



التفاعلات الرقمية بين الشباب وسياقات انتشار خطاب الكراهية

دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفيسبوك

Digital interactions between youth and the contexts of the spread of hate speech A field study of a sample of Facebook users

يوسف بلعباس*

جامعة غليزان (الجزائر)، youssouf.belabbes@univ-relizane.dz

تاريخ النشر: 2022/06/30

تاريخ القبول: 2022/04/10

تاريخ الاستلام: 2022/02/15

DOI: 10.53284/2120-009-002-033

الملخص

انتشرت عبر وسائل التواصل الاجتماعي خطابات الكراهية مستهدفة النظام الاجتماعي والأخلاقي، وزادت سطوتها من خلال استغلال شريحة الشباب الذي اتخذ منها منبرا للتفاعلات الرقمية، لذا نحاول في هذه الدراسة الكشف عن دور تفاعلات الشباب عبر موقع الفيسبوك في انتشار محتوى خطابات الكراهية والعنف الرقمي، واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان الإلكتروني لعينة متكوّنة من 150 طالبة وطالبة.

وتوصلت الدراسة إلى أن هناك تفاعلا نشيطا بين الشباب، وأن مضامين الفيسبوك زادت من مناقشاتهم حول مواضيع خطابات الكراهية، كما أنهم يستخدمون هويات رقمية وهمية في التفاعل مع هذه الخطابات، كما أن أغلبية الشباب يتفاعلون مع خطابات التسامح ويؤكّدون على دور التربية الإعلامية في الوقاية من انتشار واستفحال خطابات الكراهية وبث التطرف الرقمي.

كلمات مفتاحية: تفاعلية، وسائل التواصل الاجتماعي، فيسبوك، خطاب الكراهية، كراهية رقمية، شباب.

Abstract:

Hate speeches have spread through social media targeting the social and moral system, and their power has increased through the exploitation of the youth segment, which has taken them as a platform for digital interactions, so we try in this study to reveal the role of youth interactions via Facebook in the spread of hate speech content and digital violence, and the study used a tool Electronic questionnaire for a sample of 150 male and female students.

The study concluded that there is an active interaction between young people, and that the contents of Facebook have increased their discussions on the topics of hate speech, and they use fake digital identities to interact with these speeches, and the majority of young people interact with speeches of tolerance and stress the role of media education in preventing the spread of The escalation of hate speech and the spread of digital extremism.

Keywords: Interactive, Social media, Facebook, Hate speech, Digital hate, Youth.



1. مقدمة:

شكل خطاب الكراهية على وسائل التواصل الاجتماعي أكثر السجلات التارخنة حدة بين أوساط الكثير من الباحثين والمفكرين خاصة في عالم الميديا الرقمية، إذ لعبت الكثير من صفحات التواصل الاجتماعي دوراً في صناعة الكراهية لدى شريحة واسعة من الشباب، الذي يتفاعل دوماً مع المضامين وصناعات المحتوى المتضمن الكثير من الأفكار المتطرفة والتي تنعكس سلباً على سلوكياتهم، فكما يوجد صفحات فيسبوكية تضطلع بالثقافة الراقية والتربية الدينية والاجتماعية والصحية والاقتصادية، فإنه تغلغل وبصفة يومية هذه الخطابات في الكثير من المواقع وعلى صفحات الفيسبوك خاصة، وهي الآن في تزايد مستمر لتنتج الكراهية والفتنة وتبث سمومها في المجتمع، ويتلقاها الشباب ويتأثرون بها، ذلك أن أغلبها تأتي من مصادر مجهولة، وبهويات رقمية متعددة، حيث غرست أفكارها الهدامة واستمالت عقول الشباب، ويظهر ذلك في التفاعل اليومي مع الصفحات التي تستغل ضعفهم قيمياً وثقافياً، وتأتي خطابات الكراهية عبر الفيسبوك في سياقاتها الدينية والعرقية والإثنية والتميز العنصري الجنسي واللون، ما يزرع الحقد والفرقة ليس فقط بين أبناء المجتمع الواحد، بل يتعداه إلى خارج الحدود، بين العرب وحتى بين المغاربة، وكثير من أشكال التنمر وخطابات الكراهية نجدها في الرياضة والسياسة ما جعلها تتطور إلى سجلات اتحادية تنامت فيها مظاهر التعصب والتطرف، فما على الشباب في البيئة الرقمية سوى نقرة واحدة وتتحول إلى معركة تمان فيها الرموز والأيقونات والثوابت والهويات الوطنية.

إننا نسائل اليوم في عصر التكنولوجيا الفائقة إلى أين نحن متجهون بالقيم النبيلة والأفكار البناءة!، أين دور الشباب في الواقع المجتمعي؟!، في وقت تظهرت فيه الكثير من ممارسات الإكراه عبر الفضاء الرقمي، فهل نؤكد أن هذه الخطابات هي إعادة إنتاج ما يجري في الواقع أين وجدت الكراهية ضالتها وبيئتها وحاضنتها عبر التفاعل الرقمي.

إن ما يؤرقنا اليوم هو السُلطة الرقمية التي باتت تتحكم في بناء الخطاب عبر التفاعل والنقاش، ما ينتج أشكالاً جديدة تحكّمية عنصرية تطالنا جميعاً، ويؤثر بدوره على منظومة القيم المغروسة روحياً وفكرياً في المجتمع، لذا نؤكد في دراستنا عن دور التفاعل الرقمي في زيادة وتنامي خطاب الكراهية لدى الشباب، فهي ظاهرة قديمة جديدة تأخذ كل يوم نماذج وطرقاً متطورة تستميل العواطف لضرب الهويات والعقائد.

ومن هنا تأتي إشكالية دراستنا كالتالي: ما طبيعة تفاعلات الشباب مع خطابات الكراهية الرقمية في وسائل التواصل الاجتماعي؟ وما هي صور وأشكال هذه التفاعلات الرقمية؟.

2. أهداف الدراسة : يتلخص هدف الدراسة في معرفة دور التفاعلات الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعيين المستخدمين في انتشار خطاب الكراهية، فلقد أصبحت مواقع التواصل بؤرة لكثير من منشورات ومحتويات خطابات الكراهية، ومكاناً للتعصب بين الشباب، الذي يجذبه سحر التكنولوجيا وسيطر عليه عنفوان السن وفتوة المراهقة، وكثير من الأزمات الدينية والسياسية والرياضية والاجتماعية والاقتصادية كانت تغذيها وسائل التواصل الاجتماعي عبر زيادة التعصب والتطرف الفكري وبت خطاب الكراهية والحقد والدعوة إلى الإقصاء من المجتمع، وقد تنوعت خطابات الكراهية بين السب والشتم والتميز العنصري والجنسي والإثني والعربي وغيرها، وتبعاً لذلك تحاول الدراسة استنطاق دور التفاعل الرقمي وخطورته في استفحال هذه الظاهرة لدى الشباب من عدمها.



3. مفاهيم الدراسة:

1.3 التفاعلية (Interactivity):

مفهوم التفاعلية: إن كلمة التفاعلية (Interactivity) مركبة من كلمتين في الأصل اللاتيني، أي من الكلمة السابقة (Inter) وتعني بين أو فيما بين، ومن الكلمة (Actives) وتفيد الممارسة في مقابل النظرية، وعليه يترجم مصطلح التفاعلية من اللاتينية معناه: ممارسة بين اثنين أو تبادل وتفاعل بين شخصين، وتعرّف التفاعلية هنا على أنها: (ميزة الوسيلة التي يكون فيها المستعمل قادرا على التأثير في شكل أو محتوى عرض وسائطي أو تجربة)، إذن تعدّ التفاعلية عاملا نفسيا وإعلاميا تتغير وفقا لقرنيات الاتصال أو بناءً على الوسيلة الاتصالية والمحتوى الاتصالي وإدراك الجمهور لها. (مروى، 2015، صفحة 133)

ومن أبرز صفاتها هي تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل، أي انتهاج أدوار مشتركة بينهما في العملية الاتصالية ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلا من مصادر، وتكون ممارسة الاتصال مع المتلقي ثنائية الاتجاه وتبادلية (مكاوي و السيد، 2016، صفحة 107)، ومن ذلك نجد استعمال مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل الممارسة الثنائية التبادل التحكم ومثال: على ذلك استعمال نظام (فيديو تيكس) الذي يتيح تفاعلا واضحا بين المرسل والمستقبل وهذا النظام يعد واحدا من أنظمة النصوص المتلفزة. (منصر، 2012، صفحة 51)، ويقول الدكتور " نصر الدين العياضي " عن التفاعلية: بأنها تشير إلى سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد أن يأخذ فيها موقع الشخص ويقوم بأفعاله الاتصالية، فالمرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه وكذلك المستقبل، ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلا من مصادر، فالتفاعلية خاصة من خصائص تكنولوجيا المعلومات وتحديد الوسائط المتعددة (كافي، 2016، صفحة 49).

وتعني التفاعلية (interactivity) في الإعلام الجديد انتهاء فكرة الاتصال الخطي (linear) أو الاتصال في اتجاه واحد من المرسل إلى المتلقي (عبد الحميد و آخرون، 2009، صفحة 27)، وهو النموذج الذي كان من قبل مع وسائل الإعلام التقليدية، التي لا تتيح مجالا للمتلقى وتجعله يستهلك مضامينها بشكل سلب، أما وسائل الاتصال التفاعلية فهي تجعله يتخلى عن التلقي السلبي ويتبنى التلقي الفعال والنشط. (بعزيز، 2011، صفحة 70).

وتظهر أهمية الاتصال التفاعلي في أنه: وفّر الاتصال، وحقق التفاعل في آن واحد، ومميزاته: (كافي، 2016، صفحة 163)

1. تحقيق التفاعل الفوري بين المرسل والمتلقي

2. إمكانية أن يصبح المتلقي مرسلا في نفس الوقت

3. يوفر مثيرات وأدوات التفاعل كقنوات رجع الصدى سواء عن طريق الكتابة أو الصوت أو الصورة.

ويمكن القول أن التفاعلية صفة طبيعية في الاتصال الشخصي، والمستخدم على الشبكة ليس مجرد مستقبل للرسائل وإنما منتج لها في ذات الوقت، لأنه يبادر إلى التعليق على ما كتبه غيره ويرد عليه وينتقده، وبالتالي فوسائل الإعلام الجديدة على عكس وسائل الإعلام التقليدية - تتيح فرصة أكثر للمتلقى بإبداء رأيه والتعليق على الرسالة بشكل آني ومتزامن، لذلك يشكل التفاعل الاجتماعي أحد الأسس الثقافية لتواصل الشباب، لكن الإشكال يكمن في عدم الاتساق بين تفاعلات الأفراد وسلوكياتهم وقيمهم في الواقع وما تتطلبه الثقافة الافتراضية. (بلعباس أ، 2022، صفحة 92).

● **أما تعريفنا الاجرائي للتفاعلية:** هي الحالة الاتصالية النشطة التي يكون عليها المرسل والمتلقي إرسالا واستقبالا، وتأخذ هذه الصفة عدة أشكال تختلف باختلاف الوسيلة الاتصالية، فقد تكون في التلفزيون التفاعلي أو وسائل التواصل الاجتماعي،



والمندليات، والبرامج الحوارية، وصفحات التفاعل السياسية والرياضية والترفيهية.. إلخ، وهي تستمد قدرتها من المستخدم والمحتوى التشاركي الذي يقدمه إلى جمهور الوسائل الجديدة.

2.3 وسائل التواصل الاجتماعي: تنوّعت تعريف مواقع التواصل الاجتماعي كالآتي:

هي مواقع تتيح للأفراد التواصل والتفاعل في مجتمع افتراضي تكون فيه علاقات جيدة، ويتقاسمون فيه هويات واهتمامات مشتركة ويتبادلون فيه عددا من المواضيع والصور والفيديوهات والتي يستقبلون تعليقات عليها من طرف المستخدمين الذين ينتمون لهذه الشبكات ويملكون روابط مشتركة (مراكشي، 2014، صفحة 56)، وحددت "هبة محمد خليفة" صفة التفاعلية كأهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي، إذ ترى بأن: (مواقع الشبكات الاجتماعية هي صفحات الويب، التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل على الإنترنت، وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام والتي من شأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم ببعض، ويمكن أن تشمل هذه (المميزات المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش، البريد الإلكتروني والمدونات)، وهناك الآلاف من مواقع الشبكات الاجتماعية التي تعمل على الصعيد العالمي، وهناك الشبكات الاجتماعية الصغيرة التي طرحت لتناسب مع القطاعات المهمشة في المجتمع، في حين هناك شبكات إجتماعية تخدم وحدة جغرافية للمجتمع، وهناك بعض الشبكات تستغل واجهة استخدام بسيطة، بينما البعض الآخر أكثر تعقيدا في استخدام التكنولوجيا الحديثة والقدرات الإبداعية). (فريال، 2002، صفحة 144).

نلاحظ من خلال هذه التعاريف أن وسائل التواصل الاجتماعي أدوات للتواصل والمحادثة وتبادل الصور والملفات وغيرها، تركز على بناء الصداقات والعلاقات، ويتشارك فيها الأفراد اهتماماتهم وانشغالهم، لكن رغم ذلك تبقى تعريف غير مكتملة بالنظر إلى توسع شريحة المستخدمين، ولذا فقد ذهب كل من "بويد" و"إيلسون" (Boyd & Ellison) بالقول (بأن الشبكات الاجتماعية ماهي إلا خدمات توجد على شبكة الويب تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية، عامة أو شبه عامة، خلال نظام محدود يمكنهم من وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم الإتصال ورؤية قوائمهم أيضا) (Boyd, Ellison, 2007, p. 2)، وبالتالي يمكن اعتبارها خريطة للعلاقات المحددة مثل: الصداقة، وبين العقد (Nodes) التي تجري دراستها من طرف المرسل والمستقبل، وهي إتصالات إجتماعية لهؤلاء الأفراد، باختصار هي العقد والنقاط والوسائط الإتصالية بين عناصر الشبكة (Hill & Dumbar, 2009, p. 14)، فهي تساهم بشكل فعال في تجسيد المجتمع الافتراضي المتواجد منذ بداية تطبيقات الأنترنت، غير أن الشبكات الاجتماعية دعمت طرق جيدة للإتصال بين الناس، فمستخدمي هاته المواقع يجيرون في الإتصال بين مختلف الأساليب الرقمية مثل الوسم "Tag" والتطبيقات المدججة في مواقع الشبكات كما بإمكان الأشخاص الإنضمام إلى مجموعات قراء الكتب للتواصل حول الكتب التي أحبها (Romina, 2008).

وتتيح كثير من مواقع الشبكات الاجتماعية خاصة إنشاء مجموعة اهتمام، وإنشاء الصفحات، ويستخدم رواد الشبكات الاجتماعية للغايات والدوافع التالية:

1. غايات دينية وأخلاقية من خلال الدعوة وتبادل النصيحة والمواد الدينية المسموعة والمرئية والمكتوبة.
2. غايات سياسية وتنضح من خلال الدعاية والتحرير.
3. غايات تعليمية وتنضح من خلال تبادل الأفكار، والمواد التعليمية وتسليم الواجبات.
4. غايات نفسية واجتماعية وذلك للخروج من العزلة وسعياً إلى بناء علاقات اجتماعية.



5. غايات ترفيهية وتتضح من خلال تبادل الصور ومقاطع الفيديو وغيرها.

6. غايات رياضية وتهتم بالأحداث الرياضية وإنشاء صفحات تفاعلية لحظة بلحظة تهتم بالشأن الرياضي العام المحلي والدولي.

3.3 الفيسبوك: يعرفه قاموس الإعلام والاتصال (Dictionary Of media and Communication) بأنه: (موقع حاصل بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004م، وهو يتيح نشر الصفحات الخاصة (profiles)، وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص) (نومار، 2012، صفحة 64).

ويعرف "جيرى كينكوف غونتر" (Sherry Kinkoph Gunter) الفيسبوك بأنه: (واحد من مواقع الشبكات الاجتماعية، يمثل مجتمع دولي على الأنترنت، وهو مكان يجتمع فيه أفراد المجتمع للتفاعل مع بعضهم من خلال تبادل الصور وأشربة الفيديو، وغيرها من المعلومات، والاتصال بشكل عام مع الأصدقاء والعائلة وزملاء العمل والدراسة، وغيرهم، وموقع الفيسبوك يربط الأفراد داخل المدن أو المناطق، والعمل أو المنزل أو المدرسة أو أي مكان آخر. تبنى هذه العلاقات على سطح صفحات الملف الشخصي التي تسمح للمستخدمين بتبادل المعلومات والتواصل مع الآخرين، ويسعى الفيسبوك إلى إيجاد بيئة جديدة يمكّن للأفراد الدخول بانتظام لتتبع ما يفعل الأصدقاء والزملاء، وتبادل الأنشطة، والانضمام إلى الجماعات والشبكات الأخرى). (Sherry Kinkoph, 2010, p. 5)، ويرى "جون ولفورد" (Jhon.Walford): (أن الفيسبوك هو أحد الأدوات من بين أخرى التي يمكنها فتح الحوار بين الناس ليس بديلا عن الاتصال الشخصي ولكن كآلية ربط فعّالة للبقاء على اتصال دائم (مراكشي، 2014، صفحة 68).

تعريف وسائل التواصل الاجتماعي بصفة عامة إجرائيا: هي مواقع موجودة على شبكة الأنترنت، ظهرت في بداية عام 1995، وتقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين ولإقامة العلاقات الاجتماعية، وتتميز بالتفاعل الرقمي مثل المحادثة الفورية، والرسائل الخاصة، والفيديو، والتدوين، ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات، ويعتبر الفيسبوك أحد وسائل الاتصال الاجتماعي الهامة، وهو ظاهرة تكنولوجية حديثة يتواجد على شبكة الأنترنت منذ 2004 أسسه "مارك زوكربيرغ" في 4 فبراير بجامعة "هارفارد"، ويعني (كتاب الوجوه)، ويقوم على أساس ربط المستخدمين للموقع مع بعضهم البعض بالاعتماد على المحتوى المنشور والحوار المتبادل، ويتيح لهم نشر ما يدور في خاطرهم من أفكار، ونشر مقاطع الفيديو، ويتسنى لهم التفاعل مع ما ينشر عن طريق الأيقونات المتاحة مثل "أعجبني" أو "أغضبني"، وأيقونات التهكم والسخرية، ويمكنه مشاركتها مع الأصدقاء الآخرين، كما يسمح الموقع بإنشاء المجموعات الخاصة لزيادة التفاعل بين المستخدمين مثل مجموعات الرياضة والسياسة والدين والفن وغيرها.

4.3 خطاب الكراهية: تعددت مفاهيم خطاب الكراهية من باحث ومن مصدر لآخر.

ورد في قاموس ابن منظور أنّ خطاب الكراهية ما هو إلا تعبير مكون من جزأين: الخطاب والكراهية، وفي اللغة يعني الخطاب والمخاطبة مراجعة الكلام، وقد خاطبه بالكلام مخاطبة، وهما يتخاطبان، والمخاطبة بالكلام مخاطبة، أراد: أنت من الذين يخاطبون الناس ويحثونهم على الخروج والاجتماع للفتن. (ابن منظور، 2010).

ويضيف موقع "المعاني الجامع": أن الكراهية هي: فاعل من كره، واسمها الكراهية، وتعني الكراهية عدة معان: الحقد، المقت، الغضب، وكره، يكره، كرها، وكراهية فهو كاره، والمفعول مكرهه وكرهه. (المعاني الجامع).

Hate: وفي اللغة الإنجليزية يشير مصطلح خطاب الكراهية المكون من كلمتين (Speech) إلى الخطابي وجهه فالتهديد والإهانة لشخصاً ومجموعة علماء ساساً لأصلاً قومياً والعرقياً واللوناً والديناً والجنساً والهوية والإعاقة.



(كاسيزي، 2015، صفحة دص)، فيما يعرفها قاموس كامبردج بالقول :

خطابا يعبر عن الكراهة والتحريض نحو العنف تجاه شخصاً ومجموعة تابعة لعرقاً ودين" (قاموس كامبردج).

ويرى الدكتور "زكي الميلاد" أن الكراهية هي امتزاج موقف فكري مع حالة نفسية، وبعبارة أخرى هي موقف فكري يتلبس بحالة نفسية بهذا المظهر النفسي، الذي يغلب عليه التوتر والانفعال، وبشكل يحدث تنافراً بين طرفي العلاقة، والنتيجة أن الكراهية في كل صورها وتجلياتها لا تعبر عن موقف يرتضيه العقل والعقلاء، أو تقبل به الحكمة والحكماء. (الميلاد، الكراهية المعنى والمفهوم)، ويمكن القول: أنها حالة انفعالية سلبية؛ لتعارضها مع حاجات الفرد ودوافعه ومعتقداته، ويمكن أن تتحول إلى سلوك موجّه ضد المكروه، وهي موقف فكري يتلبس بحالة نفسية، وتتجلى بهذا امظهر انفي، الذي يغلب عليه التوتر والانفعال، وبشكل يحدث تنافراً بين طرفي العلاقة، (مسفر، 2017، صفحة 231).

وبحسب "مبادئ كادمن" فإن الكراهية هي (حالة ذهنية تتسم بانفعالات حادة وغير عقلانية من العداة والمقت والاحتقار تجاه المجموعة أو الشخص المحرض ضده)، وتنص "مبادئ كادمن" في المبدأ 12 الفقرة الأولى على 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 العنف خطاب الكراهية. ويجب أن توضّح الأنظمة القانونية الوطنية بشكل صريح أو عبر تفسير رسمي كما يلي: (الحواري، 2017)

1. أن كلمة الكراهية أو العداة تشير إلى مشاعر قوية وغير عقلانية من الإزدراء، العداوة، أو البغض تجاه المجموعة المستهدفة.
 2. إن كلمة دعوة تعني وجود نية لترويج البغض للفئة المستهدفة وبطريقة علنية.
 3. إن كلمة تحريض تشير إلى التصريحات حول المجموعات القومية أو العرقية أو الدينية والتي تؤدي إلى خطر وشيك لوقوع التمييز أو العداة أو العنف ضد أشخاص ينتمون إلى هذه المجموعات.
 4. إن الترويج الإيجابي لهوية مجموعة معينة لا يشكل خطاب كراهية.
 5. على الدول أن تمنع الإنكار أو التغاضي عن جرائم الإبادة الجماعية ضد الإنسانية وجرائم الحرب فقط عندما تشكل هذه التصريحات خطاب كراهية على النحو في المبدأ "12/1".
 6. على الدول أن لا تمنع إنتقاد أو مناقشة الأفكار أو المعتقدات أو الأيديولوجيات أو البيانات أو المؤسسات الدينية إلا عندما يشكل ذلك خطاب كراهية على النحو المعرف في "12/1".
 7. على الدول أن تضمن أن الأشخاص الذين تكبدوا أضرارا حقيقية نتيجة خطاب كراهية كما هو محدد في المبدأ 12/1 لهم الحق في الانتصاف الفعال بما في ذلك التعويض المدني عن الأضرار.
 8. على الدول إعادة النظر بإطارها القانوني لضمان أي ضوابط تتعلق بخطاب الكراهية تراعي ما هو مذكور أعلاه.
- كما ينص العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية: تُحظر بالقانون أية دعوة إلى الكراهية القومية أو العنصرية أو الدينية تشكل تحريضا على التمييز أو العداوة أو العنف، ووفقاً للاتفاقية الدولية للقضاء على جميع أشكال التمييز العنصري فيعتبر كل نشر للأفكار القائمة على التفوق العنصري أو الكراهية العنصرية، وكل تحريض على التمييز العنصري وكل عمل من أعمال العنف أو تحريض على هذه الأعمال يُرتكب ضد أي عرق أو أية جماعة من لون أو أصل أثنى آخر، وكذلك كل مساعدة للنشاطات العنصرية، بما في ذلك تمويلها، جريمة يعاقب عليها القانون، وقامت المفوضية السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين بتمويل مؤتمرات لنقاش مدى انطباق حرية التعبير على فضاء الإنترنت. (ويكيبيديا).



مفهوم الكراهية الرقمية إجرائيا: هي كل أشكال العنف والتنمر وعبارات الإزدراء والسخرية والشتم والسب والإهانة التي تظهر في الكتابات والتعليقات والصور والفيديوهات التي تنشر على صفحات وسائل التواصل الاجتماعي، والتي تستهدف شخصا أو مجموعة أشخاص في المجتمع، وتتخذ مواضيع الجنس والدين والعرق واللون والفكر أو المظهر أو الحالة الاجتماعية والاقتصادية وغيرها سجلا في صفحات الفيسبوك، ومرعا للتفاعل بين شريحة الشباب سواء كان ذلك التفاعل إيجابياً أو تفاعل سلبي.

5.3 الشباب: يعرف المعجم اللغوي الشباب بأنه جمع مذكر ومؤنث معاً، وتعني الفتاة والحادثة، وأصل كلمة شباب هو شبٌّ بمعنى صار فتياً، أي "من أدرك سن البلوغ ولم يصل إلى سن الرجولة" (الوسيط، 2004، صفحة 470)، أما في المعجم اللغوي الإنجليزي (Oxford) فإن لفظ الشباب يقابله باللغة الإنجليزية كل من اللفظتين (Youth) و (Young) و"تطلق على المرحلة العمرية التي تمتد ابتداءً من مرحلة الطفولة إلى ما قبل الرشد، (Adulte)" (Oxford, 2008, p. 518)، وفي معجم روبر (Robert) الفرنسي نجد فيه أن لفظة الشباب (Jeunesse) تطلق على الفترة بين الطفولة والنضج. (Robert, 2006, p. 1227).

اصطلاحاً: هي الفترة العمرية التي يصبح فيها الفرد مؤهلاً للقيام بأدوار اقتصادية واجتماعية وسياسية في المجتمع وهي الفترة التي تقع ما بين 18 سنة و 35 سنة على اعتبار أن معظم المجتمعات العربية يعتبر فيها الفرد البالغ من العمر 18 سنة فأكثر (إبراهيم ع.، 1990، صفحة 170)، أما عند علماء الاجتماع فإن الشباب هم كل شاب يدخل في فئة السن من (15 إلى 25 سنة)، وهذا التصنيف للشباب مبني على أساس أن أولئك قد اكتمل نموهم الفسيولوجي أو العضوي، غير أن نموهم النفسي والعقلي لم يكتمل بعد وهناك من يرى أن مرحلة الشباب تبدأ من (18 إلى 30 سنة تقريباً) (الزيني، 1969، صفحة 86).

تفاعل الشباب مع خطابات الكراهية على الفيسبوك:

إن الحديث اليوم عن الكراهية الرقمية وسياقاتها وأشكالها المتنامية باستمرار وممارساتها الخطيرة على المجتمع، أخذت أبعاداً كثيرة في التأثير على الرأي العام بل السيطرة عليه وتوجيهه لأغراض تضمر بمصلحة الوحدة الوطنية، يحدث دون رقابة شديدة على المحتويات والمضامين على صفحات الشبكات الاجتماعية التي تحمل خلفيات عرقية تمثل كيانات اجتماعية وسياسية وثقافية ودينية متطرفة، ومهويات وسياقات افتراضية رقمية تتخفى وراءها، وهي بدورها تتغذى من الأفكار العنصرية والتمييزية العنصرية ما يضرّ بأي مشروع ومهضة بشرية ليعيش المجتمع الواحد في فتن الصراعات والشقاقات ويؤجج النزاعات بين الكيانات الاجتماعية والأعراق المتعددة والطوائف المختلفة التي تتوزع عبر ربوع الوطن غرباً وشرقاً وشمالاً وجنوباً، وما يزيد خطرها تنامي خطابات الكراهية التي تستند على فكرة القبلية أو العروشية، وحتى بين الأحزاب السياسية التي في ظاهرها تمثل التعددية الديمقراطية، وأكثر ما يبرز فيه جوهر الأزمة يكون في عزّ الحملات الانتخابية عبر استخدام الكثير من الصفحات الفيسبوكية وعلى نطاق واسع، وهكذا تتحوّل إلى منابر صراع وسجال تظهر عمق الأزمة القيمية وتبرز فيه الاختلالات الاجتماعية، وعادة ما تنتهي بمواجهات على الأرض.

في هذا السياق نلاحظ تورط الشباب خاصة بصفته القلب النابض لأي مجتمع في توظيف الكراهية الرقمية التي نقلها من الواقع الحقيقي إلى منابر الفيسبوك، وهو ما يحدث نوعاً من السيطرة على القرار السياسي في هرم السلطة لأي مؤسسة سياسية التي تتبع وتنقاد خلف سياقات الواقع الافتراضي، لذا فإن التفاعلية باعتبارها مصدراً هاماً لتخاطب الشباب وشكل من أشكال صناعة الرأي العام الافتراضي قد نقلت خطابات الكراهية والعنف الرمزي والفتن والتحريض على الفرقة والتعصب من حالتها الكامنة في تخوم المجتمع وربما بفعل الرقابة المفروضة عليها في الواقع نقلتها إلى حالتها الاستعراضية المتفشية وكأنها خلايا نائمة انتهزت الفرصة في الفضاء الافتراضي المفتوح، وهو ما نهدفه في مقاربة " زيغوموند باومان " في حديثه عن مفهوم "الكراهية السائلة".



فمن ناحية سياقات الانتشار الثقافية نلاحظ التحول في ثقافة الأفراد بأهمية المشاركة وإبداء الرأي، والوعي بثقافة المسؤولية الجماعية في المناقشة والإصلاح والتغيير، والإحساس بأن الفيسبوك يجعل الفرد قريباً من الواقع والأحداث، ولا تخفى علينا سياقات الانتشار الاجتماعية مثل إدمان الأفراد استخدام الإنترنت، وحب معرفة الآخر وفضول التعارف، والتباهي باستخدام الفيسبوك كأنه رمز اجتماعي ورأسمال اجتماعي، وحب الانتماء إلى المجموعات والارتباط بها حباً فيها ودفاعاً عنها وولاءً لها، وحب التملك وظهور مفهوم الملك الفرد، بمعنى أن المستخدم يشعر بأنه صاحب مملكة يلعب فيها دور الملك في القبول والرفض والإضافة والحذف، تعزيزاً لمبدأ (الفردنة) كما أن الفيسبوك يحقق المعادل الوظيفي للتفاعل الاجتماعي الذي يفتقده الأفراد في الحياة الاجتماعية بمعنى أنه يعوض حرمانه المجتمعي بإشباعه الشبكي، ناهيك عن الشغف في تغيير سوء الواقع الاجتماعي مما جعل الأفراد يتطلعون إلى التغيير عبر بوابة الفيسبوك.

منهج الدراسة: اعتمدنا على منهج المسح الاجتماعي لملائمته لموضوع وأهداف الدراسة، فهذا المنهج يزودنا بوصف المتغيرات التي تتحكم في الظواهر قيد الدراسة، من خلال مسح عينة من الشباب الجامعي الجزائري عن طريق توزيع الاستبيان الإلكتروني بصدده وصف إجابات الشباب حول تفاعلاتهم لخطاب الكراهية عبر الفيسبوك ومن ثم نقوم بتحليل النتائج المتحصلة عليها من الاستبيان، لمعرفة دور التفاعلات المختلفة للشباب في بث خطاب الكراهية وتكريس ثقافة التطرف.

4. أدوات جمع البيانات: اعتمدنا في هذه الدراسة على الملاحظة والاستبيان كأدوات رئيسية.

1.5 الاستبيان: الاستبيان الإلكتروني أصبح من الوسائل المهمة والشائعة للحصول على المعلومات التي يتطلبها البحث الميداني، خاصة في ظرف جائحة كورونا، وقد تم تقسيم الاستبيان الإلكتروني إلى قسمين:

1- قسم احتوى على البيانات الشخصية للمبحوثين.

2- وقسم تضمن عدداً من الأسئلة موزعة على ثلاثة محاور متعلقة بأهداف الدراسة:

المحور الأول: عادات وأنماط الشباب في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

المحور الثاني: تصورات الشباب لخطابات الكراهية في وسائل التواصل الاجتماعي.

المحور الثالث: أشكال التفاعل الرقمي للشباب حول خطابات الكراهية في وسائل التواصل الاجتماعي

5. حدود الدراسة: اقتصر حدود الدراسة على:

الحدود الزمنية: تم نشر الاستبيان الإلكتروني على عينة المقصودة ما بين 20 جانفي إلى 04 فبراير 2022.

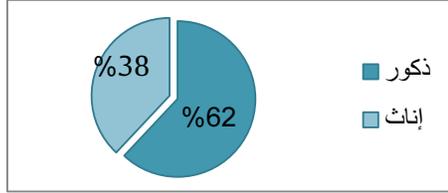
الحدود البشرية: اعتمدنا في الدراسة على العينة القصدية، حيث تم توزيع الاستمارة الإلكترونية على مجموعة من الشباب الجامعي المتواجدين على صفحتنا، في تخصصات علوم الإعلام والاتصال وعلم الاجتماع وعلم النفس والعلوم القانونية والإدارية والعلوم السياسية، مكونة من 150 مفردة مختلطة (ذكور-إناث).

نتائج الدراسة الميدانية:

أولاً: أسلوب تحليل البيانات: بعد استرجاع الاستمارات الإلكترونية وعددها 150 استمارة، وتم استخدام التكرارات والنسب المئوية من أجل الحصول على النتائج، وبعد فرز الإجابات وحساب التكرارات لكل متغير تم الاعتماد للحصول على النسب المئوية وفق العملية الحسابية التالية: التكرار x 100% مقسوم على مجموع التكرارات



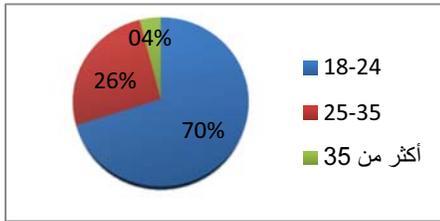
الجدول 1: يبيّن توزيع أفراد العينة حسب متغيّر الجنس



| الجنس | عدد الأفراد | النسبة المئوية |
|---------|-------------|----------------|
| ذكور | 93 | 62% |
| إناث | 57 | 38% |
| المجموع | 150 | 100% |

يوضح الجدول (01) توزيع المبحوثين عينة الدراسة والذي بلغ إجمالي عددها (150) مفردة، توزعوا حسب متغير الجنس إلى (93) مبحوثاً من الذكور بلغت نسبتهم (62%)، في مقابل (57) من الإناث بلغت نسبتهم (38%) من إجمالي العينة.

الجدول 2: توزيع أفراد العينة حسب السن



| النسبة المئوية | التكرار | السن |
|----------------|---------|------------|
| 70% | 105 | 24-18 |
| 26% | 39 | 35-25 |
| 04% | 06 | أكثر من 35 |
| 100% | 150 | المجموع |

يعكس الجدول رقم (02) توزيع أفراد العينة حسب متغيّر السن، ويتبين من خلاله أن عدد أفراد العينة الذين أعمارهم بين (24-18) نسبتهم (70%)، أما أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم ما بين (25-30) فقد جاءت نسبتهم (26%)، أما أفراد العينة الذين تفوق أعمارهم 35 سنة بلغت نسبتهم (4%) فقط.

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول 03: يبيّن ساعات استخدام الشباب لموقع التواصل الاجتماعي - الفيسبوك

| النسب المئوية | التكرارات | مدة الاستخدام |
|---------------|-----------|--------------------------|
| 20% | 30 | من ساعة إلى ساعتين |
| 36% | 54 | من ساعتين إلى أربع ساعات |
| 44% | 66 | أكثر من أربع ساعات |
| 100% | 150 | المجموع |

قال (44%) من عينة الدراسة أنهم يستغرقون في استخدام الفيسبوك أكثر من أربع ساعات، وهم يمثلون أغلبية أفراد العينة، في حين يستغرق (36%) من ساعتين إلى أربع ساعات، بينما يستخدم (20%) من الشباب الفيسبوك من ساعة إلى ساعتين. لقد أكد الشباب عينة الدراسة أنهم يستخدمون موقع الفيسبوك أكثر من أربع ساعات في اليوم، وهي مدة كافية ليدخل الشاب في حالة تعلق وإدمان بالفيسبوك، فالمضامين والمحتويات وكذا خدمة الدردشة الفورية التي يوفرها الموقع، إضافة إلى الظروف التي يعيشها الشباب من حالة فراغ اجتماعي وعاطفي، في الأسرة والأصدقاء والعالم الواقعي المحيط به، يجعله يلجأ إلى استخدام الفيسبوك لساعات طويلة وحتى في معظم الأوقات تجده منكباً على هاتفه لا يرفع رأسه إلا قليلاً، فجعل منه واقعه الحقيقي، وهو ما قد يسبّب له عزلة حقيقية عن الواقع الحقيقي.



وتتفق هذه النتائج مع دراسة (الرحامنة 2018) إذ توصلت إلى أن فئة المستخدمين للفيسبوك هي أربع ساعات فأكثر وهم الأكثر استخداماً، ويطلعون على الكثير من المعلومات والتفاصيل خصوصاً تلك الواردة في المنشورات والتعليقات للمستخدمين. (الرحامنة، 2018، صفحة 63)، وتؤكد هذه النتائج عدم احساس الشباب بقيمة الزمن الذي يمر عليهم، حيث أظهرت دراسة (Young 1998) أن خاصية الدردشة أحد أنواع بناء العلاقات وتكوين الصداقات بين الفئات خاصة بين المراهقين وطلبة الكليات، وهي أحد طرق التفاعل بين المجتمعات في المستقبل، وقالت (Young) أن أول مظاهر الإدمان هو السقوط بالفجوة الزمنية للإنترنت، حيث يزيد الوقت الذي يقضيه الفرد أمام الأنترنت أضعاف ما كان مقدراً له، وهذه تجعل إدارة الوقت أمراً صعباً وتحدث مشاكل كثيرة، ويهمل العديد من الواجبات الهامة (حلاوة و عبد العاطي، 2011، صفحة 82).

الجدول 04: يبين مكانة الفيسبوك في النشاط اليومي للمستخدم؟

| الخيارات | التكرارات | النسب المئوية |
|----------|-----------|---------------|
| نعم | 105 | 70% |
| أحيانا | 45 | 30% |
| لا | 0 | 00% |
| المجموع | 150 | 100% |

وافق (70%) من العينة ب (نعم) أن الفيسبوك هو جزء من نشاطهم اليومي، في حين قال (30%) أنه أحيانا ما يشكّل الفيسبوك جزءاً من نشاطهم اليومي، بينما لم يعترض أحد من أفراد العينة ب "لا" فجاءت النسبة ب (0%). أظهرت نتائج الجدول أن الشباب يؤكدون أن الفيسبوك أصبح يشكّل جزءاً كبيراً من نشاطهم اليومي بنسبة (70%)، وهي نسبة مرتفعة، وهذا إن دلّ على شيء فإنما يدل على حقيقة أن الفيسبوك أصبح يستقطب العديد من الشرائح الاجتماعية، فقد حوّل العالم الكبير بعيد المسافات والأزمنة إلى هاتف صغير في اليد يتنقل به حيث شاء وفي أي وقت، وهو تعلق نفسي بهذا العالم. كما أن الحجر المنزلي المفروض بسبب جائحة كورونا يزيد من تعلق الشباب بالفيسبوك، فقد أصبح العالم الموازي لهم مادام أنهم لا يحققون التواصل الاجتماعي في الواقع، وهذا ما يزيد من عزلتهم وابتعادهم عن الواقع الاجتماعي، بل نجد أن العزلة امتدت حتى داخل أسرهم، وفي أحيان كثيرة تصبح عزلة ذاتية يجسدها الانطواء والنأي عن المشاركة الفعالة في المجتمع نتيجة التعرّض للسيل الجارف من المضامين والمحتويات، الأمر الذي يفقد الفرد إمكانية تقييم ما يتلقاه عبر الفيسبوك، لكنهم رغم ذلك يستمرون في كثافة استخدام الفيسبوك بوتيرة يومية ونشاط كثيف.

حيث أظهرت نتائج دراسة أجراها "عبد المحسن العصيمي" (2004) على عينة قوامها (3483)، طالب سعودي أن ثلثي أفراد العينة يستخدمون الشات لمحادثات الأصدقاء دائماً أو أحيانا، حيث أن (42.9%) يستخدمون الشات لمحادثات الأصدقاء بشكل دائم و(24.2%) يستخدمونه أحيانا صفحة 80، وأن (60%) من أفراد العينة يستحوذ الشات عليهم بشكل دائم أو أحيانا، ومن ثم يعتبر الاستحواد من أعراض الاستخدام المتواصل أو الاندماج مع الشات، كما أبرزت النتائج أن أفراد العينة يقضون أوقاتاً طويلة نسبياً مع أصدقاء الشات بنسبة (18.9%). (حلاوة و عبد العاطي، 2011، الصفحات 42-84).



الجدول 05: يبيّن مكانة الفيسبوك في تفاعلات الشباب

| النسب المئوية | التكرارات | العبارات |
|---------------|-----------|---|
| 20.19% | 63 | تسهيل التفاعل مع الآخرين |
| 25.96% | 81 | يزودني بمعلومات جديدة |
| 11.53% | 36 | أصبح بديلا لي عن الواقع |
| 10.57% | 33 | أصبح متنفسا لي في التعبير عن ما أشعر به |
| 12.5% | 39 | يجعلني أتواصل مع أناس لهم نفس الأفكار |
| 19.23% | 60 | الحصول على معلومات غيرمتاحة في وسائل الإعلام الأخرى |
| 100% | 312 | المجموع |

يتضح من الجدول أن أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك لزيادة المعلومات بنسبة (25.96%)، وأوضح (20.19%) أنه يسهّل لهم التفاعل مع الآخرين، وأشار (19.23%) أن استخدامهم بغرض الحصول على معلومات غير متاحة في وسائل الإعلام الأخرى، بينما قال (12.50%) أنه بغرض التواصل مع أناس لهم نفس الأفكار، في حين أكد (11.53%) أنه أصبح بديلا لهم عن الواقع، وفي المرتبة الأخيرة نجد (10.57%) قالوا أنه أصبح متنفسا لهم في التعبير عن ما يشعرون به.

يعد التفاعل مع الآخرين والقدرة على فهم وجهات نظرهم وعرض الآراء بطريقة سليمة من أهم سمات الشخصية الناجحة في هذا العصر، ومواقع التواصل الاجتماعي تساعد الشباب على إجراء حوارات ونقاشات متنوعة دون تقيّد بزمان أو مكان، وتؤكد نتائج الجدول أن الشباب الجامعي يستخدم الفيسبوك بغرض حصوله على معلومات جديدة، فالأخبار اليومية تتجدّد لحظة بلحظة، حيث أصبحت العديد من الصفحات الفيسبوكية توفر معلومات مختلفة وتحت مسميات متعدّدة، صحية ثقافية تربية رياضية وغيرها، فالشباب بطبيعتهم يفضلون الجديد وبالتالي يتعاملون بنشاط وفعالية مع الأحداث اليومية خاصة، إذا تعلق الأمر بمواضيع تجذبهم وتستميل رغبتهم وتستثير دوافعهم للاستخدام الكثيف.

كما أن الميزة التفاعلية التي يتوفر عليها الفيسبوك تجعل هؤلاء الشباب يرتبطون به بشكل فوري، ويمكن أن نشبه الفيسبوك بالفانوس السحري، فخدمة الكاميرا والصوت والإعجابات والتعليقات اللحظية ونشر الصور والفيديوهات الحياتية والخدمات هي من تسحر عقول المستخدمين الذي يدخلون إليه، ويجدون في الفيسبوك خدمة عظيمة لا توفرها وسائل الإعلام الأخرى. ويرتبط هذا الاستخدام بتمتية تكنولوجية ذلك أنّ الطبيعة الرقمية وشيوع الوسائل التقنية لا تترك فردا منعزلا عن ما يجري في العالم، حتى في الهواتف نجد من هم دون سن المراهقة وحتى في فترة الطفولة يملكون هواتف ويستخدمون الفيسبوك والألعاب الإلكترونية، ويعبرون عن موقفهم في المجتمع من خلال الاندماج الرقمي، ويمكن أن نقول أنه أصبح جزءا من منظومة حياتية مفروضة، ونعزو ذلك إلى أن الفيسبوك فتح المجال للشباب على مصراعيه للاتصال والتواصل والتبادل الثقافي، وتحسيد أهم وظيفة من وظائف الاتصال وهو التثقيف وزيادة المعلومات، كما أكد المراقبون أن هذا الفضاء التواصلي المفتوح سيتخطى دوره في الوقت الحالي إلى دور أكثر تعقيدا وغموضا وجب التعامل مع كافة التغيرات المرافقة له بحرص ووعي شديدين ودراسة معمقة مبنية على الواقع الاجتماعي والثقافي.

وبحسب شبكات التواصل الاجتماعي أنها تعامل المعلومة والخبر والحدث لحظة وقوعه، وهذا المتمم كنمو سائلا لإعلام الحديثة، تبادلها للمعلومات بين الأصدقاء معززة بالصور ومقاطع الفيديو والتعليق والرّد على بعضها،



فإنها لو قدمنا الخبر تحت مسمى عاجلاً ومباشر، فإنها تقوم فقط بدور المرسل من خلال وسيلتها الإعلامية كالفصائيات مثلاً، ولتتمكن من أن تجعل المشاهد يتفاعل معها في لحظة بثها لتلك الأحداث، إلا بعد فترة من الوقت عندما تكون تلك الأخبار قد نشرت تعلم موقعها الإلكتروني، وفي هذه الحالة يمكنكم تصفح تلك المواقع لقنوات الفضائية أن يرد أو يعلق على تلك الأخبار. (المنصور و السوداني، 2016، صفحة 125)

المحور الثاني: تصوّرات الشباب لخطابات الكراهية في وسائل التواصل الاجتماعي

الجدول 06: يبيّن المواضيع التي تطرح فيها خطابات الكراهية على الفيسبوك

| النسب المئوية | التكرارات | العبارات |
|---------------|-----------|-----------------|
| 22.76% | 84 | مواضيع دينية |
| 19.51% | 72 | مواضيع اجتماعية |
| 27.64% | 102 | مواضيع سياسية |
| 19.51% | 72 | مواضيع رياضية |
| 10.56% | 39 | مواضيع ترفيهية |
| 100% | 369 | المجموع |

أوضحت نتائج الجدول أن (22.76%) من الباحثين يرون أنّ أكثر أنواع خطابات الكراهية في الفيسبوك هي خطابات دينية، تليها الخطاب السياسي بنسبة (27.64%)، وجاء الخطاب الاجتماعي والخطاب الرياضي متساويان بنسبة (19.51%)، ثم في الأخير الخطاب الترفيهي بنسبة (10.56%).

يمكن تفسير هذه النتائج بأن خطابات الكراهية على الفيسبوك تشكّل في الآونة الأخيرة أكثر أنواع الخطابات الممارسة عبر صفحات متنوعة تحت أهداف ومسميات عديدة، لذلك يؤكّد أفراد العينة من الشباب الجامعي أن الخطابات السياسية والدينية والاجتماعية هي أكثر الخطابات تحريضا على الكراهية ومتواجدة بقوة على صفحات الفيسبوك.

ففي أوقات الحملات السياسية والانتخابية تتعالى الأصوات وتكثر المنشورات والفيديوهات والصور الكيدية وخطابات الكراهية والعنف السياسي، للظفر برضى الجمهور للتصويت لصالح الحزب أو المرشّح في الأوقات الحاسمة التي تكثر فيها الدعاية والإشاعة والسبب، كما تجد خطابات الكراهية الدينية طريقها إلى صفحات الفيسبوك باعتبارها حسّاسة ومثيرة للعواطف.

فقد أظهرت دراسة (الوحش 2017) بعنوان (خطاب الكراهية على المواقع الإخبارية الأردنية) أن خطابات الكراهية في الإعلام الأردني تسجل انتشارا من مجموع المواد الإخبارية، وبيّنت الدراسة أن أغلب خطابات الكراهية تركزت في مواضيع الشأن المحلي السياسي، الفساد والخدمات العامة والمجتمع المدني والقضايا الدينية والانتخابات والمشاركة السياسية. (الرحامنة، 2018، صفحة 42)، كما توصلت دراسة أجراها (مركز بيو للنشر والشعوب 2014) بعنوان (الكراهية الدينية في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا) وشملت 198 دولة، فقد أكدت في نتائجها أن الكراهية الدينية وصلت إلى أعلى مستوياتها خلال ست سنوات في العام 2012 وأن ثلث العينة التي شملتها الدراسة سجلت بها ارتفاعا ملحوظا في الكراهية الدينية بنسبة (26%)، مقارنة بالعام 2007، كما أن الكراهية الدينية تجاوزت معدلاتها عالميا فاقت (29%) عام 2011. (الرحامنة، 2018، صفحة 37).

إن التحريض على خطاب الكراهية غالبا ما يتم خلقها وتعبئتها وتوجيهها على يد أفراد بعينهم أو مجموعات معينة ضد أفراد وطوائف أخرى تختلف في الإثنية أو اللّغة أو الدين عن الأغلبية السائدة، ويمكن لرسائل الكراهية أن تأتي على أرض خصبة حيث يوجد مشاكل اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية أوسع نطاقا أو انقساما في المجتمع، وكثيرا ما تكمن الأسباب الجذرية للكراهية في



الاختلاف الاثني الديني، ويتسبب خطاب الكراهية والتحريض في تعريض التماسك الاجتماعي للخطر وفي إحداث انقسامات وتوترات طائفية أو تعميق القائم منها، ويجب على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة أن تعزز المعرفة بالتنوع وفهمه وقبوله، ويمكن أيضا إساءة استخدام وسائل الإعلام كمنبر للوصم والتمييز والإقصاء، بل وفي التحريض على العنف في أسوأ الأحوال، ونظرا لجديتها ونطاقها العالمي وسهولة استخدامها وطابعها التفاعلي وصعوبة تنظيمها، فإن وسائل الإعلام المعاصرة، ولا سيما الوسائط الرقمية الجديدة قد أصبحت منابر متاحة لنشر خطاب الكراهية (أسعيداني و فقيري، 2021، الصفحات 92-93).

الجدول 07: يبيّن الشكل الذي يعرض به خطاب الكراهية على الفيسبوك.

| النسب المئوية | التكرارات | العبارات |
|---------------|-----------|--------------------------------------|
| 28.84% | 90 | صور |
| 34.61% | 108 | الكتابات الحائطية أو الحالة (Status) |
| 18.26% | 57 | فيديوهات شخصيات رسمية |
| 18.26% | 57 | مقاطع فيديو شخصية |
| 100% | 312 | المجموع |

من خلال الجدول قال أفراد العينة أن الفيسبوك يقدم خطاب الكراهية في شكل منشورات - كتابات - حائطية بنسبة (34.61%) وجاءت الصور بنسبة (28.84%)، تليها بنسبة متساوية فيديوهات لشخصيات رسمية و مقاطع فيديو شخصية بنسبة (18.26%).

أظهرت نتائج الجدول اعتقاد الشباب الجامعي الذي يؤكد وبنسبة مرتفعة بلغت (34.61%) أنّ أكثر أشكال خطابات الكراهية في الفيسبوك يتمثل في الكتابات الحائطية، وهي الميزة الأكثر انتشارا وتوظيفا بين أغلبية المستخدمين في إظهار الحالة التي يكونون عليها ويرغبون في إطلاع الأصدقاء لما يعيشونه في حياتهم على الفضاء الرقمي، وهذه الحالة تعبر في اعتقادهم عن حرية الرأي والتعبير بكل أشكال العبارات والألفاظ والخطابات، كما نجد الصور المحرّضة والعدائية التي تنشر مضامين الكراهية، فعادة ما يترافق التعليق والكتابات مع الصور كنوع من إبراز الحقيقة ومصداقية الخبر أو الموضوع، فالصور تلعب دورا مؤثرا في عقول الشباب المستخدم، لتصنع انطبعا وتصورا عند المستخدمين الشباب بأن ما يشاهدون وما يرونه فعلا هو الواقع.

وتوافق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (سحاري ونبيح 2017) حيث هدفت إلى التعرف على محتويات المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي سواء للأفراد أو الجماعات التي يبتون من خلالها مشاعر الكراهية والتحريض على فئات معينة داخل المجتمع الجزائري، وكشفت الدراسة أنه يتم توظيف الصورة من قبل نشطاء الفيسبوك لصناعة خطاب الكراهية بحسب الشخصية والقضية محل الخطاب، وأن الصور والفيديوهات هي الأكثر استخداما من قبل صانعي خطاب الكراهية، وأن الشخصيات السياسية هي الأكثر استهدافا من قبل نشطاء الفيسبوك. (سحاري و نبيح، 2017، الصفحات 211-225).

وتعتبر تشويه العديد من الشخصيات الاجتماعية والسياسية، ظاهرة منتشرة في مجتمعاتنا بصورة متفاقمة، ويكفي زيارة أي صفحة على مواقع التواصل الاجتماعي لنجد سلسلة من خطابات الكراهية والتهكمات والانتهاكات الشخصية والتهجم على أشخاص في مواقع مسؤولية وفي أي منصب كانوا.



حيث أظهرت دراسة (أبو غزالة وخالد 2017) بعنوان دور الصورة الإعلامية في نشر خطاب الكراهية، أن الصورة لا تحتاج إلى لغة حتى يتم قرائتها ولكن لها دور سلبي كبير في نشر خطاب الكراهية، خاصة أن الصورة لم تعد تزاخم الكلمة، بل إن الكلمة محتاجة للصورة. (الرحامنة، 2018، صفحة 44).

الجدول 08: بين الهوية المستخدمة أثناء التفاعل مع خطابات الكراهية على الفيسبوك

| الخيارات | التكرارات | النسب المئوية |
|----------|-----------|---------------|
| نعم | 21 | 42% |
| أحيانا | 07 | 14% |
| لا | 22 | 44% |
| المجموع | 50 | 100% |

أوضح (44%) من أفراد عينة أنهم لا يستخدمون هويتهم الحقيقية أثناء التفاعل أو المشاركة في خطابات الكراهية على الفيسبوك، بينما أجاب (42%) بـ نعم، وقال (14%) أن ذلك يتم أحيانا.

كثيرا ما تثير مسألة هوية المستخدم على شبكة الفيسبوك مشاكل تتعلق بالمصادقية والثقة، إذ أكدت النتائج أن الشباب وبنسب متقاربة جدا يستخدمون هويتهم الحقيقية أثناء التفاعل أو المشاركة في خطابات الكراهية على الفيسبوك، وهذا التقارب في النتائج يعكس حقيقة الأزمة الأخلاقية والبعد الهوياتي لدى المستخدم، فالكثير من صفحات الكراهية هي صفحات مجهولة الهوية لا يعرف مصدرها، وإنما بمسّميات غريبة لإستيلاب العقول وتأنيب المجتمع عن أوضاعهم السياسية أو الاجتماعية والاقتصادية.

وما يفهم من النتائج أنّ الشباب عينة الدراسة يتخفون عبر عدة هويات رقمية، أو يملكون عدّة حسابات على الفيسبوك، ما يجعلهم أكثر حرية ومرونة في التعاطي والتفاعل في نشاطهم الرقمي مع خطابات الكراهية نشرا وتعليقا ومحادثة بأرجحية دون أية مشاكل، وفي هذا الشأن أثبتت دراسة تجريبية أجريت حول تأثير المجتمع الواقعي والافتراضي في إظهار الشخصية الحقيقية للفرد، وبيّنت أن الشخصية الحقيقية للفرد تظهر أكثر في المجتمع الافتراضي عندما يتحدث مع غرباء، بينما يميل الفرد إلى التكلّف والتصنّع عند التحدث مع غرباء في المجتمع الواقعي، ويشير "تركل" 1995 أن المجتمع الافتراضي أدى إلى ظهور عالم الشخصيات المتعددة، فوفقا لنظرية الشخصية الاجتماعية التي أسسها "تاجيف" وآخرون 1982، فإن مجتمع الأنترنت قدم لنا شخصيات اجتماعية متعددة، فالفرد تكون له أكثر من شخصية عندما يتحدث مع غرباء عبر الإنترنت، ويرى العديد من الباحثين أن إخفاء الفرد لهويته أثناء التواصل مع الآخرين والتظاهر بأنه شخصية حقيقية أخرى، قد يجعله يقابل نفس هؤلاء الأشخاص في الواقع بالصدفة بشخصية أخرى مما يؤدي إلى وجود تداخل وتضليل في العملية الاتصالية، كما أن اختلاق الفرد لشخصيات متعددة عند التواصل مع الآخرين يجعل ذاته الحقيقية تضعف وربما يدمن هذا النوع من السلوك وينسلخ بالتدرج عن مجتمعه الواقعي، ويعيش في وهم تكوين علاقات أخرى. (علياء، 2009، الصفحات 47-49).

إن سهولة استخدام الإنترنت وسرعتها وإمكانية إخفاء الهوية فيها نسبيا وقرت أرضا خصبة لنشر المحتوى المحرض على الكراهية، ويعتمد خطاب الكراهية على الإنترنت العديد من الأشكال وينشر عبر منابر رقمية مختلفة من الجماعات عالية التنظيم المحرزة على الكراهية التي تجند الأتباع وتقنعهم بالتطرف وتوجههم للاعتداء على الجماعات المستهدفة، وإصدار "قوائم الأهداف" الداعية إلى العنف ضد الأفراد، والتحرش عبر الأنترنت الذي يستهدف الشباب أساسا وكثيرا ما ينشأ التعصب العنصري أو الإثني أو الديني، وبث الدعاية والمعلومات المضللة والبريد الإلكتروني غير المرغوب فيه المحرض على الكراهية، وتبادل المعلومات والأفكار



عبر شبكات التواصل الاجتماعي مجموعات النقاش ونظم توزيع البريد الإلكتروني والجماعات ذات الاهتمام المشترك (أسعيداني و فقيري، 2021، صفحة 90).

الجدول 09: يبيّن أكثر خطابات الكراهية التي تستفزّ الشباب فتفاعل معها عبر الفيسبوك

| النسب المئوية | التكرارات | العبارات |
|---------------|-----------|-------------------------------------|
| 31.25% | 105 | التمييز الديني |
| 19.64% | 66 | التمييز الإثني - حسب منطقة الانتماء |
| 11.60% | 39 | التمييز على أساس اللون |
| 20.53% | 69 | التمييز العرقي |
| 16.96% | 57 | التمييز السياسي |
| 100% | 336 | المجموع |

عند قراءة نتائج الجدول نلاحظ أن أفراد العينة يرون أن أكثر خطابات الكراهية استفزازا على الفيسبوك هي التمييز الديني بنسبة (31.25%)، يليه التمييز العرقي بنسبة (20.53%)، ثم التمييز الإثني بنسبة (19.64%)، و يليه التمييز السياسي بنسبة (16.96%)، وحل في الأخير التمييز على أساس اللون بنسبة (11.60%).

إن الكثير من المنشورات التي تحمل خطابات الكراهية تستفز الشباب للتفاعل والتعاطي معها، بسب طبيعة الشباب الحماسية وما يشدّهم أكثر هو التمييز الديني، فهي أكثر خطابات الكراهية استفزازا واستثارة للمشاعر والعواطف، وقد جاء بنسبة عالية بلغت (31.25%)، وتعكس إجابات الشباب دور الفيسبوك في انتشار خطاب الكراهية الدينية وفي مرتبة ثانية جاء التمييز العرقي. ويمكن تفسير النتائج أننا دائما ما نجد هذين الخطابين متلازمين أو مترافقين، ذلك أن العقائد والأعراف كثيرا ما تظهر في أوقات الأزمات وتطفو على السطح نظرا لما تثيره من الحساسيات وهي ليست بالأمر الجديد، غير أن استفحالا على الفيسبوك يزيد من خطورتها وتعميمها على كافة الشرائح وكأنها عدوى رقمية، خاصة في ظل غياب الرقابة الرقمية على المنشورات المخترضة على الكراهية بشكل كاف، ما يؤجج الصراع المذهبي والعرقي بين أطراف المجتمع الذين تجمعهم لقرون الرقعة الجغرافية والهوية الوطنية والدينية بعدما وحدنا الإسلام وألغى معه العصبية وشدّد على إنكار وبغض خطاب الكراهية والعنف والتعصب المذهبي والعرقي.

ووفقا لتصنيف SOVA تقع الكراهية في مستويات متعددة تبعا لمستوى تهديدها للمجتمع:

1. المستوى القوي: الدّعوة للعنف، الدعوة للتمييز العنصري، الدعوة لعدم قبول السلام.
2. المستوى المتوسط: تبرير تاريخي لوقائع عنف وتمييز، وتصريحات تشكك بوقائع تاريخية لأحداث عنف أو تفرقة أو تمييز، والحديث عن جرائم دينية أو إثنية لجماعة ضد آخر، أفكار بشأن تفوق جماعة على أخرى، اتهامات للتأثير السلبي لشخص أو جماعة دينية أو عرقية على المجتمع والدولة .

3. المستوى اللّاعم الخفيف: ويتمثل في خلق صورة ناعمة سلبية عن جماعة دينية أو إثنية عبر نشر تصريحات بشأن عدم ملائمة أو عدم كفاءة جماعة ما، تصريحات بشأن عيوب أخلاقية لمجموعة دينية، الإشارة إلى مجموعة عرقية أو دينية على نحو مهين أو في سياق اقتباسات من خطاب كراهية ونصوص دون التعليق عليها (الربيعي، 2019، صفحة 8)

وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (الخصاولة 2021) حيث بينت أن من أبرز خطابات الكراهية تكريسا على مواقع التواصل الاجتماعي هي خطابات الأديان والمذاهب بنسبة (37%) (الخصاولة و العتوم، 2021)، وفي دراسة أجراها (مركز بيو



للنشر والشعوب 2014) بعنوان الكراهية الدينية في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وشملت 198 دولة، فقد أكدت في نتائجها أن الكراهية الدينية وصلت إلى أعلى مستوياتها خلال ست سنوات في العام 2012 وأن ثلث العينة التي شملتها الدراسة سجلت بما ارتفاعا ملحوظا في الكراهية الدينية بنسبة (26%)، مقارنة بالعام 2007، كما أن الكراهية الدينية تجاوزت معدلاتها عالميا بما يزيد على (29%) في عام 2011. (الرحامنة، 2018، صفحة 37).

إن هذه النتائج تدعم اعتقادنا بشأن تأثير أفراد العينة بخطابات الكراهية الدينية، فهم يتفاعلون معها متجاهلين ما تحدته مضامين التمييز الديني مجهولة المصدر على صفحات الفيسبوك، فقد تحدث الدكتور "إبراهيم بعزیز" عن الانعكاسات المختلفة لوسائل الاتصال على السلوكيات () بحيث يمكن مستعملي الإنترنت ولا سيما تطبيقاتها الاتصالية الإلكترونية، أن يتأثروا بالأشخاص الذين يتواصلون معهم، فيحدث جزءا من ذلك تغييرا في سلوكياتهم، كما تتغير كذلك مواقفهم واتجاهاتهم المختلفة لأن

الاجتماعية للفرد يتم عن طريق التفاعل الذي يحدث بيننا وبين الفرد وغيرهم من أفراد المجتمع)، ونظرا لأن هذا مجال الفرد كلية في الاتصال مع أشخاص آخرين، يحدث له نوع من الشعور بالولاء والالتزام، والاتزام بمعايير جماعيتها الافتراضية وبالتالي تبني مواقفهم وأفعالهم، ما يزيد إمكانية انحراف سلوكياتهم وأخلاقهم (بعزیز، 2011، صفحة 75).

ففي دراسة أجراها "الشويقي" عام 2003، على طلاب الجامعات السعودية أكدت نتائجها أن (95%) من المبحوثين يرون أن الغنترنت له دور فعال في تنمية أنماط سلوكية جديدة، وأن الأنماط السلوكية المكتسبة تتنافى مع القيم الخلقية والإسلامية، ويرى (75%) أن الأنترنت يعزز الرذيلة، وقد أشارت الدراسة إلى أن (65%) منهم يرون أن الإنترنت وسيلة فعالة لإضعاف القيم الإسلامية للشباب المسلم. (الشويقي، 2003).

الجدول 10: يبين رأي الشباب حول منشورات خطابات الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي

| النسب المئوية | التكرارات | العبارات |
|---------------|-----------|---------------------------|
| 36% | 24 | خطاب عنصري |
| 36% | 24 | خطاب كراهية سب وشتم |
| 20% | 30 | خطاب يحرض على العنف |
| 38% | 57 | خطاب سخرية واستهزاء |
| 00% | 00 | هي خطاب ترفيحي فكاهي |
| 08% | 12 | شكل من أنواع حرية التعبير |
| 02% | 03 | خطاب عادي |
| 100% | 150 | المجموع |

أوضح (38%) من العينة أن خطابات الكراهية هي خطابات سخرية واستهزاء، وقال (36%) أنها خطابات عنصرية متساوية مع خطابات كراهية سب وشتم، وأوضح (20%) أنها خطاب يحرض على العنف، وقال (08%) أنها شكل من أنواع التعبير، بينما أشار (02%) أنها خطاب عادي، وقد حل في الأخير خطاب ترفيحي فكاهي بنسبة (0%).

كما هو ملاحظ من النتائج اتفاق أغلبية أفراد عينة الدراسة على وصف خطابات الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي بأنها خطاب سخرية واستهزاء وهي أيضا خطاب كراهية سب وشتم وبالتالي فهي خطاب عنصري، وربما هذا المفهوم مستنبط من



وعي الشباب بهذا النوع من الخطابات التي تفرق الصّف ويؤزق الأمة الإسلامية، وهو نابع عن إدراك وثقافة العينة، فهم الذين يستخدمون الفيسبوك وتصادفهم هذه الخطابات ويتفاعلون ويوردون بالتعليق ورموز التعابير المختلفة.

وتختلف نتائج الدراسة مع دراسة (الخصاولة 2021) حيث أظهرت أن معظم أفراد العينة بنسبة عالية (31%) من العينة يرون أنه خطاب ترفيحي فكاهي، في حين أن (29%) يرون أن خطاب الكراهية هو خطاب عادي، وأن نسبة من يرون خطاب الكراهية هو خطاب السّب والشتّم بلغت (19%).

ومن جهة ثانية يسمح انتشار خطابات الكراهية في مواقع التواصل الاجتماعي بتطوير رأي عام حول ما تشير إليه تلك الخطابات، ويظهر هذا في تفاعلات الشباب، حيث أظهرت دراسة (السرّحان 2017) أن للشبكة العنكبوتية دورا كبيرا في تكوين الرأي العام وتشكيله تجاه خطاب الكراهية، وأظهرت النتائج أن نسبة من تعرّضوا لخطاب الكراهية عبر وسائل الإعلام الجديد هي النسبة الأكبر والتي تؤثر على أن هناك تربة خصبة وممارسة فعلية لخطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي (الخصاولة و العتوم، 2021، صفحة 310)، كما أكد (لمسيح 2018) في دراسته أنّ مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مستنقعا مفتوحا لخطاب الكراهية، بسبب ما توقّره من إمكانية النشر بإسم مستعار أو مجهول، فقد صار يوصف موقع الفيسبوك بأنه فضاء خصب للتنمر، والهجوم اللفظي الذي يقع ضمن دائرة خطاب الكراهية (لمسيح، 2017).

إن هذه التصورات تعكس منطقاً فرضته مواقع التواصل الاجتماعي، إذ لا وجود في إجابات الشباب على إنكار خطاب الكراهية، فهذا دال على افتقار محتوى الكراهية من أي قبول أو تأييد، وربما ما نجده من تفاعلات بالملآت وحتى بالآلاف إنما نسبة لما يعرف "بالأخبار الكاذبة" التي تهتّىء الرأي العام لما هو آت وتهتيج، لذا تجد خطابات الكراهية أرضا خصبة لتفشيها بين أوساط الشباب المستخدم للفيسبوك، وتعكس النتائج رؤية أفراد العينة لخطاب الكراهية بأوصاف وأشكال متعدّدة، وفي هذا الصّدّد يمكننا أن نطرح تعريفا جامعاً لخطاب الكراهية الذي جاء في التوصية الصادرة عن لجنة مجلس أوروبا بشأن خطاب الكراهية، والذي حدّدته على أنه: (مصطلح يجب فهمه على أنه شامل لجميع أشكال التعبير التي تنشر أو تحرّض أو تشجّع أو تبرّر الكراهية العنصرية أو كره الأجانب (xenophobia)، أو غيرها من أشكال الكراهية القائمة على عدم التسامح، بما في ذلك التعصب الذي تعرب عنه القومية العدوانية، التمييز العرقي والتمييز والعداء ضدّ الأقليات والمهاجرين والأشخاص من أصل مهاجر، وبهذا المعنى يغطّي خطاب الكراهية التعليقات الموجهة بالضرورة ضد شخص أو مجموعة من الأشخاص، فهو بذلك خطاب قائم على شعور داخلي يمكنه أن يتخذ أشكالا تعبيرية واسعة النطاق كما يمكنه التخيّي داخل صيغ مبطنة أو مبهمّة وهذا ما يجعل من الصعب رسم صورة ثابتة له أو تحديد العبارات والألفاظ التي يؤدّي فهمها للإشارة إلى مشاعر الكراهية والتحريض عليها. (الناصر، 2021، الصفحات 37-39).

ويبدو أن الكراهية الرقمية أو ما يسمّيها "زيغوموند باومان" (بالكراهية السائلة)، حيث أن خطابات الكراهية في البيئة الاتصالية الرقمية تتدفق عبر مختلف وسائط متعددة، بممارسات أكثر تحررا وبأشكال سلسلة سريعة ومتناهية، ومن مصادر متعددة، أفرادا وجماعات، ومن داخل الوطن ومن خارجه، إذ نقلت وسائط الاتصال الجديدة خطابات الكراهية من حالتها الكامنة في تخوم وهوامش المجتمع، ومن شكلها الأحادي المعروف المصدر والواضح الاتجاه، لتتقله لأشكاله الظاهرة والتعبير الاستعراضي عنه، وبالتالي نقله من الصوت الواحد للتعديدية لأصواته المتعددة، ومن التمثلات في المخيال الفردي والجماعي للتعرض والممارسة في البيئة الرقمية، ولقد ساهمت مجموعة من العوامل النفسية والسوسيوثقافية في تغذية روافد هذه التدفقات الاتصالية الرقمية، فبعدما



كانت الكراهية تمارس عبر الإكراه المادي، كالتجويع، أو التعذيب الجسدي والفيزيولوجي، والإقصاء الاجتماعي، والتهميش الثقافي، أصبحت الكراهية تمارس عبر فضاءات اتصالية رقمية (Monie, annabelle, hube, & pierre, 2021, p. 125).

المحور الثالث: أشكال التفاعل الرقمي بين شباب حول خطابات الكراهية في وسائل التواصل الاجتماعي.

الجدول 11: يبيّن صور تفاعل الشباب مع منشورات الكراهية

| النسب المئوية | التكرارات | العبارات |
|---------------|-----------|--|
| 03.27% | 06 | أفاعل بوضع إعجاب |
| 22.95% | 42 | أفاعل بوضع أغضبني |
| 14.75% | 27 | أعلق عليها |
| 06.55% | 12 | أرد بالتعليق على تعليق آخر |
| 03.27% | 06 | مشاركتها مع الأصدقاء |
| 49.18% | 90 | أطلع على المحتوى فقط دون أن أفاعل معها |
| 100% | 183 | المجموع |

أكد (49.18%) من الشباب أنهم يطلعون على المحتوى فقط دون أن يتفاعلوا مع خطابات الكراهية، وقال (22.95%) أنهم يتفاعلون بوضع أغضبني، وأشار (14.75%) بأنهم يعلقون على خطابات الكراهية، وأوضح (06.55%) أنهم يردون بالتعليق على تعليق آخر، بينما جاءت متساوية إجابة أفاعل بوضع إعجاب مع مشاركتها مع الأصدقاء بنسبة (03.27%). يستطرد الشباب الجامعي في إجاباتهم مؤكدين أن الميزة التفاعلية التي يوفرها الفيسبوك تمنحهم خيارات عديدة، ويبين هذا أن التفاعل بين مستخدمي الفيسبوك يعتبر تفاعلا حقيقيا، لأنه يسمح بتدفق الاتصال في اتجاهات عديدة، ما يسمح بتصاعد نبرة الخطاب، لكن إذا تعلّق الأمر بقضية خطاب الكراهية الذي يثير الفتن، فسيدي الشباب حذرهم دون إندفاع، فقد أبانت النسبة العالية بـ (49.18%) أنهم يكتفون فقط بالإطلاع على محتوى خطاب الكراهية دون التفاعل معها، ويمكن تفسير هذه النتيجة بالمقارنة مع ما توصلنا إليه سابقا من نتائج في الجدول رقم (08).

إنّ أغلبية الشباب لا يظهرون هويتهم الحقيقية كمستخدمين على الفيسبوك الذين بلغت نسبتهم (44%)، وبهذا فإن مجموع المتفاعلين في هذه النتائج يدركون أن إخفاء هويتهم الحقيقية سيمنح لهم أريحية كبيرة في التعبير والتعليق والتفاعل على خطابات الكراهية في منصة الفيسبوك، وأن الذين يستخدمون هويتهم الحقيقية يتحفظون أو يتخوفون من عواقب التفاعل وإبداء الرأي وربما يشكّل الخلط بين حرية التعبير وبث خطابات الكراهية مشكلا معرفيا وقانونيا لدى شريحة الشباب، فالكثير منهم يعتقد أن خطابات الكراهية هي نوع من حرية التعبير التي باستطاعته توظيفها في بناء محتوى ذو مضمون متعصّب.

واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (الرحامنة 2018) التي أظهرت أن شبكات التواصل الاجتماعي تعمل على إثارة الفتن بين مكونات المجتمع وتؤدي إلى الفرقة والتناحر الناتج عن الاختلاف في الآراء والمواقف فمن خلال التفاعلات تنتج خطابات جديدة للعلن كردود أفعال في شكل ألفاظ أو صور أو فيديوهات مما يزيد تضخم العنف المجتمعي اللفظي والسلوكي، ويزيد معه تحويل العنف والمشكلات الاجتماعية.

مما دلّت عليه النتائج كذلك أن هناك أرضا خصبة لتكاثر خطاب الكراهية يتفاعل معها الشباب باستمرار، ففي دراسة (لمسيح 2018) (شبكات التواصل الاجتماعي وتكريس خطاب الكراهية، دراسة لتواصل رواد شبكات التواصل الاجتماعي)، حيث



كشفت نتائجها عن أبعاد العلاقات الاجتماعية بين رواد شبكات التواصل الاجتماعي وطبيعة تواصلهم وتفاعلهم، وانعكاساتها على أنواع الخطاب المكرّس في تلك الشبكات الاجتماعية، فيما يتعلّق بارتباط خطاب الكراهية بالأفكار والمعتقدات السائدة عند رواد شبكات التواصل، حيث أظهرت الدراسة أن (40%) من المبحوثين تعرّضوا لخطاب الكراهية، وأن (55%) منهم تعرّضوا لها من طرف أناس مجهولي الهوية في إطار معالجة خطاب الكراهية من ناحية الأفكار والمعتقدات (لمسيح، 2017). وفي هذا الاتجاه بيّنت دراسة (السرّحان 2017)، (الإعلام الجديد وخطاب الكراهية: استراتيجية المواجهة)، حيث أظهرت أنّ غالبية أفراد العينة هم من مستخدمي شبكة الإنترنت وبلغت نسبة الذين يعرفون ما المقصود بخطاب الكراهية من الطلبة عينة الدراسة (77.14%)، وهي تعدّ نسبة عالية بالنظر إلى عدد أفراد عينة الدراسة الكلية البالغة (105) مفردة، وبلغت نسبة الذين تعرّضوا لخطاب الكراهية عبر وسائل الإعلام الجديد (28.85%) وهي نسبة عالية أيضا، وتؤشر على أنّ هناك تربة خصبة وممارسة فعلية لخطاب الكراهية عبر الشبكة العنكبوتية، وكان الفيسبوك أعلى المنصات التي تعرض فيها الطلاب لخطاب الكراهية بنسبة (84.65%). (الرحامنة، 2018، صفحة 48).

وتعكس النتائج أن الصفة التفاعلية حاضرة بقوة عند أفراد العينة، وهي صفة طبيعية في الاتصال الشّخصي، والمستخدم على الشبكة ليس مجرد مستقبل للرسائل وإنما منتج لها في ذات الوقت، فهو إما يعمل على التعليق على ما كتبه الغير، أو يرد عليه ويتنقده، وبالتالي فوسائل الإعلام الجديدة على عكس وسائل الإعلام التقليدية تتيح فرصة أكثر للمتلقى بإبداء رأيه والتعليق على الرسالة بشكل آني ومتزامن (بعزيز، 2011، صفحة 69).

الجدول 12: يبيّن مدى مشاركة الشباب في نشر خطابات كراهية على الفيسبوك

| الخيارات | نعم | لا |
|----------|-----|------|
| نعم | 03 | 02% |
| أحيانا | 03 | 02% |
| لا | 144 | 96% |
| المجموع | 150 | 100% |

أوضح (96%) من الشباب أفراد العينة أنهم لا يشاركون في نشر خطابات الكراهية، ونفى (02%) مشاركتهم، بينما أشار (02%) أنهم أحيانا ما يشاركون في نشر خطابات الكراهية.

يقدم الشباب عينة الدراسة مرة أخرى صورة من صور التحضر إذ أكدت النتائج ونسبة عالية جدا جاءت بـ (96%) أن الشباب يمتنع عن نشر خطابات الكراهية، ولعل إدراكهم عن ثقافة عالية ووعي بأصحاب الفتن منشئي صفحات التعصّب وصناع خطابات الكراهية هو من يجعلهم حذرين في هكذا منشورات، ونأي الشاب عن المشاركة في نشر خطابات الكراهية يأتي تأكيدا لما سبق من نتائج، فوعي الشباب أن هناك مسؤولية اجتماعية وقانونية وفي نفس الوقت هي مسؤولية قيمية أخلاقية في نذكل أشكال التطرف التي تدعو إلى زيادة العنف والتعصب والكراهية في المجتمع مهما كانت أطراف الشباب.

وتعكس النتائج دور القيم الأخلاقية الرفيعة كرقب ذاتي في المشاركة في صناعة خطاب الكراهية، رغم أنهم تعرّضون باستمرار لمضامين تدعو إلى أشكال عديدة من التعصب والفتن التي تخلق الفرقة، ويلعب دور المستخدم هنا أثرا بالغا في طبيعة التفاعل وصناعة خطابات الكراهية، وكذا نعزو هذا الأمر إلى دور المحيط الاجتماعي المؤثر في ثقافة الشباب ودفعهم إلى تبني خطابات العنف والكراهية الرقمية، حيث أكدت دراسة "الخصاولة" أن (66%) من أفراد العينة يرون من وجهة نظرهم أن للمحيط



الاجتماعي دورا في تكريس خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويعود إلى تأثير الشخص بالسلوكيات السائدة في المجتمع المحيط به، تؤثر به ويتفاعل معها، فإن كان هذا المجتمع يسود فيه خطاب الكراهية وعدم تقبل الآخر فإن ما ينطبق على هذا المجتمع ينسحب إلى الفرد الذي يعيش ضمنه، إضافة إلى أن تعرض الشخص إلى خطاب الكراهية بمختلف أنواعها ضمن مجتمعه المحيط به تصبح من طبيعته نشر مثل تلك الخطابات (الخصاولة و العتوم، 2021، صفحة 313)، كما تتفق النتائج أيضا مع دراسة (لمسيح 2017) حيث أكد (92%) من الباحثين أنهم يفضلون خطابا جديدا وبديلا للحد من خطاب الكراهية، ولقد أظهرت نتائج البحث أن للجوانب الاجتماعية دور في تكريس خطاب الكراهية والتحريض على العنف وخاصة الظروف والممارسات المرتبطة بالمحيط الاجتماعي للزواد الباحثين، حيث يعتبر عدد لا بأس به أن خطاب الكراهية متنفس أو كرد فعل ما هو ممارس في واقعهم الاجتماعي الوقت الذي أقرت نسبة (81%) بتأثير حياتهم الاجتماعية بخطاب الكراهية الممارس في شبكات التواصل (لمسيح، 2017)، ومن جهة ثانية بينت دراسة (الرحامنة 2018) أن دور شبكات التواصل الاجتماعي تجاه خطاب الكراهية والعنف المجتمعي يعتمد على طبيعة المستخدم ومستواه الاجتماعي والتعليمي والمجتمع الذي يحيط فيه.

وأظهرت دراسة (القصري 2011) (رأيا لصحفيينا لأردن بيمواقعتواصل اجتماعي)، أن انتشار الإعلام بالبدائل أنوعا من الحرية الإعلامية، وحرية إبداء الرأي وسماحاً لآخر مما جذب الأفراد فيرغم مستو بالنقد البناء وتطور جودة الخدمات، وبيئتالدراسة وجود علاقة هامة بين الالتزام بالعادة والتقاليد، والالتزام بالمعتقدات الدينية والعنفو الجريمة والإعلام بالبدائل وأوصتالدراسة بضرورة العمل لزيادة المحتوى

الإعلام العربي والاهتمام بالمواقف المتعددة لتلنشر آراء الأفراد بحيثيساهم في توعية الأفراد الذين يساهمون في نشر آرائهم الإيجابية وتجنب الآراء السلبية والتيلابم كنها أنتشكلا يفائدة للمجتمع والفرد، والعمل على تهئية منتديات تجذب بالمساهمين والمستخدمين في مواضيع تهتم بالنقد البناء واقتراح الحلول للمشكلاتوال عمل على رفع مستو الحرية بتفيا إبداء الرأي في الإعلام التقليدي بالذي يتميز بالدقة والموثوقية. (القصري، 2011).

الجدول 13: يبين نطاق الحرية في الفيسبوك المسموح به لطرح خطابات الكراهية

| النسب المئوية | التكرارات | العبارات |
|---------------|-----------|-----------|
| 10% | 15 | غالبا |
| 12% | 18 | غالبا جدا |
| 18% | 27 | أحيانا |
| 06% | 09 | نادرا |
| 54% | 81 | أبدا |
| 100% | 150 | المجموع |

جاءت نتائج الجدول كالاتي: قال الباحثون أن الفيسبوك منح لهم نطاقا واسعا من الحرية ليطرحوا من خلاله خطابات الكراهية حيث نجد (54%) منهم قال أبدا، يليه (18%) أحيانا، ثم يليه (12%) غالبا جدا، ويليه (10%) غالبا، وفي الأخير (06%) نادرا.

إن مساحات التعبير في فيسبوك لا حدود لها، فهو بوابة التفاعلات والحريات وصناعة الرأي العام، لكن الشباب أفراد العينة يؤكدون أن الفيسبوك يقيّد حريتهم اتجاه مضامين الكراهية، وهذه النتيجة في تصورنا تزيد تأكيدنا لنتائج الجدول السابق، فالشباب إضافة إلى الوازع القيمي الذاتي الذي يقيّد حريتهم إلا أن هناك شروط نشر المحتوى المتعصب الذي يخالف قوانين الفيسبوكالذي يمنع النشر وأي خطاب كراهية على منصاته.



وتعكس النتائج تغيرا في قوانين وشروط مجتمع الفيسبوك التي بدأ العمل بها قبل سنوات، نظرا للمطالبات الكثيرة من منتسبي وسائل التواصل الاجتماعي عبر العالم في محاربة خطاب الكراهية والتحريض عليه، حيث كشفت دراسة (لمسيح) أن درجة تكريس خطاب الكراهية يرتبط بعدم فرض شروط الدخول والتقييد بها وعدم التجريم والرّدع، حيث أن نسبة (50%) يوافقون على فرض الرقابة على مواقع التواصل الاجتماعي للحد من خطاب الكراهية ولغة العنف، ونسبة (80%) تقرر بموافقتها الكلية والجزئية وفرض شروط الدخول لهذه الشبكات والتقييد بها والحد من خطاب الكراهية والتحريض على العنف. (لمسيح، 2017).

ومع أن كلا من Google و Twitter و Facebook و Microsoft قد وافقت بتاريخ 31-05-2016 على مدونة ضبط السلوك لخطاب الكراهية حيث ورد فيه: (لا يسمح بالمحتوى الذي يهاجم الأشخاص على أساس عرقهم الفعلي أو سلالتهم، أو الأصل القومي أو الديانة أو الجنس أو الهوية أو الجنسية أو الإعاقة أو المرض)، إلا أنه في الوقت ذاته قالت بأنها تسمح بالتعبيرات التي تنشر على سبيل الدّعاية أو السّخرية، والتي قد يعتبرها البعض تهديدا أو هجوما، ويتضمن المحتوى مثلا: التّكث والأعمال الكوميديّة، وكلمات الأغاني ونحوها، ويبدو أن التناقض يتضح سريعا في تعريفهم لخطاب الكراهية، إذ أن السؤال المطروح ما هو معيار التعبيرات الساخرة من التعبيرات الجديّة؟ وهذا بالطبع يعتمد على النوايا، والنوايا جوانب من غير الممكن الوصول إليها بسهولة. وحسب الدراسات اللّغوية في تحليل الخطاب، فالدراسات بنظرية التهذيب تخبرنا بأن المتحدثين لا يرتدون نواياهم، أي لا يمكن للشخص مثلا معرفة النوايا من النظر، سواء إلى المتكلم أو إلى كتاباته على الفيسبوك أو غيره). (المنصور و السوداني، 2016، صفحة 39).

الجدول 14: يبيّن تفاعل الشباب مع المنشورات التي تدعو إلى التقارب و بث ثقافة التسامح.

| النسبة المئوية | التكرارات | العبارات |
|----------------|-----------|--|
| 44.30% | 105 | الإعجاب بالمنشور |
| 26.58% | 63 | التعليق على المنشور |
| 08.86% | 21 | أرد على التعليق في المنشور |
| 05.06% | 12 | وضع منشور جديد ينبذ الكراهية ويدعو للتسامح |
| 15.18% | 36 | الاكتفاء بالقراءة |
| 100% | 237 | المجموع |

أوضحت النتائج أنّ نسبة (44.30%) من المبحوثين يتفاعلون مع الخطابات التي تدعو إلى التقارب و بث ثقافة التسامح، يليه التعليق على المنشور بنسبة (26.58%)، ثم الإكتفاء بالقراءة بنسبة (15.18%)، ويليه أرد على التعليق في المنشور بنسبة (08.86%)، وفي الأخير نجد وضع منشور جديد ينبذ الكراهية ويدعو للتسامح بنسبة (05.06%).

تظهر نتائج الجدول أن أفراد العينة تنوّعت تفاعلاتهم مع الخطابات التي تبث ثقافة التسامح، حيث تؤكّد طائفة أن تفاعلها مع المنشورات يتمثّل في إبداء الإعجاب بنسبة عالية (44.30%)، وتنوّعت البقية بين التعليق والاكتفاء بالقراءة فقط.

وتعكس النتائج أن أفراد العينة نشطون في التفاعل على المنصة ويستغلون خدماتها الفورية؛ في التعليقات والإعجابات والرّدود، كمحاولة لهم لتغيير الاتجاه السائد، وهو ما يبيّن ميل الشباب نحو مضامين التسامح ونبذ الكراهية، وانفتاحه على العالم المتعدّد الثقافات المتنوع الخطابات، فقط توصلت دراسة (بلعباس 2022) أن (22%) من الشباب يستخدمون الفيسبوك لغرض



الدردشة وتلتها (13.53%) من الشباب يتفاعلون مع المضامين الرقمية نشرا ومشاركة وتعليقا على الصور والفيديوهات والكتابات الحائطية (بلعباس ب، 2022، صفحة 740)، كما أظهرت دراسة (كوكش 2017) التعرف على الدور الذي تؤديه شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح والتعايش الإيجابي، ردًا على ثقافة الكراهية وخطاب التطرف، حيث توصلت الدراسة إلى وجود درجة مرتفعة ودالة إحصائيا لتوفر موضوعات ثقافة التسامح المعروضة على شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية، كما بيّنت (دراسة صفرار) (دور وسائل التواصل الاجتماعي عززت من قيمة الأخوة بين المواطنين)، حيث أكدت على اللّحمة الوطنية بين أفراد المجتمع واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي لتعزيز التكافل والتعاون ومعاونة المحتاج (الرحامنة، 2018).

ويجب أن نؤكد على دور التربية الإعلامية في الوقاية من انتشار واستفحال خطابات الكراهية وبث التطرف، حيث أشار الدكتور "بوخنوفة عبد الوهاب" إلى أن التربية الإعلامية هي حقل ناشئ متعلق بالعمليات المرتبطة بمعرفة وسائل بالإعلام الجماهيرية وتكنولوجيا الاتصال بما فيها القدرات على تسيير واستخدام وسائل الإعلام والتحليل النقدي لمحتوياتها وشكلها وبنيات ووسائل الإعلام وفهم السياق الاقتصادي والاجتماعي والسياسي والذي تبني من خلاله هذه الرسائل وتقييم أثر وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع. (بوخنوفة، 2007/2006، صفحة 78).

النتائج العامة للدراسة: توصلن الدراسة إلى جملة من النتائج نعرضها كما يلي:

1. يؤكد (44%) من الشباب يستخدمون الفيسبوك أكثر من أربع ساعات يوميا، و(33%) من الشباب يستخدمون الفيسبوك من ساعتين إلى أربع ساعات.
2. أكد (70%) من الشباب أن الفيسبوك أصبح جزءا من نشاطهم اليومي، بينما أشار (30%) بأحيانا، بينما جاءت إجابة الشباب بنسبة (0%).
3. أكد الشباب أنهم يستخدمون الفيسبوك لزيادة المعلومات بنسبة (25.96%)، يليه (20.19%) يسهل التفاعل مع الآخرين، ثم يليه (19.23%) بغرض الحصول على معلومات غير متاحة في وسائل الإعلام الأخرى، ويليه (12.50%) بغرض التواصل مع أناس لهم نفس الأفكار.
4. إن أكثر أنواع خطابات الكراهية في الفيسبوك هي خطابات دينية بنسبة (22.76%) يليها الخطاب السياسي بنسبة (27.64%)، ثم الخطاب الاجتماعي والخطاب الرياضي بنسبة (19.51%)، ثم الخطاب الترفيهي بنسبة (10.56%).
5. يقدم الفيسبوك خطاب الكراهية في شكل منشورات -كتابات- حائطية وأصحاب هذا الرأي يمثلون نسبة (34.61%) يليه الصور بنسبة (28.84%)، ثم يليها فيديوهات الشخصيات الرسمية و مقاطع فيديو شخصية بنسبة (18.26%).
6. (44%) من الشباب لا يستخدمون هويتهم الحقيقية أثناء التفاعل أو المشاركة في خطابات الكراهية على الفيسبوك، بينما (42%) من الشباب الجامعي يستخدمون هويتهم الحقيقية أثناء التفاعل أو المشاركة في خطابات الكراهية على الفيسبوك.
7. (31.25%) من الشباب يرون أنّ أكثر خطابات الكراهية استفزازا على الفيسبوك هي التمييز الديني، يليه التمييز العرقي بنسبة (20.53%)، ثم التمييز الإثني بنسبة (19.64%)، ويليه التمييز السياسي بنسبة (16.96%)، وحلّ في مرتبة أخيرة التمييز على أساس اللون بنسبة (11.60%).



8. يصف (38%) من الشباب الجامعي خطابات الكراهية بأنها خطابات سخريّة واستهزاء، يليه (36%) يرونها خطابات عنصريّة وخطابات كراهية سب وشتّم، ويليها (20%) هي خطاب يحرض على العنف، و(8%) هو شكل من أنواع التعبير، ثم (2%) فقط يرونها خطاب عادي، وحلّ في الأخير خطاب ترفيهي فكاهي بنسبة (0%) فقط.
9. (49.18%) من الشباب الجامعي يطلّعون على المحتوى فقط دون أن يتفاعلوا مع خطابات الكراهية، وبينما (22.95%) يتفاعلون بوضع أغضبني، ويليّه (14.75%) يعلّقون على خطابات الكراهية، و (6.55%) يدخلون في نقاش حيث يرّدون بالتعليق على تعليق آخر.
10. (96%) من الشباب لا يشاركون في نشر خطابات الكراهية، ويليّه (2%) فقط من يشاركون، ويليّه (2%) قالوا أحيانا ما يشاركون في نشر خطابات الكراهية.
11. أنكر (54%) من الشباب أنالفيسبوك منح لهم نطاقا واسعا من الحرية ليطرحوا من خلاله خطابات الكراهية، يليه (18%) قالوا أحيانا، ثم يليه (12%) قالوا غالبا جدا، ويليّه (10%) غالبا، وفي الأخير (6%) نادرا.
12. (44.30%) من الشباب يتفاعلون مع الخطابات التي تدعو إلى التقارب وبث ثقافة التسامح، يليه التعليق على المنشور بنسبة (26.58%)، ثم الإكتفاء بالقراءة بنسبة (15.18%)، ويليّه أردّ على التعليق في المنشور بنسبة (8.86%)، وفي الأخير نجد وضع منشور جديد ينبذ الكراهية ويدعو للتسامح بنسبة (5.06%).

خاتمة:

لعب التفاعل الرقمي في وسائل التواصل الاجتماعي أهمية كبيرة يستمدّها من اتساع الفضاء الرّقمي ورغبة الشباب في إبداء آرائهم، حيث يتم استغلال الظروف والأزمات لخلق التّعرات والالتحاما عبر صفحات الكراهية، وهو ما يسهم في إيجاد نمط آخر من الفكر التطرفي، وما لاحظناه كثيرا في السّجلات الدينية والمناسبات الرياضية وغيرها الكثير خير دليل على ذلك، كما لعب من يسمّون بالمؤثرين الاجتماعيين في صناعة محتوى عنصري تمييزي مسيء، مستخدمين عدة مصطلحات تنتج الكراهية كمصطلح (Mims) وغيره، لكننا نعول على فطنة الشباب وحذقه في التعامل والتفاعل مع المضامين والمحتويات المتطرفة، ونقول أنه كما يمكن استغلال وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الأفكار الهدامة عبر الصفحات والوقوع في فخ المؤثرين، فإنه كذلك يمكن استغلالها في جوانب إيجابية متعدّدة توظف القيم السّامية لتمير رسائل نبيلة تؤثر في الشباب المستخدم وينعكس على تفاعله الإيجابي رقميا واجتماعيا في الواقع، ما يؤسس لفضاء رقمي يحتكم إلى سياقات مختلفة منبعها الدين والقيم والتربية.



قائمة المراجع:

الكتب:

1. إبراهيم بعيز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ط1، 2011
2. ابن منظور، لسان العرب، المحرر محمد مكرم بن علي، دار صادر بيروت، 2010.
3. أنطونيو كاسيزي، القانون الجنائي الدولي، ترجمة ونشر مكتبة صادر ناشرون، بيروت، ط1، 2015.
4. حسن عماد مكاوي؛ ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط12، 2016
5. محمد السيد حلاوة؛ رجاء علي عبد العاطي، العلاقات الاجتماعية للشباب بين دردشة الإنترنت والفيس بوك، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الاسكندرية، مصر، 2011
6. محمد المنصور؛ حسن السوداني، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقين، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان ط1، 2016.
7. علباء سامي عبد الفتاح، الإنترنت والشباب: دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي، دار العالم العربي القاهرة، ط1، 2009
8. عبد الوهاب إبراهيم، الشباب وقضايا التنمية والتخلف في المجتمع المصري، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 1990.
9. معجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2004.
10. محمد عبد الحميد، وآخرون، في وسائل الإعلام من المنادي إلى الإنترنت، دار الفكر العربي، القاهرة، 2009
11. محمود محمد الزيني، سيكولوجية النمو والدفاعية: الأسس والتطبيقات في التربية الرياضية ورعاية الشباب، دار الكتب الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1969.
12. مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني: الأسس والآفاق، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015
13. فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر المعاصر، دمشق، سوريا، 2002.
14. يوسف كايفي، الإعلام التفاعلي، دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2016

الأطروحات:

15. عبد الوهاب بوخنوفة، المدرسة، التلميذ والمعلم وتكنولوجيات الإعلام والاتصال: التمثيل والاستخدام، أطروحة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، الجزائر، 2007/2006.
16. مريم مراكشي، استخدام شبكات التواصل الاجتماعية وعلاقته بالشعور بالوحدة لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة ماجستير في علم النفس، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، الجزائر، 2014.
17. مريم ناريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره على العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي الفيسبوك في الجزائر، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاح لخضر، الجزائر، باتنة، 2012
18. ناصر الرحامنة، خطاب الكراهية في شبكة الفيسبوك في الأردن دراسة مسحية، دراسة ماجستير في الإعلام والاتصال، قسم الصحافة والإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2018.



19. فيصل مظفر عبد الله القصيري، رأي الصحفيين الأردنيين بمواقع التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2011.

المقالات:

20. أحمد صخر الخضولة؛ علي سهل العتوم، دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين: دراسة ميدانية، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الشرعية والقانونية، مجلد 29، العدد 01، 2021

21. بلعباس يوسف، الميديا الجديدة بين تفاعلات الشباب ومنطق التأثير: سؤال البيئة الرقمية وتجلياتها الثقافية في حياة الشباب، مجلة بحوث دراسات الميديا الجديدة، المجلد 03، العدد 01، 2022.

22. بلعباس يوسف، اللّغة العربية في وسائل التواصل الاجتماعي بين مآلات الاضمحلال ومقومات الصّمود، دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفيسبوك من طلبة اللّغة العربية بغليزان، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 07، العدد 02، أبريل 2022.

23. خالد المسيح، شبكات التواصل الاجتماعي وتكريس خطاب الكراهية: دراسة لتواصل رواد شبكات التواصل الاجتماعي المجلة المغربية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المغرب، العدد 2017، 1.

24. سلامي أسعيداني؛ ليلي فقيري، واقع خطاب الكراهية والتحريض عليها في وسائط الإعلام والاتصال وآليات الحد منها قراءة إعلامية في تقرير الأمم المتحدة 2014، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، مجلد 02، عدد 03، 2021.

25. عمارة الناصر، خطاب الكراهية: التحديات وسبل المواجهة، Istanbul Journal of Arabic Studies (ISTANBULJAS) المجلد 04، العدد 01، 2021.

26. مسفر بن عبد الله البشر، دور وسائل الإعلام في مواجهة ثقافة الكراهية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، مجلة الدراسات العقدية ومقارنة الأديان، مجلد 7، العدد 01، عدد السنة: 2017/06/15.

27. مصطفى سحاري؛ أمينة نبیح، مواقع التواصل الاجتماعي وصناعة خطاب الكراهية في الجزائر: دراسة وصفية لعدة نماذج عبر صفحات الفيسبوك، مجلة الدراسات الإعلامية، مجلد 3، عدد 12، 2017.

المدخلات:

28. أبو زيد الشويقي، بعض المشكلات السلوكية المرتبطة باستخدام الإنترنت لدى الشباب السعودي، بحث في المؤتمر الدولي الرابع للشباب الخليجي، الديوان الأميري، الكويت، ديسمبر 2003.

29. بريق حسين جمعة الربيعي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء خطاب الكراهية. (جامعة صلاح الدين، أربيل كردستان، العراق) تم الاسترداد من المؤتمر الدولي لخطاب الكراهية وأثره في التعايش المجتمعي والسلمي الإقليمي الدولي، (مارس، 2019): https://www.researchgate.net/publication/332130735_dwr_mwaq_altwasl_alajtmay_fy_bna_khtab_alkrahyt



مواقع الأنترنت:

30. المعاني الجامع، تاريخ الاسترداد 04 02 ,2022، من <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/>
31. زكي الميلاد، الكراهية المعنى والمفهوم. تم الاسترداد من <http://www.almilad.org/page/text.php?nid=279>
32. شيماء الهواري، مفهوم خطاب الكراهية في الشرعية الدولية. المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والاقتصادية والسياسة، 17 أكتوبر 2017، تاريخ الاسترداد 28 جانفي 2022 من <https://democraticac.de/?p=50107>
33. قاموس كامبردج. تم الاسترداد من <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/hate-speech>
34. Boyd Donah M, Ellison Nicole B. (2007). social network sites; definitions, history scholarship .university of California.
35. Cachia Romina .(2008) .Social Computing: Study on the Use and Impact of Online Social Networking ;JRC scientific and technical reports. (Online): ftp.jrc.es/EURdoc/JRC48650.Pdf.
36. Gunter Sherry Kinkoph . Third Edition. (2010). Same teach Yourself Facebook in 10 minutes.Indianapolis. Indiana.
37. Learners Pocket Oxford .4th Edition .(2008) .Dictionary .Fourth edition.
38. Monie Angelik, annabelle seoane. hubenicolas, pierreleroux. (2021). discours de haine dans les reseaux socionumeriques. Mots les langues du politique, ENS editions, (en ligne).consulte 07/02/2022
39. Robert, dictionnaire de la langue française, 2006.
40. Ra. Hill, Rim. Dumbar. (2009). Social Network Size In Humans .London : Harvard Business Press.