة	77
14	يوضح الحاجات التي تلبّيها منصات التواصل الاجتماعي لأفراد عينة الدراسة	79
15	يوضح مدى ثقة أفراد عينة الدراسة بما ينشر عبر منصات التواصل الاجتماعي	81
16	يوضح أسباب انتشار واستفحال ظاهرة خطاب الكراهية في منصات التواصل الاجتماعي	83
17	يوضح العوامل التي جعلت خطاب الكراهية يتنامى في منصات التواصل الاجتماعي	86
18	يوضح النتائج التي ينجر عنها نشر خطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي حسب أفراد عينة الدراسة	89
19	يوضح طرق إسهامات منصات التواصل الاجتماعي في الترويج و التسويق لخطاب الكراهية	91
20	يوضح المسؤول عن الترويج لخطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي حسب أفراد عينة الدراسة	93
21	يوضح كيف يمكن الحد من انتشار خطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي حسب أفراد عينة الدراسة	95
22	يوضح الجهات أو الأطراف المخول لها بمواجهة خطاب الكراهية المعروض	97

	عبر منصات التواصل الاجتماعي حسب أفراد عينة الدراسة	
--	--	--

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
61	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	01
62	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن	02
63	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي	03
65	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الحالة العائلية	04
66	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى المعيشي	05
67	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الوضعية السوسيو مهنية	06
68	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب محل الإقامة	07
70	يوضح المنصات الأكثر استخداما	08
72	الوسائل الأكثر استخداما	09
73	يوضح الحجم الساعي لتصفح هاته المنصات	10
75	يوضح تفاعلات أفراد عينة الدراسة في منصات التواصل الاجتماعي	11
76	يوضح أكثر الأشخاص الذين تتواصل معهم أفراد عينة الدراسة من خلال هاته المنصات	12
78	يوضح المواضيع الأكثر إثارة للاهتمام لدى أفراد عينة الدراسة	13
80	يوضح الحاجات التي تلببها منصات التواصل الاجتماعي لأفراد عينة الدراسة	14
82	يوضح مدى ثقة أفراد عينة الدراسة بما ينشر عبر منصات التواصل الاجتماعي	15
84	يوضح أسباب انتشار واستفحال ظاهرة خطاب الكراهية في منصات التواصل الاجتماعي	16
87	يوضح العوامل التي جعلت خطاب الكراهية يتنامى في منصات التواصل الاجتماعي	17
90	يوضح النتائج التي ينجر عنها نشر خطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي حسب أفراد عينة الدراسة	18
92	يوضح طرق إسهامات منصات التواصل الاجتماعي في الترويج و التسويق لخطاب الكراهية	19
94	يوضح المسؤول عن الترويج لخطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي حسب أفراد عينة الدراسة	20
96	يوضح كيف يمكن الحد من انتشار خطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي حسب أفراد عينة الدراسة	21
98	يوضح الجهات أو الأطراف المخول لها بمواجهة خطاب الكراهية المعروض عبر منصات التواصل الاجتماعي حسب أفراد عينة الدراسة	22

ملخص:

تهدف الدراسة الراهنة إلى السعي لمعرفة اتجاهات الشباب الجزائري حول خطاب الكراهية المعروض على منصات التواصل الاجتماعي باعتبارهم جزء فاعلا في هذا النوع من الخطابات الذي أصبح يهدد الكيان الاجتماعي برمته في شكل رسائل مشفرة يبعث بها لمختلف الأجناس لإشعال فتيل الحرب الإلكترونية أو الرقمية محولا المجتمع الجزائري من مجتمع تقليدي محافظ يسوده السلم الاجتماعي إلى مجتمع رقمي يتخبط في فيافي تكنولوجيا الاتصال.ولسبر أغوار هذا الموضوع قمت بطرح التساؤل التالي: ماهي اتجاهات الشباب حول خطاب الكراهية

المعروض في أروقة منصات التواصل الاجتماعي؟

وللإجابة الشاملة على إشكالية الدراسة تم إتباع أهم الإجراءات المنهجية التي يقوم على أساسها المنهج الوصفي، وتم بناء الموضوع المدروس من خلال بناء نظري تمثل في فصلين أولهما عموميات حول خطاب الكراهية، أما الفصل الثاني وسمى بعنوان منصات التواصل الاجتماعي، معتمدا على منصة Google Docs لتصميم وتوزيع الاستبيان الإلكتروني على سبعين شابا (مبحوثا)، تمثلت العينة في 50ذكرا و 20 أنثى من شباب ولاية أدرار الذين ينشطون عبر أروقة منصات التواصل الاجتماعي.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج الرئيسية التالية:

- عدم وجود مفهوم محدد لخطاب الكراهية وتعدد المفاهيم حوله.
- يساهم خطاب الكراهية في تأجيج مشاعر الكراهية اتجاه الآخر وتمزيق التعايش السلمي.
- يؤدي خطاب الكراهية إلى اتساع هوة العنف والصراع ليتحول المجتمع إلى مستنقع أو بركة من الوحل تغرس فيه أقدام المروجين والمسوقين لهذه الخطابات.
- تعمل الجهات الوصية على نزع فتيل هاته الحرب الإلكترونية أو الرقمية لكي لا يلقي بظلاله وسط النسيج الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: خطاب الكراهية - منصات التواصل الاجتماعي - الاتجاه - الشباب.

Summary:

The current study aims to seek to know the attitudes of Algerian youth about hate active part in this type of speech presented on social media platforms as an discourse, which has become a threat to the entire social entity in the form of encrypted messages sent to different races to ignite the fuse of electronic or digital war, ive traditionalist dominated by transforming Algerian society into a society A conservat social peace to a digital society floundering in communication technology. In order to explore the depths of this topic, I asked the following question: What are the trends of young people about hate speech on display in the corridors of social media platforms?

In order to comprehensively answer the problem of the study, the most important methodological procedures on which the descriptive approach is based were followed, and the studied topic was built through a theoretical construction represented in two chapters, the first of which is generalities about hate speech, while the second chapter is called Social Media Platforms, relying on the Google Docs platform to design and distribute The electronic questionnaire was conducted on seventy young men (residents). The sample consisted of 50 males and 20 females from the youth of the state of Adrar who are active through the corridors of social media platforms.

The study found the following main results:

- The lack of a specific concept of hate speech and the multiplicity of concepts around it.
- Hate speech fuels feelings of hatred towards the other and disrupts peaceful coexistence.
- Hate speech leads to widening the gap of violence and conflict, turning society into a quagmire or a puddle of mud in which the feet of the promoters and marketers of these discourses are planted.
- The guardians are working to defuse this electronic or digital war so that it does not cast a shadow over the social fabric.

Keywords: hate speech – social media platforms – trend – youth.

مقدمة



شهد العالم العديد من التطورات في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال للتماشي مع هذا الزخم الهائل من تجليات الثورة العلمية محدثة طفرة نوعية، وتغيرات جذرية هائلة أفرزت العديد من التقنيات و الأدوات الرقمية محولة العالم إلى قرية كونية صغيرة كاسرة للحواجز الزمانية والمكانية. فتاريخ تطور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال مرتبط بشكل كبير بتاريخ تطور الإنسان، ومن هذا المنطلق تجدر الإشارة إلى أن هذه التكنولوجيا مرت بالعديد من المراحل عبر الزمن حيث ساهمت نهاية كل مرحلة ببداية مرحلة جديدة، فكانت إرهاباتها عبارة عن رسوم تصويرية ورموز تعبر عن الرسالة المقصود إيصالها للغير، ليأتي بعدها عصر اللغة ثم الكتابة. ليأتي بعدها عصر الإعلام الجديد الذي ظهر بظهور الانترنت أو ما عرف بعصر الويب و التي ظهرت فيه المنصات التواصل الاجتماعي، و التي أصبحت تعتمد على تقنية جديدة في الكتابة و النشر بهدف تبادل الأفكار، وإبداء الآراء من خلالها باعتبارها أرضية خصبة لنمو وتنامي الأفكار و الخطابات بكافة أنواعها كالخطاب الطائفي، "خطاب الكراهية". فهذا الأخير الذي سنسلط عليه الأضواء فهذه الدراسة باعتباره إرهاب فكري، وقضية من القضايا الشائكة التي تؤرق العنصر البشري القائم على حفظ السلام و الأمن الدوليين، لحماية، وضمان حقوق الإنسان التي هي حق لكل فرد بشري أن يتمتع بها. حيث يؤدي إلى تفكيك الكيان الاجتماعي، و تكريس عنصر البيروقراطية في ظل غياب الديمقراطية، و التعايش السلمي بين الشعوب، و قد تخلق حدته آثار سلبية فتتعل من خلالها الحروب و القتل و التحريض على زعزعت استقرار الكيان الاجتماعي إضافة إلى ما قد يسببه من انتهاكات لحقوق الإنسان.

ويشير المصطلح المفاهيمي لخطاب الكراهية جدلا واسعا؛ حيث تعتبره جمهرة الباحثين مفهوما واسعا وشاسعا غير واضح المعالم، ولا يوجد مفهوم جامع أو متفق عليه في هذا الشأن، كما أن هناك تضارب في الآراء حول الحدود الفاصلة لكون الخطاب يشير للكراهية أو ينصب ضمن حرية الرأي و التعبير التي يؤكد عليها الإعلان العالمي لحقوق الإنسان. إضافة إلى الاختلاف الملحوظ في مفهوم خطاب الكراهية، و تعريفاته القانونية حسب منظور كل دولة أو مؤسسة.

ودراستنا هذه تحاول تسليط الأضواء لسبر أغوار جانب من الجوانب السلبية لمنصات التواصل الاجتماعي، ألا وهو " خطاب الكراهية في منصات التواصل الاجتماعي "، وكيف تساهم في تسويقه، ومدى تأثيره على اتجاهات الشباب الجزائري، وإفرازاته السلبية على البنية القيمية للنسيج الاجتماعي للمجتمع. ولإلمام بالموضوع وتحديد معالمه بهدف الإجابة على التساؤل الرئيسي لبحثنا، قمنا بتقسيم دراستنا إلى ثلاثة أطر (أجزاء)، منهجي، نظري و تطبيقي وذلك على النحو الآتي:

الجزء الأول: يتمثل في **الإطار النظري**، حيث كانت أولى الإرهاصات البحثية للموضوع المدروس من خلال طرح إشكالية الدراسة (التساؤل الرئيسي) والتساؤلات الفرعية ، مع التطرق لأسباب اختيار الموضوع وفرضيات الدراسة وأهدافها وأهميتها ثم قمنا ببعض الإجراءات المنهجية للدراسة من خلال عدة نقاط تمثلت في: منهج الدراسة و أداة البحث وحدود الدراسة (المكانية، الزمنية، البشرية)، ومجتمع وعينة الدراسة، بالإضافة إلى مفاهيم الدراسة، لننتقل إلى الدراسات السابقة، وأهم الصعوبات التي واجهتنا أثناء القيام بالدراسة.

الجزء الثاني: يتمثل في **الإطار النظري**، الذي يحمل في ثناياه فصلين، فخصنا الفصل الأول لعموميات حول خطاب الكراهية بحيث افتتحناه بتمهيد شامل لخطاب الكراهية. كما تناولنا فيه عدة عناصر بدءا بمفهوم خطاب الكراهية، عناصره، مستوياته، أشكاله وأهم الأسباب والعوامل المساهمة في انتشاره ، ثم تطرقنا إلى الموثيق و الدساتير الدولية التي تدين القائم بممارسة خطاب الكراهية اتجاه الآخرين، و ميكانيزمات مكافحته. مسدلين هذا الفصل بخلاصة كاستنتاج لما توصلنا إليه من الدراسة النظرية في هذا الإطار.

أما الفصل الثاني فتم تخصيصه لمنصات التواصل الاجتماعي حيث وضعنا تمهيد شامل حول منصات التواصل الاجتماعي، ومفهومها ،و أهم أنواعها ،و دوافع استخدامها، وكذا إيجابياتها ،و سلبياتها إضافة إلى النظريات المفسرة للتأثير ،و أخيرا قمنا بوضع خلاصة باعتبارها حولة لما جاء في مضمون الفصل.

الجزء الثالث: يتمثل في **الإطار التطبيقي** فقد تم تخصيصه للعمل الميداني من خلال القيام بدراسة مسحية على عينة من الشباب مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي بولاية أدرار. وذلك بإنجازه استبانة إلكترونية تخص

الموضوع المدروس تم توزيعها عن طريق موزع الرسائل بالموقع، وهو مامكن من تسجيل 70 استجابة ، وبعدها قمنا بالتحليل الكمي و الكيفي للبيانات الشخصية إضافة إلى كل محاور الدراسة.

وفي الأخير أسدلنا الستار باستعراض مختلف النتائج المتوصل لها في هذه الدراسة، في سبيل تكوين تصور معرفي و نظري نحاول في هذا الخضم الإجابة عن الإشكالية البحثية الرئيسية و تساؤلاتها الفرعية وتحديد معالم الظاهرة المدروسة وتقديم توصيات حسب الرؤية البحثية الناشئة، والمستصاغة من إشكالية الدراسة الراهنة و توجهاتها المستقبلية البعيدة المدى.

الإطار المنهجي للدراسة



تمهيد:

تعد العملية البحثية في إطار البحث العلمي الأكاديمي من العمليات التي تتطلب مجهود فكري منظم يقوم على دراسة المشاكل التي بات الكائن البشري يتخبط في فيا فيها. لتقوم الدراسة الموضوعية في هذا الصدد بشكل متسلسل ومتكامل الأهداف و الأطر البحثية في إطار وضع لبنة أساسية و خطة مناسبة حسب موضوع الدراسة، واختيار الأدوات البحثية الكفيلة بإنجاز هذا الأخير.

تعج منصات التواصل الاجتماعي بالكثير من الظواهر التي باتت تهدد الكيان الاجتماعي من خلال بث عنصر التحريض على كراهية الآخر و التمييز، و تكريس ما يعرف بعولمة القيم الاجتماعية (خطاب الكراهية)، واتساع هوته بغرس قيم منافية ودخيلة على المجتمعات العربية و الإسلامية متخذاً من المنصات الرقمية منبرا لنموه، وتناميه و توغله وسط المجتمع محدثاً خلالاً في المنظومة القيمية للمجتمع. مما ينجر عنه إحداث تشتت على مستوى البنية الاجتماعية، وانعدام تماسكها، وخلق بؤر توتر لزعة السلم المجتمعي، وتشكيل تهديدا لقيم الديمقراطية. ولسبر أغوار هذا البحث نقوم بطرح التساؤل التالي:

ماهي اتجاهات الشباب حول خطاب الكراهية المعروف في أروقة منصات التواصل الاجتماعي؟

كما يندرج تحت هذا التساؤل سيل الأسئلة التي سنحاول الإجابة عنها من خلال هذه الدراسة:

2- تساؤلات الدراسة:

- ما مفهوم خطاب الكراهية أشكاله و مستوياته عبر منصات التواصل الاجتماعي؟
- ما الآثار الناجمة عن استخدام خطاب الكراهية في منصات التواصل الاجتماعي على المنظومة القيمية الدينية و الاجتماعية و الثقافية للشباب؟
- ماهو دور مؤسسات المجتمع المدني و خاصة المؤسسات الدينية و الإعلامية في الحد من خطابات الكراهية؟
- ماهي آليات مجابهة خطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المستخدمين؟

3- فرضيات الدراسة:

- تؤدي الظروف الاجتماعية والثقافية و السياسية إلى نشر و تكريس خطاب الكراهية في منصات التواصل الاجتماعي.

- لخطاب الكراهية المنشور عبر وسائل التواصل الاجتماعي تأثيرات سلبية على مستوى منظومة القيم الاجتماعية.

- يساهم خطاب الكراهية المنشور عبر منصات التواصل الاجتماعي إلى تكريس ظاهرة العنف.

- تساهم الكتابات المدونة و المنشورة على منصات التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية.

- تساهم مؤسسات التنشئة الاجتماعية في دحر خطاب الكراهية.

4- أسباب اختيار موضوع الدراسة:

4-1- أسباب ذاتية:

- الرغبة و الميل للبحث في مجال انعكاسات خطاب الكراهية على سلوك الشباب الجزائري.

- الرغبة في الاطلاع و معرفة كيفية سن المشرع الجزائري للقوانين التي تعمل على دحر خطابات الكراهية في المجتمع.

- إثراء المكتبة بهذه الدراسة العلمية في ظل ندرتها و نقصها لمؤلفات تتناولت أو تطرقت لمثل هذه الدراسات العلمية الأكاديمية.

4-2- أسباب موضوعية:

- كون الموضوع موضوعا راهنا و ظاهرة دخيلة على المجتمع الجزائري.

- قابلية الموضوع للدراسة و البحث منهجيا و معرفيا.

- خلق الموضوع عدة إشكاليات و تساؤلات شائكة تتطلب فك شفرتها بالإجابة عنها.

5- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في:

- معالجة أحد المواضيع الحساسة و الشائكة التي أرقّت و توّرق العقل البشري في ظل غياب الديمقراطية ألا، وهي خطابات الكراهية التي تصدر عبر المنصات الرقمية و بالضبط منصات التواصل الاجتماعي وأثرها على فئة الشباب لكون الموضوع من أكبر المواضيع تداولاً في الآونة الأخيرة من قبل الباحثين الأكاديميين.

- تمثل المنصات الرقمية أو منصات التواصل الاجتماعي أرضية خصبة لنمو وتنامي خطابات الكراهية. مما ينجر عنها بروز الصراعات و النزاعات بين الشعوب وتكريس عنصر التفرقة بين أبناء المجتمع الواحد وخلق مبدأ فرق تسود.

-توعية الشباب لأسس التعامل مع التكنولوجيا الاتصالات الحديثة في ظل غياب الرقابة التامة في المحيط الاجتماعي.

6- أهداف الدراسة:

- مفهوم خطاب الكراهية و أشكاله ومستوياته المتداولة عبر منصات التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على سلوك شباب ولاية أدرار .

- آثار انتشار خطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي.

-الدور الذي تقوم به منصات التواصل الاجتماعي سواء في نشر الكراهية و العنف المجتمعي بين

الشباب أو في محاربته و الحد منه.

-دور مؤسسات المجتمع المدني و خاصة المؤسسات الدينية و الإعلامية في محاربة خطابات الكراهية ودورها

في نشر ثقافة الاحترام المتبادل و تحقيق عنصر الانسجام داخل المجتمع الأدراري عموماً وفئة الشباب خصوصاً.

7-1- الاتجاه: يعرفه جوردن ألبورت "بأنه حالة من التهيؤ و التأهب العقلي العصبي التي تنظمها الخبرة وتوجه استجابات الفرد نحو عناصر البيئة". وقد أوضح أن حالة التأهب هذه قد تكون قصيرة المدى أي لحظية أو تكون بعيدة المدى أي تستمر لزمان طويل.¹

إجرائياً: استعداد وميل نسبي، يتشكل بتراكم خبرات معرفية وسلوكية، يفضي إلى استجابات محددة للفرد و الجماعة، قد تكون سلبية أو ايجابية نحو أنماط المثيرات الحياتية المختلفة.

7-2- الشباب:

قد تبدوا لنا من الوهلة الأولى سهولة تعريف الشباب، فدالات كلمة شباب بديهية وبسيطة إلا مفهوم الشباب من المفاهيم الخلافية كما هو شأن الكثير من المفاهيم في العلوم الاجتماعية حيث اختلف الباحثون المختصون حول تحديد هذا المفهوم باختلاف المنحى الذي اتخذه كل تخصص.

فمن اللغويين فقد جاء في تعريف كلمة الشباب في المعجم الوسيط "هو من أدرك سن البلوغ إلى سن الكهولة" و الشباب هو "الحدثاء" وشباب الشيء هو "أوله".

وفي المصباح المنير فالشباب يعني "النشاط والقوة والسرعة"، أما في لسان العرب لابن منظور "شب الشباب: الفتاء والحدثاء"، والشباب جمع شاب.²

أما عن التعريف الاصطلاحي فكما جاء سابقا فهو أمر صعب في العلوم الاجتماعية وكل محاولات التحديد هي إجرائية ولغايات منهجية، وهذه نتيجة لتبني اتجاهات مختلفة في تحديد مفهوم الشباب والمتمثلة في: الاتجاه الديمغرافي والاتجاه البيولوجي (الفسولوجي) والاتجاه السيكلوجي والاتجاه الاجتماعي.³

إجرائياً: هي المرحلة العمرية التي تقع بين مرحلة الطفولة والكهولة، تتسم بجملة من الخصائص والسمات، تتم فيها عمليات التغير والارتقاء في البناء الداخلي للشخصية وتكوين الذات.

¹ السيد فؤاد البهي وعبد الرحمن سعد، علم النفس الاجتماعي- رؤية معاصرة، سلسلة المراجع في التربية وعلم النفس، ط09، دار الفكر العربي، 1999، ص251.

² ابن منظور، لسان العرب، المجلد 03، دار صادر للطباعة والنشر، لبنان، 1997، ص388-389.

³ محمد سيد فهمي، العولمة والشباب من منظور اجتماعي، دار الوفاء للطباعة والنشر، مصر، 2007، ص86.

لغة: مفرد جمعه خطابات، ويعني رسالة، توصية، احتجاج و الخطاب هو رسالة توجه إلى مسؤول ما علانية عن طريق الصحافة أو هو كلام بسمعه و يقرؤوه الناس كلهم.¹

وفي اللغة الانجليزية يشار له بمصطلح (discourse)، و إذا رجعنا إلى موسوعة أنفيرسالييس فأنا نجد كلمة خطاب في أصلها اللاتيني (discourue)، لم يكن له أي علاقة مباشرة باللغة إذا كانت تعني الجري هنا و هناك، ولم تأخذ كلمة الخطاب إلا في أواخر العهد اللاتيني حيث أخذت تدل على الحديث أو المقابلة قبل أن تحيل إلى كل تشكيل للفكر شفويا أو مكتوبا.²

اصطلاحا: يعني تبادل المعاني بين الطرفين ذوي فهم موحد، وهو يتكون وفق ذلك من بناء لغوي محكم التركيب يعمل على نقل المعاني بين المرسل و المستقبل اللذان هما طرفا عملية الاتصال الأساسيين.³

إجرائيا: عبارة عن مناظرة أو مواجهة مع الآخرين عن طريق الكلام قد يكون في شكل محاضرة أو مخاطبة أو رسالة ما، حيث يحمل الخطاب معلومات كثيرة ومضامين تحت على التمييز و الكراهية يسعى المتكلم أو المرسل من خلالها أن تصل إلى المستمع بهدف التأثير على المتلقي أو استمالته.

7-4- الكراهية:

لغة: مشتقة من الفعل كره، وتعني الحقد، و المقت و الغضب و الكراهية في معجم اللغة العربية المعاصرة هي النفور و البغض.⁴

اصطلاحا: تعرف على أنها حالة طبيعية من عدم قبول جزء من العقل المختص بالمشاعر و الأحاسيس في بعض العناصر الداخلة إليه عن طريق الأعصاب الدقيقة وذلك نتيجة إلى تأثير العالم الخارجي على الشخص.¹

¹ أحمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، المجلد 01، 2007، ص600.

² حفيضة مخنفر، مقارنة سوسيو لسانية لتحليل خطاب الحياة اليومية، مجلة علو الاجتماع، جامعة سطيف 02، ص150.

³ أحمد بن مرسل، أساليب تحليل الخطاب في أبحاث الاعلام و الاتصال، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد15، ص316-317.

⁴ عبد الغني أبو العزم، معجم الغني، 2016، ص4403.

إجرائياً: عبارة عن شعور سلبي يندرج ضمن عداوة اتجاه شخص أو مجموعة من الأشخاص مع اختلاف الأسباب، وقد يتولد عن هذا الشعور ما يعرف بالحققد و البغض و التنافر بين أبناء المجتمع الواحد، وغياب التعاطف مع الآخرين في جميع الحالات حتى مع ظواهر مجتمعية أخرى.

7-5- خطاب الكراهية: هو نوع من التواصل الذي يسيء الى شخص أو مجموعة بسبب خصال شخصية بهم، أو بسبب انتماءاتهم العرقية أو الإيديولوجية أو الدينية، وقد بدأت تلك الظاهرة بالتفشي مع استخدام الانترنت حيث يوفر مجالاً مفتوحاً وواسعاً للتعبير حتى بدأت العديد من المتعصبين و المتطرفين استغلال مواقع التواصل الاجتماعي لنشر الكراهية.²

إجرائياً: كلام موجه من فرد أو مجموعة من الأفراد، يدعون فيها إلى كراهية الآخر، و التمييز مكرسا صورة نمطية سيئة و مؤذية بناء على عدة معايير سواء على مستوى العرق أو الجنس أو الانتماء الوطني أو الوضعية السوسيو مهنية و غيرها.

7-6- منصة (موقع):

أ- لغة: عبارة عن موقع وهو مكان الوقوع جمع مواقع و موقع القتال: موضعه و مواقع القطر: مساقطه.³

ب- اصطلاحاً: مجموعة من الصفحات التي تصف هيئة أو شخصاً و تعرف بهما.

إجرائياً: بيئة رقمية تفاعلية توظف تقنية الويب، وتجمع بين مميزات أنظمة إدارة المحتوى الإلكتروني وبين شبكات التواصل الاجتماعي.

¹ زهرة، وليد حسني، اني اكرهك-خطاب الكراهية و الطائفية في اعلام الربيع العربي، مركز حماية وحرية الصحفيين، عمان، 2014.

² فاطمة سالم، خطاب الكراهية أزمة أخلاقية، 2016/03/22، <https://alqabas.com/article>، تاريخ الزيارة 2023/04/17، على الساعة 11:30.

³ جبران مسعود، الرائد معجم ألف بائي في اللغة و الإعلام، دار النشر للملايين، 2005، ص212.

أ- لغة: بالرجوع إلى كلمة وصل فإن الواو و الصاد و اللام: أصل واحد يدل على ضم شيء حتى وصل يصل وصلا وصلة وصل الشيء: التام به و إليه: بلغ و انتهى ومن هذه المعاني نجد أن التواصل في المعنى اللغوي يدل على الاقتران والاتصال و الإبلاغ وكذا الإعلام.¹

ب- اصطلاحا: التواصل هو تبادل أدلة بين ذات مرسله وذات مستقلة حيث تنطلق الرسالة من ذات الأخرى تقتضي العملية جوابا ضمنيا أو صريحا عما نتحدث عنه الذي هو الأشياء أو الكائنات أو بعبارة أشمل موضوعات العالم و يتطلب نجاح هذه العملية اشتراك عناصر الاتصال.

و التواصل هو علاقة بين فردين على الأقل كل منهما يمثل ذات نشطة وكذلك هو العملية التي يتفاعل بها المرسل و المستقبل لرسالة معينة في سياق اجتماعي مع الفرد أو عبر وسيط بهدف تحقيق غاية أو هدف محدد كما يعرف أيضا على أنه علاقة متبادلة بين الطرفين تؤدي إلى التفاعل بينهما كما ننشر إلى علاقة حية متبادلة بين الطرفين.²

إجرائيا: آلية ديناميكية تنشأ بين طرفين أو طرف مع مجموعة من الأطراف تهدف العملية إلى تبليغ رسالة حول موضوع ما إلى الجهة معينة.

7-8- الاجتماعي:

أ- لغة: اجتمع يجتمع اجتماعا معناه: انضم و تألف.

ب- اصطلاحا: الاجتماعي هو الشخص الكثير المخالطة للناس.³

ج- إجرائيا: سمة من سمات الكائنات أي البشر وغيرهم، كما تشير إلى التفاعل بينهم، والتعايش في جماعات.

¹ جبران مسعود، المرجع نفسه، ص58.

² علي بن هادية و آخرون، القاموس الجديد للطلاب - معجم عربي مدرسي ألفبائي، ط7، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1997، ص60.

³ أحمد زاكي بدوي و صديقة يوسف محمود، المعجم العربي الميسر، دار الكتاب اللبناني، دار الكتاب المصري، ص7.

7-9- منصات التواصل الاجتماعي:

تلك الشبكات الاجتماعية الرقمية التي لها هويات اجتماعية ينشئها أفراد أو منظمات لديهم روابط نتيجة التفاعل الاجتماعي. ينشأ من أجل توسيع و تفعيل العلاقات المهنية أو علاقات الصداقة و من أهم هذه المنصات أو المواقع نجد: فايسبوك، يوتيوب، تويتر، ماي سبايس، فليكر، لينكد إن.¹

إجرائياً: مجموعة مواقع التواصل الاجتماعي (social media) تستخدم من طرف الجمهور بهدف تبادل المعلومات و الأفكار و الآراء لإقامة العلاقات والتعارف وبناء جماعات افتراضية ذات اهتمامات موحدة، من خلال الملفات الشخصية و ألبومات الصور و صفحات خاصة و غرف الدردشة.

8- منهج الدراسة والأداة:

أ- منهج الدراسة: لمعالجة الموضوع المدروس و الإلمام بجوانبه المتعددة، و للإجابة على الإشكالية المطروحة فقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي بحكم أن الدراسة تندرج ضمن البحوث الوصفية الرامية إلى الاهتمام بوصف الظواهر وشرحها مع توضيح الأحداث و المواقف.

ب- أدوات جمع البيانات:

الاستبيان:

يعرفه محمد عبيدات على أنه: " أحد أدوات البحث وهو يتكون من مجموعة من الأسئلة و غيرها من أوجه طلب المعلومات، وذلك من أجل تجميع المعلومات من الأشخاص موضع البحث ".² وتتميز الاستبانة مقارنة بباقي أدوات جمع البيانات بكونها لا تتطلب من الباحث.

وقد اعتمدت في دراستي الموسومة بعنوان " اتجاهات الشباب حول خطاب الكراهية في منصات التواصل الاجتماعي دراسة وصفية مسحية لعينة من شباب ولاية أدرار " على استمارة التي صممتها إلكترونياً. فقد تم تقسيمها كمايلي:

¹ مرسي مشري، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية: نظرة في الوظائف، المستقبل العربي، العدد 395، جانفي 2012، ص149-166.

² محمد عبيدات و آخرون، البحث العلمي مفهومه، أدواته و أساليبه، ط1، دار الفكر للطباعة و النشر و التوزيع، عمان، 1998، ص6.

الإطار المنهجي للدراسة

القسم الأول: خصص لمعرفة البيانات الشخصية حول المبحوث و التي تتعلق: الجنس، السن، المستوى الدراسي، الحالة العائلية، المستوى المعيشي، الوضعية السوسيو مهنية، محل الإقامة.

القسم الثاني: فقد قمنا بتقسيمه الى ثلاثة محاور بحيث كل محور ضم عدة أسئلة:

المحور الأول: استخدام منصات التواصل الاجتماعي و الاشباعات المحققة لدى الشباب. يضم 8 أسئلة.

المحور الثاني: مفهوم خطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي من خلال اتجاهات الشباب و الآثار الناجمة عنه. يضم 05 أسئلة

المحور الثالث: آليات مجابهة خطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة المستخدمين ضم 02 سؤالين.

9- مجتمع البحث و عينة الدراسة:

9-1- مجتمع البحث:

يسعى الباحث في هذا النوع من الدراسات إلى وضع حدود لدراسته الميدانية، والتي غالبا ما تشمل على عناصر تعتبر ركيزة أساسية في بحثه، كما أن اختيار العينة له دور كبير في نجاح ودقة البحث، وعليه يجب أن يكون مجتمع البحث متجانس ويخدم أغراض و أهداف الدراسة¹، كما أن اختيار العينة يحدد من طرف موضوع البحث في حد ذاته، فنجد موريس أنجرس يعرف العينة على أنها " مجموعة فرعية من عناصر مجتمع معين"². و يقصد أيضا بمجتمع الدراسة جميع مفردات أو وحدات الظاهرة تحت البحث فقد يكون المجتمع مكونا من سكان مدينة أو مجموعة من الأفراد في منطقة ما³.

كما يعرفه أيضا يوسف تمار " على أنه ذلك الكل من الوحدات التي يستقي الباحث منها العينة التي يريد

دراستها، ومنه فإنه فهو يمتاز بكثرة العدد و الانتشار، إلى درجة يستحيل في بعض الأحيان دراسته بالكامل¹.

¹ عليا شكري و آخرون، قراءات معاصرة في الإعلام الاجتماعي، دار الكتاب للنشر و التوزيع، 1975، ص 206.

² أنجرس موريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة مصطفى الأشرف و آخرون، دار القصبه للنشر، 2004، ص51.

³ النعيمي و آخرون، دور البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني بالتوعية السياسية لطلبة الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير، الأردن 2009، ص79.

الإطار المنهجي للدراسة

ويتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في الشباب مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في الجزائر بصفة عامة ، ونظرا لكبر حجم مجتمع الدراسة وسعيا منا إلى توفير الجهد و الوقت فقد لجأنا إلى اختيار أسلوب المسح بالعينة. حيث جرت العادة في البحوث المسحية إتباع هذا الأسلوب لاختصار الطريق أمام الباحث وتمكينه من التحكم في الموضوع و الوصول إلى نتائج دقيقة إلى حد أقصى. مع العدد الكبير من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي وتوزعهم عبر مختلف جهات الوطن. وهو الأمر الذي يصعب إلا عن طريق أخذ عينة من مجتمع البحث.

9-2- عينة الدراسة:

يلجأ الباحث إلى اختيار جزء من مجتمع البحث ليجرى عليه الدراسة، ويسمى هذا الجزء عينة الدراسة (البحث) ومن أهم الشروط التي يجب أن تتوفر في العينة أن تكون ممثلة للمجتمع في جميع الخواص. وفقا للخطوات التالية:

- تحديد المجتمع الأصلي: مثل التعليم العام- الإدارة التعليمية - المدرسة - المرحلة الدراسية- الطلاب.
- تحديد أفراد المجتمع الأصلي: تحديد جميع الأفراد الذين تنطبق عليهم الخطوة الأولى وإعداد قائمة بذلك وعلى الباحث ألا يعتمد على قائمة قديمة.
- اختيار عينة البحث: وتتطلب هذه الخطوة الأولى وإعداد قائمة بذلك وعلى الباحث ألا يعتمد على قائمة قديمة.
- اختيار عينة البحث: تتطلب هذه الخطوة أن تتوافر جميع خصائص أفراد مجتمع البحث في الأفراد الذين سيتم اختيارهم ليكونوا أعضاء العينة.
- اختيار عدد كاف من الأفراد: (حجم العينة).

كما يمكن أن نقسم العينات إلى نوعان: عينات عشوائية، وعينات غير عشوائية، والعينة التي سيتم تسليط الضوء عليها هي العينة العشوائية، والتي تعرف على أنها تلك العينات التي يكون فيها لكل فرد من أفراد

¹ يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين، مطبعة كوم للنشر و التوزيع، الجزائر، 2007، ص12.

الإطار المنهجي للدراسة

المجتمع الفرصة نفسها لأن يكون أحد أفراد العينة، ويكون جميع أفراد البحث معروفين، ويمكن الوصول إليهم"، وبالضبط العينة العشوائية البسيطة، والتي تنطبق على موضوع المدروس، والتي تعرف "بأنها العينة التي يتم اختيارها بطريقة يكون فيها لكل فرد في المجتمع فرصة الاختيار نفسها، دون ارتباط ذلك الاختيار باختيار فرد آخر من المجتمع"¹.

تتمثل عينة الدراسة من خلال الموضوع المتناول " اتجاهات الشباب الجزائري حول خطاب الكراهية في منصات التواصل دراسة مسحية لعينة من شباب ولاية أدرار نموذجاً " في الشباب مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في ولاية أدرار.

10- مجالات الدراسة:

يعد تحديد مجال الدراسة من الإرهاصات الأولية في البناء المنهجي لكل دراسة علمية ميدانية بهدف معرفة مدى مطابقة المعارف النظرية للمعارف المتحصل عليها ميدانياً.

أ- المجال المكاني للدراسة:

لقد تمت دراستي في وسط مدينة أدرار و القرى المجاورة لها من خلال القيام بتوزيع استمارة استبيان

ب- المجال الزمني للدراسة:

يقصد بالمجال الزمني بالفترة التي استغرقتها الدراسة، والتي تمتد من بداية التفكير في مشكلة البحث إلى غاية استخلاص النتائج العامة، و بالنسبة للموضوع الموسوم بعنوان "اتجاهات الشباب الجزائري حول خطاب الكراهية في منصات التواصل الاجتماعي دراسة وصفية مسحية لعينة من شباب ولاية أدرار" فقد بدأ التفكير في شهر سبتمبر 2022، ليتم اختياره بشكل نهائي شهر نوفمبر 2022. وبعد جمع المادة العلمية المتمثلة في المصادر و المراجع شرعت في كتابة الجانب النظري في فيفري 2023.

¹ حافظ و عبد الرشيد عبد العزيز، أساسيات البحث العلمي، ط1، مركز النشر العلمي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة المملكة العربية السعودية، 2012.

ج- المجال البشري للدراسة:

يتمثل هذا المجال في عينة الدراسة و التي تشمل مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي من شباب ولاية أدرار بعينة قدرت ب (70 فرد) أي مقسمة على 50 ذكور و 20 إناث من موقعين مختلفين الموقع الاول وسط مدينة أدرار أما الموقع الثاني في القرى المجاورة أو ماتعرف بالأرياف.

11- محددات الدراسة:

يتم تعميم نتائج الدراسة بالمحددات الآتية:

1. صدق وثبات أداة الدراسة من خلال منظورها الدلالي ،والتي تتمثل في استبانة تم تصميمها لأغراض الدراسة.
- 2.تحقيق عنصر التجانس في اختيار العينة، وصدق ثبات الأداة لكي يتسنى تعميم النتائج المتحصل عليها على مجتمع البحث نفسه.
- 3.تحلي المبحوثين بالصدق و المصادقية وحرصهم على دقة الإجابات على أداة الدراسة المعتمدة في البحث.

12- الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

أجرى كل من بيلكسو و بياتا 2015 دراسة هدفت إلى وضع أسس و طرق حديثة في تأثير خطاب الكراهية وتداعياته، وتم الاعتماد على المنهج الاستقرائي من خلال مراجعة الأدبيات ذات الصلة المباشرة وغير المباشرة بخطاب الكراهية، وخلصت أهم النتائج إلى أن خطاب الكراهية أصبح حقيقة مقلقة جدا يجب أن يتم التعامل معه بطريقة مسؤولة، من خلال إطلاق حملات توعوية وتعليمية للجميع تتعلق بالحقوق و احترام حياة الآخرين وخصوصيتها، و اعتبرت أن الإنسان ولد حرا متساوي في الكرامة و الحقوق، وبالتالي يجب أن يتعامل مع الآخرين بنوع من الأخوة و المحبة، ولذلك فإنه يتوجب على الجميع التصدي لخطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، و العمل يد بيد لغرس بذور المحبة والعناية و التفاهم و التسامح.

أجرى المسيح 2017 دراسة هدفت إلى التعرف على كيفية تعامل وتفاعل رواد شبكات التواصل الاجتماعي عبر هذه الشبكات، و التعرف على أنواع خطاب الكراهية و التحريض على العنف المكرسة أكثر بينهم، بالإضافة إلى معرفة الدواعي الاجتماعية لنشر خطاب الكراهية و التحريض عليه، ولتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، حيث استهدفت الدراسة عددا محدودا من رواد شبكات التواصل الاجتماعي وبواقع (100 فرد) في مدينة مراكش المغربية. وكشفت النتائج أن نسبة 40% من رواد شبكات التواصل الاجتماعي عينة الدراسة تعرضوا لخطاب الكراهية، وأن للجوانب الاجتماعية دور في تكريس خطاب الكراهية و التحريض على العنف، و أن ما نسبته 71% من عينة الدراسة أقروا بتأثر حياتهم الاجتماعية بخطاب الكراهية الممارس عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

الدراسة الثالثة:

أجرى الرحامنة 2018 دراسة هدفت الى تحديد مفهوم خطاب الكراهية و أشكاله المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاساته على المجتمع الأردني، وكذلك تحديد أثار انتشار خطاب الكراهية، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي، واعتمدت على الاستبانة لجمع المعلومات من عينة عشوائية بلغت (400 مفردة) جاءت من مختلف تجمعات المجتمع الأردني في العاصمة عمان، وأظهرت نتائج الدراسة أن مفاهيم خطاب الكراهية قد اختلفت لدى المستجيبين وتعددت، وجاء في مقدمتها:

-تشويه الحقائق أو تكذيبها.

-عدم القبول بالاختلاف مع الآخرين.

-شبكات التواصل تعمل على اثارة الفتن بين مكونات المجتمع و تؤدي إلى الفرقة و التناحر، و أنها تفقد المجتمع تماسكه الداخلي فيصبح ضعيفا أمام الأزمات.

كما بينت النتائج إن دور شبكات التواصل الاجتماعي اتجاه خطاب الكراهية و العنف المجتمعي يعتمد على طبيعة المستخدم و مستواه الاجتماعي و التعليمي، وقد تسهم في نشر معلومات مضللة.

أجرى الربيعي 2019 دراسة هدفت الى التعرف على ملامح خطاب الكراهية المتداول عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتحديد الدور الذي تقوم به تلك الوسائل في نشر وبناء خطاب الكراهية، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحث المنهج المسحي، حيث اعتمد على عينة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي وبواقع (130 مستخدما)، وزعت عليهم أداة الدراسة الاستبانة لجمع البيانات و المعلومات عن موضوع البحث، و أظهرت نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في ظهور قيم سلبية تؤثر في بناء خطاب الكراهية في المجتمع، و أن الفايسبوك كأحد وسائل التواصل الاجتماعي دور كبير في بناء و نشر خطاب الكراهية.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة. يتبين أنها تهتم بموضوع خطاب الكراهية سواء الوارد في البيئة الرقمية أو في وسائل الإعلام التقليدية. ودراستنا تبحث في نفس الاتجاه. لكونها اختارت أن تسلط الأضواء على أثر استخدام خطاب الكراهية في منصات التواصل الاجتماعي في منظور الشباب الجزائري.

13- صعوبات الدراسة:

- تشابك المادة العلمية التي تخص الموضوع المدروس.
- قلة المراجع التي تتناول هذا الموضوع.
- صعوبة الموضوع المتناول في حد ذاته.
- ضيق الوقت.

الإطار النظري للدراسة



الفصل الأول: عموميات حول خطاب الكراهية



تمهيد

في هذا الخضم سنسلط الأضواء على مفهوم خطاب الكراهية إضافة إلى المعرفة الجوهرية لمستوياته و إشكاله و أهم الأسباب و العوامل المؤدية له مع الإطلاع على عارضة القوانين و الدساتير المنصوص عليها من طرف المشرع، والتعرف على الميكانيزمات المتحكمة فيه.

1- مفهوم خطاب الكراهية:

أ- لغة: القبح و إثارة الاشمئزاز و البغض حول شيء ما. أن يكره الإنسان شيئاً هذا يعني مقته أي لم يحبه و أبغضه و نفر منه. الكراهية هي أيضا الحقد و الغضب و الشعور بالضعينة تجاه شخص ما. وفي الأفعال القولية التي تصدر عن دولة أو جماعة أو أفراد وتدعو صراحة إلى الكراهية يطلق عليها "خطاب الكراهية".¹

ففي النطاق اللغوي يشير تعبير خطاب الكراهية إلى كلمتين وهما خطاب: ومعناه مراجعة الكلام وقد خاطبة بالكلام مخاطبة وخطابا وهما يتخاطبان، ويشير أيضا إلى معنى الرسالة الموجهة إلى الغير وسواء أكانت كتابة أم لفظا فيوجهه المخاطب إلى الغير عن قصد و دراية أما مصطلح الكراهية فيرجع إلى مصدره وهو الكره، وهو ضد المرغوب فيه، وقيل في ذلك جمع مكره وهو ما يكرهه الإنسان ويشق عليه، وسمي إليه مكروها لأنه ضد المحبوب. وفي اللغة الإنكليزية فيشير مصطلح خطاب الكراهية المكون من كلمتين Hate : Speech إلى خطاب يوجه بهدف التهديد أو الإهانة لشخص أو مجموعة على أساس الأصل القومي أو العرقي أو اللون أو الدين أو الجنس أو الهوية أو الإعاقة.²

فيما يعرفها قاموس كامبردج القول: خطاب عام يعبر عن الكره و التحريض نحو العنف اتجاه شخص أو مجموعة تابعة لعرق أو دين وغيرها.³

ب- اصطلاحا: يعتبر مصطلح خطاب الكراهية من المصطلحات الشائكة، والتي يدور حولها الكثير من الجدل، وترى اليونيسكو (2015) أن سبب ذلك هو كونه مفهوما واسع النطاق، ويسهل التلاعب به، ولذلك استعملت مفاهيم ضيقة من قبيل "خطاب خطر"، و "خطاب خوف"، للتركيز على قدرة الخطاب على التسبب في الضرر و الدفع إلى نتائج عنيفة.

¹ عبد السلام محمد هارون، معجم مقاييس اللغة، دار الفكر، 1980، ص370.

² "انتشرت دعوات الكراهية اتجاه الآخر وذلك بسبب الاختلاف في الجنس، الانتماء الجغرافي، التوجه الايديولوجي"

³ نشوان حميد أحمد الفايق، مقاصد الشرعية و اثرها في القضاء على التمييز العنصري، أطروحة دكتوراه كلية الشريعة و القانون، أم درمان السودان، 2014، ص25.

³ نشوان حميد أحمد، المرجع السابق، ص28.

و يعد الكلام الذي يحرص على الكراهية نوعاً من الكلام التمييزي الذي ينشأ عندما يتفاعل أشخاص من مجموعات اجتماعية، أو عرقية، أو دينية مختلفة مع بعضهم البعض، أو عندما تؤكد إحدى هذه المجموعات سلطتها على الآخرين. و يعرف الكلام الذي يحض على الكراهية على أنه كلام غير مرغوب فيه بدافع التحيز، يستهدف شخصاً أو مجموعة من الأشخاص بسبب بعض خصائصهم الفطرية الفعلية أو المتصورة. ويعبر هذا الخطاب عن مواقف تمييزية، أو مخفية، أو رافضة، أو معادية، أو متحيزة تجاه تلك الخصائص والتي تشمل الجنس، أو العرق، أو الدين، أو اللون، أو الأصل القومي، أو الإعاقة. ويهدف خطاب الكراهية إلى إيذاء الجماعات المستهدفة و تجريدها من الإنسانية، ومضايقتها، وترهيبها، وتحطيمها، واهانتها، وإثارة اللامبالاة، و الوحشية ضدها.

ويندرج خطاب الكراهية في بنية مركبة من حرية التعبير، وحقوق الأفراد، والجماعات، والأقليات، ومبادئ الكرامة، الحرية، و المساواة. وحسب التشريعات الوطنية و الدولية يشير خطاب الكراهية الى عبارات تؤيد التحريض على الضرر خاصة التمييز، أو العنف، وقد يشمل:

-على سبيل المثال لا الحصر - الخطاب الذي يؤيد الأعمال العنيفة، أو يهدد بارتكابها، أو يشجعها، و بالنسبة للبعض قد يمتد هذا المفهوم ليشمل عبارات تمهد لحو من الإساءة وعدم التسامح، على افتراض أن ذلك قد يشعل فتيل الهجمات التمييزية و العدوانية و العنيفة المنشودة.

ويختلف التحريض على العنف عن "خطاب الكراهية ففي حين أنه لا يوجد تعريف قانوني "الخطاب الكراهية"، و أن وصف ما هو "كراهية" أمر مثير للجدل، فإن خطاب الكراهية يعرف عادة بأنه أي نوع من أنواع الرسائل في الخطاب، أو الكتابة، أو السلوك، يشوه سمعة فرد أو جماعة على أساس الهوية، و بعبارة أخرى على أساس الدين، أو الأصل الإثني، أو الجنسية، أو العرق، أو أي عامل هوية آخر. وقد يوحي خطاب الكراهية أن الفرد أو الجماعة - وعادة ما تكون جماعات - هي أدنى مرتبة، و أنه ينبغي استبعادها، أو ممارسة التمييز ضدها على ذلك الأساس، بما في ذلك، على سبيل المثال، عن طريق الحد من إمكانية حصولها على

التعليم، أو العمل، أو المناصب السياسية. وفي حين أن كل تحريض على التمييز، أو العداوة، أو العنف هو خطاب كراهية، فليس كل خطاب كراهية يشكل تحريضا.

وفي الدورة السادسة ضمن إعلان وبرنامج عمل ديربان للقضاء على و العنصرية و التمييز العنصري و كراهية الأجانب قدمت شركة قاعدة الكراهية Hatebase تعريفا عمليا واسع النطاق لخطاب الكراهية على أنه "أي تعريف - بصرف النظر عن طابعة العدوانية - يصف مجموعة محددة من الناس على نطاق واسع على أساس سمات غير مرغوب فيها و نوعية أو ذاتية، لاسيما إذا كانت تلك السمات تتعلق: بالأصل العرقي، أو الجنسية، أو الدين، أو الجنس، أو العجز، أو الطبقة". و أشارت الى أن استبعاد الطابع العدوانية كمعيار يؤدي الى فهم أقل موضوعية لما يشكله خطاب الكراهية.

وضمن إستراتيجية الأمم المتحدة و خطة عملها بشأن خطاب الكراهية لعام 2019 عرف هذا الخطاب بأنه أي نوع من التواصل، الشفهي، أو الكتابي، أو السلوكي، الذي يهاجم أو يستخدم أو يستخدم لغة أزدرائية، أو تمييزية بالإشارة إلى شخص أو مجموعة على أساس الهوية، و بعبارة أخرى، على أساس الدين، أو الانتماء الإثني، أو الجنسية، أو العرق، أو اللون، أو الأصل، أو الجنس، أو أحد العوامل الأخرى المحددة للهوية. وهذا الخطاب كثيرا يستمد جذوره من مشاعر التعصب و الكراهية التي يغذيها في الوقت نفسه، ويمكن في بعض السياقات أن ينطوي على الإذلال، يؤدي إلى الانقسامات.

وقدمت لجنة الوزراء بمجلس أوروبا تعريفا تعريفا مفصلا لخطاب الكراهية من حيث الفئات المستهدفة، حيث عرفته بأنه الخطاب الذي يشمل جميع أشكال التعبير التي تنشر، أو تحرض، أو تروج، أو تبرر الكراهية العرقية، أو كراهية الأجانب، أو معادات السامية، أو غيرها من أشكال الكراهية القائمة على التعصب كاستهداف النساء، ومغايري الهوية الجنسية، و الغجر، و المسلمين، و اليهود، و الأقليات، و المهاجرين، و الأشخاص من أصول مهاجرة بخطاب الكراهية. ومع ذلك يمكن توجيه خطاب الكراهية. ومع ذلك يمكن توجيه خطاب الكراهية ضد أي مجموعة، أو أي فرد، لأي سبب من الأسباب.

ومن خلال التعريفات السابقة يتضح أن هناك جهوداً متعددة من الباحثين و المؤسسات و المنظمات الدولية لتحديد مفهوم خطاب الكراهية، و إزالة اللبس حوله. إلا أن عدم وجود تعريف محدد له في القانون الدولي يجعل منه مصطلحاً فضفاضاً يصعب معه تحديد ما يمكن اعتباره خطاباً كراهية، الأمر الذي ينعكس بشكل واضح على التباين الكبير في القوانين و الأساليب التي تتبعها الدول لمواجهة و الحد من آثاره.¹

2- خطاب الكراهية (عناصره و مستوياته و أشكاله)

2-1 عناصر (مكونات) خطاب الكراهية:

من أبرز مكونات أو عناصر خطاب الكراهية نذكر مايلي:
أ-الحقد:

الحقد أو الضعن هو إمساك العداوة في القلب، والتريص بشخص أو مجموعة من الأشخاص ومعناه إضمار الشر للمجني عليه إذا لم يتمكن من الانتقام منه، فأخفى ذلك الاعتقاد الى وقت إمكان الفرصة. وهو بغض شديد ورغبة في الانتقام مضمرة في نفس الحاقد حتى يتمكن في تحين الوقت الذي ينال فيه ممن حقد عليه، وتشكل الحملة الانتخابية الفرصة المثالية لتحقيق غايته.

ب-التحريض:

التحريض هو خلق فكرة الجريمة لدى الشخص وتدعيم هذه الفكرة كي تتحول الى تصميم على ارتكاب الجريمة بحيث يوحي الى الفاعل بارتكابها، ويدفعه بصورة مادية اليها بالتأثير على إرادته وتوجيه الوجهة الى ارادها.

وهكذا يكون الخطاب التحريضي الذي يهدف من خلاله المحرض الى تشجيع تنامي العنف و التشجيع العنصري، ضد الأشخاص بناء على الأسس التمييزية، مرادف لخطاب الكراهية الذي يؤدي إلى تفكيك المنظومة الاجتماعية خاصة مع تطور وسائل الإعلام و التواصل الاجتماعي.

¹ خيرية علي العمري، سبل مواجهة خطاب الكراهية، سلسلة التواصل الحضاري، مكتبة الملك فهد الوطنية، ط1، الرياض، 2021، ص13-

ج-العننية:

يقصد بالعننية الإظهار و الذبوع و الانتشار، وهي علم الجمهور بقول أو فعل أو كتابة، بحيث يمكنهم معرفة الرأي أو الفكرة المنشورة أو المذاعة دون عائق، فخطاب الكراهية لا يحتاج فقط الى أفراد أو جماعات تتبنى هذا النوع من الخطاب و الحث على رفض الآخر و اقصائه، بل يحتاج أيضا الى الوسائل التي يمكن من خلالها بث خطاب الكراهية وتعبئة الجمهور وحشده.

ويكون الخطاب مباشرا يلقى أمام الجمهور أو من خلال وسائل الاعلام المختلفة و المتعددة كالوسائل السمعية أو السمعية البصرية.

ويشوب مصطلح خطاب الكراهية نوع من اللبس و الغموض خاصة عندما يتعلق الأمر بتمييزه وحرية التعبير، وهو ما يتطلب تمييز خطاب الكراهية عن حرية التعبير.¹

2-2 مستويات خطاب الكراهية:

أ-المستوى القوي:

- الدعوة للعنف.

- الدعوة للتمييز العنصري.

- الدعوة لعدم قبول السلام.

ب-المستوى المتوسط:

- تبرير تاريخي لوقائع عنف و تمييز.

- تصريحات تشكك بوقائع تاريخية لأحداث عنف أو تفرقة أو تمييز.

- الحديث عن جرائم دينية أو اثنية لجماعة ضد أخرى.

- أفكار بشأن تفوق جماعة على أخرى.

- اتهامات للتأثير السلبي لشخص أو جماعة دينية أو عرقية على المجتمع أو الدولة.

¹أركان هادي عباس البحري، بلاسم عدنان عبد الله، خطاب الكراهية في نطاق القانون الدولي الجنائي، مجلة العلوم القانونية و السياسية، المجلد 08، العدد 02، ص489-490.

ج- المستوى الناعم الخفيف:

- خلق صورة سلبية عن جماعة دينية أو اثنية عبر نشر تصريحات بشأن عدم كفاءة جماعة ما.

- تصريحات بشأن عيوب أخلاقية لمجموعة دينية.

مما تقدم نصل إلى أن خطاب الكراهية يتضمن أشكال متنوعة منها نعيشها ضمن حياتنا اليومية دون أن نشعر بها أنها تقع ضمن نطاق مفهوم خطاب الكراهية، ويرجع هذا إلى نتيجة الالتباس بين مفهوم النقد و حرية التعبير عن الرأي وخطاب الكراهية، ونتيجة لبيئة اجتماعية وموروث اجتماعي.

ان وسائل الاتصال الجماهيرية تحدث أثارا كبيرة على ادراك الناس للعالم الخارجي المحيط بهم، وخاصة هؤلاء الناس يتعرضون لتلك الرسائل لفقرات طويلة ومنتظمة، وبالتالي فإن الصورة الذهنية التي تسود لدى جماعة ما، تكون ناتجة عن تكرارات تعرضت أفراد هذه الجماعة لأنواع خاصة من الرسائل الجماهيرية. وإن كثافة الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي تساعد في اكتساب معاني ومعتقدات و تصورات جديدة حول العالم الذي تقدمه، قد تكون مختلفة عن العالم الواقعي، ويكون تأثير الاستخدام لمواقع التواصل الإجتماعي على ثلاث مستويات:

• مستوى التأثير المعرفي:

يستقي الفرد الكثير من المعارف و المعلومات عن الموضوعات والقضايا والأحداث و الأشخاص في بيئته المحيطة به (المجتمع) مما يساعد في تكوين تصور معرفي عن البيئة المحيطة به، ويحدث التأثير إذا كانت اهتمامات الفرد تمثل دافعا رئيسيا للتعرض.

• مستوى التأثير على المواقف و الإتجاهات:

يكون مبني على أسس معرفية سابقة تساعده على تشكيل الموقف و الاتجاه و أن مايؤثر هو طبيعة المضمون و الشخص و الوسيلة فضلا عن النضج المعرفي لدى الجمهور ووقت وأسلوب عرض المادة.

• مستوى التأثير على السلوك:

يعد الهدف النهائي من الرسالة الإتصالية وينتج التغيير في السلوك نتيجة للتعرض لوسائل الاعلام ومضامينها مما يحدث تأثير معرفي لدى الأفراد اتجاه الموضوعات التعرض لها في المواقف و الاتجاهات.¹

2-3 أشكال خطاب الكراهية:

أ- خطاب التمييز و العنصرية:

إن خطاب الكراهية هو أي تعبير عن الكراهية التمييزية تجاه الأشخاص على أساس جانب معين من هويتهم، ويمكن لهذا الخطاب أن يشكل خطرا إذا ما اتجه نحو تحريض الناس على استعمال العنف أو الشتم أو الافتراء أو الصور النمطية المؤذية ضد فئات أو جماعات مهمشة مما يؤدي ذلك إلى نشوء بيئات يسودها الحقد و الكراهية، كما أن خطاب التمييز و العنصرية يشمل كل خطاب يقوم على أساس تمييزي أو عنصري بسبب الانتماء الديني، السياسي أو الفكري، أو الجنس أو العرق، وهذا ما يساهم في حرمان تلك الفئات من التمتع بحقوق الإنسان على قدم المساواة مع غيرهم من الناس، و التمييز أو الخطاب الذي يحض على الكراهية لا يمس فقط بمشاعر الأفراد أو الجماعات التي وجهت لها تلك الخطابات و إنما يساهم في الحث على إشعال نار الصراعات و النزاعات مما ينجر عن ذلك ارتكاب جرائم بحقها بالإضافة إلى التشجيع على ممارسة العنف ضد فئات مجتمعية كالنساء و الأطفال و اللاجئين و المهاجرين و الأقليات.²

ب- خطاب التحريض:

يشمل كل خطاب سواء بشكل مباشر أو غير مباشر يشجع على القيام بفعل سلبي يشكل ضررا جسديا كان أو معنوي، مثل ممارسة العنف ضد الآخرين و التحريض على الانتقام و الإساءة لهم، ويعتبر الجانب السيئ للكراهية هو التحريض على العنف و من ثمة العنف نفسه، وكلمة "تحريض" تحمل معنيين، التحريض على الخير

¹بيرق حسين جمعة الربيعي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء خطاب الكراهية، كلية الإعلام، جامعة بغداد، ص7.

²وافي حاجة، خطاب الكراهية بين حرية التعبير و التجريم، دراسة من منظور أحكام القانون و القضاء الدوليين، المجلة الدولية للبحوث القانونية و السياسية، المجلد4، العدد1، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2020، ص70.

وهو مقبول و التحريض على الشر وهو الذي يدل عن المعنى السيئ للتحريض إذا ما تم توظيفه للقيام بأعمال مرفوضة في المجتمعات دينيا و قانونيا و عرفا.¹

وهناك نوعان من التحريض: التحريض الفردي أو المحدد أو الخاص، و النوع الآخر من التحريض هو التحريض العام أو الموجه الى الجمهور، فالنوع الأول وهو التحريض المحدد أو الخاص هو ذلك الذي يصدر من شخص الممرض الى شخص معين أو أشخاص معينين يعرفهم الممرض و يمارس عليهم تأثيرا، فيقع تأثير التحريض على الفاعل الأصلي بشكل مباشر، ولا يشترط أن يوجد اتفاق أو تفاهم سابق بين الفاعل و الممرض لوقوع هذا النوع من التحريض، ويستوي أن يكون التحريض علنا أو سرا، أو النوع الثاني من التحريض وهو أن يكون التحريض عاما فيصدر من شخص لأشخاص غير محددة، ويتضح ذلك من خلال التحريض باستخدام الإعلام.²

وتجدر الإشارة إلى أن العنف الذي تقود الكراهية إليه يكون في صورة حروب و مذابح و جرائم ضد الإنسانية، وتعتبر كل دعوة مباشرة أو غير مباشرة للجمهور لممارسة العنف ضد أفراد أو جماعات على أسس التمييز السالفة الذكر تحريضا على العنف، وهو محظور و مجرم قانونا، فنجد نماذج و مستويات مختلفة منها ما تعلق بإشعال الصراعات و الحروب داخل البلد الواحد، ومنها ما يرتبط بنشر و إقامة الكراهية داخل الأمة الواحدة أو العرق الواحد أو الدين الواحد، فمثلا عملت بعض الدول الغربية على تطيخ صورة الإنسان العربي المسلم عبر منصات التواصل الاجتماعي.

وتعزز صورة العربي المتطرف القاتل في وسائل الإعلام الغربية، مما أحدث ما يعرف بظاهرة الإسلاموفوبيا، كما أن وسائل الإعلام تركز خطاب الكراهية، وتتحمل مسؤولية رئيسية في بثه هي وكل الأطراف التي تدعمها و تؤيدها، والتي غايتها تحذي الشعوب وتغيب و عيها، وكثيرا ما ترتكب وسائل الإعلام

¹ كريمة مزوز، خطاب الكراهية من خلال وسائل الإعلام و أثره على مسأل حماية المؤسسات الإعلامية زمن النزاعات المسلحة، جامعة أم البواقي، الجزائر، ص392.

² أحمد عزت و آخرون، خطابات التحريض و حرية التعبير، الحدود الفاصلة، مؤسسة حرية الفكر و التعبير، شارع أحمد باشا ، الدور السادس - جاردن سيتي - القاهرة، ص24.

خطأ في إعادة نقل خطاب الكراهية، وهو ما حدث إبان الاعتداء على المسجد في نيوزيلندا، ولم تكتف تغطيات إعلامية آنذاك بنشر بعض مقاطع خطاب الكراهية، الذي استخدمه منفذ الهجوم عبر صفحته على موقع تويتر، بل خصصت بعض تلك التقارير الصحفية كامل المساحة لبث ما ورد من خطاب الكراهية ممن يؤدونه، لتنتقل أخرى ما كتبه منفذ الهجوم على أسلحته.¹

إضافة إلى التحريض على العنف توجد صور أخرى للتحريض من بينها التحريض على العداوة، والتحريض على التمييز الذي يؤدي إلى القيام بأي فعل من شأنه أن يمنع تمتع أفراد أو مجموعات بحقوق الإنسان وحرياته الأساسية سواء في المجال الاقتصادي، الاجتماعي، الثقافي أو السياسي أو أي مجال آخر من مجالات الحياة العامة.²

ج- خطاب السب:

يقصد بالسب قانوناً أي لفظ أو عبارة من شأنها اهانة و احتقار الأفراد، وبهذا فإن السب يقوم على عنصر التعبير، كما أن التحقير هو قيام الفاعل بتصرف ما يحمل في طياته معاني الاحتقار و الإهانة، التي تشكل اعتداء على كرامة الإنسان بإحدى الطرق و الوسائل، إما بواسطة الكتابة و الرسم أو الكلام أو الحركات أو التهديد، و السب قد يوجه الى فرد أو مجموعة من الأفراد بسبب انتمائهم إلى مجموعة عرقية أو دينية مختلفة وهذا النوع من السب يكون بكثرة في مواقع التواصل الاجتماعي.³

¹ سعد عبد السلام، جذور صناعة خطاب الكراهية في ثقافة المجتمع المعاصر، مجلة التمييز الفكري للعلوم الاجتماعية و الانسانية، العدد05، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، 2021، ص65-67.

² أحمد عزت وآخرون، المرجع السابق، ص10.

³ داود فايضة، جريمة السب في القانون الجزائري، مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، فرع الحقوق، تخصص قانون جنائي، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2019-2020، ص8-14.

⁴ " انتشرت ممارسات العنف اللفظي من سب و شتم، وعدم احترام الآخرين وذلك في كل ابفضاءات الاجتماعية"

3- أسباب و عوامل خطاب الكراهية:

3-1- أسباب انتشار خطاب الكراهية:

- الصورة الخاطئة عن الآخر.

- الخوف من المنافسة.

- التصور بأن الآخر هو العدو.

- الثقافة السائدة في المجتمع بالإضافة إلى التربية و التعليم.

- الكيفية التي يقرأ بها التاريخ، فهناك الكثير من الشعوب تظل أسرى لأحداث التاريخ.

- الإعلام وغياب المعلومة، إذ تبنى الكثير من المواقف على أساس غياب المعلومة و الأفكار المسبقة.¹

3-2- عوامل تشكل خطاب الكراهية:

أ- العوامل التاريخية:

إن إستراتيجية الاستعمار تاريخيا هي تفتيت الدولة المستعمرة وتقسيمها، وهذا ينطبق على كل حالات الاستعمار التي مرت بها المجتمعات العربية، وحالة الجزائر لا تختلف عن هذه المجتمعات، فهشاشة المجتمع جاءت نتيجة التاريخ الاستعماري و غياب الديمقراطية السياسية و الاجتماعية وتكريس الاستبداد و النظرة الأحادية.²

ب- العوامل السياسية:

إن الكراهية شعور هدام، ولها تأثيرات فتاكة على المجتمعات، ومن أسبابها: الاختلاف العقائدي أو السياسي أو العرقي أو القومي، وتسييس القوانين، وعمليات التهميش و الإقصاء. ومنه فإن من الأسباب و

¹ بيارق حسين جمعة الربيعي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء خطاب الكراهية، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي خطاب الكراهية وأثره على التعايش المجتمعي والسلميين الدولي والإقليمي، جامعة صلاح الدين، أربيل كردستان العراق، 2019، ص07.

² يونس بورنان ، مقال بعنوان: خبراء جزائريون: قانون تجريم العنصرية مهم ولكنه ليس كافيا، موقع العين الإخبارية، تاريخ الدخول: 2023/05/25.

الدوافع التي تؤدي إلى خطاب الكراهية تلك المتعلقة بحالة الهيمنة و التسلط و الاستبداد، مما يؤدي إلى الإحتقان و الصراع الطائفي و يزيد في تأجيج الحقد و الكراهية.¹

ج- العوامل الاجتماعية و الاقتصادية:

يعزى تشكل الحاضنة الاجتماعية و الشعبية العريضة لخطاب الكراهية إلى غياب العدالة الاجتماعية و الشفافية و غياب التنمية الاقتصادية و قمع الحريات الفردية، مما يدفع بالفئات الأقل حظا في المجتمع للبحث عن وسائل للتنفيس عن مشاكلها و أحقادها، وليس من مكان أحسن من شبكات التواصل الاجتماعي لطرح هذه الأفكار الهدامة التي تزيد التفرقة بين أبناء المجتمع الواحد.²

د- العوامل الثقافية و الدينية:

يساهم خطاب الكراهية على غرس الثقافات في النسيج الاجتماعي للمجتمع، وبعث حوافز التطرف الديني، من خلال توظيف الشحن العاطفي و العقائدي و تكثيف الرسائل ذات المحتوى المحرض على الكراهية الدينية و الإقصاء المذهبي، وهو ما يرسخ السلوك الطائفي من خلال بناء تصورات فكرية و معرفية، ووجدانية تتأسس على الفاشية الدينية في توجهاتها الدغمائية، المرتبزة بتيار من القيم التي يتشكل حولها الخطاب الديني المذهبي.³

4- خطاب الكراهية في المواثيق و الدساتير الدولية:

يشكل خطاب الكراهية تحديا للمشرعين، وذلك لعدم قدرة القانون الدولي على فرض تشريع دولي يلزم كل الأطراف التزامه و تطبيقه، ومن الجدير ذكره أن لخطاب الكراهية تعريفا صريحا في العديد من الوثائق و المعاهدات الدولية لحقوق الإنسان، إذ تطبق عليه بشكل غير مباشر المبادئ المتعلقة بكرامة الإنسان و حرية التعبير المحررة في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الذي جرت صياغته عام 1948، إذ يحتوي الإعلان على الحق في الحماية المتساوية بموجب القانون في مادته السابعة (07) التي ينص فيها المشرع "على أن كل الناس

¹ خريفية جودي، الخطاب الطائفي السني- الشيعي ووسائل الإعلام، أطروحة الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة بسكرة- الجزائر، 2021، ص85.

² نصر الدين العياضي، الخطاب الطائفي في الفضائيات العربية- كلفة الخلاف و تداعياته، المركز الإعلامي، قطر، 2015، ص12.

³ خريفية جودي، المرجع السابق، ص264.

سواسية أمام القانون ولهم الحق في التمتع بحماية متكافئة من دون أية تفرقة، كما لهم جميعا الحق في حماية متساوية ضد أي تمييز يخل بهذا الإعلان، وضد أي تحريض على التمييز.¹

4-1 تجريم خطاب الكراهية في الاتفاقيات الدولية:

تتعدد الاتفاقيات الدولية التي تعني بخطاب الكراهية، ومنها المادة الثالثة من اتفاقية منع الإبادة الجماعية و المعاقبة عليها لعام 1948 التي نصت على ما يلي: "يعاقب على الأفعال التالية التحريض المباشر و العلني على ارتكاب الإبادة الجماعية".

واعتبرت الفقرة (أ) من المادة 04 من الاتفاقية الدولية للقضاء على جميع أشكال التمييز العنصري أو الكراهية، وكل تحريض على أعمال العنف ضد أي عرق أو أي جماعة من أصل اثني آخر، وكذلك كل مساعدة النشاطات العنصرية، جريمة يعاقب عليها قانون الاتفاقية الدولية للقضاء على جميع أشكال التمييز العنصري 1965.

بينما تحظر المادة 20 من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية و السياسية 1966 اية دعوة إلى الكراهية القومية أو العنصرية تشكل تحريضا على التمييز أو العداوة أو العنف.

وقد نصت المادة 13 من الاتفاقية الأمريكية لحقوق الإنسان 1969 على مايلي "... و أن أي دعاية للحرب و أي دعوة الى الكراهية القومية أو الدينية، اللذان يشكلان تحريضا على العنف المخالف للقانون أو أي عمل غير قانوني آخر ضد أي شخص أو مجموعة أشخاص مهما كان سببه، بما في ذلك سبب العرق أو اللون أو الدين أو اللغة أو الأصل القومي، تعتبر جرائم يعاقب عليها القانون.²

¹ إبراهيم صابر الديك، الوطن الافتراضي بين حرية التعبير وخطاب الكراهية، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان الأردن، 2021، ص59.

² وريدة جددلي بنت مبارك، التصدي لخطاب الكراهية في القانون الدولي و التشريع الجزائري التكريس القانوني وسبل الوقاية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة سكيكدة، ص116-117.

4-2- الميثاق الإفريقي لحقوق الإنسان والشعوب:

لم يتم تناول الميثاق الإفريقي النص على حظر خطابات الكراهية التي تشكل تحريضا، واكتفى فقط بحظر التمييز وضمان حرية التعبير حيث نصت المادة (02) منه على أن:

"يتمتع كل شخص بالحقوق والحريات المعترف بها و المكفولة في هذا الميثاق دون تمييز، خاصة إذا كان قائما على العنصر أو اللون أو الجنس أو اللغة أو الدين أو الرأي السياسي أو أي رأي آخر أو المنشأ الوطني أو الاجتماعي أو الثروة أو المولد أو أي وضع آخر".

كما نصت المادة (09) على أن:

- من حق كل فرد أن يحصل على المعلومات.

- يحق لكل إنسان أن يعبر عن أفكاره و ينشرها في إطار القوانين و اللوائح.¹

4-3- تجريم خطاب الكراهية في مبادئ كامدن حول حرية التعبير و المساواة لعام 2009:

ترتكز مبادئ كامدن حول حرية التعبير و المساواة على فكرة أن حرية التعبير و المساواة في حقوق جوهرية و أساسية فهي حقوق مكملة لبعضها البعض تقوم بدور حيوي في حماية كرامة الإنسان ، وتضمن الديمقراطية و تعزيز السلم و الأمن الدوليين، و تمثل مبادئ كامدن تفسيرا تقدميا للقانون الدولي ومعاييره، ولممارسات الدول المقبولة و للمبادئ العامة للقانون المعترف بها من قبل المجتمع الدولي، قامت بتحضير هذه المبادئ منظمة ARTICLE19 بالتشاور مع مسؤولين رفيعي المستوى في الأمم المتحدة ومسؤولين آخرين و خبراء من المجتمع المدني و جامعيين، ووضع هذا المستند لنشر أكبر قدر من التفاهم العالمي حول العلاقة ما بين احترام حرية التعبير و تعزيز المساواة.

تحديد مبادئ كامدن 12 مبدأ تستند إليها في معالجة العلاقة بين حرية التعبير و خطاب الكراهية، و أين يمكن للحكومات التدخل لمنع خطاب الكراهية، وأين يمكن أن تصمت اتجاه حرية التعبير مساحة أوسع، ويدعوا

¹ أحمد عزت، خطابات التحريض و حرية التعبير الحدود الفاصلة، مؤسسة حرية الفكر و التعبير، ص16.

المبدأ الأول إلى التصديق و إدماج قانون حقوق الإنسان، فعلى جميع الدول أن تصادق وتعمل في القانون المحلي عبر الإدماج أو بطرق أخرى المعاهدات الدولية و الإقليمية لحقوق الإنسان التي تتضمن حرية التعبير و المساواة.

تناول المبدأ الثاني الحديث عن الإطار القانوني لحماية حق حرية التعبير، فعلى الدول أن تضمن حق حرية إبداء الرأي و التعبير من خلال أي وسيلة اتصال بما في ذلك الحق بالمعلومات مكفول في الأحكام الدستورية المحلية تحدد بوضوح نطاق القيود المسموح بها على حق حرية التعبير، على أن تحدد هذه القيود بقانون يعرفها بدقة لخدمة مصلحة مشروعة ينص عليها الدستور وأن تكون ضرورية في مجتمع ديمقراطي لحماية هذه المصلحة، كما على الدول أن تنشئ إطارا قانونيا واضحا لحماية حقوق الحصول على المعلومات بما في ذلك حق الوصول الى المعلومات التي تحتفظ بها الهيئات العامة، وتشجيع النشر الاستباقي لها.

والمبدأ 12 المعنون ب: التحريض على الكراهية نص على خمس نقاط من بينها:

- وجوب أن تتبنى جميع الدول تشريعا يمنع أي دعوة للكراهية على أساس قومي أو عرقي أو ديني مما يشكل تحريضا على التمييز أو العداة أو العداة أو العنف (خطاب الكراهية)، كما تم الإشارة في ذات النقطة على مفهوم "الكراهية" و "العداء" و "دعوة" و "تحريض" حتى تأخذها الدول بعين الاعتبار في أنظمتها القانونية.
- على الدول أن تمنع الإنكار أو التغاضي على جرائم الإبادة الجماعية و الجرائم ضد الإنسانية و جرائم الحرب فقط عندما تتشكل هذه التصريحات خطاب كراهية وفقا للمبدأ السابق الإشارة إليه.
- على الدول أن لا تمنع انتقاد أو مناقشة الأفكار أو المعتقدات أو الأيديولوجيات أو الديانات أو المؤسسات الدينية إلا عندما يشكل ذلك خطاب كراهية وفقا للمبدأ السابق الإشارة إليه.

- على الدول أن تضمن أن الأشخاص الذين تكبدوا أضرارا حقيقية نتيجة خطاب الكراهية، كما هو محدد في النقطة الأولى السابق الإشارة إليها لهم الحق في الانتصاف الفعال بما في ذلك التعويض المدني عن الأضرار.¹

¹ حياة سلماني، تجريم خطاب الكراهية في المواثيق الدولية لحقوق الإنسان، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، العدد 01، ص 1432.

4-4- تجريم خطاب الكراهية في القانون الجزائري:

أورد المشرع الجزائري في قانون الوقاية من جرائم التمييز و خطاب الكراهية الذي صدر سنة 2020م جملة من العقوبات على صور التمييز و مظاهره أو المشاركة فيه أو التشجيع عليه ومن خلال تتبع النصوص التي بين فيها المشرع الأحكام الجزائية لهاته الجرائم نجد أن المشرع قد صنفها وفق التقسيم الآتي بيانه:

أ- التمييز و خطاب الكراهية أو التحريض عليه أو الدعوة إليه:

عاقب المشرع على التمييز و خطاب الكراهية بالسجن من ستة أشهر إلى ثلاثة سنوات و بغرامة مالية من 60000دج إلى 300000دج، كما يعاقب كل من يقوم علنا بالتحريض على ارتكاب هاته الجرائم أو ينظمها أو يقوم بأعمال دعائية لها بالسجن من سنة إلى ثلاثة سنوات و بغرامة من 100000دج الى 300000دج، وذلك مالم يشكل الفعل جريمة يعاقب عليها بعقوبة أشد (القانون 20-05، المادة 30).

ويعاقب المشرع على التمييز و خطاب الكراهية بالسجن من سنتين إلى خمس سنوات و بغرامة من 200000دج إلى 500000دج في الحالات الآتية (القانون 20-05، المادة 31):

- إذا كان الضحية طفلا أو سهل ارتكاب الجريمة حالة الضحية الناتجة عن مرضها أو إعاقتها أو عجزها البدني أو العقلي.

- إذا كان المرتكب الفعل سلطة قانونية أو فعلية على الضحية أو استغل نفوذ وظيفته في ارتكاب الجريمة.

- إذا صدر الفعل عن مجموعة أشخاص سواء كفاعلين أصليين أو كمشاركين.

- إذا ارتكبت الجريمة باستعمال تكنولوجيا الإعلام و الاتصال.

ب- الدعوة الى العنف في جرائم التمييز:

يعد بيان عقوبات من يرتكب جرم التمييز و خطاب الكراهية فعلا أو قولاً أو اشتراكاً أو دعوة، ذكر المشرع

حالة أخرى كانت عقوبتها أشد، وهي أن يتضمن التمييز وخطاب الكراهية الدعوة الى العنف، وعاقب المشرع

عن هذا بالسجن من ثلاث سنوات الى سبع سنوات و بغرامة مالية من 300000 دج إلى 700000 دج (القانون 05-20، المادة 32).¹

5- ميكانزمات مكافحة خطاب الكراهية:

5-1- وضع السياسات و القوانين:

تشير الأمم المتحدة في خطة عمل الرباط بشأن حظر الدعوة إلى الكراهية القومية، أو العنصرية، أو الدينية التي تشكل تحريضا على التمييز، أو العداوة، أو العنف أنه وفقا للمعايير الدولية لحقوق الإنسان و التي ينبغي أن تلتزم بها القوانين الوطنية، فإنه يمكن فرض قيود على التعبير الذي يصنف بأنه " خطاب الكراهية "، وذلك بموجب المادتين 18 و 19 من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية و السياسية.و ذلك لجملة أسباب منها احترام حقوق الآخرين، أو النظام العام، أو حتى الأمن القومي أحيانا. كما إن الدول ملزمة بأن " تحظر" التعبير الذي يشكل " تحريضا " على التمييز أو العداوة أو العنف بموجب المادة 20-02 من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية و السياسية، وكذلك في أحوال مختلفة، بموجب المادة 4 من الاتفاقية الدولية للقضاء على جميع أشكال التمييز العنصري. و أبرزت النقاشات في مختلف حلقات العمل عدم وجود أي حظر قانوني للتحريض على الكراهية في العديد من الأطر القانونية الوطنية عبر العالم.

علاوة على ذلك، فإن التشريعات التي تحظر التحريض على الكراهية تستخدم مصطلحات متفاوتة، وهي

غالبا غير منسجمة مع المادة 20 من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية و السياسية.

فكلما توسع تعريف التحريض على الكراهية في القوانين الوطنية، ازدادت الاحتمالات بفتح باب التطبيق التعسفي لتلك القوانين. كما أن المصطلحات المتعلقة بمخلفات التحريض على الكراهية القومية أو العنصرية أو الدينية تختلف باختلاف البلدان و يزداد غموضها نوعا ما، في حين يجري تضمين التشريعات الوطنية أنواعا جديدة من

¹ خالد ضو، أحكام الجزائية لجرائم التمييز و خطاب الكراهية في التشريع الجزائري ضمن القانون 05-20، مجلة التمكين الاجتماعي المجلد 03، العدد 04، ديسمبر 2021، ص115-116.

² " ان ترويج ثقافة التواصل والحوار هو الحل فقط لمجابهة ثقافة الكراهية والحد المنتشرة على فضاءات التواصل الاجتماعي "

القيود على حرية التعبير. و ينجم عن ذلك مخاطر الوقوع في خطأ تفسير المادة 20 من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية و السياسية و إضافة قيود على حرية التعبير غير واردة في المادة 19 من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية و السياسية. و تشمل الجرائم في بعض البلدان التحريض على الكراهية العنصرية أو الدينية، في حين في سواها لا تشمل إلا المسائل العنصرية أو العرقية. كما أن بعض البلدان قد أقر بحظر التحريض استنادا إلى أسس أخرى. و تختلف المقاربات الوطنية بين أحكام القانون المدني، و أحكام القانون الجنائي. فالتحريض على الكراهية في العديد من البلدان، يفضي إلى جريمة أو جرائم، أما في بلدان أخرى فإنه يكون مرتبطا بالقانون الجنائي و القانون المدني معا، أو بالقانون المدني فقط.

وفي معظم الأحيان، نادرا ما يتم اللجوء إلى الآليات القضائية و شبه القضائية في ادعاءات التحريض على الكراهية و يحدث كثيرا أن يكون الضحايا من الجماعات المحرومة أو المستضعفة. كما أن السوابق القضائية بشأن حظر التحريض على الكراهية ليست متوافرة بسهولة في جميع أنحاء العالم. ويمكن تفسير ذلك في بعض الأحوال، بأنه عائد لغياب التشريع، أو عدم وجود القوانين المناسبة أو المساعدة القضائية للأقليات وغيرها من الفئات المستضعفة التي تشكل أغلب ضحايا التحريض على الكراهية. كما يمكن فهم عدة أسباب لهشاشة هذا الوضع القضائي منها عدم اللجوء إلى المحاكم نظرا لمحدودية الوعي بين عامة الناس فضلا عن انعدام الثقة في النظام القضائي. و توصي الأمم المتحدة في خطة عمل لها بمايلي:

- ينبغي إطلاع المحاكم الوطنية و الإقليمية بانتظام على أحدث مستجدات المعايير الدولية و السوابق القضائية و الفقه المقارن على الصعيدين الدولي و الإقليمي فيما يخص التحريض على الكراهية.

- على الدول أن تضمن الحق في محاكمة عادلة و علنية أمام محكمة مختصة و مستقلة و عادلة منشأة بموجب قانون.

- ينبغي إيلاء الاهتمام الكافي بالأقليات و الفئات الضعيفة، وذلك بتوفير المساعدة القانونية و سائر أشكال المساعدة لأفراد تلك المجموعات.

- على الدول أن تضمن أن للأشخاص الذين تكبدوا أضراراً حقيقية نتيجة للتحريض على الكراهية الحق في الانتصاف الفعال، بما في ذلك التعويض المدني أو غير القضائي عن الأضرار.

- ينبغي النظر إلى العقوبات الجنائية المتعلقة بأشكال التعبير غير القانونية على أنها الإجراء الأخير الذي يلجأ إليه حصراً في الحالات المبررة. كما ينبغي دراسة احتمال فرض عقوبات و تعويضات مدنية، بما في ذلك التعويضات المالية و غيرها، بالإضافة إلى الحق في التصحيح و الحق في الرد. ويجب النظر كذلك في العقوبات و التعويضات الإدارية، ومنها تلك التي تحددها و تنفذها مختلف الهيئات المهنية و التنظيمية.

5-2- التثقيف و التعليم:

يعد العنصر المتعلق بالمنع أول عنصر أساسي في أي إستراتيجية لمكافحة خطاب الكراهية. و تحقيقاً لهذه الغاية، من المهم التثقيف و التوعية بشأن حقوق الإنسان و التسامح و الإلمام بالثقافات و الأديان الأخرى. فعندما تصدق أي دولة على صك دولي من صكوك حقوق الإنسان، يتوجب عليها رفع مستويات الوعي بين جميع السكان بالحقوق الواردة فيه. و تمثل منظومة التعليم المدرسي الوسيلة الأولى لتحقيق ذلك. عن طريق الترويج للقيم و المعتقدات و المواقف التي تشجع الأطفال على تقبل الاختلافات. فالقيم التي تغرس لدى الأطفال في مرحلة الطفولة من المرجح أن يكون لها تأثير أقوى على استجاباتهم وهم كبار. و ينبغي على ذلك، ألا يقتصر التثقيف بشأن حقوق الإنسان على أطفال المدارس فحسب. فشن حملات إعلامية قوية، تنظمها السلطات العامة أو غيرها، يمكن أن يؤدي إلى التوعية بخطاب الكراهية و بالضرر الذي يسببه، و التوعية بالأهمية المستمرة لنشر ثقافة التسامح و السلام و ما يرتبط بها من أخلاقيات. وفي بعض الحالات، قد يشمل الرد على الجرائم التي تحظرها المادة 20 من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية و السياسية تنظيم حملات من هذا القبيل بهدف نشر رسائل فحواها التسامح و احترام حقوق الآخرين¹

¹ الأمم المتحدة (2012). خطة عمل الرباط بشأن حظر الدعوة إلى الكراهية القومية أو العنصرية أو الدينية التي تشكل تحريضاً على التمييز

أو العداوة أو العنف. <https://cutt.ly/PWgrZLO>

5-3- نشر الوعي لرفض خطاب الكراهية:

يسهم نشر الوعي الخلاق بين أفراد المجتمع في الوقاية والحد من انتشار خطاب الكراهية و تعزيز روح التسامح و التضامن و تقبل الآخر، و يتم ذلك من خلال عقد المؤتمرات و الندوات الوطنية حول حوار الحضارات الذي يعمل على التجاذب الايجابي بين مختلف الأفكار و الثقافات و المعتقدات. ويتم تثقيف الأطفال بشأن حقوق الإنسان من خلال المدارس، كما أن تنظيم حملات إعلامية قوية من طرف السلطات العامة أو غيرها، يسهم في توعية الأفراد بخطاب الكراهية، وبالضرب الذي يسببه و يسهم في التوعية بالأهمية المستمرة لنشر ثقافة التسامح و السلام¹.

كما يؤدي الإعلام دورا مهما في توجيه الأفكار و التحكم في ثقافة المجتمعات ونشر ثقافة التسامح وتجييف منابع الكراهية بين الأفراد.²

من خلال إبراز الآثار السلبية لخطاب الكراهية على المجتمع عامة، حيث يسبب انتشار الآراء البغيضة تعزيز الكراهية في المجتمع، و يؤدي في النهاية إلى العنف و تهديد الاستقرار الاجتماعي.³ كما أن وسائل الإعلام و التثقيف في المجتمع تسهم في توعية الأفراد بقيمة التسامح من خلال خطابها الثقافي و الإعلامي كما أن مؤسسات التنشئة الاجتماعية برمتها تؤدي دورا كبيرا في الحفاظ على مقومات المجتمع من خلال تعميق قيم الحوار و متطلبات التسامح و صيانة حقوق الإنسان في المجتمع.⁴

¹ لارو، فرانك.(2012). تعزيز الحق في حرية الرأي و التعبير و حمايته. الجمعية العامة، الأمم المتحدة، الوثيقة A/66/290.

² البشر و مسفر بن عبد الله، دور وسائل الاعلام في مواجهة ثقافة الكراهية. مجلة الدراسات العقدية و مقارنة الأديان، م. 7 ع 1، 2017، ص240.

³ Sottiaux. S, Bad Tendencies in the ECtHR's Hate Speech Jurisprudence, EuConst, 2011, p47

⁴ محفوظ و محمد، ضد الكراهية، من أجل تفكيك خطاب الكراهية في العالم العربي، المركز الثقافي الإسلامي، 2012.

5-4- جمع البيانات و اجراء البحث:

تعتبر الإحصائيات و الحقائق التي يتم جمعها حول خطاب الكراهية غير شاملة، ولا توضح الحجم الحقيقي للظاهرة، فهناك العديد من التحديات التي تواجه جمع الحقائق حول خطاب الكراهية من بعض الدول كما تذكر الأمم المتحدة (2019) مثل عدم توفر موارد تقنية وبشرية كافية، وعدم القدر معرفة اللغة و الثقافة، وتقييد الوصول إلى البلد، و التهديد بالإنتمام، وعدم القدرة على تحديد المصدر الدقيق لخطاب الكراهية عبر الانترنت بسبب استخدام الهويات الافتراضية، وعدم القدرة على تحديد مدى أونتائج خطاب الكراهية الذي يتم التعرف عليه، لاسيما في الوسائط المطبوعة، و الصعوبات التقنية في الوصول الى البيانات المطلوبة من بعض منصات الوسائط الاجتماعية، وعدم القدرة على الحصول إلى الرسائل المنتشرة من خلال تطبيقات المراسلة الخاصة مثل Viber و Whatspp ، كما أنه من الضروري فهم السياق و الثقافة من أجل إثبات ما إذا كان الكلام يؤدي إلى الكراهية أم لا (الأمم المتحدة، 2012).

5-5-توظيف التقنيات الرقمية و الذكاء الاصطناعي:

في ظل التطور الهائل في التقنيات الرقمية و أنظمة الذكاء الاصطناعي أصبح من الممكن استخدام هذه التقنية الحديثة في ابتكار الخوارزميات اللازمة للكشف عن خطاب الكراهية عبر الأنترنت، و الكشف عن التعليقات السامة و التحريضية، و تمييزها وحذفها. وفي واقع الأمر، لقد استعانت العديد من شركات التقنية العملاقة بالخوارزميات منذ سنوات، جاعلين إياها جزءا من عملية مراجعة المحتوى الخاصة بهم. ومن بين تلك الشركات جيجسو Jigsaw ، إحدى الشركات التابعة لشركة "جوجل" ، و التي ينصب تركيزها على تعزيز أمان شركة الانترنت، فقد أدت الشركة في عام 2017 دورا في ابتكار "الذكاء الاصطناعي المخصص للمحادثة" Conversation AI، وهو مشروع بحثي تأسري يهدف إلى اكتشاف التعليقات السامة على الانترنت، غير أن إحدى الأدوات التي ابتكرها القائمون على المشروع ،و التي أطلقوا عليها اسم "بيرسبكتيف" Perspective

قوبلت بنقد شديد، و كان من الشكاوى الشائعة أن تلك الأداة صممت مقياسا عاما للسمية لم يكن مرنا بما يكفي لتلبية الحاجات المتنوعة للمنصات المختلفة، فبعض المواقع الالكترونية قد يحتاج مثلا إلى الكشف عن التهديدات وليس اللغة المسيئة، في حين تحتاج مواقع أخرى إلى عكس ذلك. كما ظهرت مشكلة أخرى إلى عكس ذلك. كما ظهرت مشكلة أخرى، هي أن الخورزمية تعلمت دمج تعليقات سامة مع تعليقات غير سامة احتوت على كلمات مرتبطة بالجنس، أو الدين، أو الإعاقة، فمثلا، أشار أحد المستخدمين إلى أن جملا محايدة من قبيل " أنا امرأة صماء " أدت إلى درجات مرتفعة على مقياس السمية، حيث أدت جملة من قبيل " أنا رجل " إلى درجة منخفضة على المقياس¹، ومن الدراسات حول فعالية التقنية حول فعالية التقنية الحديثة في مكافحة

خطاب الكراهية، دراسة حديثة أجراها فريق من جامعة جورج واشنطن حول ديناميكيات " مجتمعات الكراهية " وهي مجموعات لتنظيم الأفراد ذوي وجهات النظر المتشابهة-على منصات التواصل الاجتماعي فيسبوك وفيكونتاكتي (المكافئ الروسي لفيسبوك) على مدى عدة أشهر. وتوصلت الدراسة إلى أن الأساليب الحالية لمكافحة خطاب الكراهية غير ناجعة حيث توقع النموذج الرياضي الذي وضعه الباحثون أن المراقبة ضمن منصة واحدة (مثل فيسبوك) يمكن أن تؤدي في الواقع إلى تقاوم انتشار خطاب الكراهية، وقد تؤدي في نهاية المطاف إلى انتقاله إلى أماكن مجهولة حيث تصعب دراسته و مكافحته. واقترح الباحثون مجموعة من السياسات التي يمكن أن تقوم شركات التواصل الاجتماعي بتطبيقها، وهي:

- حظر مجموعات الكراهية الصغيرة نسبيا بدلا من المجموعات الكبيرة، حيث أن اكتشافها أكثر سهولة، ويمكن أن يساعد حظرها على منع تشكل المجموعات الكبيرة في المقام الأول.
- حظر أعداد صغيرة من المستخدمين يتم اختيارهم عشوائيا من مجموعات الكراهية على الإنترنت، حيث أن حظر مجموعات كاملة من المستخدمين قد يتسبب في غضب عارم، وادعاءات بالاعتداء على حرية التعبير.
- تشجيع تشكيل مجموعات " محاربة الكراهية " التي يمكن أن تعاكس أثر مجموعات الكراهية.

¹Hanu,L,J.and HaCo, S. (2021, February 8).How AI Is Learning to Identify Toxic Online Content.Scientific American.<https://cutt.ly/HQG3UUe>.

- بما أن الكثير من مجموعات الكراهية على الإنترنت تتبنى وجهات نظر متعارضة، يجب على مديري المنصات إنشاء مجموعة مصطنعة من المستخدمين لزرع الشقاق و التفرقة بين هذه المجموعات. وقد وجد الباحثون أن هذه المعارك الإلكترونية يمكن أن تقضي على مجموعات الكراهية التي تتبنى وجهات نظر متعارضة.¹

5-6- رسم الحدود بين خطاب الكراهية و حرية التعبير:

لكل فرد الحق في حرية إبداء آرائه و أفكاره بحرية تامة، و تمثل حرية الرأي والتعبير ركيزة أساسية من ركائز الديمقراطية، و تندرج ضمن حقوق الإنسان و حريات، حيث تنص المادة 19 من العهد الدولي للحقوق المدنية و السياسية لعام 1966 على مايلي: "لكل إنسان الحق في اعتناق الآراء دون مضايقة... و لكل إنسان حق في حرية التعبير... و كافة المعلومات و الأفكار وتلقيها و نقلها إلى الآخرين دونما اعتبار للحدود، سواء على شكل مكتوب أو مطبوع أو في قالب فني أو بأي وسيلة أخرى يختارها"².

¹ جي شارلو (2019، سبتمبر 3). ما الذي يمكن أن تقدمه الفيزياء لمحاربة خطاب الكراهية على الانترنت إم أي تي تكنولوجي ريفيو. <https://cutt.ly/LQG2XKg>

² بيسيوني ومحمد شريف، الوثائق الدولية المعنية بحقوق الإنسان، ج2، دار الشروق، 2003، ص79.

خلاصة:

نستخلص مما سبق أن خطاب الكراهية استخدم عدة صور أو أشكال تعبيرية تشير إلى الدعوة أو الترويح أو التحريض على تدمير النسيج الاجتماعي عن طريق بث عنصر عولمة القيم الاجتماعية من خلال إرسال رسائل مشفرة لمختلف أجناس العالم تحمل في طياتها مجموع السمات أو الأوضاع الشخصية المتمثلة في العرق، الجنس، اللغة، الهوية، النوع الاجتماعي، والتوجه الجنسي، والدعوة والتحريض بأي شكل من الأشكال الغرس الثقافي المنافي لتعاليم ديننا الحنيف بالإضافة إلى ارتكاب أعمال العنف و التخويف و التهويل و العداء و التفرقة بين أبناء المجتمع الواحد.

الفصل الثاني: ماهية منصات التواصل الاجتماعي



تمهيد :

تعد منصات التواصل الاجتماعي أرضية خصبة لنمو الأفكار وصقل معارف المستخدمين في مجال الإعلام والاتصال، لتتحول إلى وسيلة للتواصل مع الآخرين فيما بينهم على كافة الأصعدة سواء المحلية أو الإقليمية أو الدولية محولة العالم إلى قرية صغيرة، حيث خلقت سبلا للتقارب و التواصل بين الأفراد في جميع أنحاء العالم وتبادل الآراء و الأفكار ماجعلها تحظى بجمهور عريض. وفيما يلي سنتطرق إلى ماهية منصات التواصل الاجتماعي وأهم النظريات المفسرة للتأثير.

1- مفهوم منصات التواصل الاجتماعي:

هي مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 0.2 حيث تتيح التواصل بين الأفراد في البيئة الافتراضية حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة...إلخ)، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل: إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم و معلوماتهم التي أتيحت للعرض.¹

2- أهم أنواع منصات التواصل الاجتماعي:**2-1- المنصات الاجتماعية:**

هي عبارة عن مواقع متخصصة للتواصل مع الآخرين سواء أن كانوا الأصدقاء أو الأقارب أو أي شخص في العالم، مع توفر إمكانية تكوين تكوين العلاقات و مشاركة الأحداث، ومثال على هذا النوع هو الفيسبوك، و التويتر.

2-2- منصات (مواقع) المناقشة:

هي عبارة عن شبكات تتيح فقط التعبير عن الآراء و التعليق عليها أيضا، وقد تستخدم في التسويق بصورة مميزة عبر طرح باب المناقشة عن منتج ما ومن ثم التعليق عليه، ويعد من أشهر أنواع مواقع التواصل الاجتماعي في 2022.

أ- المنتديات و المدونات:

هي شبكات إلكترونية تتيح خلق المحتوى مع إمكانية مشاهدته ومتابعته من قبل الآخرين. يرتكز هذا النوع على الصور ومقاطع الفيديو حيث يتيح التطبيق مشاركة الآخرين يومك عبر التقاط لحظاتك الخاصة، ومن أشهر هذا النوع من المواقع هو الانستغرام.

¹ ماهر عودة الشمالية و آخرون، الإعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الأعصار العلمي للنشر، عمان، 2015، ص200.

2-3- منصات (مواقع) المراجعة:

هي عبارة عن مواقع تستخدم في معرفة انطباع الجماهير عن منتج ما، وذلك عبر التعليق بعد الاستخدام

حيث تتيح للجميع معرفة مدى رضاء الآخرين عن المنتج و بالتالي المساعدة في قرار الشراء.¹

يوجد العديد من منصات (مواقع) التواصل الاجتماعي المختلفة، سنتحدث عن أكثر هذه الأنواع شيوعاً، و التي تتمثل فيما يلي:

- الفاييسبوك:

لقد كان هذا الموقع في البداية مقتصر على طلاب جامعة هارفارد، والذين كان من بينهم مارك زوكربيرغ، وسرعان ما انتشر في العالم أجمع. وأصبح من أكبر وأشهر مواقع التواصل الاجتماعي على الإطلاق.

- تويتر:

يحمل المركز الثاني من حيث أكثر المواقع شهرة في العالم، يسمح بكتابة تغريدات، وصل عدد المشتركين فيه إلى 500 مليون.²

- لينكد إن:

يستخدم هذا الموقع في البحث عن فرص العمل، لذا كثر استخدامه في الأونة الأخيرة خاصة مع أزمة

الكورونا وانهيار الاقتصاد العالمي، تم تأسيسه في بداية عام 2002م، و تم إطلاقه بشكل رسمي عام 2003.

- بينتريست:

هو موقع لتخزين الملفات وجمعها وتبادلها يستخدم من قبل الطلبة بشكل واسع مقارنة بالمواقع الأخرى.

¹ علي محمد بن فتح محمد، مواقع التواصل الاجتماعي و أثارها الأخلاقية و القيمية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، قسم الدعوة و الثقافة الاسلامية، عمان، ص30.

² ليلي حسين، اتجاهات الطلبة نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، (فايس بوك ، تويتر)، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015، ص44.

• الأنستغرام:

يشبه في استخداماته للفيسبوك، فهو وسيلة تبادل للصور و الفيديوهات، و الدردشة، تم اطلاقه سنة 2010م، المميز فيه أنه يمكن ربطه بمختلف مواقع التواصل الاجتماعي.

• التليجرام:

تعتبر من أشهر تطبيقاتها المراسلة، من أكثر التطبيقات أمانا على الإطلاق، تم إنشاؤه سنة 2013م، له خاصة التشفير التي تسمح بالمحادثات السرية.

• تيك توك:

هو منصة صينية تهدف إلى تسجيل ومشاركة فيديوهات، تم تأسيسها في 2016م، انتشرت بشكل واسع خاصة بين فئة الشباب.¹

3-دوافع استخدام منصات التواصل الاجتماعي:

تسعى فئة الشباب من خلال هذه المواقع إلى ما يسمى الإشباعات، وهو ان يرضي فضوله سواء كان علمي أو اجتماعي و حتى اقتصادي، وتنقسم إلى :

3-1- اشباعات المضمون (المحتوى):

وهي الاشباعات الناتجة عن التعرض لمضمون وسائل الإعلام و تنقسم إلى نوعين:

أ- اشباعات توجيهية: تتمثل في مراقبة البيئة و الحصول على المعلومات.

ب- إشباعات اجتماعية: وتعني ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

¹ ISAAC ,MiKe, « U.S.Appeals Injunction Against TiK Tok Ban », The New york Times 2020.

3-2- الإشباعات العملية:

وهي الإشباعات التي تنتج عن عملية الاتصال و الارتباط بوسيلة محددة، ولا ترتبط بخصائص الرسالة أو

المضمون، وتنقسم إلى نوعين:

أ- إشباعات شبه توجيهية:

وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر، والدفاع عن الذات، وتنعكس في برامج التسلية و الترفيه و

الإثارة.

ب- إشباعات شبه اجتماعية:

وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، خاصة لدى الأفراد الذين يعانون من العزلة في

المجتمع.

حيث يعتبر الاتصال الرقمي بوسائله المختلفة أحد البدائل و الخيارات المطروحة أمام جمهور وسائل

الإعلام لإشباع حاجاته بناء على التوقعات التي يرسمها بإختياراته. بل إن الاتصال الرقمي يتصدر الوسائل

الأخرى في الاختيار بينها وبين وسائل الإعلام لإشباع هذه الحاجات على شبكة الأنترنت.¹

ولذلك تتصدر بحوث استخدام الاتصال الرقمي وبصفة خاصة الإنترنت، كافة البحوث و الدراسات التي تجرى

في هذا المجال، وذلك لسهولة تطبيق الفروض الخاصة بنظرية الاستخدامات و الإشباعات في هذه البحوث و

الدراسات.

فإذا كانت فروض النظرية تشير إلى نشاط جمهور وسائل الإعلام و الإستخدام الموجه لتحقيق أهداف

معينة، فإن فئات جمهور مستخدمي الشبكة أكثر نشاطا و مشاركة في العملية الاتصالية بتأثير التفاعلية التي

يتميز بها الاتصال الرقمي. بالتالي سنعرض نظرية الاستخدامات و الإشباعات في بحوث الإنترنت من زاوية

الحاجات التي يمكن للإنترنت إشباعها، و تتمثل في:

¹ نايف بن شيان بن محمد آل سعود، دافع استخدامات الشباب السعودي الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي و الإشباعات المتحققة منها- دراسة ميدانية على طلاب جامعة الملك سعود، 1433هـ، ص211.

- الحاجات المعرفية: وهي أكثر الحاجات التي تحققها الإنترنت لمستخدميها، حيث أن الشبكة نشأت لتحقيق عملية التشارك في المعلومات، وهي عبارة عن كتاب كبير يضم مختلف أنواع المعلومات.
- الحاجة العاطفية: وتشمل المواقع المخصصة للجوانب الترفيهية كالموسيقى و الفن و المسرح.
- الحاجات الشخصية: مثل المواقع الخاصة بفرص العمل و مواقع العناية بالصحة و مواقع عروض الزواج.
- الحاجات الاجتماعية: حيث تتيح لمستخدميها الاتصال مع الآخرين و المجتمع من خلال البريد الإلكتروني و المحادثة.
- الحاجات الهروبية: وتهدف للترفيه عن الفرد، و التخلص من المشاكل من خلال مواقع الألعاب و الترفيه الأخرى.¹

4- إيجابيات وسلبيات منصات التواصل الاجتماعي:

وقد ظهرت من خلال هذه الإشباعات العديد من الظواهر منها الإيجابية و السلبية نذكر منها:

4-1- إيجابيات منصات التواصل الاجتماعي:

- توسيع دائرة العلاقات الاجتماعية من فوائد مواقع التواصل الاجتماعي أنها أداة مفيدة وفعالة في تشكيل أصدقاء جدد، وتسهيل التواصل مع الأصدقاء الذين انقطع الاتصال بهم، ومع الأشخاص الذين لا يمكن مقابلتهم شخصياً، مما يوفر عناء الوصول إليهم.²
- تقليل الحواجز التي تعيق الاتصال يمكن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لنقل الأفكار و الآراء المتعلقة بموضوع معين لعدد كبير من الأشخاص وبطريقة سهلة، وذلك من أي مكان، وفي أي وقت، كما تساعد خاصية مشاركة الرأي المتاحة على وسائل التواصل الاجتماعي على فتح الأبواب لتبادل الآراء وتوسيع فرص المشاركة في التعبير عن الرأي.

¹نايف بن ثنيان بن محمد آل سعود، المرجع السابق، ص212-213.

²الشامل موسوعة بحوث المواضيع الدراسية، التأثيرات السلبية و الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي، 2016 توفر على الموقع blogspot.com .bohotti تاريخ الزيارة، 2023/05/20.

- وسيلة لتشكيل رأي عام مساند لبعض القضايا، وهو الأمر الذي ينتج عنه تغيير إيجابي في بعض مناحي الحياة.

- وسيلة فعالة للترويج تستخدم الشركات التجارية الشبكات الاجتماعية كأداة جيدة من أجل الترويج لسلعها، حيث يوجد العديد من التطبيقات المختصة بالترويج لخدمة أو سلعة معينة و بتكلفة أقل، مما يؤدي إلى زيادة الأرباح و بأقل التكاليف.

- متابعة أخبار العالم أدى تطور منصات التواصل الاجتماعي إلى عدم انتظار الشخص أخبار الساعة السادسة على شاشة التلفاز، أو انتظار وصول الجريدة، بحيث يمكن معرفو آخر الأخبار و المعلومات من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

- مساعدة رجال الأعمال و الشركات تمكن شبكات التواصل الاجتماعي رجال الأعمال و المنظمات المختلفة من التواصل مع العملاء، وبيع منتجاتهم، وتوسيع نقاط خدماتهم، فهناك الكثير من رجال الأعمال و الشركات التي تزدهر بشكل كامل على الشبكات الاجتماعية، ولا تكون قادرة على العمل بدونها.¹

4-2-سلبيات منصات التواصل الاجتماعي:

- مخاطر الاحتيال أو سرقة الهوية يمكن الوصول إلى المعلومات الخاصة التي تنشر على الإنترنت من أي شخص، حيث يكون كل ما يحتاج إليه حينها عدد قليل من المعلومات الخاصة التي تنشر على الإنترنت من أي شخص، حيث يكون كل ما يحتاج إليه حينها عدد قليل من المعلومات للتأثير على حياة الشخص، فمثلا يمكن لسرقة هوية الشخص الخاصة أن يلحق ضررا كبيرا به، كما يتضمن هذا الخطر اختراق المعلومات الشخصية و التطفل عليها.

¹موسى جواد الموسوي و آخرون، الإعلام الجديد تطور الأداء و الوسيلة الوظيفية، ط1، مكتبة إعلام المجتمع، بغداد، 2011م، ص 46-47.

- إضاعة وقت الأفراد تعد وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفايسبوك وغيره من المواقع التي انتشرت بشكل واسع، أكثر ما يتم استخدامه على الأنترنت، مما سيؤدي بدوره إلى زيادة عدد الساعات التي يقضيها الفرد على وسائل التواصل الاجتماعي، وقد يتعارض ذلك مع مسؤولياته في العمل، وغيرها.
- اختراق خصوصية الأفراد تكمن شبكات التواصل الاجتماعي الشركات الكبرى التي تستهدف الأشخاص أثناء التصفح، بالإضافة إلى بيانات أخرى، من أجل تزويده بالإعلانات التي تستهدف حاجاته.
- ارتكاب الجرائم ضد المستخدمين يمكن أن يؤدي استخدام الشبكات الاجتماعية إلى تعرض الأشخاص للمضايقات بكافة أشكالها، ومن بينها التنمر، التعصب الديني، خطابات الكراهية.¹

5- النظريات المفسرة للتأثير:

5-1- نظرية التأثير المحدود:

تتلخص نظرية التأثير المحدود لوسائل الإعلام في أن المعلومات تنتقل على مرحلتين، من وسائل الإعلام إلى قادة الرأي إلى أفراد آخرين، وعدد كبير من الأفراد يغيرون من آرائهم نتيجة لتأثير الأشخاص عليهم وليس لتأثير الإعلام عليهم و أوضحت الدراسة:

"بول لازار سفيد، وبرنارد، هازل غويت" سنة 1920 أن ناقل المعلومات من وسائل الإعلام يمكن أن تؤثر على مواقف مستقبلي هذه المعلومات وقراراتهم، كما أوضحت ان الناخبين يتأثرون بأصدقائهم أكثر مما يتأثرون من وسائل الإعلام في عملية الإدلاء بالأصوات، لأنها عملية جماعية يتأثر فيها الفرد بأراء جماعته الأولية بدرجة واضحة مما ساهم في إسقاط نظرية الرصاصة الإعلامية تطوير نظرية التصنيف في علم الاجتماع مع إمكانية تصنيف المجتمع إلى فئات مختلفة يدخل في حسابها عدد من متغيرات، ثم مالبت أن تطورت الفرضية انتقال معلومات على مراحل متعددة، يقول البعض "بيتز" أنه بالإضافة إلى الاتصال الغير مباشر الذي يتلقاه الأفراد عبر تدفق خطوتين أو عدة خطوات ربما يتوجهون إلى بلوغ مباشرة إما للحصول على

¹ وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفايسبوك على المجتمع، ط1، المكتبة الوطنية، الخرطوم، 2011م، ص20.

مزيدا من المعلومات وإما لتعزيز أمر قدم إليهم من أحد قادة الرأي أو لتكوين آراء خاصة، و أهم ماجاءت به النظرية هو مصطلح قادة الرأي وبينت أن لهؤلاء القادة تأثير كبير على باقي الأفراد لصعوبة تقاديرهم وسهولة الاقتناع بآراء أوناس مغروفين أكثر من آخرين لايعرفون.¹

5-2- نظرية التأثير القوي لوسائل الإعلام:

ظهرت هذه النظرية في سبعينات القرن الماضي وقامت على أن وسائل الإعلام ذات تأثيرات قوية، إذ تم تنظيم رسائلها عبر حملات إعلامية منظمة، تعد بعملية تستند إلى أسس وقواعد وقوانين ونظريات اتصال وتقوم هذه النظرية على المبدأ التالي:

- إعادة الرسائل إعلامية وفق جدول زمني و التكرار.
- التركيز على جمهور محدد تستهدفه الرسالة.
- تحدد الأهداف بدقة ووضوح لكي يقوم المرسل بإرسال رسائل منسجمة.
- وتحت هذه النظرية على توفير العوامل التالية لضمان التأثير القوي لوسائل الإعلام:
- الشمولية ووسائل الإعلام لأنها لايمكن الفرد من هروب من رسائلها.
- تراكم رسائل الإعلام: إذ بتراكمها يتم التعزيز على مر زمن.
- توافق الإعلاميين مع مؤسساتهم توافقا يحد فرصة انتقاء المستقبل لتصوراته. إن عملية الاتصال للوصول إلى التأثير المطلوب يجب أن تتبع خطوات محددة و متسلسلة هذه الخطوات هي:
- تحديد المستقبل: تضيفه على المستويين: مستوى كلي (الترابي) ومستوى العملية الإعلامية، (تقبل: تضيفه على مستويين: مستوى كلي (الترابي) ومستوى العملية الإعلامية.
- تحديد الأهداف: وتصنيفها إلى مستويات الأربعة وصولا إلى الهدف العام.
- تصميم الرسائل: بتحديد محتويات محققة لأهداف كل عمليات الاتصالية حسب طبيعة المستقبل، ثم اختيار الطرق و الأساليب القادرة على إيصال هذه المحتويات إلى مستقبل محدد نوعه.

¹حيضر شعبان، مصطلحات في الاعلام و الاتصال، دار اللسان العربي، ط1، الجزائر، 1422.

- تنفيذ الرسائل: أي إنتاجها و تحويلها إلى رسائل جاهزة للوصول إلى المستقبل.

- إيصال الرسائل باختيار التسلسل و الوقوف المناسب.

5-3-العوامل التي تجعل التأثير ضعيف:

هنالك وسائل وسيطة تقع بين رسالة إعلامية و تأثيرها على مستقبل هذه العوامل تحد من التأثير المطلوب الذي رسمه المتصل في رسالته وهي عمليات انتقادية يجريها المستقبل في ذهنه من اصطفاء الانتباه إلى ما يريد الانتباه إليه ثم تذكر ما يحتاجه مما أدركه، وعلى حصيلة هذه انتقاءات ستعدد ردت الفعل (الاستجابة)، أي تأثير الرسالة عليه: وبذلك فان الرسالة بمحتواها ومضمونها وهدفها أي التأثير الذي أراد المتصل الوصول إليه ستتعرض إلى عمليات غريبة لايمكن للمتصل تحديد شكلها أو نوعها أو مستواها.

بناء على ما سبق أن إستراتيجية الاتصال مع الآخر لكي تكون قادر على التأثير القوي المطلوب يجب إن تبني

وفق الخطوات المحددة أعلاه لتجعل من التأثير قويا، تتجاوز عوامل التأثير الضعيف.¹

¹صالح خليل أبو أصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار رام للدراسات و النشر و التوزيع، عمان الأردن، ط4، 2014، ص147-149.

خلاصة :

نستخلص من خلال ماورد في هذا المحتوى التنظري الذي تناول إطالة على منصات التواصل الاجتماعي. لتتوصل أن منصات التواصل الاجتماعي هي شريان الحياة بالنسبة للإنسان إذ دخلت في العديد من المجالات في حياته فأصبحت الوعاء أو المنبع الذي يستقي منه الكائن البشري معارفه وعلومه مع خلق ميزة المشاركة و التعليق للجهة الناشرة من طرف مستخدمي هذه المنصات بهدف الإستفادة من الآراء لتحسين منتجاتها أو خدماتها.

الإطار التطبيقي للدراسة



تمهيد:

بعد إنهاء الدراسة النظرية التي كانت تحمل في طياتها عموميات حول خطاب الكراهية بالإضافة إلى المنصات الرقمية التي أصبحت تعج بهذا الأخير، واتجاهات الشباب حول أثر استخدامها. لنرى تطبيق هذه الدراسة على عينة من الشباب ونخص في دراستنا لهذا الموضوع عينة من شباب ولاية أدرار والمقدرة ب (70) شاب منها 50 ذكرا و 20 أنثى.

1- عرض النتائج و تحليلها كميًا وكيفيًا:

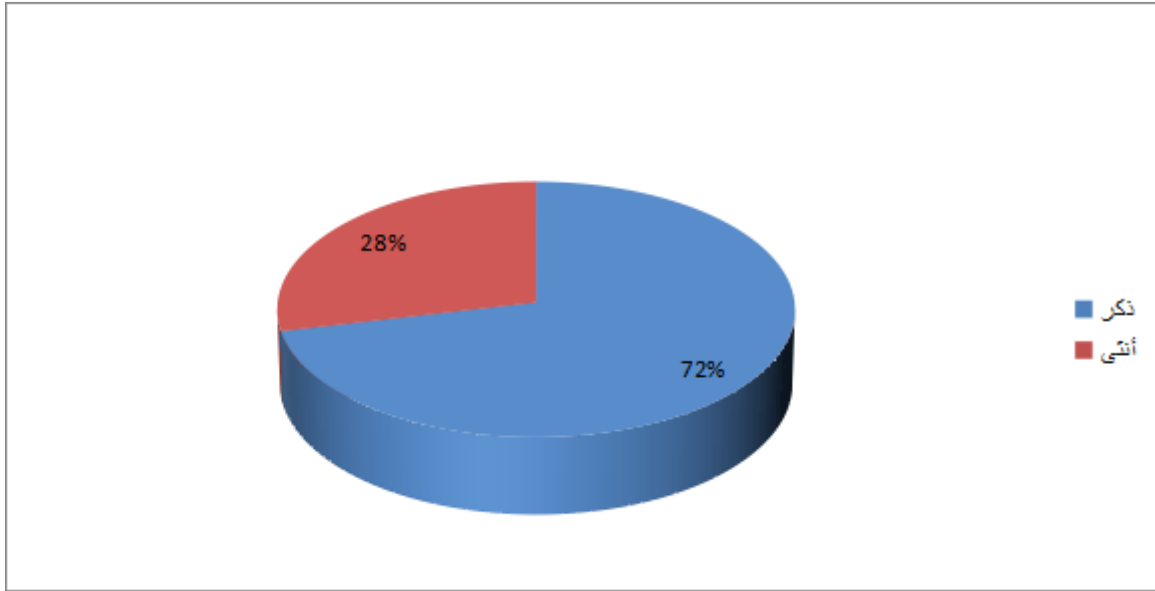
سعى منا للوصول إلى حقائق و نتائج موضوعية في أطر خطابات الكراهية التي تعج بها منصات التواصل الاجتماعي، ومعرفة ما يعتري هذه المنصات الرقمية. قمت ببناء استمارة استبانة خاصة بفئة الشباب لمعرفة اتجاهاتهم حول هاته الخطابات. باعتبارهم لب الموضوع الذي هو قيد الدراسة. فاخترنا عينة من شباب ولاية أدرار ، والمقدرة بحوالي 70 شاب (50 ذكور/20 إناث). لتكون النتائج كالتالي:

1-1- التحليل الكمي و الكيفي للبيانات الشخصية:

جدول رقم (01): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس

المجموع		الجنس			
		أنثى		ذكر	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
%100	70	%28	20	%72	50

الشكل البياني رقم (01): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس



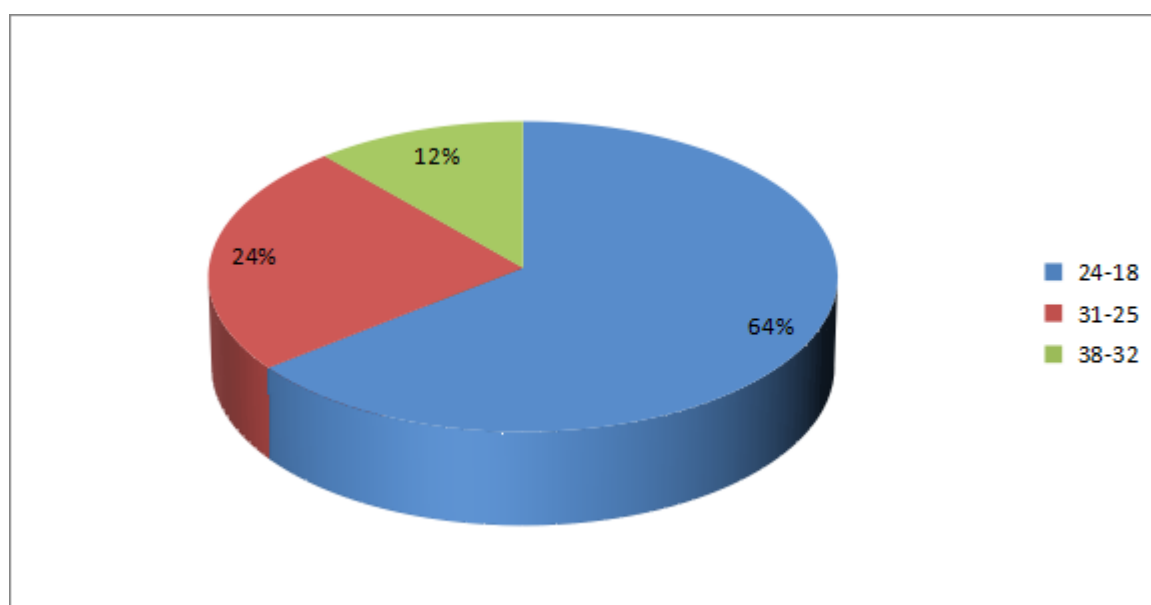
نلاحظ من خلال الجدول المبين أعلاه توزيع متغير الجنس للعينة المدروسة، والذين يمثلون مجموع الشباب الذين لهم اتجاه حول خطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي، حيث أن أعلى نسبة ممثلة بـ 72% للذكور وهذا راجع إلى ميل الذكور إلى هذا النوع من الخطابات عبر منصات التواصل الاجتماعي، بينما نجد نسبة 28% عند الإناث اللواتي يميلون إلى هذا النوع من الخطابات ، ولكن يمكن القول بأن خطاب الكراهية في منصات التواصل الاجتماعي لا يقتصر على جنس أو نوع معين.

يعود ارتفاع نسبة الذكور إلى كون المجتمع الأدراري بصفة خاصة، والجزائري بصفة عامة مجتمع تفوق فيه نسبة الذكور الذين لهم اتجاهات بنسبة أكبر حول الموضوع المدروس المدروس على عكس الإناث

جدول رقم (02): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن

المجموع	متغير السن				المتغيرات	
	النسبة %	التكرار	أنتى			الخيارات
			النسبة %	التكرار	النسبة %	
%64	45	%18	13	%46	32	24-18
%24	17	%07	05	%17	12	31-25
%12	08	%03	02	%09	06	38-32
%100	70					المجموع

الشكل البياني رقم (02): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن

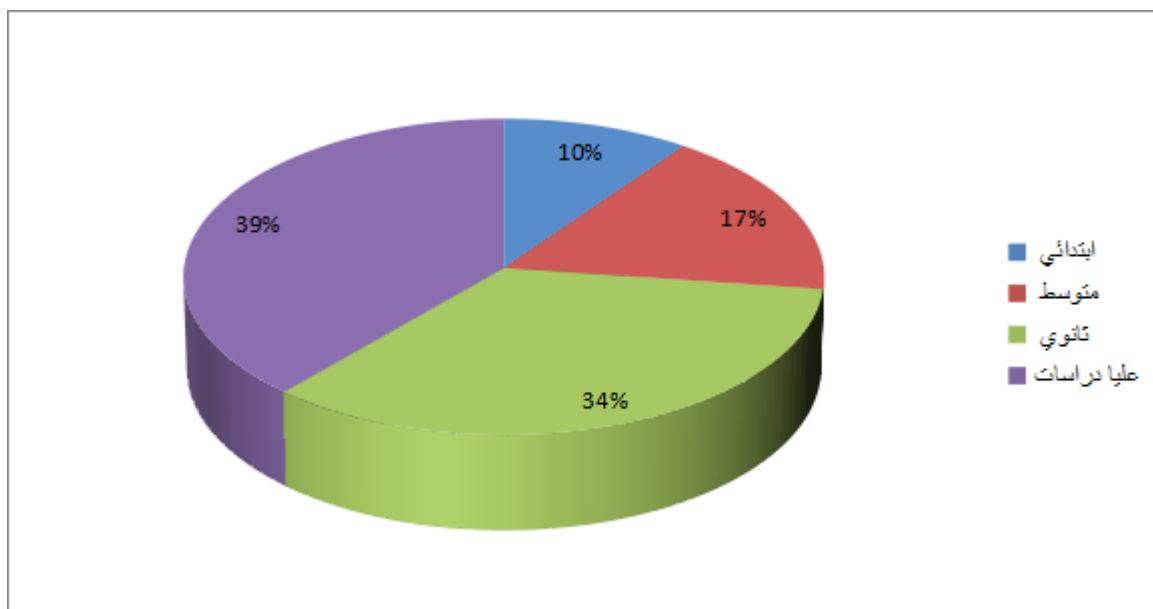


نلاحظ من خلال الجدول أعلاه توزيع نسب متغير السن بالنسبة للمبحوثين، إذ أن أعلى نسبة للشباب الذين تتراوح أعمارهم بين (18-24 سنة)، وهذا ما تبينه أعلى نسبة و الممثلة بنسبة 64% بتكرار 45 منها 46% ذكور بتكرار 32 و 18% بتكرار 13. تليها الفئة العمرية (25-31 سنة) بنسبة 24% وبتكرار 17، منها 17% للذكور بتكرار 12، و 7% للإناث بتكرار 5، و أخيراً تأتي الفئة العمرية ما بين (32-38 سنة) وهي الأقل بنسبة 12% بتكرار 8 منها 9% للذكور بتكرار 6 و بنسبة 3% للإناث بتكرار 2.

جدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي

المجموع		المستوى الدراسي				المتغيرات
النسبة %	التكرار	أنثى		ذكر		الخيارات
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
%10	07	%00	00	%10	07	ابتدائي
%17	12	%01	01	%16	11	متوسط
%34	24	%04	03	%30	21	ثانوي
%39	27	%23	16	%16	11	الدراسات العليا
%100	70					المجموع

الشكل البياني رقم (03): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي



نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن المستوى الدراسي للمبحوثين يلعب دورا مهما للإجابة على الاستبيان. حيث يتبين لنا من هذا المنطلق أن المستخدمين الذين لهم دراسات عليا يحتلون المرتبة الأولى حيث تقدر نسبتهم 39% وبتكرار 27 منها 16% للذكور بتكرار 11 و 23% للإناث بتكرار 16، لتأتي بعدها نسبة المبحوثين الذين لهم مستوى ثانوي حيث قدرت نسبتهم ب34% بتكرار 24 منها 30% للذكور بتكرار 21 و 04% للإناث بتكرار 03. تليها نسبة المبحوثين الذين لهم مستوى متوسط بحيث قدرت نسبتهم ب17% بتكرار 12، منها 16% للذكور بتكرار 11 و نسبة 01% للإناث بتكرار 01، وأخيرا الذين لهم مستوى ابتدائي كانت نسبتهم تقدر 10% بتكرار 07، منها 10% للذكور بتكرار 07 بحيث لا يوجد مبحوثين إناث لهم مستوى ابتدائي.

يرجع ارتفاع نسبة المبحوثين الذين لهم مستوى دراسات عليا إلى تعودهم على التعامل مع هذا النوع من الاستبيانات بحكم نشاطهم العلمي.

لتتطابق هذه النتائج مع نتائج دراسة الباحث " خالد منصر " حول دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم

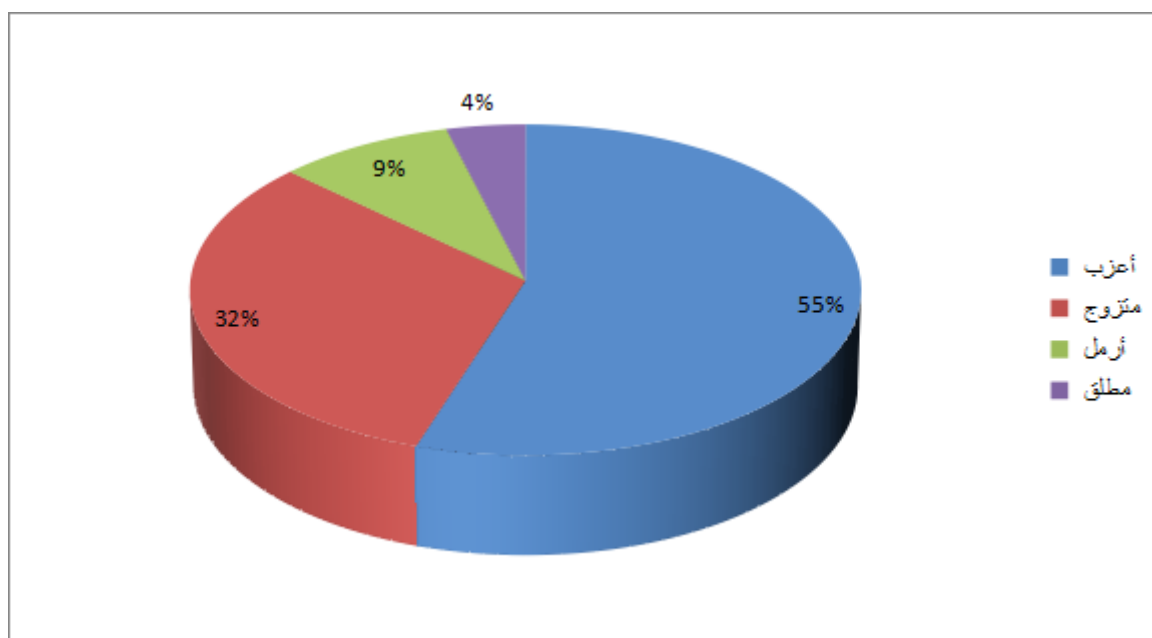
المواطنة لدى الشباب الجزائري سنة 2018، حيث كانت النتائج كالتالي:

مستوى جامعي (21%)، مستوى ثانوي (08%)، مستوى متوسط (1.1%).

الجدول رقم (04): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الحالة العائلية

المجموع		الحالة العائلية				المتغيرات
النسبة %	التكرار	أنثى		ذكر		الخيارات
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
%55	39	%08	06	%47	33	أعزب
%32	22	%17	12	%15	10	متزوج
%09	06	%03	02	%06	04	أرمل
%04	03	%00	00	%04	03	مطلق
%100	70					المجموع

الشكل البياني رقم (04): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الحالة العائلية



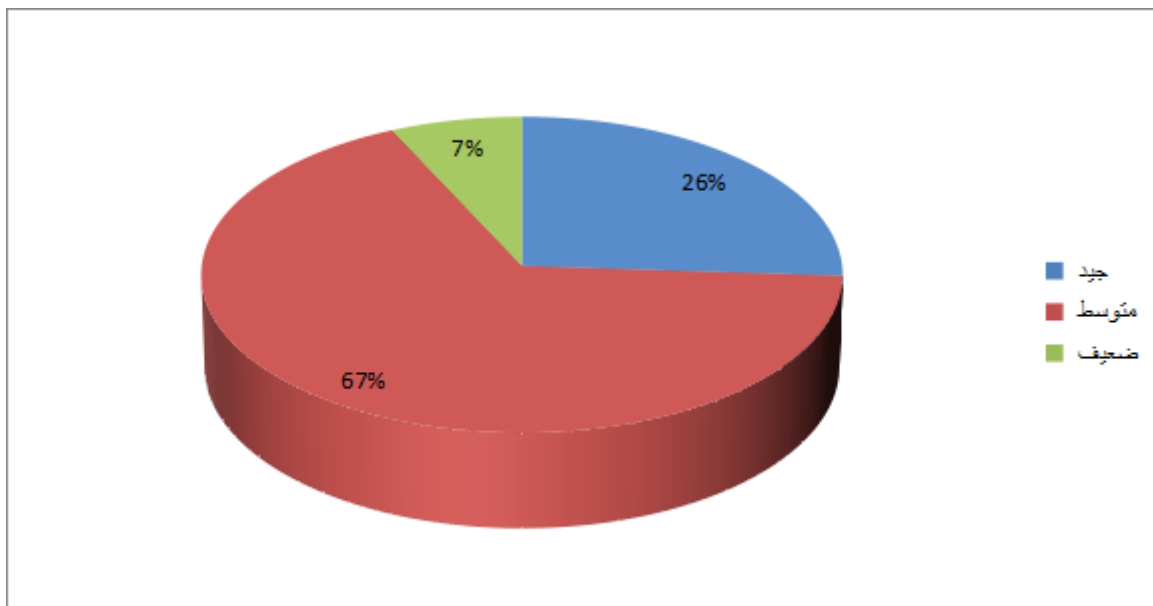
من خلال الجدول رقم (04) الذي يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الحالة العائلية نلاحظ أن فئة الذين حالتهم العائلية "أعزب" هم الأكبر نسبة حيث تقدر نسبتهم %55 بتكرار 39 منها %47 ذكور بتكرار 33 و %08 إناث بتكرار 06، تليها متزوج بنسبة %32 بتكرار 22 منها %15 ذكور بتكرار 10 و %17 إناث بتكرار 12، لتأتي في المرتبة الثالثة أرمل بنسبة %09 بتكرار 06 منها %06 ذكور بتكرار 04 و %03 إناث

بتكرار 02، لتأتي في المرتبة الأخيرة مطلق بنسبة 04% بتكرار 03 وهي النسبة التي اقتصرت لدى الذكور في ظل غياب هذه الحالة لدى الاناث.

الجدول رقم (05): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى المعيشي

المجموع	المستوى المعيشي				المتغيرات	
	النسبة %	التكرار	أنثى			ذكر
			النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
26%	18	10%	07	16%	11	جيد
67%	47	14%	10	53%	37	متوسط
07%	05	04%	03	03%	2	ضعيف
100%	70					المجموع

الشكل البياني رقم (05): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى المعيشي

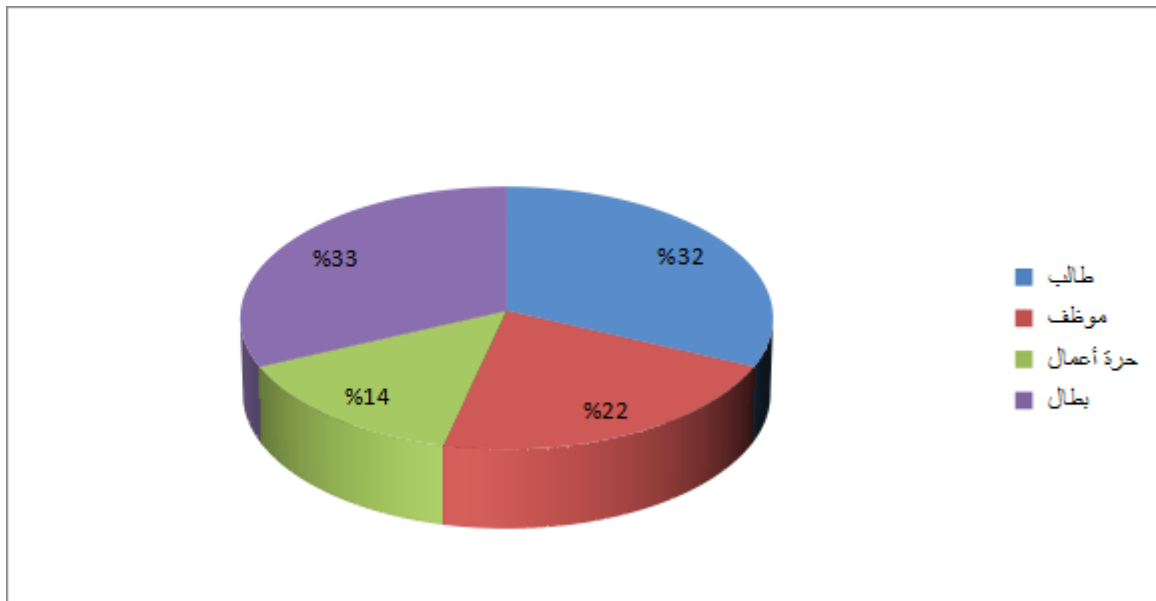


نلاحظ من خلال الجدول المبين أعلاه أن العينة المدروسة ينتمون إلى فئة المستوى المتوسط بنسبة 67% بتكرار 47 منها 53% للذكور بتكرار 37، و 14% بتكرار 10، وهي النسبة الأعلى مقارنة بباقي المستويات المعيشية، تليها العينة ذات المستوى المعيشي جيد بنسبة تقدر ب 26% بتكرار 18 منها 16% بتكرار 11 و 10% بتكرار 07. وأخيرا تأتي العينة ذات المستوى المعيشي الضعيف و التي قدرت ب 07% بتكرار 05 منها 03% للذكور بتكرار 02 و 04% للإناث بتكرار 03.

الجدول رقم (06): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الوضعية السوسيو مهنية

المتغيرات	الوضعية السوسيو مهنية				المجموع	
	أنثى		ذكر		النسبة %	التكرار
الخيارات	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
طالب	13%	09	19%	13	32%	22
موظف	17%	12	4%	03	21%	15
أعمال حرة	13%	09	1%	01	14%	10
بطل	29%	20	4%	03	33%	23
المجموع					100%	70

الشكل البياني رقم (06): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الوضعية السوسيو مهنية

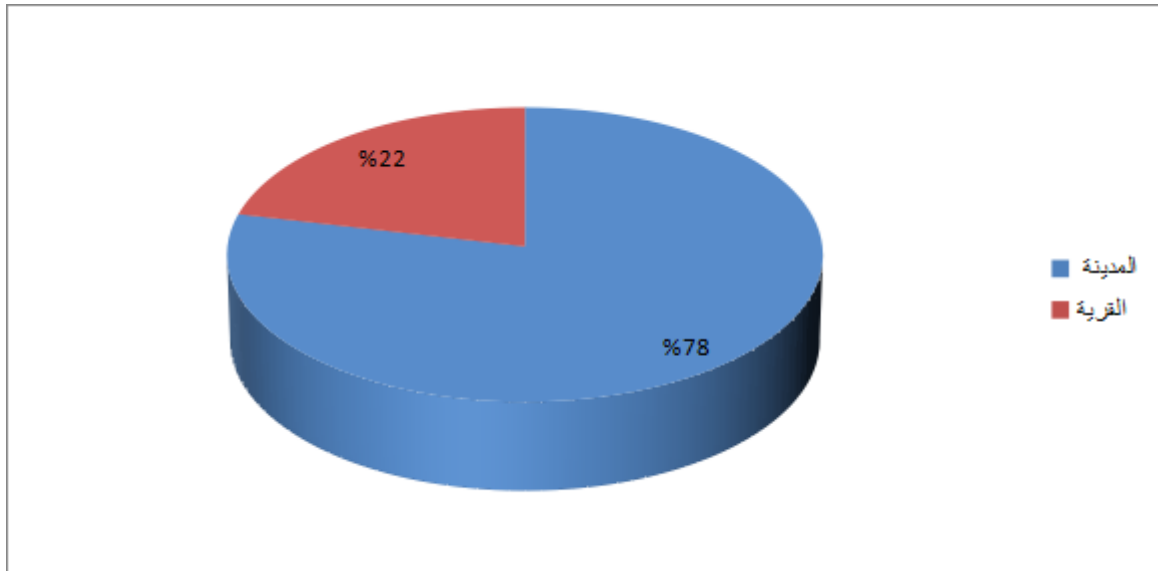


نلاحظ من خلال الجدول رقم (06) و الموضح أعلاه أن نسبة البطالة تحتل النسبة الأكبر بحيث تقدر نسبتها في العينة المبحوثة 33% بتكرار 23، منها 29% للذكور بتكرار 20 و 4% للإناث بتكرار 03. تليها نسبة الطلبة بنسبة 32% بتكرار 22 منها 13% للذكور بتكرار 09 و 19% للإناث بتكرار 13. لتأتي بعدها نسبة الموظفين التي قدرت ب 21% بتكرار 15 منها 17% للذكور بتكرار 12 و 4% للإناث بتكرار 03. و أخيرا الأعمال الحرة التي قدرت نسبتهم ب 14% بتكرار 10 منها 13% للذكور بتكرار 09 و 1% للإناث بتكرار 01.

الجدول رقم (07): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب محل الإقامة

المجموع	محل الإقامة				المتغيرات	
	النسبة %	التكرار	أنثى			ذكر
			النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
78%	55	21%	15	57%	40	المدينة
22%	15	7%	5	15%	10	القرية
100%	70					المجموع

الشكل البياني رقم (07): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب محل الإقامة



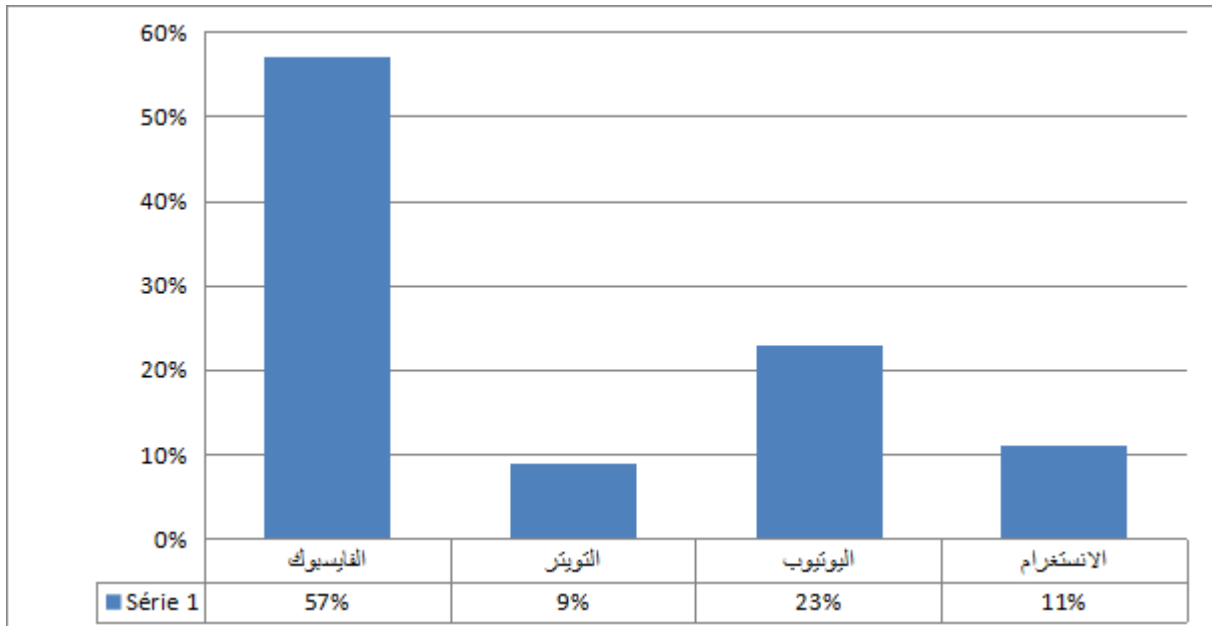
من خلال الجدول رقم (07): يتبين من أفراد العينة من سكان المدينة هم الأكبر نسبة مقارنة بسكان القرى والأرياف حيث قدرت نسبتهم بـ 78% بتكرار 55 منها 57% للذكور بتكرار 40 و 21% للإناث بتكرار 15 في حين شكل سكان القرية نسبة 22% بتكرار 15 منها 15% للذكور بتكرار 10 و 7% للإناث بتكرار 05. ويرجع ضعف تجاوب أفراد عينة الدراسة من سكان القرى والأرياف مع الاستبانة إلى غياب المقرئية ومحدودية الثقافة بما يجول في هذا الفضاء الرقمي على عكس أفراد عينة الدراسة من سكان المدينة.

1-2- التحليل الكمي و الكيفي لمحور استخدام منصات التواصل الاجتماعي و الإشباع المحققة لدى الشباب.

الجدول رقم (08): يوضح المنصات الأكثر استخداما

المجموع		المنصات الأكثر استخداما				المتغيرات
النسبة %	التكرار	أنثى		ذكر		الخيارات
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
57%	40	15%	11	41%	29	الفايسبوك
9%	06	3%	02	6%	04	التويتير
23%	16	7%	05	16%	11	اليوتيوب
11%	08	3%	02	9%	06	الانستغرام
100%	70					المجموع

الشكل البياني رقم (08): يوضح المنصات الأكثر استخداما



يتبين من خلال الجدول رقم (08): أن نسبة الذين يستخدمون الفايسبوك هم الأكبر نسبة حيث قدرت ب

57% ، وبتكرار 40، منها 41% للذكور بتكرار 29 و 15% للإناث بتكرار 11، يليه اليوتيوب بنسبة 23%،

وبتكرار 16، منها بنسبة 16% ذكور بتكرار 11 و 7% للإناث بتكرار 5، ليأتي بعده الانستغرام بنسبة كلية

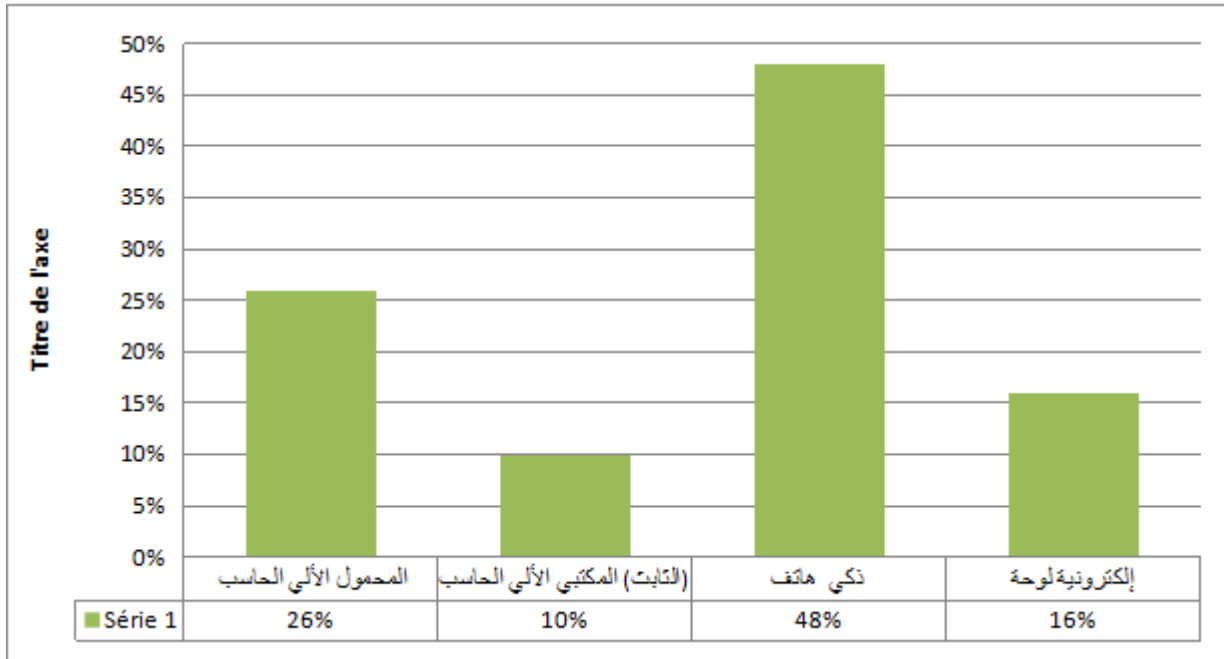
قدرت ب11% وبتكرار 08، منها 09% للذكور بتكرار 06، و 03% للإناث بتكرار 04، و 03% للإناث بتكرار 02.

يرجع ارتفاع نسبة مرتئي منصة الفاييبوك إلى شعبية و سهولة استخدام و تعدد مزاياه. كما أنه متعدد الاستعمالات " التسلية" ، " الترفيه" ، " التعليم" ، " التثقيف" ، أما اليوتيوب فبدأ الإنتشار في الآونة الأخيرة فقط إلا أنه يبقى أقل تفاعلية مقارنة بالفايبوك.

الجدول رقم (09): يوضح الوسائل الأكثر استخداما

المجموعة		الوسائل الأكثر استخداما				المتغيرات
النسبة%	التكرار	أنثى		ذكر		الخيارات
		النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
16%	11	03%	02	13%	09	الحاسب الآلي المحمول
10%	07	03%	02	07%	05	الحاسب الآلي المكتبي (الثابت)
48%	34	15%	11	33%	23	هاتف ذكي
26%	18	07%	05	19%	13	لوحة إلكترونية
100%	70					المجموع

الشكل البياني رقم (09): الوسائل الأكثر استخداما



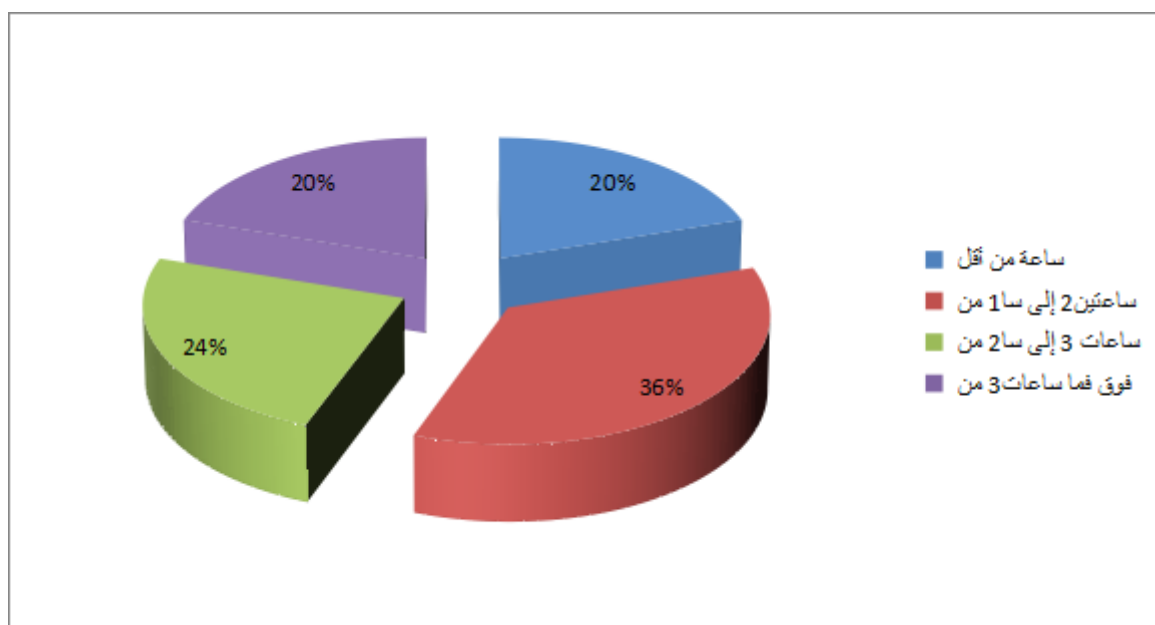
يتبين من خلال الجدول رقم(09) المحدد للوسيلة المستعملة أثناء تصفح منصات التواصل الاجتماعي أن الهاتف الذكي الأكثر استخداما بنسبة 48% بتكرار 34 منها 33% للذكور بتكرار 23 و 15% للإناث بتكرار 11، تليه نسبة المستخدمين للوحات الإلكترونية بنسبة 26% بتكرار 18، منها 19% للذكور بتكرار 13 و 7% للإناث بتكرار 05. ليأتي بعدها الحاسب الألي المحمول بنسبة 16% بتكرار 11، منها 13% للذكور بتكرار 09 و 3% للإناث بتكرار 02 ، وأخيرا نسبة مستخدمي الحاسب الالي المكتبي (الثابت) بنسبة 10% بتكرار 07 منها 7% للذكور بتكرار 05 و للإناث بتكرار 02.

ويرجع كل هذا إلى ملازمة الهواتف الذكية و اللوحات الإلكترونية و الحاسب الألي المحمول للأفراد، و ارتباطهم الوثيق بها في حياتهم اليومية لسهولة استخدامها و التنقل بها إلى أي مكان لصغر حجمها أما الحاسب المكتبي هو الأداة الكلاسيكية المرتبطة بأماكن العمل أكثر.

الجدول رقم (10): يوضح الحجم الساعي لتصفح هاته المنصات

المجموع		الحجم الساعي				المتغيرات
النسبة %	التكرار	أنثى		ذكر		الخيارات
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
%20	14	%08	06	%12	08	أقل من ساعة
%20	14	%00	00	%20	14	من 1 إلى 2 ساعات
%24	17	%07	05	%17	12	من 2 إلى 3 ساعات
%36	25	%13	09	%23	16	من 3 ساعات فما فوق
%100	70					المجموع

الشكل البياني رقم (10): يوضح الحجم الساعي لتصفح هاته المنصات



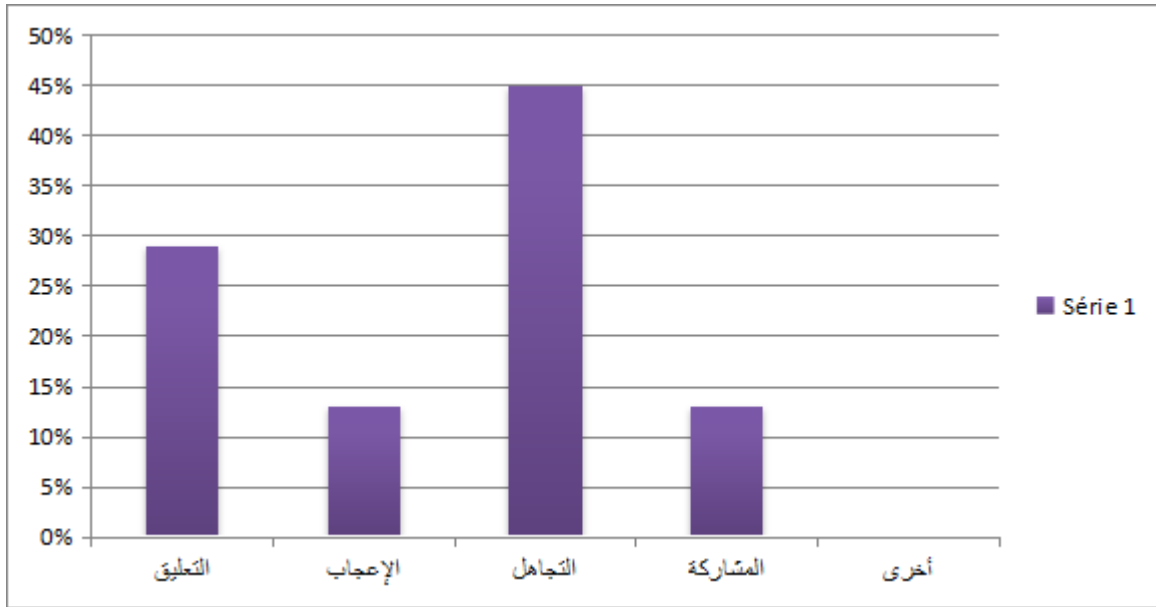
نلاحظ من خلال الجدول رقم (10): و المتعلق بالحجم الساعي الذي يقضيه أفراد العينة من المبحوثين أن الفئة التي تتصفح هذه المواقع لمدة أقل من 03سا فما فوق هي الأكبر نسبة قدرت ب36% بتكرار 25، ومنها 23% للذكور بتكرار 16 و 13% للإناث 09. أما من 02سا إلى 03سا فقدرت نسبتهم 24% بتكرار 17، منها 17% للذكور بتكرار 12، و 07% للإناث بتكرار 05. في حين من يتصفحون هذه المنصات لمدة أقل من ساعة و من 1سا إلى 02سا فقدرت نسبتهم 20% بتكرار 14. أي أن بالنسبة للحجم الساعي يستغرقه أفراد عينة الدراسة، والمقدر بأقل من ساعة تقدر نسبته بالنسبة لذكور 12% بتكرار 08 و نسبة الإناث 08% بتكرار 06 أما الذين يستغرقون مدة من 01سا إلى 02سا بالنسبة لذكور كان النسبة 20% بتكرار 14 وانعدام أي نسبة الإناث الذين يتصفحون هاته المنصات في المدة المقدر من 01سا إلى 02سا.

وهذا ما يدل على كثافة الاستخدام لمنصات التواصل الاجتماعي من طرف المستجوبين، فحوالي نصف أفراد العينة يقضون أكثر من 03سا فما فوق في تصفح و التفاعل، وهذا ما يؤكد على مدى ارتباط و تعلق عينة الدراسة بالمنصات الاجتماعية و شبكة الإنترنت.

الجدول رقم (11): يوضح تفاعلات أفراد عينة الدراسة في منصات التواصل الاجتماعي

المجموع		التفاعلات				المتغيرات
النسبة%	التكرار	أثنى		ذكر		الخيارات
		النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
29%	20	13%	09	16%	11	التعليق
13%	09	04%	03	09%	06	الإعجاب
45%	32	08%	06	37%	26	تجاهل
13%	09	03%	02	10%	7	المشاركة
00%	00	00%	00	00%	00	أخرى
100%	70					المجموع

الشكل البياني رقم (11): يوضح تفاعلات أفراد عينة الدراسة في منصات التواصل الاجتماعي



نلاحظ من خلال الجدول رقم (10): و المتعلق بالتفاعلات بالنسبة للأفراد العينة من المبحوثين بأن الفئة

التي تعمل على تجاهل المنشورات التي تحمل خطابات الكراهية هي الأكبر نسبة بحيث تقدر نسبتها ب 45% بتكرار 32 منها 37% للذكور بنسبة 26 و 8% بتكرار 06 . لتأتي الفئة التي تقوم بالتعليق على المنشورات في المرتبة الثانية بنسبة 29% بتكرار 20 منها 16% ذكور بتكرار 11 و 13% إناث بتكرار 09. وأخيرا تأتي نسبي المشاركة والإعجاب في المرتبة الأخيرة بنسبة 13% بتكرار 09 إلا أن بالنسبة لفئة الذكور في الإعجاب بلغت نسبتها 09% بتكرار 06 أما الإناث فبلغت نسبة إعجاباتهم 04% بتكرار 03. أما فيما يخص المشاركة بالنسبة للذكور قدرت ب 10% بتكرار 07 أما الإناث فقدرت النسبة لديهم 03% بتكرار 02.

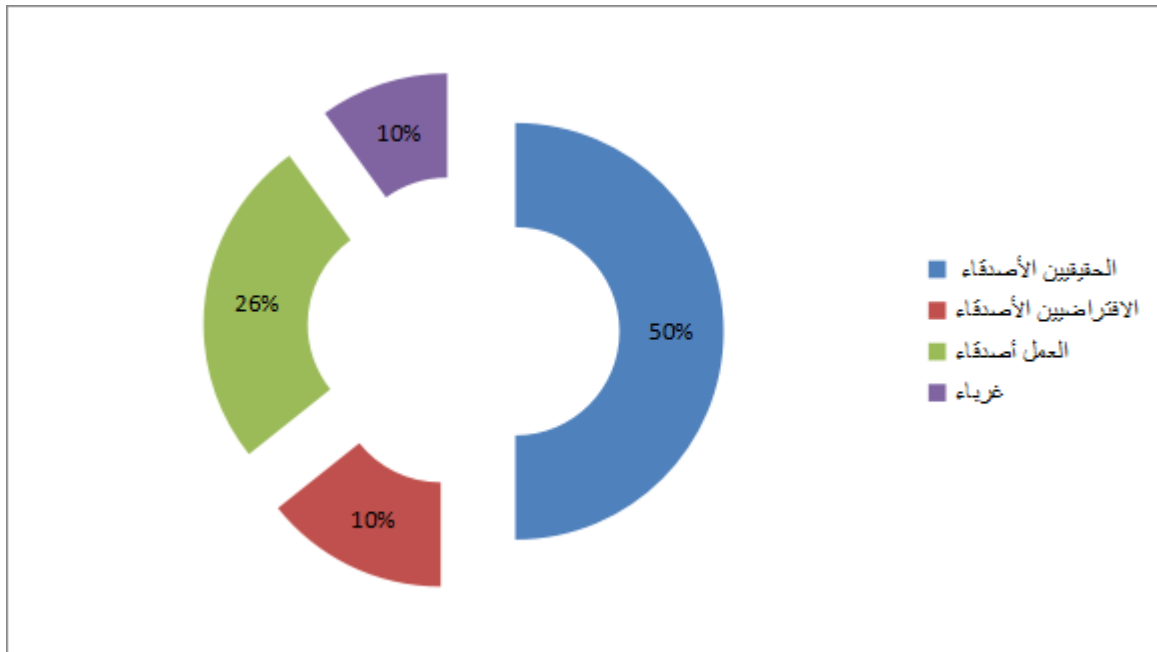
تظهر لنا النتائج مدى وعي أفراد العينة في تعاملهم مع المحتوى الذي يسوق للكراهية، حيث أن النسبة الأكبر منهم تتجاهل هذا النوع من المنشورات، وأكثر من ثلث المبحوثين يقوم بالتعليق على المحتوى. في حين تبقى نسبي الإعجاب و المشاركة بنسبة ضئيلة جدا. كما تحيلنا هذه النتائج في الغالب الى المستوى التعليمي للأفراد العينة، و الذي يلعب دورا مهما في كيفية تلقي محتويات منصات التواصل الاجتماعي. وتتناسب هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة " بيرق حسين جمعة الربيعي "، و الموسومة بعنوان " دور مواقع التواصل

الاجتماعي في بناء خطاب الكراهية " ، حيث يتجنب نسبة كبيرة من المبحوثين الاهتمام بمثل هذه المواضيع، تقاديا لعنصري التصادم الفكري والطائفي.

الجدول رقم (12): يوضح أكثر الأشخاص الذين تتواصل معهم أفراد عينة الدراسة من خلال هاته المنصات.

المجموعة		التغيرات				الخيارات
النسبة %	التكرار	أنثى		ذكر		
		النسبة %	التكرار	النسبة	التكرار	
%50	35	%24	17	%26	18	الأصدقاء الحقيقيين
%14	10	%00	00	%14	10	الأصدقاء الافتراضيين
%26	18	%04	03	%22	15	أصدقاء العمل
%10	07	%00	00	%10	07	غرباء
%100	70					المجموعة

الشكل البياني رقم (12): يوضح أكثر الأشخاص الذين تتواصل معهم أفراد عينة الدراسة من خلال هاته المنصات



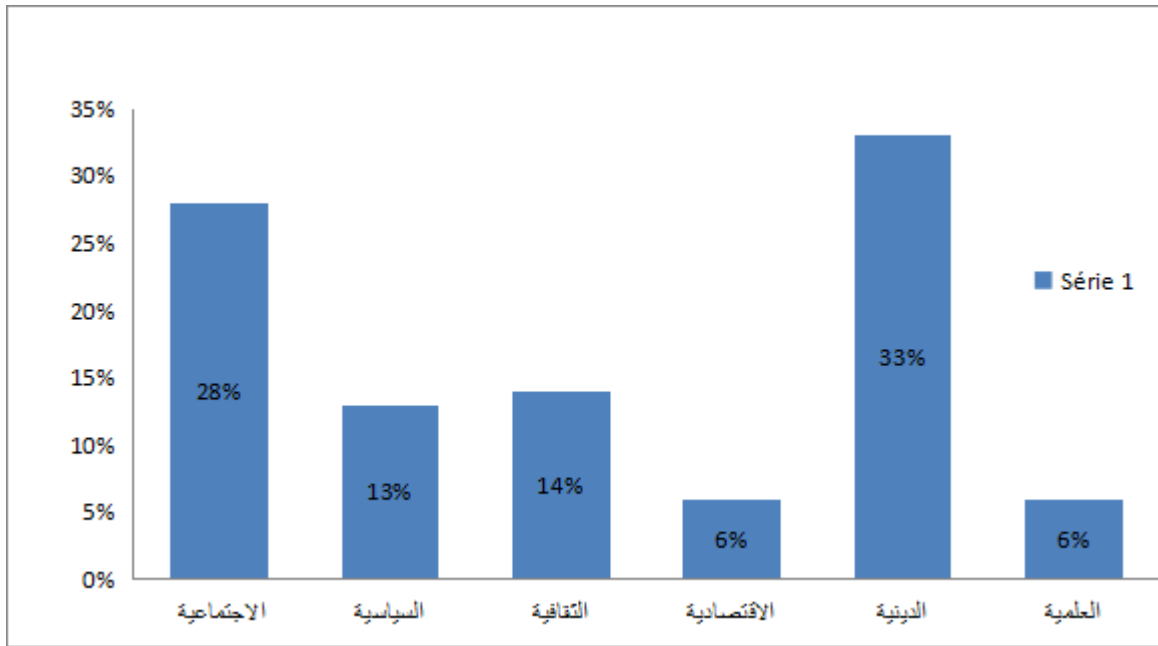
يوضح الجدول رقم (12) أن نسبة الأصدقاء الحقيقيين هم الفئة الأكبر التي تتواصل معهم أفراد عينة الدراسة بنسبة 50% بتكرار 35 منها نسبة 26% للذكور بتكرار 18 و 24% للإناث بتكرار 17، تليها في المرتبة الثانية نسبة أصدقاء العمل بنسبة 26% بتكرار 18 منها نسبة 22% للذكور بتكرار 15 و 04% للإناث بتكرار 03. ليأتي الأصدقاء الافتراضيين بنسبة 14% بتكرار 10 منها 14% للذكور بتكرار 10 في حين ينعدم أي تواصل للإناث في هذه المنصات الاجتماعية مع الأصدقاء الافتراضيين. وأخيرا تأتي نسبة التواصل مع الغرباء بنسبة 10% بتكرار 07 وهي النسبة التي استحوذت عليها فئة الذكور فقط في حين يغيب التواصل بالنسبة لفئة الإناث مع الغرباء.

من هذا المنطلق نتوصل إلى أن العملية التواصلية لأفراد عينة الدراسة عبر منصات التواصل الاجتماعي تتركز بنسبة أكبر مع الأصدقاء الحقيقيين نتيجة طبيعة المجموعات التي ينتمون إليها.

الجدول رقم (13): يوضح المواضيع الأكثر إثارة للاهتمام لدى أفراد عينة الدراسة

المجموعة		المواضيع الأكثر إثارة للاهتمام				المتغيرات
النسبة %	التكرار	أنثى		ذكر		الخيارات
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
28%	20	07%	05	21%	15	الاجتماعية
13%	09	03%	02	10%	7	السياسية
14%	10	05%	04	09%	06	الثقافية
06%	04	03%	02	03%	02	الاقتصادية
33%	23	10%	07	23%	16	الدينية
06%	04	00%	00	06%	04	العلمية
100%	70					المجموع

الشكل البياني رقم (13): يوضح المواضيع الأكثر إثارة للاهتمام لدى أفراد عينة الدراسة



حسب الجدول رقم (13) الذي يبين طبيعة المواضيع المنشورة على منصات التواصل الاجتماعي، والتي

تثير اهتمام أفراد عينة الدراسة، فإن المواضيع الدينية احتلت الصدارة بنسبة 33% بتكرار 23 منها 23% للذكور بتكرار 16 و 10% للإناث بتكرار 07. تليها المواضيع ذات الطابع الاجتماعي (الاجتماعية) بنسبة 28% بتكرار 20 منها نسبة 21% للذكور بتكرار 15 و نسبة 07% إناث بتكرار 05. لتأتي المواضيع الثقافية بنسبة 14% بتكرار 10 منها نسبة 09% للذكور بتكرار 06 و 05% للإناث بتكرار 04، تليها المواضيع السياسية المقدره بنسبة 13% بتكرار 09 منها نسبة 10% للذكور بتكرار بتكرار 07 و 03% للإناث بتكرار 02، و أخيرا تأتي نسبي المواضيع الاقتصادية و العلمية بنسبة و تكرار متوافق مع بعضهما ألا وهي نسبة 06% بتكرار 04 بمعنى المواضيع الاقتصادية بالنسبة للذكور قدرت بنسبة 03% بتكرار 02 وبالنسبة للإناث فقدرت بنفس النسبة و التكرار المتوصل إليه أنفا إضافة إلى المواضيع العلمية التي جاءت فيها نسبة الذكور 06% بتكرار 04 و نسبة الإناث انعدم فيها أي اهتمام فيما يخص المواضيع العلمية.

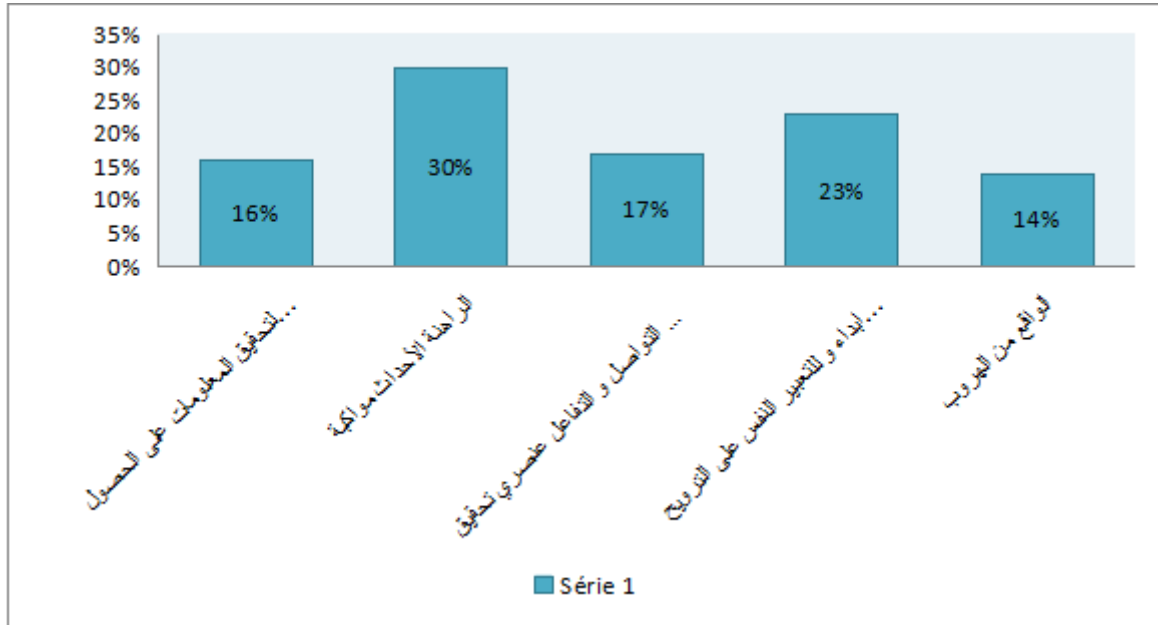
ويعود ذلك إلى أن المواضيع الدينية و الاجتماعية جاءت بأكبر النسب من طرف أفراد عينة الدراسة بحكم

أنها الأكثر إثارة للاهتمام أي أن العينة يغلب عليها الطابع الديني والمواضيع ذات الطابع الهادف.

الجدول رقم (14): يوضح الحاجات التي تلبّيها منصات التواصل الاجتماعي لأفراد عينة الدراسة

المجموعة		الحاجات التي تلبّيها منصات التواصل				المتغيرات
النسبة %	التكرار	أنثى		ذكر		الخيارات
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
%16	11	%06	04	%10	07	الحصول على المعلومات لتحقيق الإشباع
%30	21	%08	06	%22	15	مواكبة الأحداث الراهنة
%17	12	%04	03	%13	09	تحقيق عنصري التواصل و التفاعل مع الآخرين
%23	16	%07	05	%16	11	الترويح على النفس للتعبير و إبداء الآراء بكل حرية
%14	10	%03	02	%11	08	الهروب من الواقع
%100	70					المجموع

الشكل البياني رقم (14): يوضح الحاجات التي تلبّيها منصات التواصل الاجتماعي لأفراد عينة الدراسة



يتضح لنا من خلال الجدول رقم (14)، والذي يوضح الحاجات التي تلبّيها منصات التواصل الاجتماعي

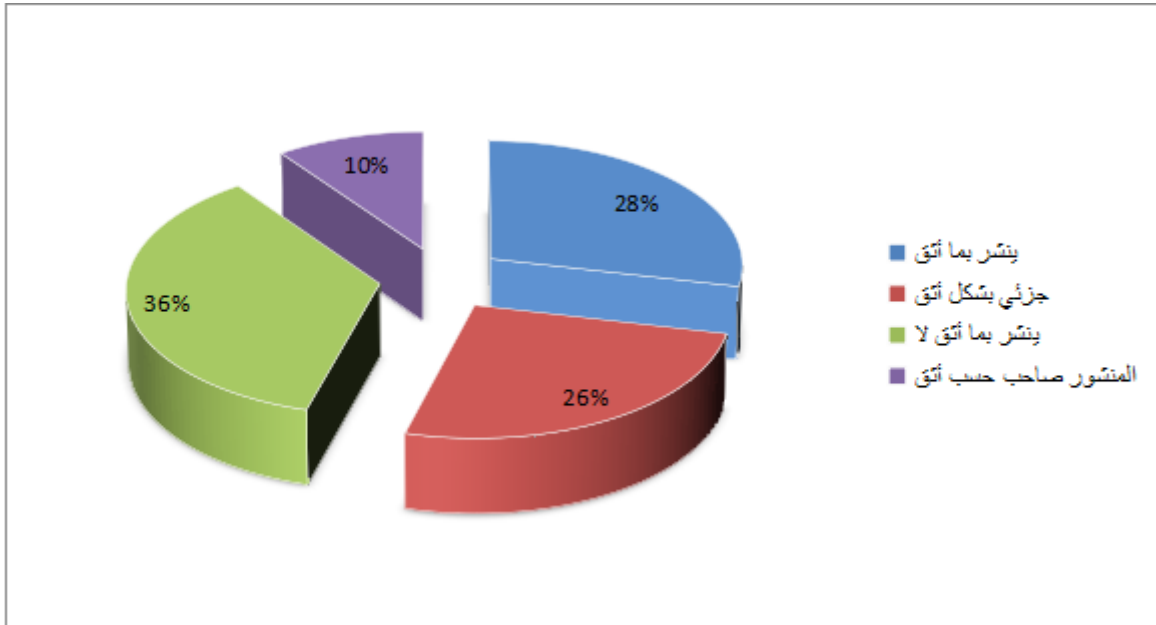
لأفراد عينة الدراسة أن مواكبة الأحداث الراهنة هو أهم غرض من استخدام منصات التواصل، و هذا ما جعلها في الصدارة بنسبة 30% بتكرار 21 منها نسبة 22% للذكور بتكرار 15 و نسبة 08% للإناث بتكرار 06، يليه الترويج عن النفس للتعبير و إبداء الآراء بكل حرية بنسبة 23% بتكرار 16 منها نسبة 16% للذكور بتكرار 11 و نسبة 07% للإناث بتكرار 03، ليأتي في المرتبة الثالثة تحقيق عنصري التواصل و التفاعل مع الآخرين بنسبة 17% بتكرار 12 منها نسبة 13% للذكور بتكرار 09 و نسبة 04% للإناث بتكرار 03. تليها الحصول على المعلومات لتحقيق الإشباع بنسبة 16% بتكرار 11 منها 10% للذكور بتكرار 07 و نسبة 06% للإناث بتكرار 04. و أخيرا تأتي نسبة الهروب من الواقع بنسبة ضئيلة جدا قدرت بـ 14% بتكرار 10 منها 16% للذكور بتكرار 11 و 03% للإناث بتكرار 02.

هذا التوجه من طرف أفراد عينة الدراسة يفسر المستوى العلمي و التطلع على الأحداث الجارية في فضاء منصات التواصل الاجتماعي. حيث يستخدمون هذه الأخيرة بهدف إثراء الرصيد المعلوماتي وتوسيع دائرة العلوم و التواصل و التفاعل مع البيئة المحيطة لأغراض موضوعية وهادفة.

الجدول رقم (15): يوضح مدى ثقة أفراد عينة الدراسة بما ينشر عبر منصات التواصل الاجتماعي

المجموع		المتغيرات				
النسبة %	التكرار	أنثى		ذكر		
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
%28	20	%08	06	%20	14	أثق بما ينشر
%26	18	%03	02	%23	16	أثق بشكل جزئي
%36	25	%17	12	%19	13	لا أثق بما ينشر
%10	07	%00	00	%10	07	أثق حسب صاحب المنشور
%100	70					المجموع

الشكل البياني رقم (15): يوضح مدى ثقة أفراد عينة الدراسة بما ينشر عبر منصات التواصل الاجتماعي



يتضح من خلال الجدول رقم (15) الذي يوضح مدى ثقة أفراد عينة الدراسة بما ينشر عبر منصات التواصل الاجتماعي، أن النسبة الأكبر من أفراد العينة لايتقون بكل ماينشر بنسبة 36% بتكرار 25 أي نسبة 19% للذكور بتكرار 13 و نسبة 17% للإناث بتكرار 12، تليها أتق بما ينشر بنسبة 28% بتكرار 20 أي نسبة 20% ذكور بتكرار 14 و 08% إناث بتكرار 06، لتأتي نسبة أفراد عينة أتق بشكل جزئي، والمقدرة نسبتهم ب26% بتكرار 18 أي نسبة 23% للذكور بتكرار 16 و نسبة 03% للإناث بتكرار 02. وأخيرا تأتي نسبة أفراد عينة أتق حسب صاحب المنشور بنسبة ضئيلة جدا قدرت ب 10% بتكرار 07 أي استحوذت على هذه النسبة فئة من الذكور في انعدمت آراء الإناث في هذا الطرح.

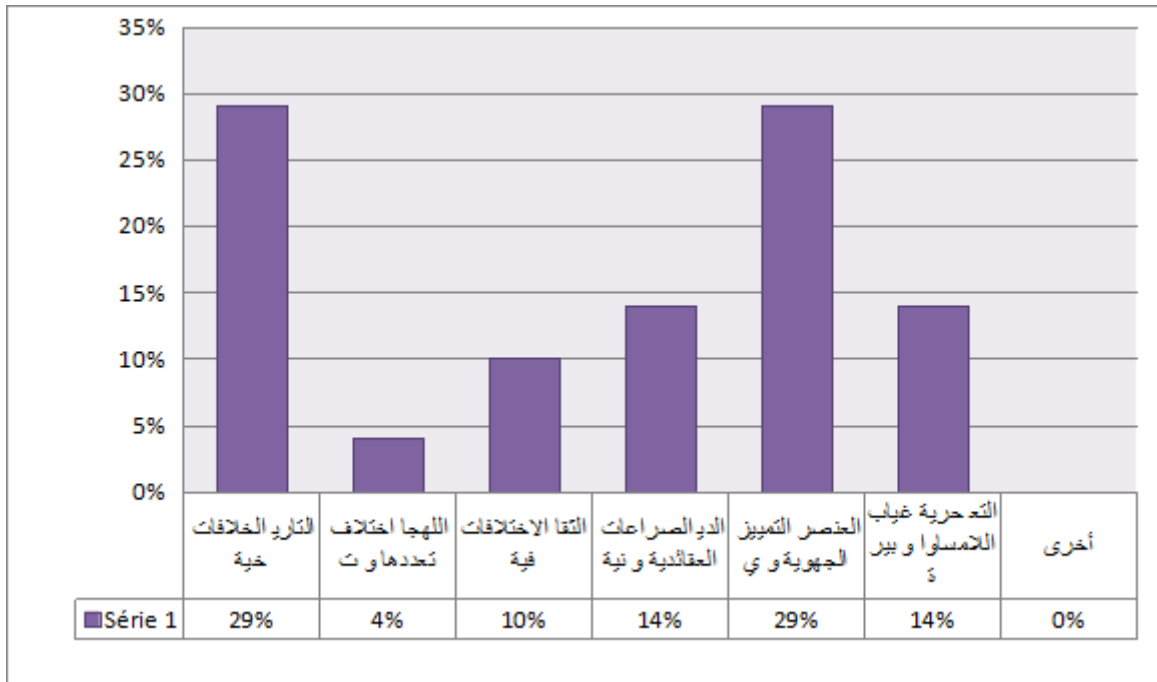
ويرجع ارتفاع نسبة المستجوبين الذين أجابوا بأنهم لايتقون بما ينشر إلى مدى وعي المبحوثين و الحس النقدي الذين يتمتعون به، وبلوغ مستواهم التعليمي درجات أعلى سمح لهم بغربة ماينشر في فضاء منصات التواصل الاجتماعي، معتمدا على عدة معايير يحدد بها مدى مصداقية مايتلقونه من محتوى.

1-3- التحليل الكمي و الكيفي لمحور مفهوم خطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي من خلال اتجاهات الشباب و الآثار الناجمة عنه.

الجدول رقم (16): يوضح أسباب انتشار واستفحال ظاهرة خطاب الكراهية في منصات التواصل الاجتماعي

المجموع		خطاب الكراهية و آثار الناجمة عنه				المتغيرات
النسبة %	التكرار	أنثى		ذكر		الخيارات
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
%29	20	%07	05	%22	15	الخلافات التاريخية
%04	03	%01	01	%03	02	اختلافات اللهجات وتعددتها
%10	07	%03	02	%07	05	الاختلافات الثقافية
%14	10	%04	03	%10	07	الصراعات الدينية والعقائدية
%29	20	%07	05	%22	15	التمييز العنصري و الجهوية
%14	10	%06	04	%08	06	غياب حرية التعبير و اللامساواة
%00	00	%00	00	%00	00	أخرى
%100	70					المجموع

الشكل البياني رقم (16): يوضح أسباب انتشار واستفحال خطاب الكراهية في منصات التواصل الاجتماعي



من خلال الجدول رقم (16) الموضح أعلاه يتضح لنا أن الخلافات التاريخية من جهة والتمييز العنصري و الجهوية من جهة أخرى هما سببين من الأسباب الرئيسية لانتشار و استفحال خطاب الكراهية في منصات التواصل الاجتماعي بحيث احتلت الصدارة بنسبة 29% بتكرار 20 أي أن بالنسبة للتمييز العنصري و الجهوية نجد أن الذكور بلغت نسبتهم 22% بتكرار 15 فيما بلغت نسبة الإناث 07% بتكرار 05 ، وهذه النسبتين بتكرارهما نجدها مطابقة للنسب و التكرارات الواردة في عنصر الخلافات التاريخية بالنسبة للذكور و الإناث على حد سواء. تليها الصراعات الدينية و العقائدية من جهة و غياب حرية التعبير من جهة أخرى بنفس النسبة و التكرار، والمقدرة بنسبة 14% بتكرار 10. إلا أن بالنسبة لفئة الذكور في عنصر الصراعات الدينية و العقائدية بلغت نسبتها 10% بتكرار 07 و بنسبة 04% للإناث بتكرار 03 أما بالنسبة لعنصر غياب حرية التعبير و اللامساواة فكانت نسبة الذكور 08% بتكرار 06 أما بالنسبة للإناث فقدت بنسبتهم 06% بتكرار 04. ليأتي عنصر الاختلافات الثقافية بنسبة 10% بتكرار 07 منها 07% للذكور بتكرار 05 و نسبة 03% للإناث

بتكرار 02. و أخيرا يأتي عنصر اختلاف اللهجات و تعددها بنسبة 04% بتكرار 03 منها 03% للذكور بتكرار 02

و نسبة 01% للإناث بتكرار 01. فيما لم يتم التطرق لطرح أسباب أخرى من طرف المبحوثين.

يعود اختيار المستجوبين للخلافات التاريخية من جهة و التمييز العنصري و الجهوية كأسباب رئيسية

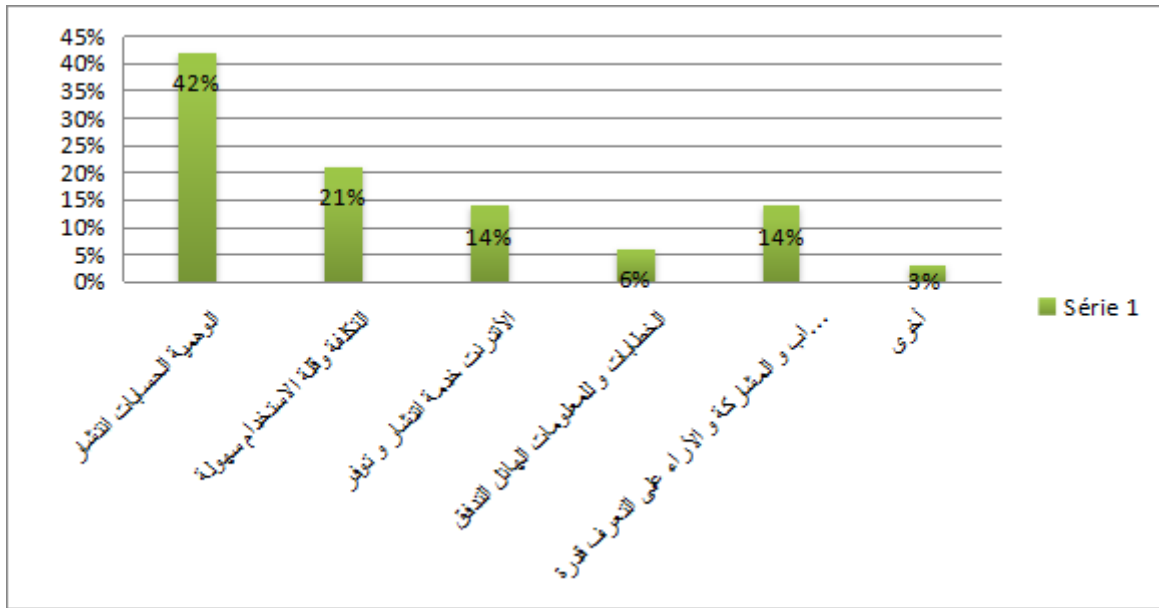
لانتشار خطاب الكراهية، إلى حالة التشنج التي عرفت الجزائر أثناء الحقبة الاستعمارية نتيجة إحداهم التفرة

بين أبناء البلد الواحد.

الجدول رقم (17): يوضح العوامل التي جعلت خطاب الكراهية يتنامى في منصات التواصل الاجتماعي

المجموع		عوامل تنامي خطاب الكراهية				المتغيرات
النسبة %	التكرار	أنثى		ذكر		الخيارات
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
%42	29	%13	09	%29	20	انتشار الحسابات الوهمية
%21	15	%07	05	%15	10	سهولة الاستخدام وقلة التكلفة
%14	10	%04	03	%10	07	توفر و انتشار خدمة الانترنت
%06	04	%01	01	%04	03	التدفق الهائل للمعلومات و الخطابات
%14	10	%03	02	%11	08	قدرة التعرف على الآراء و المشاركة و ابداء الرأي
%03	02	%00	00	%03	02	أخرى
%100	70					المجموعة

الشكل البياني رقم (17): يوضح العوامل التي جعلت خطاب الكراهية يتنامى في منصات التواصل الاجتماعي



يوضح الجدول رقم (17) أعلاه و الذي يوضح العوامل المساهمة في تنامي خطاب الكراهية في منصات التواصل الاجتماعي جاءت في مقدمتها الحسابات الوهمية بنسبة 42% بتكرار 29 منها نسبة 29% للذكور بتكرار 20 و نسبة 13% للإناث بتكرار 09. تليها سهولة الاستخدام وقلّة التكلفة بنسبة 21% بتكرار 15 منها 15% للذكور بتكرار 10 و نسبة 07% بتكرار 05، لتأتي نسبيتي توفر و انتشار خدمة الإنترنت مع قدرة التعرف على الآراء و المشاركة وإبداء الرأي بنسبة 14% بتكرار 10 أي أن نسبة توفر و انتشار خدمة الإنترنت حققت نسبة 10% لدى الذكور بتكرار 07 ونسبة 04% لدى الإناث بتكرار 03 أما بالنسبة لقدرة التعرف على الآراء و المشاركة و إبداء الرأي فقد حققت نسبة 11% لدى الذكور بتكرار 08 و لدى الإناث حققت نسبة 03% بتكرار 02، ليليهما التدفق للمعلومات و الخطابات بنسبة 06% بتكرار 04 منها 04% للذكور بتكرار 03 و نسبة 01% للإناث بنسبة 01. و أخير يرجع تنامي خطاب الكراهية لعوامل أخرى بنسبة 03% بتكرار 02 لدى الذكور فيما تتعدم أية عوامل أخرى لدى الإناث و الاكتفاء بالعوامل الموضحة في الجدول فقط.

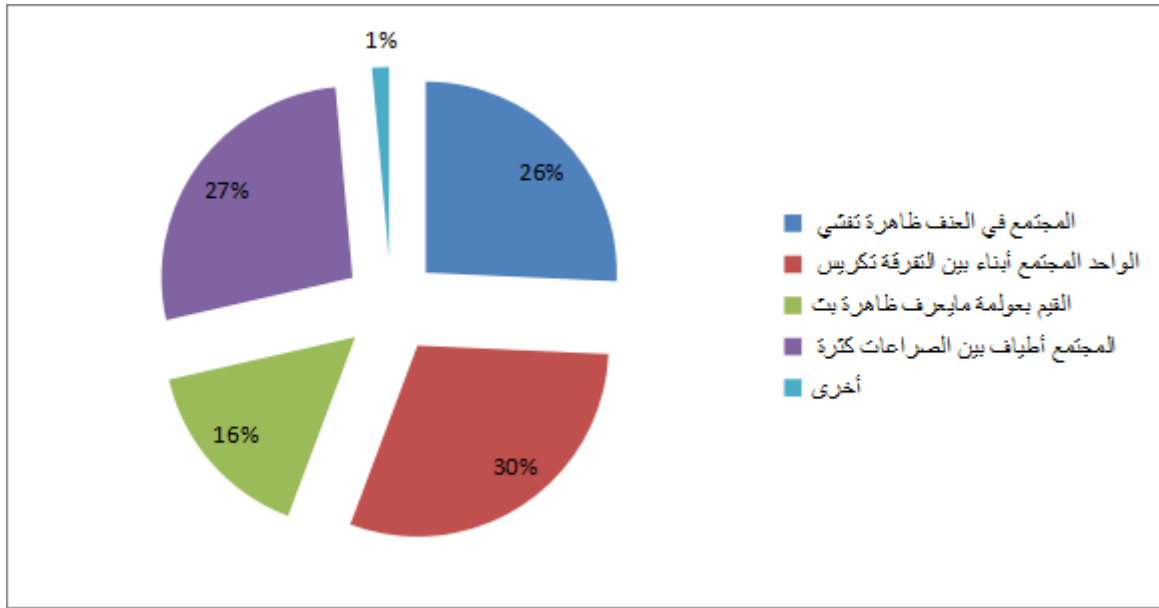
نستنتج مما سبق أن مروجي خطاب الكراهية في إطار ما يعرف بعولمة القيم الاجتماعية يستغلون فضاء منصات التواصل الاجتماعي كأرضية خصبة من أجل بث سمومهم، فسهولة الاستخدام وقلّة التكلفة وتوفر الخدمة ساهمت بدرجة كبيرة في انتشار الحسابات الوهمية التي يختبئ وراء كواليسها هؤلاء المروجين. كما أن غياب تفعيل الضوابط القانونية فاقم الأوضاع.

من هنا تبرز أهمية الدراسة التي أنجزت من طرف جمهرة الباحثين الألمان، والتي حملت في طياتها أن الأماكن التي كان فيها الاتصال بالإنترنت ضعيفا لوحظ فيها تراجع الاعتداءات. ومع قطع شبكة الإنترنت ليوم واحد فقط كان كفيل لاختفاء أثار وسائل التواصل الاجتماعي تماما، وتختفي معها الاعتداءات بشكل كلي.

الجدول رقم (18): يوضح النتائج التي ينجر عنها نشر خطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي حسب أفراد عينة الدراسة

المجموع		المتغيرات				
النسبة %	التكرار	أنثى		ذكر		الخيارات
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
%26	18	%07	05	%19	13	تفشي ظاهرة العنف في المجتمع
%30	21	%09	06	%21	15	تكريس التفرقة بين أبناء المجتمع الواحد
%16	11	%04	03	%12	08	بث ظاهرة ما يعرف بعولمة القيم
%27	19	%07	05	%20	14	كثرة الصراعات بين أطراف المجتمع
%01	01	%01	01	%00	00	أخرى
%100	70					المجموع

الشكل البياني رقم (18): يوضح النتائج التي ينجر عنها نشر خطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي حسب أفراد عينة الدراسة



الجدول رقم (18): يوضح أهم النتائج التي ينجر عنها ممارسة خطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي حسب أفراد عينة الدراسة. أن تكريس التفرة بين أبناء المجتمع الواحد جاءت في الصدارة بنسبة 30% بتكرار 21 أي نسبة 21% ذكور بتكرار 15 و نسبة 9% إناث بتكرار 06، تليها نسبة كثرة الصراعات بين أطراف المجتمع بنسبة 27% بتكرار 19 منها نسبة 20% للذكور بتكرار 14 و نسبة 7% للإناث بتكرار 05، لتأتي في المرتبة الثالثة نسبة تفشي ظاهرة العنف في المجتمع بنسبة 26% بتكرار 18 أي نسبة 19% للذكور بتكرار 13 و نسبة 7% للإناث بتكرار 05، لتأتي بعدها نسبة بث ظاهرة ما تعرف بعولمة القيم بنسبة 16% بتكرار 11 منها نسبة 12% للذكور بتكرار 08 و نسبة 4% للإناث بتكرار 03. أما بالنسبة لأراء مغايرة فتنحصر لدى الإناث بنسبة 1% بتكرار 01.

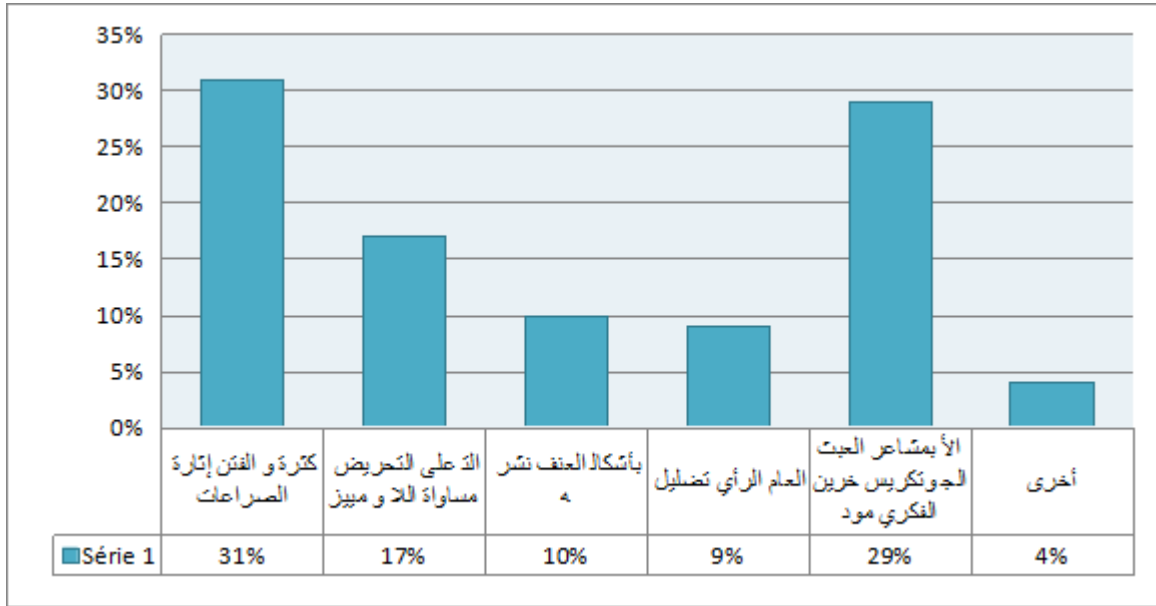
من خلال ما ورد من نتائج سلبية التي يكرسها خطاب الكراهية بهدف عولمة القيم الاجتماعية، وهذا ما توصلت له الدراسات السابقة. فخطاب الكراهية يمنح الشرعية للحركات الإرهابية. باعتباره إرهاب فكري هدفه بث التفرة بين أبناء المجتمع الواحد لزعة استقرار الكيان الاجتماعي، ويدخل المجتمعات العربية في دوامة الفرة

و التناحر، بناء على دراستي الصخاونة والرحامنة. كما يعمل على تكريس الفكر الإقصائي، ويخلق التطرف و التعصب الديني في المجتمعات العربية، حسب دراسة خريفية جودي.

الجدول رقم(19): يوضح طرق إسهامات منصات التواصل الاجتماعي في الترويج و التسويق لخطاب الكراهية

المجموع		المتغيرات				
النسبة %	التكرار	أنثى		ذكر		الخيارات
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
%31	22	%08	06	%23	16	إثارة الفتن و كثرة الصراعات
%17	12	%06	04	%11	08	التحريض على التمييز و اللامساوات
%10	07	%03	02	%07	05	نشر العنف بأشكاله
%09	06	%04	03	%04	03	تضليل الرأي العام
%29	20	%07	05	%21	15	العبث بمشاعر الآخرين و تكريس الجمود الفكري
%04	03	%00	00	%04	03	أخرى
%100	70	المجموع				

الشكل البياني رقم (19): يوضح طرق إسهامات منصات التواصل الاجتماعي في الترويج و التسويق لخطاب الكراهية



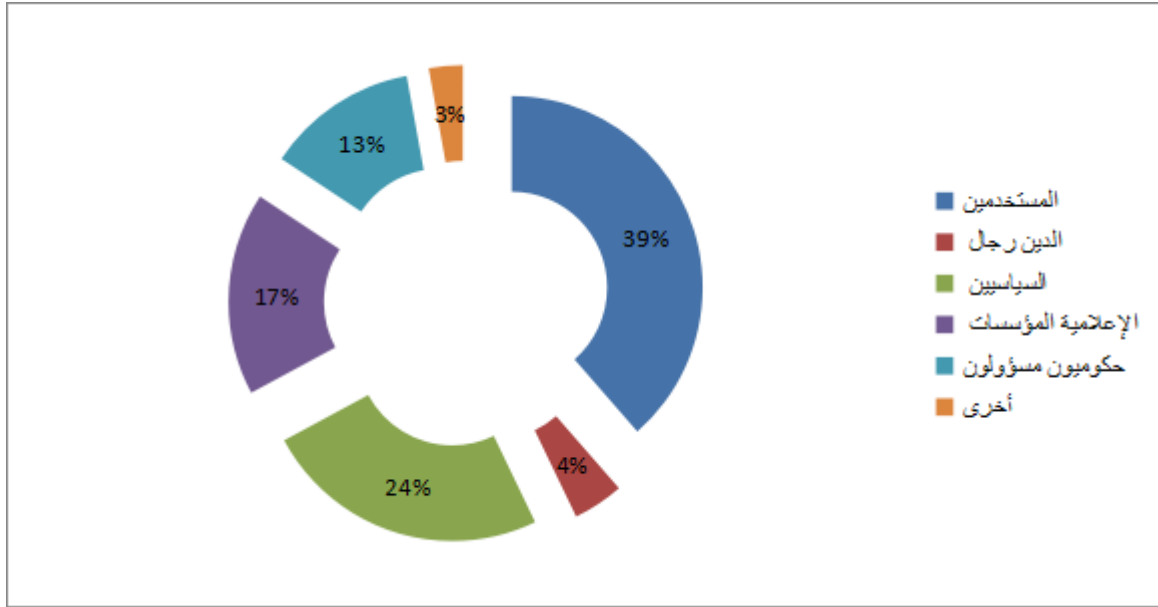
يتضح لنا من خلال الجدول (19) مساهمة منصات التواصل الاجتماعي لترويج و التسويق لخطاب الكراهية، أن إثارة الفتنة وكثرة الصراعات تأتي في الصدارة بنسبة 31% بتكرار 22 أي نسبة 23% للذكور بتكرار 16 و نسبة 08% للإناث بتكرار 06. يليها العبث بمشاعر الآخرين و تكريس الجمود الفكري بنسبة 29% بتكرار 20 أي نسبة 21% للذكور بتكرار 15 و نسبة 07% للإناث بتكرار 05. ليأتي في المرتبة الثالثة حسب رأي أفراد العينة التحريض على التمييز و اللا مساواة بنسبة 17% بتكرار 12 أي 11% للذكور بتكرار 08 و نسبة 06% للإناث بتكرار 04. ليأتي في المرتبة الرابعة نشر العنف بأشكاله بنسبة 10% بتكرار 07 منها 07% للذكور بتكرار 05 و نسبة 03% للإناث بتكرار 02. وفي المرتبة الخامسة يأتي تضليل الرأي العام بنسبة 09% بتكرار 06 أي نفس النسبة وردت لدى الذكور و الإناث وهي 04% بتكرار 03. و تأتي في المرتبة الأخيرة آراء أخرى مختلفة تصب في قالب إسهامات منصات التواصل الاجتماعي لترويج و التسويق لخطاب الكراهية حسب أفراد العينة بنسبة 04% بتكرار 03 كما ارتكزت هاته النسبة للآراء عند الذكور فقط في ظل غياب أي رأي أخرى لدى الإناث.

يظهر من خلال نتائج الجدول أن أفراد عينة الدراسة يقرون أن جميع النقاط الواردة أنفا تساهم بشكل كبير في الترويج و التسويق لخطاب الكراهية. كما أن الصخاونة و الرحامنة أثبتا أن منصات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها فايس بوك يساهم في نشر العنف المجتمعي و اللفظي و السلوكي، ويعمل على تهويل وزيادة حدة المشكلات الاجتماعية.

الجدول رقم (20): يوضح المسؤول عن الترويج لخطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي حسب أفراد عينة الدراسة

المجموع						المتغيرات
النسبة %	التكرار	أنثى		ذكر		الخيارات
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
%39	27	%14	10	%25	17	المستخدمين
%04	03	%00	00	%04	03	رجال الدين
%24	17	%07	05	%17	12	السياسيين
%17	12	%04	03	%13	09	المؤسسات الإعلامية
%13	09	%03	02	%10	07	مسؤولون حكوميون
%03	02	%00	00	%03	02	أخرى
%100	70					المجموع

الشكل البياني رقم (20): يوضح المسؤول عن الترويج لخطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي حسب أفراد عينة الدراسة



من خلال الجدول رقم (20) أعلاه ،و الذي يوضح المسؤول عن الترويج لخطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي حسب أفراد عينة الدراسة، حيث يواجهون أغلبهم أصابع الاتهام إلى المستخدمين بنسبة 39% بتكرار 27 منها 25% بتكرار 17 و 14% بتكرار 10. تليها في المرتبة الثانية السياسيين و التي قدرت ب 24% بتكرار 17 منها 17% للذكور بتكرار 12 و نسبة 07% للإناث بتكرار 05، في المرتبة الثالثة تأتي المؤسسات الإعلامية بنسبة 17% بتكرار 12 منها نسبة 13% ذكور بتكرار 09 و نسبة 04% إناث بتكرار 03، لتأتي بعدها فالمرتبة الرابعة المسؤولون الحكوميون بنسبة 13% بتكرار 09 أي نسبة 10% ذكور بتكرار 07 و نسبة 03% إناث بتكرار 02. تليها نسبة رجال الدين حسب أفراد العينة و المقدر ب 04% بتكرار 03، وهي النسبة التي وردت لدى الذكور فقط وانعدمت أي لدى الإناث، وأخيرا تأتي أراء مختلفة بنسبة 03% بتكرار 02. كما ارتكزت هذه النسبة لدى الذكور فقط و انعدمت أي نسبة للإناث.

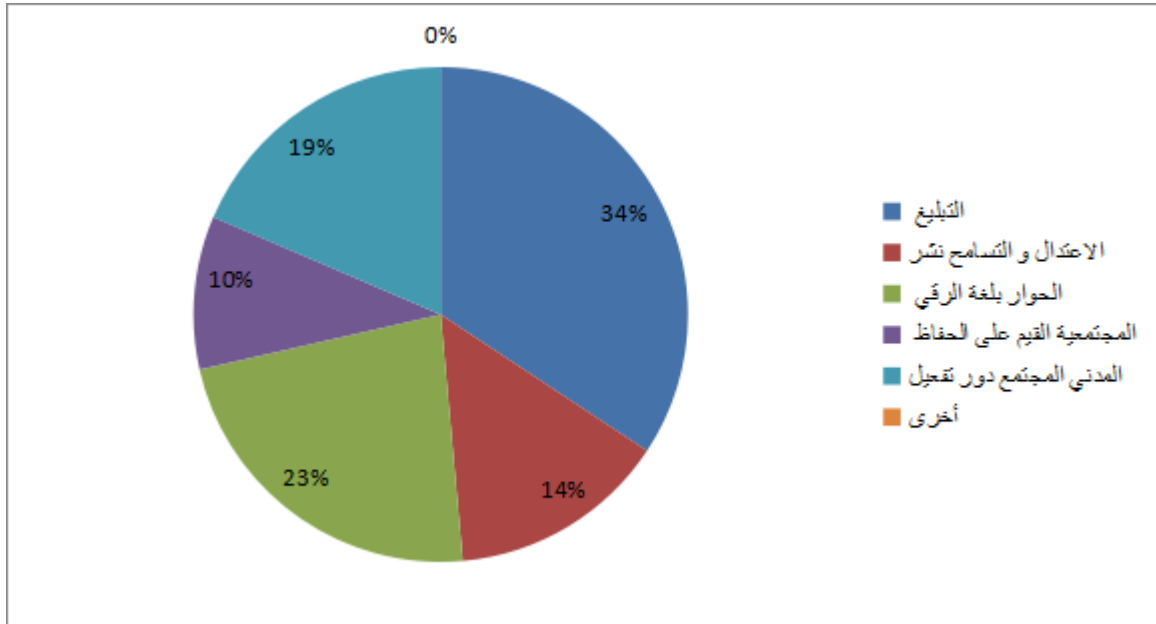
يجمع أفراد عينة الدراسة على أن مستخدموا منصات التواصل الاجتماعي هم المصدر الأساسي للإنتشار خطاب الكراهية، وهذا مايتوافق مع ماورد في الجدول رقم (...). ، والذي أقر أن انتشار الحسابات الوهمية وسهولة الاستخدام بالنسبة لمنصات التواصل الاجتماعي مع قلة التكلفة التي تساهم في انتشاره واستفحاله في المجتمع.

1-4- التحليل الكمي و الكيفي لمحور آليات مجابهة خطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المستخدمين.

الجدول رقم (21): يوضح كيف يمكن الحد من انتشار خطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي حسب أفراد عينة الدراسة

المجموع		سبل الوقاية				المتغيرات
النسبة	التكرار	أنثى		ذكر		الخيارات
		النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
%34	24	%08	06	%26	18	التبليغ
%14	10	%04	03	%10	07	نشر التسامح والاعتدال
%23	16	%16	05	%16	11	الرقمي بلغة الحوار
%10	07	%03	02	%07	05	الحفاظ على القيم المجتمعية
%19	13	%06	04	%13	09	تفعيل دور المجتمع المدني
%00	00	%00	00	%00	00	أخرى
%100	70					المجموع

الشكل البياني رقم (21): يوضح كيف يمكن الحد من انتشار خطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي حسب أفراد عينة الدراسة

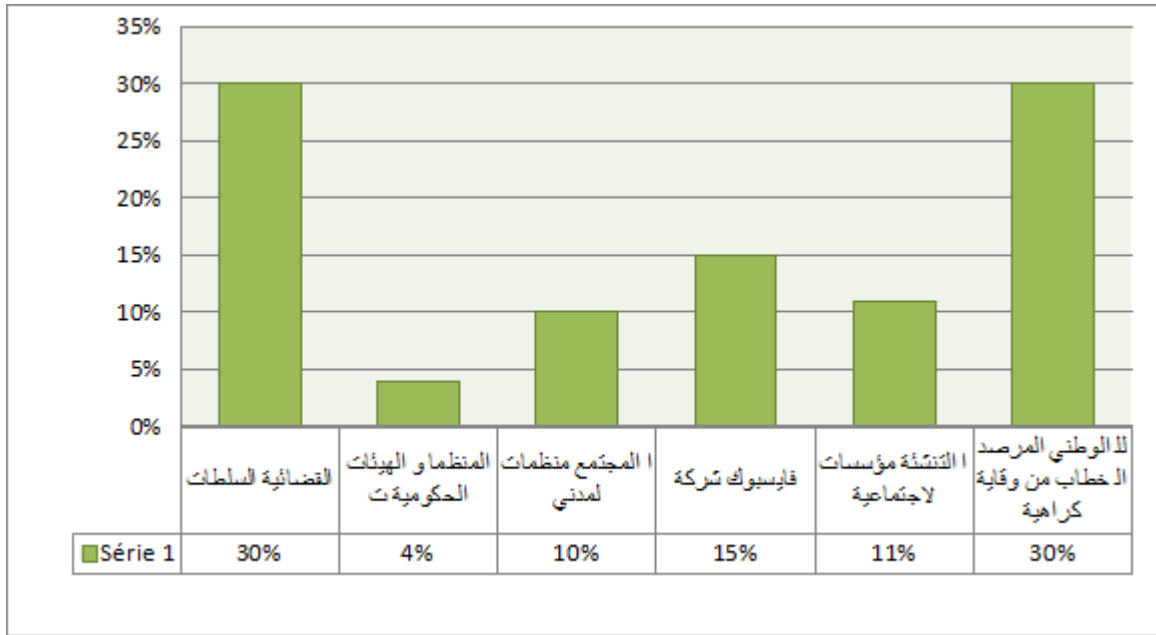


من خلال الجدول رقم (21) الذي يوضح كيفية إمكانية الحد من انتشار خطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي حسب أفراد عينة الدراسة يتضح أن التبليغ يحتل الصدارة بنسبة 34% بتكرار 24 منها 26% ذكور بتكرار 18 و نسبة 08% للإناث بتكرار 06، يليها الرقي بلغة الحوار بنسبة 23% بتكرار 16 منها 16 ذكور بتكرار 11 و نسبة 16% للإناث بتكرار 05، ليأتي بعده تفعيل دور المجتمع المدني بنسبة 19% بتكرار 13 منها 13% ذكور بتكرار 09 و 06% إناث بتكرار 04، يليها في المرتبة الرابعة نشر التسامح و الاعتدال بنسبة 14% بتكرار 10 منها 10% للذكور بتكرار 07 و نسبة 04% للإناث بتكرار 03، و أخيرا في ظل غياب أية آراء أخرى يأتي الحفاظ على القيم المجتمعية بنسبة 10% بتكرار 07 منها 07% ذكور بتكرار 05 و 03% إناث بتكرار 02.

الجدول رقم (22): يوضح الجهات أو الأطراف المخول لها بمواجهة خطاب الكراهية المعروف عبر منصات التواصل الاجتماعي حسب أفراد عينة الدراسة

المجموع						المتغيرات
النسبة %	التكرار	أنثى		ذكر		الخيارات
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
%30	21	%10	07	%20	14	السلطات القضائية
%04	07	%00	00	%04	03	الهيئات و المنظمات الحكومية
%10	07	%00	00	%10	07	منظمات المجتمع المدني
%15	10	%06	04	%09	06	المؤسسات الإعلامية
%11	%08	%04	03	%07	05	مؤسسات التنشئة الاجتماعية
%30	21	%08	06	%22	15	المرصد الوطني للوفاية من خطاب الكراهية
%100	70					المجموع

الشكل البياني رقم (22): يوضح الجهات أو الأطراف المخول لها بمواجهة خطاب الكراهية المعروض عبر منصات التواصل الاجتماعي حسب أفراد عينة الدراسة



يوضح الجدول رقم (22) الجهات المخول لها بمواجهة خطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي حسب منظور أفراد عينة الدراسة. لتأتي في الصدارة الجهات القضائية و المرصد الوطني للوقاية من خطاب الكراهية بنسبة 30% بتكرار 21 أي بالنسبة للسلطات القضائية كانت نسبة 20% للذكور بتكرار 14 و نسبة 10% للإناث بتكرار 07، أما بالنسبة للمرصد الوطني للوقاية من خطاب الكراهية كانت نسبة الإناث 22% بتكرار 15 و 08% للإناث بتكرار 06. لتأتي المؤسسات الإعلامية بنسبة 15% بتكرار 10 منها 09% للذكور بتكرار 06 و 06% للإناث بتكرار 04، تليها مؤسسات التنشئة الاجتماعية بنسبة 11% بتكرار 08% منها 07% ذكور بتكرار 05 و 04% اناث بتكرار 03، لتأتي بعدها منظمات المجتمع المدني بنسبة 10% بتكرار 07 ارتكزت فئة الذكور على هذه النسبة في ظل غياب وعدم أي رأي بالنسبة للإناث حول هذه النقطة. وأخيرا تأتي الهيئات و المنظمات الحكومية بنسبة 04% بتكرار 07 للذكور فقط وعدم أي رأي لدى الإناث.

نستنتج حسب آراء عينة الدراسة أن المؤسسات القضائية و المرصد الوطني للوقاية من خطاب الكراهية يلعبان دورا فاعلا للحد من انتشار خطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي، ويقرون أن بإمكانية

المؤسسات الإعلامية أن تقف بالمرصاد للتصدي لخطابات الكراهية ودحر ممارستها في هذه الفضاءات الافتراضية. كما أكد الرحامنة و الخصاونة على الدور الفاعل لمؤسسات المجتمع المدني و المؤسسات الإعلامية و الدينية في الحد من خطاب الكراهية و الفكر المتطرف.

من خلال عرض النتائج وتحليل البيانات الشخصية وجميع المحاور تحليلا كميًا و كفيًا و المتعلقة بموضوع الدراسة الموسوم بعنوان "اتجاهات الشباب حول خطاب الكراهية في منصات التواصل الاجتماعي" والتي طبقت دراسته على عينة من شباب ولاية أدرار نموذجًا بهدف الوصول إلى نتائج بحثية دقيقة، والتي بدورها تمثلت في النتائج التالية:

- أظهرت الدراسة أن أفراد عينة الدراسة لهم علاقة تلازمية مع منصات التواصل الاجتماعي أي يصعب الإستغناء عنها، ويتضح لنا ذلك من خلال الأغلبية الساحقة من أفراد العينة يقضون في هاته المنصات ما يفوق 03 ساعات يوميًا تصفحًا، تفاعلًا، مشاركة.

- المستوى التعليمي عامل مهم في كيفية التعامل مع المعارض على المحتوى منصات التواصل الاجتماعي، بهدف تحديد طبيعة المجموعات و ميولات الجمهور المستخدم مع معرفة نوع المناشير التي يتفاعلون معها سواء تفاعلًا أو تعليقًا أو مشاركة.

- الهاتف الذكي يعد الأكثر استخدامًا من طرف أفراد عينة الدراسة في تصفح مختلف منصات التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك لملازمة الهواتف الذكية للأفراد بحكم أنها جزء لا يتجزأ من حياتهم اليومية.

- الخلافات التاريخية و التمييز العنصري والجهوية من الأسباب الرئيسية لتموقع وتوغل خطابات الكراهية وانتشارها في أوساط المجتمع.

- تعمل الجهات الوصية، و المتمثلة في السلطة القضائية و المرصد الوطني للوقاية من التمييز و خطاب الكراهية حسب منظور أفراد عينة الدراسة على إخماد نار هذه الحرب الإلكترونية أو ما يطلق عليها بالحرب الباردة الناعمة (خطاب الكراهية) عبر منصات التواصل الاجتماعي.

- تعد منصات التواصل الاجتماعي أرضية خصبة لتنامي وانتشار خطاب الكراهية. باعتبارها تساهم في نشر العنف بكل أشكاله اللفظي والسلوكي بين مرتئيها، وإحداث مشكلات اجتماعية عن طريق نشر معلومات و أخبار مضللة ورسائل تحريضية تصطنع فيها الحقائق لتأجيج الرأي العام واحتوائه.

- يتجاهل نسبة كبيرة من أفراد العينة المدروسة لخطاب الكراهية في منصات التواصل الاجتماعي في حين يستخدموا البعض منهم أسلوب التبليغ بهدف الحفاظ على القيم المجتمعية في ظل بروز العولمة القيمة الاجتماعية بجانبها المظلم.
- يعمل مسوقو خطاب الكراهية عبر أروقة منصات التواصل الاجتماعي في بث سمومهم على نشر الأخبار التي تفتقد للمصداقية حاملة في طياتها السب و القذف وإهانة الرموز الدينية والدعوة للجهوية ورفض الاختلاف مع الآخر.
- تجمع عينة الدراسة (المبحوثين) بأن إدانة و تجريم القائمين بالترويج و التسويق لمحتوى خطاب الكراهية، كفيل بالحد من انتشاره واتساع هوته، و أن نشر التسامح و الاعتدال والرقى بلغة الحوار وتفعيل دور المجتمع المدني يساهم في مكافحة التطرف الديني وخطاب الكراهية وإرجاع بريق الأمل و صفاء ونقاء النفس والسريرة لدى أفراد المجتمع.
- أكدت الدراسة على أن الفئة المستهدفة بشكل أكبر هي فئة الشباب الفتى والتي يتراوح أعمارهم ما بين 18-24. حيث بلغت نسبتهم حوالي 64% بتكرار 45 أي 46% ذكور بتكرار 32 و 18% إناث بتكرار 13.

- تكمن المقترحات التي خُطت بأنامل المبحوثين، والتي تهدف لمجابهة خطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي، والحد من امتداده، وتموقعه في أوساط المجتمع، والمتمثلة في المقترحات التالية:
 - ضرورة وضع تعريف دقيق جامع مانع لمصطلح خطاب الكراهية على مستوى التشريع الجزائري.
 - حث المشرع الجزائري على تعزيز تشكيلة المرصد الوطني للوقاية من التمييز وخطاب الكراهية بممثلين عن الجهات القضائية والمجلس الأعلى ونقابات العمل والأئمة.
 - وضع جسر رابط بين حاضر المجتمع ومستقبله ونابع من الماضي المشرق بالارتكاز على مقومات الهوية الوطنية.
 - تشجيع البحث العلمي للقيام بدراسات دقيقة و معمقة من أجل اثراء المكتبة البحثية بمصادر تخص هذا الموضوع.
 - على المرصد الوطني لمكافحة خطاب الكراهية أن يرفع من درجة فرض عقوبات صارمة على كل من تسول له نفسه بالمساس بصمعة الآخرين أو ما شابه ذلك.
 - عدم التفاعل مع خطابات الكراهية في منصات التواصل الاجتماعي أو الرد عليها.
 - ضرورة تفعيل الرقابة على مستوى منصات التواصل الاجتماعي للحد من المنشورات التي تمجد وتدعو إلى خطابات الكراهية.
 - التوعي بخطورة هذا الخطاب على التعايش السلمي للمجتمعات.
 - التأكيد على أهمية نشر روح المواطنة والتشاركية والشفافية في تسيير الشأن العام، مع تطبيق المساواة، و اجتناب التهميش و الإقصاء الاجتماعي.
 - ضرورة اعتماد استراتيجية محلية وإقليمية ودولية شاملة لمكافحة خطاب الكراهية، تشمل إجراءات وقائية فعالة وعقابية لدحر مروجي ومسوقي الكراهية.
 - تعزيز ثقافة الاختلاف واحترام رأي الآخر.

- الرصد المبكر لأفعال التمييز و خطاب الكراهية وإخطار الجهات المعنية بذلك.
- الدعوة إلى التسامح الديني والإنساني لتحقيق الأمن والاستقرار الاجتماعي.
- ضبط وتحديد طرق الوقاية من خطابات الكراهية وتطوير الخبرة الوطنية في هذا المجال.
- عقد أيام دراسية وندوات تحسيسية للتعريف بدور المرصد الوطني في الوقاية من التمييز وخطاب الكراهية.
- غرلة كل المحتويات المعروضة أو المنشورة في أروقت منصات التواصل الاجتماعي لإزالة الشوائب التي تركزها خطابات الكراهية أثناء تسويقها لمحتواها السلبي.
- تقديم أي اقتراح من شأنه تبسيط و تحسين المنظومة القانونية الوطنية للوقاية من خطابات الكراهية المسوقة عبر منصات التواصل الاجتماعي.
- تخصيص برامج في وسائل الإعلام لاسيما منصات التواصل الاجتماعي بغية توعية الأفراد بخطورة خطاب الكراهية.
- من خلال المقترحات التي أدلت بها العينة المدروسة وجب على الجهات التقنية و الحكومية والمجتمع المدني والمستخدمين بصفة خاصة أخذها بمحمل الجدية، وبكل موضوعية بعيدا عن الذاتية، وذلك بهدف الحفاظ على القيم الاجتماعية ونبذ كل ما يتنافى مع قيمنا التي أقرها الدين الإسلامي.

خاتمة



الخاتمة :

بعد سبر أغوار هذا البحث، ووفقا لما أولى إليه الباحثون، ولا سيما في مجال البحث العلمي نستنتج في هذا الخضم أن خطاب الكراهية عبارة عن رسائل مشفرة يبعث بها لمختلف أجناس العالم من طرف بيادقة المروجين والمسوقين للمحتوى السلبي عبر أروقة منصات التواصل الاجتماعي. باعتبارها نقلة ثورية في عالم تكنولوجيا الاتصال، وأرضية خصبة لنمو وتنامي خطابات الكراهية في فضاءاتها الرقمية التي تعج بكم هائل من المستخدمين و المتلقين للمحتوى الذي يعمل على بث ما يعرف بعولمة القيم الاجتماعية التي بدورها تعد الجسر أو المرحلة الانتقالية للمجتمع من مجتمع تقليدي (طبيعي) محافظ إلى مجتمع رقمي تحفر في ذاكرته قيم تنافسي مع قيم الإسلام والعروبة بهدف نشر العنف وإثارة الفتن، والتفرقة بين أبناء الوطن الواحد ليلقي بظلاله وسط النسيج الاجتماعي للمجتمع عن طريق اشعال فتيل الحرب الالكترونية أو الرقمية. لذلك وجب على المستخدمين بالدرجة الأولى التحلي باليقظة للحفاظ على القيم الاجتماعية، وعدم الانسياق نحو المجهول، والحفاظ على السمعة الاجتماعية التي تحمل صبغة ذات طابع أخلاقي ممزوج بين الإبداع والفن لترسم على عتمة الترددي بريق أمل يشق الطريق للوصول إلى الأهداف المنشودة والرامية لخلق مجتمع ذو فكر بناء يستقى ويجسد الأفكار الايجابية من خلال هاته الفضاءات، ومحاربة الأفكار السلبية التي أفرزتها خطابات الكراهية في أرضية منصات التواصل الاجتماعي.

لذلك وجب على الجهات الوصية إعادة ترتيب الأوراق ووضع الظاهرة المدروسة على أولى سلم القضايا القابلة للمعالجة لفك شفرته، والحد من امتدادها في جغرافية منصات التواصل، والضرب بيد من حديد كل من تسول له نفسه المساومة و العبث بالقيم الاجتماعية للمجتمع من خلال هذه الفضاءات الرقمية.

وفي الأخير نأمل أننا قد وفقنا في طرق هذا الموضوع. ونتمنى أن يدعم هذا العمل مستقبلا بدراسات لاحقة للمصادقة على هذه النتائج، وإعادة طرحه بأشكال أخرى.

قائمة المصادر و المراجع



قائمة المراجع والمصادر

قائمة المصادر و المرجع:

الكتب:

- 1- أحمد عزت و آخرون، خطابات التحريض و حرية التعبير، الحدود الفاصلة، مؤسسة حرية الفكر و التعبير، شارع أحمد باشا ، الدور السادس -جاردن سيتي -القاهرة.
- 2-العربي بوعمامة، الخطاب الديني في وسائل الإعلام المضامين والهوية، دار ألفا، 2019.
- 3- العربي بوعمامة، الإعلام الجديد والمنظومة القيمية رؤى ورهانات مستقبلية، دار ألفا دوك، 2020.
- 4- السيد فؤاد البهي وعبد الرحمن سعد، علم النفس الاجتماعي- رؤية معاصرة، سلسلة المراجع في التربية وعلم النفس، ط09، دار الفكر العربي، 1999.
- 5- أنجس مورييس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، 2004، 2006.
- 6- ابراهيم صابر الديك، الوطن الافتراضي بين حرية التعبير وخطاب الكراهية، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان الأردن، 2021.
- 7- بسيوني ومحمد شريف، الوثائق الدولية المعنية بحقوق الإنسان، ج2، دار الشروق، 2003.
- 8- حافظ و عبد الرشيد عبد العزيز، أساسيات البحث العلمي، ط1، مركز النشر العلمي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة المملكة العربية السعودية، 2012.
- 9- حيزر شعبان، مصطلحات في الاعلام و الاتصال، دار اللسان العربي، ط1، الجزائر، 1422.
- 10- خيرية علي العمري، سبل مواجهة خطاب الكراهية، سلسلة التواصل الحضاري، مكتبة الملك فهد الوطنية، ط1، الرياض، 2021.
- 11- وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفايبيوك على المجتمع، ط1، المكتبة الوطنية، الخرطوم، 2011.
- 12- زهرة، وليد حسني، إني أكرهك-خطاب الكراهية و الطائفية في إعلام الربيع العربي، مركز حماية وحرية الصحفيين، عمان، 2014.

- 13- محمد سيد فهمي، العولمة والشباب من منظور اجتماعي، دار الوفاء للطباعة والنشر، مصر، 2007.
- 14- محمد عبيدات و آخرون، البحث العلمي مفهومه، أدواته و أساليبه، ط1، دار الفكر للطباعة و النشر و التوزيع، عمان، 1998.
- 15- محفوظ، محمد، ضد الكراهية، من أجل تفكيك خطاب الكراهية في العالم العربي ، المركز الثقافي الإسلامي، 2012.
- 16- ماهر عودة الشمالية و آخرون، الإعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الأعصار العلمي للنشر، عمان، 2015.
- 17- موسى جواد الموساوي و آخرون، الإعلام الجديد تطور الأداء و الوسيلة الوظيفية، ط1، مكتبة إعلام المجتمع، بغداد، 2011.
- 18- نصر الدين العياضي، الخطاب الطائفي في الفضائيات العربية- كلفة الخلاف وتداعياته، المركز الإعلامي، قطر، 2015.
- 19- عليا شكري و آخرون، قراءات معاصرة في الإعلام الاجتماعي، دار الكتاب للنشر و التوزيع، 1975.
- صالح خليل أبو أصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار رام للدراسات و النشر و التوزيع، عمان الأردن، ط4، 2014.
- 20- يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين، مطبعة كوم للنشر و التوزيع، الجزائر، 2007.

21-Sottiaux. S, Bad Tendencies in the ECtHR's Hate Speech

Jurisprudence, EuConst, 2011.

البحوث:

1- بيريح حسين جمعة الربيعي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء خطاب الكراهية، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي خطاب الكراهية و أثره على التعايش المجتمعي و السلمين الإقليمي و الدولي، جامعة صلاح الدين، أربيل كردستان العراق، 2019.

2- نايف بن ثنيان بن محمد آل سعود، دافع استخدامات الشباب السعودي الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي و الإشباع المتحققة منها- دراسة ميدانية على طلاب جامعة الملك سعود، 1433.

المقالات:

1- وافي حاجة، خطاب الكراهية بين حرية التعبير و التجريم، دراسة من منظور أحكام القانون و القضاء الدوليين، المجلة الدولية للبحوث القانونية و السياسية، المجلد 4، العدد 1، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2020.

2- كريمة مزوز، خطاب الكراهية من خلال وسائل الإعلام و أثره على مسألة حماية المؤسسات الإعلامية زمن النزاعات المسلحة، جامعة أم البواقي الجزائر، 2016.

3- مرسي مشري، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية: نظرة في الوظائف، المستقبل العربي، العدد 395، جانفي، 2012.

المجلات والدوريات:

1- أحمد بن مرسل، أساليب تحليل الخطاب في أبحاث الإعلام و الاتصال، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 15.

2- أركان هادي عباس البحري، بلاسم عدنان عبد الله، خطاب الكراهية في نطاق القانون الدولي الجنائي، مجلة العلوم القانونية و السياسية، المجلد 08، العدد 02.

3- البشر و مسفر بن عبد الله، دور وسائل الإعلام في مواجهة ثقافة الكراهية. مجلة الدراسات العقديّة و مقارنة الأديان، م. 7 ع 1، 2017.

4- حفيضة مخنفر، مقارنة سوسيو لسانية لتحليل خطاب الحياة اليومية، مجلة علم الاجتماع، جامعة سطيف 02.

5- حياة سلماني، تجريم خطاب الكراهية في المواثيق الدولية لحقوق الإنسان، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، العدد 01، 1432.

6- خالد ضو، الأحكام الجزائية لجرائم التمييز و خطاب الكراهية في التشريع الجزائري ضمن القانون 20-05، مجلة التمكين الاجتماعي المجلد 03، العدد 04، ديسمبر 2021.

7- وريدة جندي بنت مبارك، التصدي لخطاب الكراهية في القانون الدولي و التشريع الجزائري التكريس القانوني وسبل الوقاية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، المجلة العربية للدراسات الأمنية، جامعة سكيكدة.

8- سعد عبد السلام، جذور صناعة خطاب الكراهية في ثقافة المجتمع المعاصر، مجلة التمييز الفكري للعلوم الاجتماعية و الإنسانية، العدد 05، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، 2021.

الرسائل العلمية:

1- النعيمي و آخرون، دور البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني بالتوعية السياسية لطلبة الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير، الأردن 2009.

2- خريفية جودي، الخطاب الطائفي السني- الشيعي ووسائل الإعلام، أطروحة الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة بسكرة- الجزائر، 2021.

3- داود فايزة، جريمة السب في القانون الجزائري، مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر، كلية الحقوق و العلوم السياسية، فرع الحقوق، تخصص قانون جنائي، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2019-2020.

4- نشوان حميد أحمد الفايق، مقاصد الشرعية و اثرها في القضاء على التمييز العنصري، أطروحة دكتوراه كلية الشريعة و القانون، أم درمان السودان، 2014.

5- علي محمد بن فتح محمد، مواقع التواصل الاجتماعي و أثارها الأخلاقية و القيمية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، قسم الدعوة و الثقافة الاسلامية، عمان.

6- ليلي حسين، اتجاهات الطلبة نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، (فايسبوك ، تويتر)، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015.

المعاجم:

1- أحمد زاكي بدوي و صديقة يوسف محمود، المعجم العربي الميسر، دار الكتاب اللبناني، دار الكتاب المصري.

2- أحمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، المجلد 01، 2007.

3- ابن منظور، لسان العرب، المجلد 03. دار صادر للطباعة والنشر، لبنان، 1997.

4- جبران مسعود، الرائد معجم ألف بائي في اللغة و الإعلام، دار النشر للملايين، 2005.

5- علي بن هادية و آخرون، القاموس الجديد للطلاب - معجم عربي مدرسي ألفبائي، ط7، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1997.

6- عبد السلام محمد هارون، معجم مقاييس اللغة، دار الفكر، 1980.

7- عبد الغني أبو العزم، معجم الغني، 2016.

التقارير:

1- لارو، فرانك A/66/290، تعزيز الحق في حرية الرأي و التعبير و حمايته. الجمعية العامة، الأمم المتحدة، 2012.

1. الأمم المتحدة (2012). خطة عمل الرباط بشأن حظر الدعوة إلى الكراهية القومية أو العنصرية أو الدينية التي تشكل تحريضا على التمييز أو العداوة أو العنف. <https://cutt.ly/PWgrZLO>
2. الشامل موسوعة بحوث المواضيع الدراسية، التأثيرات السلبية و الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي، 2016 توفر على الموقع bohotti.blogspot.com تاريخ الزيارة، 2023/05/20، على الساعة 11:25.
3. جي شارلو (2019، سبتمبر 3). ما الذي يمكن أن تقدمه الفيزياء لمحاربة خطاب الكراهية على الانترنت إِم أي تي تكنولوجي ريفيو. <https://cutt.ly/LQG2XKg>
4. فاطمة سالم، خطاب الكراهية أزمة أخلاقية، 2016/03/22، <https://alqabas.com/article>، تاريخ الزيارة 2023/04/17، على الساعة 11:30.
5. يونس بورنان ، مقال بعنوان: خبراء جزائريون: قانون تجريم العنصرية مهم ولكنه ليس كافيا، موقع العين الإخبارية، تاريخ الزيارة: 2023/05/25، 14:15.
6. Hanu,L,J.and HaCo, S. (2021, February 8).How AI Is Learning to Identify Toxic Online Content.Scientific American.<https://cutt.ly/HQG3UUe>, 19 :00

الملاحق



الملحق رقم (01): الأساتذة المحكمين

الاسم و اللقب	العمل و التخصص	الجامعة
د. عبد الرحمان قدي	أستاذ محاضر في علوم الإعلام و الاتصال	المركز الجامعي أفلوا
د. بغداد بن ديدة	أستاذ محاضر أ تخصص علم الاجتماع الاتصال	المركز الجامعي نور البشير البيض
د. رضوان بوجمعة	أستاذ محاضر أ تخصص علوم الإعلام و الاتصال	جامعة الجزائر 03
د. بوبكر بوعزيز	أستاذ محاضر تخصص علوم الإعلام و الاتصال	جامعة محمد بوضياف المسيلة
ط.د عقبة مزغيش	أستاذ مؤقت تخصص علوم الإعلام و الاتصال	جامعة محمد خيضر بسكرة

استمارة استبيان: اتجاهات الشباب حول خطاب الكراهية في منصات التواصل الاجتماعي

دراسة وصفية لعينة من شباب ولاية أدرار نموذجاً

في إطار تحضير مذكرة تخرج، واستكمالاً لمتطلبات نيل شهادة ماستر في تخصص اتصال و علاقات عامة من جامعة عبد الحميد بن باديس -مستغانم- ، و الموسوم بعنوان اتجاهات الشباب حول خطاب الكراهية في منصات التواصل الاجتماعي دراسة وصفية لعينة من شباب ولاية أدرار ، نرجوا من سيادتكم ملأ هذه الاستمارة بعناية. كما نحيطكم علماً بأن المعلومات التي تدلون بها ستبقى في سرية وكتمان ولا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي.

أدة البحث (الدراسة) : لقد اعتمدت في دراستي هذه الموسومة بالعنوان المذكور سالفاً أداة الاستبيان

تحت إشراف الأستاذ:

د. العربي بوعمامة

إعداد الطالب:

بن عثمان معروف

الموسم الجامعي: 2023/2022

ضع علامة (X) في المكان المناسب:

البيانات الشخصية:

1- الجنس:

ذكر أنثى

2- السن:

18-24 25-31 32-38

3- المستوى الدراسي:

ابتدائي متوسط ثانوي دراسات عليا

4- الحالة العائلية:

أعزب متزوج أرمل مطلق

5- المستوى المعيشي:

جيد متوسط ضعيف

6- الوضعية السوسيو مهنية:

طالب موظف أعمال حرة بطال

7- محل الإقامة:

مدينة قرية

المحور الأول: استخدام منصات التواصل الاجتماعي و الاشباعات المحققة لدى الشباب.

8- ماهي المنصة الأكثر استخداما من منصات التواصل الاجتماعي لديك؟

الفايس بوك

التويتتر

اليوتيوب

الانستغرام

9- أي من الوسائل الأكثر استخداما في نظرك؟

الحاسب المحمول

الحاسب المكتبي

هاتف ذكي

لوحة إلكترونية

10- ماهو متوسط المدة أو الحجم الساعي الذي تسخره في تصفح هاته المنصات؟

أقل من ساعة

من ساعة إلى ساعتين

من 2 إلى 3 ساعات

من 3 ساعات فما فوق

11- ما طبيعة تفاعلك على منصات التواصل الاجتماعي؟

التعليق

الإعجاب

النشر

المشاركة

أخرى أذكرها.....

12- من هم الأشخاص الذين تتواصل معهم من خلال هاتك المنصات؟

الأصدقاء الحقيقيين

الأصدقاء الافتراضيين

أصدقاء العمل

غرباء

13- ماهي أكثر المواضيع التي تثير اهتمامك؟

الاجتماعية

السياسية

الثقافية

الاقتصادية

الدينية

العلمية

14- ماهي الحاجات التي تلبئها منصات التواصل الاجتماعي ؟

الحصول على المعلومات لتحقيق الإشباعات

مواكبة الأحداث الراهنة.

تحقيق عنصري التواصل و التفاعل مع الآخرين.

الترويج على النفس للتعبير و إبداء الآراء بكل حرية

الهروب من الواقع

15- هل لديك ثقة تامة بما ينشر على منصات التواصل الاجتماعي؟

أثق في كل ما ينشر

أثق بشكل جزئي

لا أثق بما ينشر

أثق حسب صاحب المنشور

المحور الثاني: مفهوم خطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي من خلال اتجاهات الشباب و الآثار

الناجمة عنه.

16- في رأيك ماهي أسباب انتشار و استفحال ظاهرة خطاب الكراهية في منصات التواصل الاجتماعي؟

الخلافات التاريخية

اختلاف اللهجات و تعددها

الاختلافات الثقافية

الصراعات الدينية و العقائدية

التمييز العنصري و الجهوية

غياب حرية التعبير و المساواة

أخرى أذكرها.....

17- في نظرك ماهي العوامل التي جعلت خطاب الكراهية يتنامى في منصات التواصل الاجتماعي؟

انتشار الحسابات الوهمية

سهولة الاستخدام و قلة التكلفة

توفر و انتشار خدمة الإنترنت

التدفق الهائل للمعلومات و الخطابات

قدرة التعرف على الآراء و المشاركة و إبداء الرأي

أخرى أذكرها.....

18- في نظرك على ماذا ينجر نشر خطابات الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي؟

تفشي ظاهرة العنف في المجتمع

تكريس التفرقة بين أبناء المجتمع الواحد

بث ظاهرة ما يعرف بعولمة القيم الاجتماعية

كثرة الصراعات بين أطياف المجتمع

أخرى أذكرها.....

19- في نظرك تساهم منصات التواصل الاجتماعي في الترويج و التسويق لخطاب الكراهية عن طريق؟

إثارة الفتن و كثرة الصراعات

التحريض على التمييز و اللا مساواة

نشر العنف بأشكاله

تضليل الرأي العام

العبث بمشاعر الآخرين و تكريس الجمود

أخرى أذكرها.....

20- في نظرك من المسؤول عن الترويج لخطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي؟

المستخدمين

رجال الدين

السياسيين

المؤسسات الإعلامية

مسؤولون حكوميون

أخرى أذكرها.....

المحور الثالث: آليات مجابهة خطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة المستخدمين.

21- في نظرك كيف يمكن الحد من انتشار خطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي؟

التبليغ

نشر التسامح و الاعتدال

الرقى بلغة الحوار

الحفاظ على القيم المجتمعية

تفعيل دور المجتمع المدني

.....أخرى أذكرها.....

22- في نظرك من هي الجهات أو الأطراف المخولة بمواجهة خطاب الكراهية المعروض على منصات

التواصل الاجتماعي؟

السلطات القضائية

الهيئات و المنظمات الحكومية

منظمات المجتمع المدني

شركة فايسبوك

مؤسسات التنشئة الاجتماعية

المرصد الوطني للوقاية من التمييز و خطاب الكراهية

23- ماهي اقتراحاتك لمجابهة خطاب الكراهية في منصات التواصل الاجتماعي؟

.....-

.....-

.....-

.....-

.....-