

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية



دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار خطاب التمييز والكرامية

- دراسة مسحية على عينة من المستخدمين الجزائريين -

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه (L. M. D) في علوم الإعلام والاتصال

تخصص إعلام جديد وقضايا المجتمع

إشراف الأستاذ:

د. أحمد أمين فورار

إعداد الطالبة:

نورة مرياي

| لجنة المناقشة | | |
|---------------|----------------------------|-----------------|
| رئيسا | جامعة محمد خيضر - بسكرة - | مختار فرزولي |
| مشرفا ومقررا | جامعة محمد خيضر - بسكرة - | أحمد أمين فورار |
| عضوا مناقشا | جامعة محمد خيضر - بسكرة - | مسعودة طلحة |
| عضوا مناقشا | جامعة محمد خيضر - بسكرة - | محمد طه فريجة |
| عضوا مناقشا | جامعة 8 ماي 1945 - قالمة - | علي سردوك |
| عضوا مناقشا | جامعة يحيى فارس - المدية - | أحمد شريف بسام |

السنة الجامعية: 2025/2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرفان

أتوجه بجزيل الشكر

أولاً وقبل كل شيء للمولى عز وجل على توفيقه لنا لإنجاز وإتمام هذا العمل المتواضع، فله كمال الشكر وتمام المنة.

واعترافاً بالجميل أقدم بخالص الشكر والعرفان وعبارات التقدير والامتنان للأستاذ المشرف على هذا العمل *د. أحمد أمين فورار* نظير النصائح العلمية، والتوجيهات القيمة، والتسهيلات المقدمة، وعمه لنا طيلة فترة إعداد هذه الدراسة.

كما يسرني أن أعبر عن خالص امتناني وتقديري للأستاذة المحكمين، ولكل الأساتذة المشاركين في المقابلة على تعاونهم المثمر، ومشاركتهم القيمة.

والشكر موصول إلى جميع أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة
جيجل وبسكرة، وكل من قدم لي يد العون في مسيرتي العلمية.

نورة مرياي

إهداء

**** أهدي هذا العمل ****

إلى أُمي الغالية ... التي صبرت معي على متاعب إنجاز هذا العمل

وإلى والدي ... أدام الله عليه الصحة والعافية

إلى من تقاسمت معي تفاصيل رحلتي العلمية ... أخواتي

إلى إخوتي ... وكل عائلتي

إلى صديقاتي ... زملائي ... وزميلاتي

إلى أساتذتي وكل من علمني حرف

وكل من ساندني في مشواري العلمي

لكل من سيقرا ويستفيد من هذا العمل ... الذي أرجو من الله تعالى أن ينفع به، ويجعله

خالصا لوجه الكريم.

نورة مرياي

ملخص:

أصبح خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر أمرا مقلقا، وبدأ يأخذ في السنوات الأخيرة مناحي وأبعاد خطيرة، لا سيما خلال الأحداث الكبرى وفي أوقات الأزمات السياسية والاجتماعية والثقافية، وقد قدمت هذه الدراسة تصورا علميا ورؤية منهجية للدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي بكافة أنواعها، في تنامي وانتشار خطاب التمييز والكراهية بين مستخدميها.

واستهدفنا من خلال دراستنا مناقشة هذه الظاهرة من جميع أبعادها، انطلاقا من محاولة التعرف على مظاهر خطاب التمييز والكراهية وأشكاله وأساليبه عبر شبكات التواصل الاجتماعي، مروراً بتحديد دوافعه وأسبابه، وكذا قياس مدى إدراك المستخدمين ووعيهم بانعكاساته الفردية والمجتمعية، وأخيرا بحث طرق التصدي له ومواجهته.

ومن أجل بلوغ ذلك تم الاعتماد على المنهج المسحي بالتطبيق على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر، وعبر استخدام الاستبيان الإلكتروني كأداة رئيسية لجمع البيانات، على عينة قوامها 415 مبحوث، بالإضافة إلى توظيف المقابلة كأداة مساعدة، وقد خلصنا إلى مجموعة من النتائج نبرزها كالآتي:

- يعتبر الخطاب الثقافي، السياسي، والديني، من أكثر خطابات التمييز والكراهية شيوعا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تعد ثلاثية "الدين والسياسة والثقافة" من أبرز المحاور التي تشكل القيم والهوية، والتي غالبا ما تكون مجالات للاستقطاب الحاد، مما يجعل النقاشات حولها عاطفية وعدائية، ويؤدي إلى تصاعد خطابات إقصائية أو تحريضية.

- يعد التمييز والعنصرية، إلى جانب انتشار كل من ألفاظ وعبارات السب والإهانة والشتن، وأيضا السخرية والاستهزاء، كأكثر أشكال خطاب التمييز والكراهية تداولاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يحيل إلى التندي واللاأخلاقية وعدم احترام التنوع والاختلاف في النقاش والحوار، وشيوع ثقافة التعبير العدائي لدى الجمهور الجزائري.

- إن أغلب أفراد العينة لا يتفاعلون مع المنشورات الدالة على التمييز والكراهية، وقد يعكس هذا التصفح السلبي مزيجا من نقص الوعي الرقمي، وضعف الشعور بالمسؤولية الاجتماعية، كما أن الكثير يجهلون كيفية وآليات الإبلاغ عن هذه المنشورات أو بسبب الخوف من التبعات والمساءلة القانونية.

- يعتبر غياب ثقافة الحوار وعدم احترام التباين في الآراء والمواقف، وكذا اختلاف القيم الاجتماعية والأخلاقية، ونقص الوعي وغياب التحصين الفكري للأفراد، من أهم الأسباب التي تسهم في تفشي خطاب التمييز والكراهية.

- إن المبالغة وتضخيم الأحداث لتشويه الحقائق وإشاعة الخوف بين المستخدمين تعتبر من بين أكثر الأساليب استخداما في الترويج لخطابات التمييز والكراهية عبر المواقع التواصلية، حيث يتم استخدامها كآلية للتأثير النفسي لدى الأفراد لتضخيم حدة التهديدات وإضعاف التفكير العقلاني، ورفع القابلية لتقبل الأفكار المتطرفة والعنصرية.

- من بين أخطر الانعكاسات والتأثيرات السلبية لخطاب التمييز والكراهية على المستوى الفردي والمجتمعي، انتشار وتنامي التعصب والفكر المتطرف بين الأفراد، وتهديد وحدة المجتمع وتماسكه وإضعاف بنيته الداخلية، وتغذية العنف بمختلف صوره وأشكاله.

- تلعب المؤسسات القضائية الدور الأهم والمركزي في التصدي لخطاب التمييز والكراهية، غير أن بناء استراتيجية فعالة لمواجهة هذا الخطاب لن تكون إلا بالتكامل بين عملها وعمل كل من المؤسسات الإعلامية، منظمات المجتمع المدني، مؤسسات الضبط الاجتماعي، وشركات التواصل الاجتماعي مجتمعة.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، خطاب الكراهية، التمييز العنصري، المستخدمين الجزائريين.

Abstract:

Hate speech on social media platforms in Algeria has become a concerning issue, taking on serious dimensions and trends in recent years, especially during major events and times of political, social, and cultural crises. This study provides a scientific perspective and a methodological vision of the role that various types of social media platforms play in the growth and spread of discriminatory and hate speech among their users.

Through our study, we aimed to examine this phenomenon from all its dimensions. Starting with an attempt to identify the manifestations, forms, and methods of discriminatory and hate speech on social networks, we then sought to determine its motives and causes, as well as measure users' awareness of its individual and societal repercussions. Finally, we explored ways to counter and confront it.

To achieve this, we relied on a survey methodology applied to social media users in Algeria, using an online questionnaire as the primary data collection tool with a sample of 415 respondents, in addition to employing interviews as a supplementary tool. We reached a set of key findings, which we highlight as follows:

- Cultural, political, and religious discourse are among the most common forms of discriminatory and hate speech on social media. The triad of "religion, politics, and culture" represents key pillars of values and identity, often becoming focal points for intense polarization. This transforms discussions into emotionally charged and hostile debates, leading to the escalation of exclusionary or incendiary rhetoric.

- Discrimination and racism, along with the widespread use of insults, offensive language, slurs, mockery, and ridicule, rank among the most prevalent forms of hate speech on social media. This reflects a decline in ethical discourse, a lack of respect for diversity and differing opinions in debate, and the normalization of hostile expression among Algerian social media users.

- Most surveyed individuals do not engage with posts containing discriminatory or hateful content. This passive browsing behavior may reflect a combination of low digital literacy, weak social responsibility, and a lack of knowledge about reporting mechanisms often compounded by fear of legal consequences.

- The absence of a dialogue culture, disrespect for differing opinions, clashes in social and moral values, as well as insufficient awareness and critical thinking skills, are among the primary drivers behind the spread of discriminatory and hate speech.

- Exaggeration and distortion of facts to instill fear among users rank among the most common tactics for promoting hate speech on social platforms. These methods serve as psychological manipulation tools amplifying perceived threats, undermining rational thought, and increasing susceptibility to extremist and hostile ideologies.

- Among the most severe consequences of discriminatory and hate speech at both individual and societal levels are the proliferation of intolerance and

extremist ideologies, the erosion of social cohesion, the weakening of communal structures, and the escalation of violence in all its forms.

- While judicial institutions play the pivotal role in combating hate speech, developing an effective counter-strategy requires integrated efforts across multiple stakeholders: media organizations, civil society groups, social regulatory bodies, and social media companies working in concert.

Keywords: Social media platforms, hate speech, racial discrimination, Algerian users.

فهرس الموضوعات

| الصفحة | المحتوى |
|---|---|
| / | ملخص |
| / | فهرس الموضوعات |
| / | فهرس الجداول |
| أ-ج | مقدمة |
| الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة. | |
| 20 | أولاً: الإطار المفاهيمي. |
| 20 | 1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها. |
| 24 | 2- أسباب اختيار موضوع الدراسة. |
| 25 | 3- أهمية الدراسة وأهدافها. |
| 28 | 4- التأسيس المفاهيمي للدراسة. |
| 41 | ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة. |
| 41 | 1- منهج الدراسة وأدواتها. |
| 52 | 2- مجتمع الدراسة وعينتها. |
| 55 | 3- مجالات الدراسة. |
| 57 | ثالثاً: الدراسات السابقة والخلفية النظرية للدراسة. |
| 57 | 1- الدراسات السابقة. |
| 75 | 2- الخلفية النظرية للدراسة. |
| الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة. | |
| 97 | أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي. |
| 97 | 1- مواقع التواصل الاجتماعي: سياق ظهورها وتطورها التاريخي. |
| 101 | 2- الملامح العامة لمواقع التواصل الاجتماعي: الخصائص والخدمات. |
| 105 | 3- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي وأهم نماذجها. |
| 112 | 4- استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي. |
| 115 | 5- إشكاليات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتقييم تأثيراتها. |
| 117 | 6- واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر. |

| | |
|--|--|
| 121 | ثانيا: خطاب التمييز والكراهية. |
| 121 | 1- خطاب التمييز والكراهية: إشكالية المفهوم والجذور التاريخية. |
| 126 | 2- مستويات خطاب التمييز والكراهية وأشكاله. |
| 128 | 3- دوافع وأسباب خطاب التمييز والكراهية. |
| 132 | 4- تأثيرات خطاب التمييز والكراهية وانعكاساته. |
| 135 | 5- الإطار القانوني والتشريعي لخطاب التمييز والكراهية. |
| 139 | 6- الضوابط التشريعية والقانونية لخطاب التمييز والكراهية في الجزائر. |
| 142 | ثالثا: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في نشر خطاب التمييز والكراهية. |
| 142 | 1- ظاهرة التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتحول فضاء الممارسة. |
| 144 | 2- تمظهرات خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي: رصد لأهم أشكاله وآليات وأساليب نشره. |
| 147 | 3- مواقع التواصل الاجتماعي كفضاءات لممارسة وانتشار خطاب التمييز والكراهية. |
| 150 | 4- خطاب التمييز والكراهية وتداعياته عبر مواقع التواصل الاجتماعي في السياق الجزائري. |
| 153 | 5- مواجهة مد خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي: آليات الوقاية والمواجهة. |
| الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة. | |
| 161 | أولا: عرض وتحليل نتائج الدراسة. |
| 161 | 1- عرض وتحليل نتائج محور السمات العامة والاستخدام. |
| 185 | 2- عرض وتحليل نتائج محور خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأساليب التفاعل معه من طرف المستخدمين. |
| 231 | 3- عرض وتحليل نتائج محور دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار خطاب التمييز والكراهية. |
| 252 | 4- عرض وتحليل نتائج محور انعكاسات انتشار خطاب التمييز والكراهية على المستخدمين الجزائريين عبر مواقع التواصل الاجتماعي. |
| 263 | 5- عرض وتحليل نتائج محور مواجهة خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. |

| | |
|-----|--------------------------------|
| 285 | ثانيا: النتائج العامة للدراسة. |
| 296 | خاتمة وتوصيات. |
| 299 | قائمة المصادر والمراجع |
| 319 | الملاحق |
| 320 | الملحق 01: استمارة الاستبيان. |
| 329 | الملحق 02: دليل المقابلة. |
| 335 | الملحق 03: تفريغ المقابلات. |

فهرس الجداول

| الصفحة | الجدول |
|--------|--|
| 48 | الجدول رقم (01): يوضح البيانات الخاصة بالأساتذة المشاركين في المقابلة. |
| 50 | الجدول رقم (02): يمثل الأساتذة المحكمين لاستمارة الاستبيان. |
| 50 | الجدول رقم (03): يوضح كيفية احتساب نسبة التوافق بين المحكمين. |
| 161 | الجدول رقم (04): يوضح جنس أفراد العينة. |
| 162 | الجدول رقم (05): يوضح الفئة العمرية التي ينتمي إليها أفراد العينة. |
| 164 | الجدول رقم (06): يوضح المستوى التعليمي لأفراد العينة. |
| 165 | الجدول رقم (07): يوضح الوضعية المهنية لأفراد العينة. |
| 166 | الجدول رقم (08): يوضح المستوى المعيشي لأفراد العينة. |
| 167 | الجدول رقم (09): يوضح مكان إقامة أفراد العينة. |
| 168 | الجدول رقم (10): يوضح منطقة انتماء أفراد العينة. |
| 169 | الجدول رقم (11): يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل أفراد العينة استخدامها. |
| 171 | الجدول رقم (12): يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل أفراد العينة استخدامها حسب متغيري الجنس والسن. |
| 173 | الجدول رقم (13): يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل أفراد العينة استخدامها حسب متغيري المستوى التعليمي والوضعية المهنية. |
| 175 | الجدول رقم (14): يوضح مدة تصفح أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي. |

| | |
|-----|---|
| 177 | الجدول رقم (15): يوضح مدة تصفح أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغيري الجنس والسن. |
| 178 | الجدول رقم (16): يوضح مدة تصفح أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغيري المستوى التعليمي والوضعية المهنية. |
| 180 | الجدول رقم (17): يوضح الهوية المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من قبل أفراد العينة. |
| 181 | الجدول رقم (18): يوضح الهوية المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من قبل أفراد العينة حسب متغيري الجنس والسن. |
| 183 | الجدول رقم (19): يوضح الهوية المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من قبل أفراد العينة حسب متغيري المستوى التعليمي والوضعية المهنية. |
| 185 | الجدول رقم (20): يوضح مفهوم خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل لدى أفراد العينة. |
| 187 | الجدول رقم (21): يوضح مفهوم خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة حسب متغيرات الجنس، السن، المستوى التعليمي، ومنطقة الانتماء. |
| 190 | الجدول رقم (22): يوضح نتائج ترتيب أفراد العينة لوسائل التواصل الاجتماعي حسب نشرها لخطاب التمييز والكراهية. |
| 193 | الجدول رقم (23): يوضح أكثر القوالب التي تستغل لنشر خطابات التمييز والكراهية حسب آراء أفراد العينة. |
| 195 | الجدول رقم (24): يوضح أنواع خطابات التمييز والكراهية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب آراء أفراد العينة. |
| 201 | الجدول رقم (25): يوضح آراء العينة حول أنواع خطابات التمييز والكراهية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغيرات الجنس، المستوى التعليمي، منطقة الانتماء. |
| 203 | الجدول رقم (26): يوضح نتائج ترتيب أفراد العينة لأشكال خطاب التمييز والكراهية الأكثر تداولاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي. |
| 206 | الجدول رقم (27): يوضح طبيعة تفاعل أفراد العينة مع المنشورات المعبرة عن الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. |
| 209 | الجدول رقم (28): يوضح طبيعة تفاعل أفراد العينة مع المنشورات المعبرة عن الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغيري المستوى التعليمي والهوية المستخدمة. |

| | |
|-----|---|
| 211 | الجدول رقم (29): يوضح نتائج ترتيب أفراد العينة للمروجين لخطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. |
| 215 | الجدول رقم (30): يوضح نتائج ترتيب أفراد العينة للفئات المستهدفة بخطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. |
| 218 | الجدول رقم (31): يوضح الدوافع التي تقود أفراد العينة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لبث ونشر خطاب التمييز والكراهية. |
| 221 | الجدول رقم (32): يوضح الدوافع التي تقود أفراد العينة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لبث ونشر خطاب التمييز والكراهية حسب متغيرات السن، الجنس، والمستوى التعليمي. |
| 223 | الجدول رقم (33): يوضح رأي أفراد العينة حول مدى استخدامهم خطابا يدعوا للكراهية والتمييز عبر مواقع التواصل الاجتماعي. |
| 225 | الجدول رقم (34): يوضح رأي العينة حول مدى استخدامهم خطابا يدعوا للكراهية والتمييز عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغيرات الجنس، منطقة الانتماء، ونوع الهوية. |
| 228 | الجدول رقم (35): يوضح إذا سبق لأفراد العينة التعرض لخطاب يحرض على التمييز والكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي، وأسباب ذلك. |
| 231 | الجدول رقم (36): يوضح أسباب انتشار خطاب التمييز والكراهية بين أفراد العينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي. |
| 236 | الجدول رقم (37): يوضح أسباب انتشار خطاب التمييز والكراهية بين رواد مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغيرات الجنس، السن، والمستوى التعليمي. |
| 238 | الجدول رقم (38): يوضح كيفية مساهمة البيئة الاجتماعية والظروف المحيطة بها في تكريس خطاب التمييز والكراهية. |
| 243 | الجدول رقم (39): يوضح كيفية مساهمة البيئة الاجتماعية والظروف المحيطة بها في تكريس خطاب التمييز والكراهية حسب متغيرات الجنس، السن، والمستوى التعليمي. |
| 245 | الجدول رقم (40): يوضح الأساليب الأكثر استخداما في الترويج لخطابات التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. |
| 248 | الجدول رقم (41): يوضح العوامل المساعدة التي جعلت مواقع التواصل الاجتماعي منصة للترويج لخطاب التمييز والكراهية حسب متغير نوع الهوية. |

| | |
|-----|---|
| 252 | الجدول رقم (42): يوضح انعكاسات خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الفردي. |
| 255 | الجدول رقم (43): يوضح انعكاسات خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الفردي حسب متغيرات الجنس، السن، والمستوى التعليمي. |
| 257 | الجدول رقم (44): يوضح انعكاسات خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى المجتمعي. |
| 259 | الجدول رقم (45): يوضح الانعكاسات السلبية لخطاب التمييز والكراهية وعلاقته بالعنف داخل المجتمع. |
| 263 | الجدول رقم (46): يوضح مدى معرفة أفراد العينة عن العقوبات القانونية المترتبة عن بث خطاب التمييز والكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي. |
| 265 | الجدول رقم (47): يوضح مدى معرفة أفراد العينة عن العقوبات القانونية المترتبة عن بث خطاب التمييز والكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغيرات الجنس، السن، والمستوى التعليمي. |
| 267 | الجدول رقم (48): يوضح نتائج ترتيب الجهات والأطراف التي يجب عليها التصدي لخطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. |
| 271 | الجدول رقم (49): يوضح الآليات الواجب العمل بها للحد من انتشار خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. |
| 275 | الجدول رقم (50): يوضح آراء أفراد العينة حول إمكانية مواجهة مدّ خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. |
| 279 | الجدول رقم (51): يوضح آراء أفراد العينة حول التحديات والصعوبات التي تقف عائقاً أمام مواجهة خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. |
| 282 | الجدول رقم (52): يوضح آراء أفراد العينة حول التحديات والصعوبات التي تقف عائقاً أمام مواجهة خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغيرات الجنس، السن، والمستوى التعليمي. |

مقدمة

مقدمة:

يعتبر خطاب التمييز والكراهية من أكثر الظواهر الاجتماعية المعاصرة والقضايا الشائكة في وقتنا الحالي بسبب تنوع أشكالها وتعدد تأثيراتها وانعكاساتها، وبالرغم من الاختلاف العالمي حول تعريف خطاب التمييز والكراهية، ووضع أسس موحدة له في المواثيق الدولية والمحلية، والنزاع الواسع حول أبعاده وارتباطه بمفاهيم ومصطلحات مشابهة، وصعوبة الكشف عنه وتحديد طبيعته المتغيرة والمتخفية، فإنه لا يخرج عن كونه شكلا من أشكال التعبير الذي ينطوي على الدعوة أو التحريض على شخص أو مجموعة معينة على أساس العرق أو الدين أو الجنس أو الانتماء السياسي أو الجغرافي ... أو غيرها، ويعتبر أداة تحفيزية للمشاعر السلبية وتوجيهها وإثارتها، ويستخدم لغة ازدرائية بدوافع متعددة لتحقيق مكاسب ومصالح ضيقة، أو خدمة لأجندات سياسية وإيديولوجية أوسع، كما تتعدد أسبابه وتتنوع مظاهره بشكل يمثل تهديدا وخطرا كبيرا على المستويين الفردي والمجتمعي.

وإذ كثر الحديث حول هذه الظاهرة مؤخرا فإن جذورها التاريخية وامتداداتها مستمرة منذ القدم وحتى يومنا هذا، ولكن بمظاهر جديدة وأساليب مستحدثة تتغير تبعا لتغير البيئة الحاضنة، حيث انتقل خطاب الكراهية بكافة أبعاده الاجتماعية والثقافية والأخلاقية ومختلف أشكاله، من كونه محدودا في نطاقه الجغرافي والاجتماعي إلى ظاهرة عالمية تنتشر عبر الفضاءات الافتراضية بسرعة كبيرة، ونخص بالذكر مواقع التواصل الاجتماعي التي تمكنت خلال مدة زمنية قصيرة التغلغل إلى طيف واسع من الجمهور، نظرا لما وفرتة منصات التواصل من سهولة التواصل، وبساطة الاستخدام، وتنوع الخدمات، والأهم من ذلك أنها أتاحت مساحة واسعة للنقاش وتبادل الآراء والأفكار بكل حرية دون قيد أو شرط.

هذه الحرية المطلقة التي تفنقر إلى الضوابط الأخلاقية والآليات الرقابية والمسائلات القانونية، جعلت من هذه المنصات ساحة للخلاف والجدل، وبيئة خصبة لتصاعد الخطابات العدائية والتحريضية وتعميق تأثير هذه الخطابات في ترسيخ الممارسات العنصرية والتمييزية، لا سيما عندما تتقاطع هذه النقاشات حول مواضيع وقضايا مجتمعية حساسة، أو ذو صلة بالثوابت الهويةانية والدينية، وحتى الانتماءات السياسية والإيديولوجية.

إن نمو هذه الظاهرة وانتشارها في هذه الفضاءات من شأنه ترسيخ ردود فعل عنيفة تحرض ضد فئات معينة من المجتمع، وتعمل على تأجيج الانقسامات وإثارة الفتن، كما أنها تأزم الصراعات الداخلية وتؤلب الرأي العام وتشجع على العنف والسلوكيات الانحرافية والمتطرفة في الواقع، وهو ما يساهم في تغذية الفرقة وتهديد التماسك الاجتماعي وتقويض التعايش الإيجابي بين أفراد المجتمع الواحد.

وانطلاقا من هذا الطرح جاءت دراستنا لتسلط الضوء على هذه الظاهرة في المجتمع الجزائري من جميع أبعادها التاريخية والاجتماعية والثقافية، ومظاهرها وانعكاساتها، وارتباطها وتمدها في البيئة الرقمية

الجديدة، ورصد دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر وإنتاج أشكال متعددة من هذه الخطابات، وعليه فقد قسمنا دراستنا إلى ثلاث فصول رئيسية نستعرضها كالآتي:

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة.

وقمنا بتقسيمه إلى ثلاث أجزاء رئيسية وهي أولا **الإطار المفاهيمي للدراسة**، والذي يضم إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، أسباب اختيار موضوع الدراسة، أهمية الدراسة وأهدافها، والتأصيل المفاهيمي للدراسة، بينما تضمن الجزء الثاني الخاص **بالإجراءات المنهجية للدراسة** منهج الدراسة وأدواتها والمتمثل في أداة الاستبيان، المقابلة، بالإضافة إلى إجراءات الصدق والثبات، كما تم في هذا الجزء ضبط مجتمع الدراسة وعينتها، ومجالات الدراسة (البشرية، المكانية، والزمانية)، وخصصنا الجزء الثالث لعرض **الدراسات السابقة** (الأجنبية، العربية، الجزائرية) والتعقيب عليها، **والخلفية النظرية للدراسة** (نظرية الاستخدامات والإشباعات ونظرية الغرس الثقافي) وطريقة توظيفها الميداني.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة.

حيث وزعنا المادة العلمية النظرية على ثلاث أجزاء، تعلق الجزء الأول **بمواقع التواصل الاجتماعي**، وتطرقنا فيه إلى سياق ظهورها وتطورها التاريخي، ملامحها العامة من حيث الخصائص والخدمات، ثم عرجنا على أنواعها وأهم نماذجها، ومختلف استخداماتها، مروراً بالإشكاليات المرتبطة بها وتقييم تأثيراتها، وختاماً بواقع استخدامها في الجزائر، أما الجزء الثاني فقد **خصص لخطاب التمييز والكراهية**، وتناولنا فيه إشكالية المفهوم والجذور التاريخية لخطاب الكراهية، مستويات خطاب التمييز والكراهية وأشكاله، ثم انتقلنا إلى تحديد دوافعه وأسبابه، بعد ذلك قمنا بالتطرق إلى تأثيراته وانعكاساته على المستوى الفردي والمجتمعي والدولي، وختاماً تناولنا الإطار القانوني والتشريعي لخطاب التمييز والكراهية ومعايير تجريمه، والضوابط التشريعية والقانونية لهذا خطاب في الجزائر، وجاء الجزء الثالث تحت عنوان **مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في نشر خطاب التمييز والكراهية**، والذي تم تخصيصه للحديث عن ظاهرة التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتحول فضاء الممارسة، أيضاً تحدثنا عن مظهرات خطاب التمييز والكراهية عبر هذه المواقع من خلال رصد لأهم أشكاله وآليات وأساليب نشره، كما تطرقنا إلى كيفية انتشار خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مع تخصيص عنصر للتركيز على واقع هذا الخطاب وتداعياته في السياق الجزائري، وأخيراً اقتراح بعض الآليات والأساليب لمواجهة مد خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والوقاية منه.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة.

وقمنا فيه بعرض الجداول وتحليل نتائج الدراسة وتفسيرها، وقد ضمت: نتائج محور السمات العامة والاستخدام، نتائج محور خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأساليب التفاعل معه

من طرف المستخدمين، نتائج محور دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار خطاب التمييز والكراهية، نتائج محور انعكاسات انتشار خطاب التمييز والكراهية على المستخدمين الجزائريين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، نتائج محور مواجهة خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وفي الأخير قمنا باستعراض النتائج العامة للدراسة.

وَضَمْنَا خاتمة الدراسة كخلاصة ورؤية ختامية لما تم تقديمه في هذا البحث، وضمت عرضا موجزا لأهم النتائج المتوصل إليها، ومدى تحقق أهداف المسطرة.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهج للدراسة.

أولاً: الإطار المفاهيمي.

إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.

أسباب اختيار موضوع الدراسة.

أهمية الدراسة وأهدافها.

التأصيل المفاهيمي للدراسة.

ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة.

منهج الدراسة وأدواتها.

مجتمع الدراسة وعينتها.

مجالات الدراسة.

ثالثاً: الدراسات السابقة والخلفية النظرية للدراسة.

الدراسات السابقة.

الخلفية النظرية للدراسة.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة.

أولاً: الإطار المفاهيمي للدراسة.

1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

أحدثت التحولات والتطورات التكنولوجية الحديثة ونمو الشبكات الرقمية طفرة ونقلة نوعية غيرت نموذج الاتصال التقليدي، وفتحت عصراً جديداً من عصور الاتصال التفاعلي، سواء في بنيته المادية والهيكلية أو في مضامينه ومحتوياته الخطابية، وصاحب هذا التقدم التقني الظهور والتطور المتسارع لشبكة الأنترنت، وترافقها مع الانتشار السريع لتطبيقات الإعلام الجديد والوسائط المتعددة، التي تعد من أبرز وأهم مظاهر هذه التكنولوجيا، والتي وفرت إمكانات ومزايا لا يشملها عد ولا يحيط بها حصر، باعتبارها فضاءاً إلكترونياً ضخماً لنقل وتبادل البيانات والمعلومات ومد الأفق التواصلية بين الأفراد، بالنظر لاتساع تغطيتها وتعدد خصائصها وتنوع تطبيقاتها، بحيث لا يؤدي التقارب الجغرافي، والتوافق الزمني، والتآلف الاجتماعي، والتماثل الثقافي، دوراً هاماً لإقامة التواصل.

وفي خضم هذا الواقع التقني والرواج الكبير لاستخدامات هذا الابتكار التكنولوجي الحديث، ظهرت بشكل ملفت منذ أواخر القرن العشرين مواقع التواصل الاجتماعي على تعدد أنواعها، كأحد أهم المفاهيم وأبرز التقنيات التي أفرزتها تطبيقات الإعلام الاجتماعي الجديد، فهذه المواقع التي تجمع ملايين المشتركين ويزداد أعداد مستخدميها عاماً بعد عام حسب آخر الإحصائيات، اكتسبت شعبية كبيرة ونجحت في جذب الجمهور المستخدم، وفرضت منطقتها على التواصل والتفاعل الاجتماعي مستحدثة تفاعلات وممارسات جديدة، إذ تضم هذه المواقع باعتبارها مجتمعات افتراضية شبكة اجتماعية مترابطة من العلاقات والاتصالات الشخصية التي تجمع بين أفراد مختلفين من حيث النوع والعرق والانتماء والهوية والمعتقد والثقافة وكذا الأدوار والمراكز الاجتماعية ... الخ، تحت سقف موحد من الاهتمامات والروابط المشتركة، لتشكل أكبر تجمع افتراضي في العالم، إذ تعد نافذة حرة لتبادل ومناقشة الأفكار والخبرات والقيم والاتجاهات، وزيادة وتوسيع مساحات الاحتكاك الفكري والحضاري، وتعزيز الانفتاح والتفاعل الثقافي والاندماج المجتمعي بين مستخدميها.

كما أن مواقع التشبيك الاجتماعي أحدثت تغييراً كبيراً في طرق وكيفيات التواصل والتفاعل والمشاركة، وغيرت أبعاد وأنماط الإرسال والتلقي، نظراً لما تتسم به من المرونة والسهولة والفورية

والتفاعلية والتحديث المستمر وتعدد الوسائط، كما أتاحت في ذات الوقت للنشطاء والمستخدمين فسحات إلكترونية ليس لاستقبال واستهلاك المعلومات فقط، بل للتعارف والتواصل بشكل فعال والتعبير بكل حرية عن المشاعر والآراء والتوجهات والأفكار حول مختلف القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية ... وغيرها، في فضاء افتراضي يتميز بقدر كبير من التفاعلية والتشاركية بلا قيود بعيدا عن مقص الرقيب إلا بشكل نسبي ومحدود، وهو الأمر الذي يسر لكل فرد إمكانية انشاء الصفحات والمجموعات وإنتاج المضامين والمحتويات، ومشاركة وتبادل الأخبار والمعلومات والخطابات والوصول إلى أكبر فئة من الجمهور داخل حدود المجتمع وحتى خارجه.

إن العلاقة التفاعلية بين هذه الوسائط الجديدة ومستخدميها تفرض علينا الحديث عن تأثيراتها وانعكاساتها الإيجابية والسلبية على حد سواء، حيث تصادمت الأطروحات وتضاربت الاتجاهات بين ممد لمزاياها ومندد بعواقبها ومخاطرها الناجمة أساسا عن غياب الضبط والتوجيه، واستغلال هذا الفضاء الذي يكرس حرية الرأي والتعبير من طرف بعض الجهات والأفراد والجماعات، لنشر أفكار ومعتقدات تروج للكراهية والتمييز والاستهزاء بالآخر والشتم والحط من المكانة الاجتماعية للأشخاص، وتدعوا إلى التحريض العنصري والطائفي والعنصري والديني، ومنه التأسيس للعنف بأنواعه، مهددا بتناميه وانتشاره الأمن الإنساني عامة، في تعارض واضح وجلي مع مبدأ الحرية الذي يعد منطلقا خاطئا لهذه الممارسات الشاذة والهدامة.

إن خطاب التمييز والكراهية وبالرغم من عدم الاتفاق لوضع إطار واضح ودقيق لمفهومه وتحديد سياقاته وأبعاده التاريخية والاجتماعية، إلا انه لا يخرج عن كونه خطاب عنصري استعلائي عدائي يقوم باستثارة المشاعر السلبية وتعبئتها، بما ينم عن ممارسات عنصرية تمييزية قائمة على عدم قبول الآخر ورفضه، وتظهر الكراهية بأوجه وصور وأشكال متعددة قد تستهدف أفراد أو جماعات أو أقليات أو طوائف دينية أو أعراق أو أجناس ... الخ، وفي الوقت الذي يعد فيه خطاب الكراهية من أكثر السجلات حدة في زمننا المعاصر، لا تعتبر هذه الظاهرة حديثة العهد بل لها جذور غائرة في القدم، إذ لطالما كانت ولا زالت المجتمعات والدول تعاني من تبعات التمييز العنصري والكراهية، والتحريض على العنف والنزاع والفتنة، نتيجة صراعات داخلية أو خارجية، أو اختلافات في العقائد وانقسامات بين الطوائف، أو بسبب مشاكل سياسية واجتماعية واقتصادية، لاسيما في فترات اللاإستقرار والأزمات محدثة خلا في النظام الاجتماعي.

وبالتالي انتقلت الظاهرة كذهنية موروثة بمختلف سياقاتها وأبعادها من المجتمع الواقعي الحقيقي، لتتمثل وتتمدد في المحيط الافتراضي عبر مجمل وسائطه، فهي إذن ظاهرة قديمة جديدة تعيد انتاج ما يجري في الواقع بقدر أكبر من العلانية، وبطرق ونماذج تتلاءم وتتناسب وخصوصيات كل عصر، بل وازدادت خطورة بوجود بيئة خصبة تساهم في تغذيتها ونشرها، إذ أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي مجالا حاضنا وبؤرة لإنتاج العدوانية وتنامي أشكال كثيرة ومتنوعة من خطابات التمييز والكراهية، كظاهرة اجتماعية افتراضية يروج لها بشكل ضمني أو صريح، بقصد أو من غير قصد بإقصاء الآخر ونبذه، في صورة مضايقات وتهديدات بأوجه متعددة، منها ما هو سياسي وديني واجتماعي وثقافي، من قبل هيئات أو كيانات أو أفراد أو صناعات محتويات، والتي قد تكون لمنافع ومصالح شخصية أو خدمة لجهات وايديولوجيات معينة.

من هنا وعطفا على ما سبق أولى الباحثون والدارسون المتخصصون في مجال الميديا الجديدة وكذا الحقوقيون في مختلف دول العالم، اهتماما بالغا بالأدوار التي بات يلعبها رواد الوسائل الاجتماعية على اختلاف أنواعها كمنصة أكس وفيسبوك وانستغرام ... وغيرها، بحجة الحق في حرية التعبير عن الرأي والمعتقد دون حدود أو قيود، حيث يرى البعض أن بين حرية التعبير وتعيدها حاجزا رفيعا يمكن أن يؤدي إلى التحريض على العنف والكراهية والتناحر الاجتماعي، وهو ما أدى إلى شيوع نوع من الحرية اللامسؤولة والاستغلال الغير بريء لخصائص هذه التقنيات، مما شكل خطرا حقيقيا على مستوى الأمن الفكري والأخلاقي والثقافي والاجتماعي للمجتمع، وخلق جملة من المشاكل والأزمات وأسهم في تغذية العنف والتوترات، التي تتخذ أبعادا مقلقة قد تصل إلى حد ارتكاب جرائم خطيرة بدافع الكراهية في أحيان كثيرة.

وعلى المستوى المحلي فالجزائر التي انفتحت على الفضاء الاتصالي، لم تكن بمنأى عن تصاعد ونفشي هذه الظاهرة ذات النطاق الدولي على اختلاف صيغها وأشكالها، في ظل الاهتمام البالغ الذي تحظى به مواقع التواصل الاجتماعي والإقبال الكبير على استخدامها من قبل أفراد المجتمع، للتعبير عن آرائهم وتوجهاتهم حول مختلف القضايا التي تهمهم، ولما كان رواد ومستخدمي هذه المجتمعات الافتراضية في الجزائر أفراد متباينون عمريا وجنسيا وفكريا واجتماعيا، وغير متجانسين من حيث الانتماء الجغرافي والثقافي والديني والهوياتي، فإن شريحة واسعة من هذا الجمهور باتت تستخدم هذه التطبيقات لنشر الأفكار المتطرفة وبث سموم الفتنة والفرقة وروح الكراهية بين أبناء المجتمع الواحد، مستغلين بعض

العوامل الاجتماعية والسياسية والتاريخية، وفي المقابل يتلقى المستخدمون الآخرين هذه المحتويات ويتأثرون بها ويتفاعلون معها ويتقبلونها ويتمثلونها بشكل ينعكس على قيمهم الأخلاقية والسلوكية، مما يؤدي إلى رفع وتيرة الجهوية وإحداث اضطرابات في النظام الاجتماعي، تهدد التعايش المشترك وتخر كيانه وتضرب وحدته واستقراره وتماسكه.

تأسيسا على ما سبق، ونظرا لأهمية الموضوع وخطورته على تماسك البناء الاجتماعي وتأثيره على حاضره ومستقبله، أردنا من خلال هذه الدراسة الخوض بشكل موضوعي ودقيق في مناقشة هذه الظاهرة من جميع أبعادها، انطلاقا من ضبط وتحديد المطارحات المفاهيمية لخطاب التمييز والكراهية وأشكاله المختلفة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، مروراً بتحديد مسبباته، ووصولاً إلى رصد دور هذه الأخيرة في انتشار هذا النوع من الخطابات وانعكاساته على النظام القيمي والنسيج الاجتماعي والثقافي، بما يفرض ضرورة إيجاد سبل التصدي له وطرق لمعالجته، وذلك بالتطبيق على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر، إذ يعد هذا النوع الجديد من الإعلام الفضاء الأكثر استقطاباً لشرائح كبيرة ومتنوعة من الأفراد ومنبرا للتعبير الحر من جهة، وباعتبارهم من جهة أخرى شريحة مهمة في المنظومة الاجتماعية، لها دورها في التأثير على الرأي العام وتوجهاته وتبنيه للمواقف المختلفة.

في ضوء ما تقدم وبهدف الإحاطة بموضوع الدراسة وتغطيته من جوانبه المختلفة، قمنا بطرح التساؤل الإشكالي التالي: ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار خطاب التمييز والكراهية بين مستخدميها من الجزائريين؟

وانبثق عن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي كالآتي:

1- ما هي مظهرات وأشكال خطاب التمييز والكراهية السائد في مواقع التواصل الاجتماعي بين المستخدمين الجزائريين؟

2- ما طبيعة تفاعل المستخدم الجزائري مع خطابات التمييز والكراهية في مواقع التواصل الاجتماعي؟

3- فيما تتمثل أساليب وأسباب انتشار خطاب التمييز والكراهية بين المستخدمين الجزائريين؟

4- ما هي انعكاسات انتشار خطاب التمييز والكراهية على المستخدمين الجزائريين عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

5- ماهي سبل مواجهة خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين المستخدمين الجزائريين؟

2-أسباب اختيار الموضوع:

يقوم اختيار أي موضوع للدراسة على مجموعة من الأسباب والعوامل نقسمها بين الأسباب الذاتية والموضوعية وهي موضحة كالآتي:

1.2. الأسباب الذاتية:

- الاهتمام الشخصي والرغبة الذاتية في دراسة هذا الموضوع، وقابليته للدراسة والبحث معرفيا ومنهجيا.
- ميلنا الخاص للمواضيع التي تهتم بالإعلام الجديد، وتشجيع البحوث العلمية المتعلقة بالمجتمعات الشبكية والفضاءات الافتراضية.
- تم اختيار الموضوع بحكم اقتناعنا بأهميته، وبأنه يحمل مشكلة بحثية وإعلامية جديرة بالبحث والتقصي، ولها عدة أبعاد اجتماعية، نفسية، سياسية... الخ.
- الإحساس الدائم بمشكلة الدراسة، نظرا لتأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي على مستخدميها، وما تحمله من مضامين وخطابات تعمل على التأثير في الرأي العام وتوجيهه على عدة أصعدة ومستويات.

2.2. الأسباب الموضوعية:

- الرواج الكبير والانتشار الواسع للفكر الإقصائي والتمييزي، والدعوة إلى الجهورية والعنف المجتمعي، عبر فضاءات الميديا الجديدة في العالم عموما وفي الجزائر خصوصا، وهو ما يولد مشكلة اجتماعية تتطلب البحث والتمحيص والتحليل.
- يعتبر هذا الموضوع مشكلة قابلة للدراسة والبحث في علوم الإعلام والاتصال، ويندرج في صميم تخصصنا (الإعلام الجديد وقضايا المجتمع)، بما أننا سنتناول مواقع التواصل الاجتماعي

وعلاقتها بانتشار خطاب التمييز والكراهية بين المستخدمين الجزائريين وانعكاساته على المستوى المجتمعي.

- الأهمية والقيمة العلمية لموضوع الدراسة، حيث تعالج موضوعا حساسا يشكل محط اهتمام الأوساط الإعلامية والاجتماعية والقانونية، والذي لا زال يتطلب الحاجة إلى مزيد من التعمق في الدراسة والتحليل.

- الإسهام ولو بشكل متواضع في تقديم إضافة علمية ورصيد معرفي في هذا المجال، حيث نقدم مادة علمية وميدانية من أجل تحقيق الاستفادة للطلبة مستقبلا، وكذا إثراء مكتبة جامعة بسكرة ومكتبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية على وجه الخصوص.

3-أهمية الدراسة وأهدافها:

1.3. أهمية الدراسة:

تعمل دراستنا من خلال الموضوع الذي تسعى إلى معالجته على إثراء البحث العلمي نظريا وعمليا لتشكل إضافة علمية وأكاديمية في مجال المعرفة، ونبرز أهمية الدراسة من خلال جانبين:

الأهمية العلمية (النظرية):

- تتنبق أهمية هذه الدراسة من أهمية الموضوع الذي تعالجه، فهي تأتي منسجمة مع الاهتمام الأكاديمي المتزايد بمواقع التواصل الاجتماعي وتنامي استخداماتها، وتوسع الدراسات العلمية فيها لمعرفة تأثيراتها وانعكاساتها في مجالات شتى، لذا فإن إخضاعها للبحث والتحليل يعد أمرا في غاية الأهمية للوقوف على واقع هذه الوسائل ومحتوياتها.

- تتناقص هذه الدراسة مسألة الكراهية وخطاباتها التي تعد ظاهرة قديمة ومتجددة، بل ومن أكثر السجلات حدة في زمننا المعاصر، بالنظر إلى أبعادها التاريخية والاجتماعية من ناحية وارتباطها وتمددتها في البيئة الرقمية الجديدة من ناحية أخرى.

- تنامي الاهتمام الأكاديمي والاجتماعي والحقوقية بكيفية توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في نشر وإنتاج أشكال متعددة من خطاب التمييز والكراهية بين أفراد المجتمع وأساليب الدعوة إلى العنف المجتمعي والتحريض الطائفي والعنصري بمختلف أشكاله.
- تعتبر هذه الدراسة إضافة علمية نوعية للدراسات التي تناولت خطاب الكراهية وأسبابه وأساليبه المتداولة بين المستخدمين في المجتمعات الشبكية، ومدى إدراكهم ووعيهم بانعكاساته المجتمعية، بحيث لم تستوفي القدر الكافي من البحث والتقصي منهجيا ومعرفيا.
- يحمل موضوع خطاب الكراهية حساسية كبيرة ويثير جدلا واسعا لتقاطعه مع حرية الرأي والتعبير كمبدأ حقوقي، إذ يلامس مفاهيم أقرب إلى التحريض وبث الكراهية وتغذية الفكر الإقصائي تحت مبرر الحرية، وهو ما يستوجب الدراسة والتحليل المعمق لوضع الحدود الفاصلة وآلية استرشادية لفهم أبعاد هذه المصطلحات.
- كما تتركز أهمية الدراسة في الاهتمام الذي أولته الكيانات الدولية والوطنية والدوائر الحكومية والهيئات القانونية والتشريعية لتوصيف هذا النوع المستحدث من الخطابات، والتجند لمحاربته للحد من انتشاره والتقليل من أخطاره، وهو ما نحاول التوصل إليه من خلال هذه الدراسة.
- أصبح خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر أمرا مقلقا، وبدأ يأخذ في السنوات الأخيرة مناحي وأبعاد خطيرة، لا سيما خلال الأحداث الكبرى وفي أوقات الأزمات السياسية والاجتماعية والثقافية.

الأهمية العملية (التطبيقية):

- يقدم هذا البحث تصورا علميا ورؤية منهجية للدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي بكافة أنواعها، في تنامي وانتشار خطاب التمييز والكراهية بين مستخدميها، في محاولة للوصول إلى نتائج ومقترحات تسهم في نبذ مختلف أشكال العنف والتحريض والتعدي على الآخر، سعيا لتحقيق الأمن النفسي والمجتمعي.

- تعتبر الدراسة مدخلا لبحوث ودراسات أخرى تتعلق بخطاب الكراهية وتجلياته وانعكاساته، وتتناول الموضوع من زوايا وأبعاد جديدة، وتتطرق فيها إلى مجالات ومحددات أخرى لم تُخصّص بالتحليل والمناقشة.
- كما يمكن أن تسهم الدراسة استنادا على نتائجها، في توجيه المستخدمين من الجمهور الجزائري، وتوعيتهم بخطورة بعض الخطابات والممارسات التي تولد الكراهية بمختلف أشكالها وصورها وتغذيها، وتعمل على توجيههم نحو طرق محاربتها ومواجهتها.
- تعمل الدراسة على لفت انتباه الجهات المختصة والمؤسسات الإعلامية على ضرورة تكثيف الحملات الاجتماعية والتوعوية حول التأثيرات السلبية لخطابات الكراهية والتمييز في البيئة الرقمية والسبل الممكنة للتصدي لها ومجابهتها.
- قد تساعد نتائج الدراسة الجهات الحكومية والرقابية والتشريعية على سن قوانين أو توظيف آليات وحلول مبتكرة لضبط ومحاربة هذه الظاهرة عبر الميديا الجديدة.

2.3. أهداف الدراسة:

- نسعى من خلال هذا البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف ذات الصلة المباشرة بمشكلة الدراسة وتساؤلاتها وهي موضحة في النقاط التالية:
- التعرف على أساليب وأشكال خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر.
 - رصد طبيعة تفاعل المستخدم الجزائري مع خطابات التمييز والكراهية في مواقع التواصل الاجتماعي.
 - تحديد دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار خطاب التمييز والكراهية بين مستخدميها من الجزائريين.
 - إبراز انعكاسات انتشار خطاب التمييز والكراهية على المستخدمين الجزائريين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
 - الكشف عن دور المحيط الاجتماعي في تكريس خطاب التمييز والكراهية لدى رواد مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر.
 - التوصل إلى سبل مكافحة خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر.

4-التأصيل المفاهيمي للدراسة:

إن تحديد مفاهيم ومتغيرات الدراسة ووضع تعاريف لغوية واصطلاحية وإجرائية، أمر أساسي وخطوة منهجية مهمة لما سيتم تناوله والتطرق له من مصطلحات والمقصود منها في الدراسة، لوضع البحث في مساره العلمي الصحيح وفك الالتباس الحاصل بين المفاهيم، وعليه قمنا بتحديد مفاهيم بحثنا والمتمثلة في الآتي:

4-1- الدور: (role)

التعريف اللغوي:

ورد في المعجم العربي الحديث "لاروس" أن الدور: جمع أدوار بمعنى عود الشيء إلى ما كان عليه. النوبة والمرة. الدور: الحركة.¹

وجاء في قاموس مجاني الطلاب أن كلمة دور مشتقة من دار بالشيء: أحاط به، دارت الآلة: تحركت وفق ما هو معين لها، ودار الفلك في مداره: تتابعت حركاته.

وأدار إدارة، أدار مشروعاً أو مصنعا: تولى أمره، ووجه العمل فيه، والإدارة: تولى الأمر والإشراف على سيره، أدار الرأي: قلبه من كل الوجوه، أدار الأمر: أحاط به وسار به إلى وجهه.

وجاء فيه أن الدور: جمع أدوار: وهي المهمة التي يقوم بها المرء أو النفوذ الذي يمارس: "دور طليعي أو قيادي".²

التعريف الاصطلاحي:

عرف رالف لينتون **Ralph Linton** الأدوار بصفقتها أنظمة إلزامات معيارية، يفترض بالفاعلين الذين يقومون بها الخضوع لها، وهذه الإلزامات تكون مقترنة بكل دور من الأدوار التي تكون في أبسط الحالات معروفة تقريبا من مجموع الفاعلين المنتمين إلى تنظيم معين.³

¹ خليل الجر، لاروس: المعجم العربي الحديث، (فرنسا: مكتبة لاروس، 1973)، ص 547.

² مجاني الطلاب، ط5، (بيروت: دار المجاني، 2001)، ص: 321.

³ ريمون بودون وفرانسوا بوريكو، المعجم النقدي لعلم الاجتماع، ترجمة سليم حداد، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1986)، ص: 288.

أما تالكوت بارسونز **talcott parsons** فيرى بأن الدور هو: "كل ما يقوم به الفاعل الاجتماعي فرداً في علاقته مع الآخر أو جماعة في علاقتها مع أخرى، أو تنظيم في علاقته وآليات اشتغال مكوناته مع الأفراد والتنظيمات الاجتماعية الأخرى".

في حين يذهب **محمد عاطف غيث** إلى تعريف الدور في قاموس علم الاجتماع، بأنه نموذج يرتكز حول بعض الحقوق والواجبات، ويرتبط بوضع محدد للمكانة داخل جماعة أو موقف اجتماعي معين، ويتحدد دور الشخص في أي موقف عن طريق مجموعة توقعات يعتنقها الآخرون كما يعتنقها الفرد نفسه.¹

وعرفه أحمد زكي بدوي أنه الدور المكتسب الذي تحدده المعايير الثقافية، ويضم مجموعة أنواع من السلوك المتوقعة ممن يقومون بالدور حسب المكانة الممنوحة لهم من قبل المجتمع نفسه، فبينما يشير المركز إلى مكانة الفرد في الجماعة فإن الدور يشير إلى نموذج السلوك الذي يتطلبه المركز.

ومما سبق يمكننا التوصل إلى إنه ليس من السهل الوقوف أو إيجاد تعريف شامل ومحدد للدور الاجتماعي، فهو مفهوم مركب ومطاطي يتكيف بحسب العلم الذي انبثق منه، والسياق والنسق الاجتماعي الذي ولد فيه.²

التعريف الإجرائي:

يمكن تعريف الدور في دراستنا بأنه النتائج والآثار المترتبة عن الاستخدام السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي، والمتمثلة في بث وتغذية خطابات الكراهية والتمييز العنصري من قبل المستخدمين لها في الجزائر.

4-2- مواقع التواصل الاجتماعي:

4-2-1- الإعلام الجديد: new media

التعريف الاصطلاحي:

¹ فريق موقع بوابة علم الاجتماع، ما هو تعريف الدور؟، موقع بوابة علم الاجتماع: <https://www.b-sociology.com/2020/06/blog-post.html>، (07 ماي 2024، سا: 21:24)

² عبد الله أحمد علي محمد، "العلاقة بين الدور والمكانة الاجتماعية-دراسة نظرية سوسيولوجية"، مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية، المجلد 5، العدد 2 (ماي 2021)، ص ص: 208، 209.

تعتبر كلمة جديد في اللغة العربية عن الشيء الذي لا عهد لنا به، وارتباط الكلمة بمصطلح الإعلام يعني بالضرورة أن هناك على الأقل بعض التغيرات التي طرأت على الإعلام التقليدي والتي جعلت منه إعلاماً جديداً¹، وبالتالي فمصطلح الميديا الجديدة يشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية.²

يعرفه قاموس الكمبيوتر **computing dictionary** بأنه: "الطرق الجديدة والأشكال المستحدثة للاتصال في البيئة الرقمية، والتي تتضمن استخدام مجموعة من الحواسيب وتطبيقات النشر الإلكتروني في سياق التزاوج الرقمي، بما يسمح لمجموعات من الأفراد بالالتقاء والتجمع عبر شبكة الأنترنت، وتبادل المنافع والمعلومات."³

وهو حسب اللجنة العربية للإعلام: "النماذج الإعلامية الجديدة والخدمات التي تتيح استحداث وتطوير محتوى وسائل الاتصال الإعلامي بشكل آلي أو شبه آلي في العملية الإعلامية، باستخدام التقنيات الإلكترونية الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات كنواقل إعلامية غنية بإمكاناتها في الشكل والمضمون."⁴

التعريف الإجرائي: الإعلام الجديد هو الطرق الحديثة للاتصال في البيئة الرقمية والذي يتميز بالتشارك والتفاعل بين مختلف الأطراف في العملية الاتصالية، وسنتطرق في دراستنا إلى شكل محدد من أشكال الإعلام الجديد وهي مواقع التواصل الاجتماعي على اختلاف أنواعها.

4-2-2- مواقع التواصل الاجتماعي: social networking sites

التعريف الاصطلاحي:

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي مجموعة من تقنيات الأنترنت والمواقع الإلكترونية، تستخدم لتبادل الآراء والأفكار والاتجاهات والخبرات، ويتم توظيفها أساساً للتواصل عبر أدوات وتقنيات الحوار

¹ فوزي شريطي مراد، التدوين الإلكتروني والإعلام الجديد (عمان: دار أسامة، 2015)، ص: 95.

² حنان بنت شعشوع الشهري، "أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية الفيسبوك وتويتر نموذجاً" (رسالة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة الملك عبد العزيز، 2011-2012)، ص: 15.

³ عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات (عمان: دار الشروق، 2008)، ص: 31، 32.

⁴ لامية صابر ومحمد غزالي، دراسات في الإعلام الجديد (عمان: مكتبة المجتمع العربي، 2016)، ص: 272.

والمحادثة، وتختلف هذه الوسائل عن وسائل الإعلام التقليدية كالراديو والتلفزيون، بحيث لا تعتبر وسيلة للبحث.¹

وهو مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم (ويب 02)، وتسمح هذه التقنيات بالتواصل بين الأفراد في مجتمع افتراضي، يكونون فيه شبكات انتماء، وتعتمد هذه المواقع على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتوياتها، بينما تقدم مجموعة من الخدمات كالمحادثة الفورية والرسائل والتدوين، ومشاركة الملفات وغيرها.²

ومواقع التواصل الاجتماعي هي "أماكن افتراضية تلبي احتياجات مجموعة محددة يجتمع فيها الأشخاص ذوو الاهتمامات المماثلة للتواصل وتبادل الأفكار ومناقشتها".³

ويرى كل من أندرياس كابلان **Andreas M. Kaplan** ومايكل هانلين **Michael Hanlin** مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: "مجموعة من تطبيقات الأنترنت المبنية على الأيديولوجية والأسس التكنولوجية للويب 2، تتميز بإنشاء وتبادل المحتوى".⁴

ويمكن تعريف وسائل التواصل الاجتماعي حسب **Jenny I. Davis** على نطاق واسع بأنها "مجموعة من تطبيقات الإنترنت التفاعلية التي تعمل على تسهيل الإنشاء (التعاوني أو الفردي) وتنظيم ومشاركة ما ينشئه المستخدمون من محتوى، والأمثلة على منصات التواصل الاجتماعي عديدة ومتنوعة، ولكنها فريدة من نوعها عن بعضها البعض في كثير من النواحي وغالبًا ما تختلف في بنيتها ومعاييرها وقواعد مستخدميها".⁵

يشير سباغنوليتي **Spagnoletti** وآخرون، وشو وتشانغ **Xu & Zhang** وآخرون إلى وسائل التواصل الاجتماعي كمجموعة من التقنيات أو التطبيقات القائمة على الأنترنت، والتي تهدف إلى إنتاج

¹ نادر عبد الله دسة، الإعلام المجتمعي (عمان: دار الإعصار العلمي، 2016)، ص: 93.

² ماهر عودة الشمايلة، ومحمود عزت اللحام، ومصطفى يوسف كافي، تكنولوجيا الإعلام والاتصال (عمان: دار الإعصار العلمي، 2015)، ص: 209.

³ John raacke, jennifer bonds-raacke, «MySpace and Facebook: Applying the Uses and Gratifications Theory to Exploring Friend-Networking Sites», cyberpsychology & behavior, Volume 11, number 2,(2008) p 169.

⁴ Fatima Zahra Drim, «Digital women and entrepreneurship in the social media», Journal of Economic Growth and Entrepreneurship JEGE, Vol.4 No.1, (may 2020) p 3 .

⁵ Jenny I. Davis, Social Media, James Madison University USA, (November 2019), p 01.

وتعديل وتحديث وتبادل المحتوى الذي ينشئه المستخدمون، مع إنشاء روابط جديدة بين منشئي المحتوى أنفسهم، بالإضافة إلى تركيزها على التعاون والتواصل عبر المجموعات".¹

يعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي على أنها: منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء حساب خاص به وربطه، عن طريق نظام اجتماعي افتراضي مع أعضاء آخرين يتقاسمون نفس الاهتمامات والهوايات.²

فيما عرفها حسنين شفيق بأنها: مواقع على الأنترنت يتواصل من خلالها ملايين الأفراد الذين تجمعهم اهتمامات وتوجهات مشتركة، ويتاح لأعضائها إنشاء المدونات، وإنتاج المحتوى، وتبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو، وإجراء المحادثات وإرسال الرسائل، وبالتالي تسهم في تقوية الروابط بين أعضاء هذه الشبكات.³

التعريف الإجرائي:

نعرف مواقع التواصل الاجتماعي إجرائياً بأنها مواقع ويب وتطبيقات موجودة عبر شبكة الأنترنت، تقدم مجموعة من الخدمات وتتيح التواصل والتفاعل وتشكيل روابط اجتماعية بين مستخدميها، تمتاز بقاعدة جماهيرية كبيرة في المجتمع الجزائري، وتسمح للمستخدمين فيها من الجمهور الجزائري بإنشاء حسابات شخصية وإنتاج المحتوى وتبادل المعلومات والآراء والأفكار ومشاركتها حول القضايا والموضوعات التي تهمهم وتجمعهم، الأمر الذي جعلها في بعض الأحيان مساحة لتخطي الضوابط الأخلاقية ونشر الكراهية.

وسنقوم في دراستنا بالكشف عن دور هذه المواقع بخصائصها وتأثيراتها كمنصة أكس، فيسبوك، أنستغرام ... أو غيرها، في انتشار خطاب التمييز والكراهية عبرها، ورصد تصورات مستخدميها من الجزائريين على اختلاف مستوياتهم العلمية والثقافية والاجتماعية حول الموضوع وانعكاساته المجتمعية.

¹ Jacob Shagbaor Suemo, Omale Gloria Eneh, Terkimbir Nyianshima, «Social media Usership in Benue State and the Proliferation of Hate Speech on the Nigerian Social Media Space», Casir International Journal of Social Sciences and Conflict Management. Rivers State University, Volume 7, Number 2, (2022) p 4.

² خليفة صديق، مناهج البحث في الإعلام الجديد (عمان: دار الإصدار العلمي، 2016)، ص: 207.

³ حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي (عمان: دار أسامة، 2015)، ص: 84.

4-3- خطاب التمييز والكراهية: discrimination and hate speech

4-3-1- الخطاب: speech

التعريف اللغوي:

تشق كلمة خطاب من خَطَبَ خُطْبَةً وَخَطَبًا وَخُطَابَةً أَي وَعَظَ، خَطَبَ عَلَى الْمَنْبَرِ: قرأ الخُطْبَةَ على من حضر، خَطَبَ الْقَوْمَ وفيهم: ألقى عليهم خُطَابًا، وَخَاطَبَهُ مُخَاطَبَةً وَخُطَابًا: كَالَمَّةِ، خَاطَبَهُ فِي الْأَمْرِ: حَدَّثَهُ بِشَأْنِهِ، وَتَخَاطَبَ تَخَاطُبًا شَخْصَانِ: تَكَلَّمَا

وَالخُطَابُ: مَا يَكْلَمُ بِهِ الرَّجُلُ صَاحِبَهُ، الخُطَابُ: الْكَلَامُ الَّذِي يَلْقِيهِ الْخَطِيبُ عَلَى الْحُضُورِ.

التخاطب: أي "لغة التخاطب": اللغة المحكية في الحياة اليومية.¹

وجاء في معجم الحي بأن الخطاب: مصدر خَاطَبَ، جمع خطابات، وقف فلان وألقى في الناس خطابا: كلام حي يوجه إلى جماعة، وحمل البريد خطابا أي: رسالة. والخطابة: مصدر خَاطَبَ، فن مقابلة الناس بالكلام المقنع المؤثر.²

ويعرف المعجم العربي الحديث الخطاب: بأنه الكلام، في قوله عز وجل: ﴿وَأَنبِئَاهُ الْحِكْمَةَ وَفَصَلَ الْخُطَابِ﴾ [سورة ص: 20]، وقال أيضا: ﴿فَقَالَ أَكْفَلْنِيهَا وَعَزَّنِي فِي الْخُطَابِ﴾ [سورة ص: 23]، وقيل: الحكم بالبينة واليمين، والفصل بين الحق والباطل.³

التعريف الاصطلاحي:

يعرف معجم الدراسات الأدبية الخطاب بأنه: "مجموع التعابير الخاصة والتي تتحدد بوظائفها الاجتماعية ومشروعها الإيديولوجي".⁴

ويشير الخطاب كما يقول فيركلاو إلى استخدام اللغة حديثا وكتابة، كما يتضمن أنواعا أخرى من النشاط العلاماتي مثل: الصور المرئية، الصور الفوتوغرافية، الأفلام، الفيديو، الرسوم البيانية، والاتصال

¹ مجاني الطلاب، مرجع سابق، ص: 275، 276.

² سهيل حسيب سماحة، معجم الحي (بيروت: منشورات مكتبة سمير، 1984)، ص: 232، 233.

³ خليل الجر، مرجع سابق، ص: 498، 499.

⁴ يسام مشاقبة، مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب (عمان: دار أسامة، 2010)، ص: 100.

غير الشفوي (حركات الجسد والايماءات)، ثم يستخدم فيركلاو الخطاب بمعنى أضيق حين يقول: "الخطاب هو اللغة المستخدمة لتمثيل ممارسة اجتماعية محددة من وجهة نظر معينة".¹

والخطاب حسب محمد فريد محمود عزت هو عملية ربط مضمونات الفكر الإنساني بأصوات ينتجها النطق وذات دلالات اصطلاحية في البيئة الاجتماعية التي تجرى فيها هذه العملية، والأصل في اللغة أن تكون كلاما ومشافهة، أما الكتابة فتشير إلى تمثيل الكلام المنطوق بطريقة منظورة أي أنها تميز الكلام الملفوظ.²

4-3-2- التمييز: discrimination

التعريف اللغوي:

ورد في المنجد في اللغة والأعلام كلمة ميز، ماز، يميز، ميزا، ميز الشيء: فرزه عن غيره، فضله على سواء، ميز فلان: انتقل من مكان إلى مكان، ميز وأماز الشيء: فرزه عن غيره، فضله على سواء، تميز: انفصل على غيره وانعزل، وتمايز القوم: تفرقوا تحزبوا تنافسوا، امتاز امتيازا واستماز استمازة: انفصل عن غيره وانعزل: وامتاز القوم: تميز بعضهم عن بعض.³

وفي التنزيل العزيز: ﴿حَتَّى يَمِيزَ الْخَبِيثَ مِنَ الطَّيِّبِ﴾ [سورة آل عمران: 179]: بمعنى فصل بعضهم عن بعض، وأيضا في قوله: ﴿وَأَمْتَأَزُوا الْيَوْمَ أَيُّهَا الْمُجْرِمُونَ﴾ [سورة يس: 59] أي: تميزوا، وقيل: انفردوا عن المؤمنين، ويقال مزت الشيء من الشيء إذا فرقت بينهما.⁴

وجاء في القاموس الجديد للطلاب مِيزٌ: الميز هو الرفعة، والميز العنصري: هو نزعة تفضيل البيض على السود.⁵

التعريف الاصطلاحي:

¹ محمد شومان، تحليل الخطاب الإعلامي: أطر نظرية ونماذج تطبيقية (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2007)، ص: 25.
² محمد فريد محمود عزت، القاموس الموسوعي للمصطلحات الإعلامية (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2001)، ص: 528.
³ المنجد في اللغة والأعلام، ط 31 (بيروت: دار المشرق، 1991)، ص: 781.
⁴ ابن منظور، لسان العرب، مج 8 (القاهرة: دار الحديث، 2003)، ص: 411.
⁵ علي بن هادية، بلحسن البليش، الجيلاني بن الحاج يحيى، القاموس الجديد للطلاب: معجم عربي مدرسي ألفبائي، ط 7 (الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب، 1991)، ص: 1175.

التمييز هو المصطلح القانوني المستخدم في المواثيق والعهد الدولية، لتعريف أي حالة يجري فيها استثناء أو تقييد أو تمييز لشخص أو جماعة على أساس العرق أو اللون أو النسب أو الأصل القومي أو الإثني، بما يؤدي إلى الإنقاص من تمتع هؤلاء بحقوق الإنسان، أو يقيد الاعتراف لهم بها.¹

بينما في القانون الجزائري نجد تعريفا محددًا للتمييز في القانون رقم 20 - 05 المتعلق بالوقاية من التمييز وخطاب الكراهية ومكافحتها في الفقرة الثانية من المادة 2 بأنه: "كل تفرقة أو استثناء أو تقييد أو تفضيل يقوم على أساس الجنس أو العرق أو اللون أو النسب أو الأصل القومي أو الإثني أو اللغة أو الانتماء الجغرافي أو الإعاقة أو الحالة الصحية، يستهدف أو يستتبع تعطيل أو عرقلة الاعتراف بحقوق الإنسان والحريات الأساسية أو التمتع بها أو ممارستها على قدم المساواة في المجال السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي أو الثقافي أو في أي مجال آخر من مجالات الحياة العامة".²

4-3-3- الكراهية: hate

التعريف اللغوي:

ورد في القاموس الجديد للطلاب بأن الكراهية مشتقة من: كره، كرها، كراهة، ومكرهة، وكره الشيء: مقتته، وكره الأمر أو المنظر: قُبِحَ فهو كرهه، والكره: هو المشقة وما أكره الإنسان عليه.³

وكره الشيء: صار مكروها ولم يكن قبل ذلك، وأكرهه: حمله على ما يكره، وكرهه إليه: صيره كرهها إليه، والمكروه: هو الشر.⁴

وذكر محمد بن أبي بكر الرازي بأن كلمة الكره بالضم: المشقة، وبالفتح الإكراه يقال: قام على كره أي على مشقة، وأقامه فلان على كره: أي أكرهه على القيام، وقال الكسائي: هما لغتان بمعنى واحد.⁵

التعريف الاصطلاحي:

¹ دليل تجنّب التمييز وخطاب الكراهية (الدوحة: معهد الجزيرة للإعلام، د.س)، ص: 6.

² الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، قانون رقم 20 - 05 المتعلق بالوقاية من التمييز وخطاب الكراهية ومكافحتها، العدد 25 (الجزائر: الجريدة الرسمية، 29 أبريل 2020)، ص 5.

³ علي بن هادية، بلحسن البليش، الجيلاني بن الحاج يحيى، مرجع سابق، ص: 899.

⁴ محمد هادي اللحام، محمد سعيد، زهير علوان، القاموس: قاموس لغوي عام، ط 2 (بيروت: دار الكتب العلمية، 2007)، ص: 634.

⁵ محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح (بيروت: دار الفكر، 2006)، ص: 235.

الكُره والكراهية-عند علماء النفس-أحد المشاعر والانفعالات النفسية السلبية، والكراهية سمة من سمات الإنسان، وتؤثر بطريقة أو بأخرى على تصرفاته وما يصدر عنه، وتختلف من فرد لآخر، وتنشأ الكراهية غالباً نتيجة تعارض الشيء المكروه مع حاجات الفرد ودوافعه ومعتقداته.¹

يرى زكي الميلاد بأن الكراهية في كل صورها وتجلياتها هي "امتزاج موقف فكري مع حالة نفسية، وبعبارة أخرى هي موقف فكري يتلبس بحالة نفسية وتتجلى بهذا المظهر النفسي، الذي يغلب عليه التوتر والانفعال، وبشكل يحدث تنافراً بين طرفي العلاقة".²

وبحسب مبادئ كامدن فإن الكراهية هي «حالة ذهنية تتسم بانفعالات حادة وغير عقلانية من العداء والمقت والاحتقار تجاه المجموعة أو الشخص المحرض ضده». وتنص مبادئ كامدن في المبدأ 12 الفقرة الأولى على وجوب أن تتبنى جميع الدول تشريعاً يمنع أي دعوة للكراهية على أساس قومي أو عرقي أو ديني مما يشكل تحريضاً على التمييز أو العداء أو العنف.³

4-3-4- خطاب الكراهية: hate speech

التعريف الاصطلاحي:

لا يوجد تعريف شامل لخطاب الكراهية بموجب القوانين الدولية، إذ لا يزال هذا المفهوم محل نزاع واسع، لا سيما فيما يتعلق بحرية الرأي والتعبير وعدم التمييز والمساواة، ولتوفير إطار عمل موحد للأمم المتحدة لمعالجة القضية على الصعيد العالمي، تُعرّف "استراتيجية وخطة عمل الأمم المتحدة بشأن خطاب الكراهية" بأنه "أي نوع من التواصل، الشفهي أو الكتابي أو السلوكي، الذي يهاجم أو يستخدم لغة ازدرائية أو تمييزية بالإشارة إلى شخص أو مجموعة على أساس الهوية، وبعبارة أخرى، على أساس الدين أو الانتماء الإثني أو الجنسية أو العرق أو اللون أو النسب أو النوع الاجتماعي أو أحد العوامل الأخرى المحددة للهوية".⁴

¹ عبد الله بن محمد العمرو، ثقافة الكراهية وصلتها بالثقافتين الإسلامية والغربية، مجلة العلوم الشرعية، العدد 34 (2015)، ص: 9.
² زكي الميلاد، الكراهية... المعنى والمفهوم، موقع عكاظ الإلكتروني: <https://www.okaz.com.sa/Homepage>، (10 ماي 2024، سا 09:45)

³ شيماء الهواري، مفهوم الكراهية في الشرعية الدولية، المركز الديمقراطي العربي، الموقع الإلكتروني: <https://democraticac.de/?p=50107>، (10 ماي 2024، سا 15:01)

⁴ United Nations, Understanding hate speech, <https://www.un.org/en/hate-speech/understanding-hate-speech/what-is-hate-speech>, (02 may 2024, h09:58)

وحسب منظمة اليونسكو يشير خطاب الكراهية إلى "عبارات تؤيد التحريض على الضرر (لأسيما التمييز أو العدوانية أو العنف) حسب الهدف الذي تم استهدافه، وسط مجموعة اجتماعية أو ديموغرافية، وقد تشمل الخطاب الذي يؤيد الأعمال العنيفة أو يشجعها أو يهدد بارتكابها".¹

اعتمدت لجنة وزراء مجلس أوروبا توصية بشأن خطاب الكراهية، والتي بموجبها فهم المصطلح على أنه "يشمل جميع أشكال التعبير التي تروج للكراهية العنصرية أو تحرض عليها أو تعززها أو تبررها، كره الأجانب، أو معاداة السامية أو غيرها من أشكال الكراهية القائمة على التعصب، بما في ذلك التعصب المعبر عنه في شكل القومية العدوانية والنزعة العرقية والتمييز والعداء ضد الأقليات والمهاجرين والأشخاص من أصول مهاجرة".²

ويوثق المجلس الاستشاري للكراهية الاجتماعية خطاب الكراهية، الذي غالبا ما تمارسه مجموعات الكراهية، بأنه: "خطاب بقصد نصب كمين وإرهاب وإذلال وإهانة المجموعة الاجتماعية المستهدفة من خلال إدانة الصور النمطية السلبية وتعزيز التمييز".³

ويعرف كذلك بأنه "نوع من الحديث أو الخطابات يتضمن هجوما أو تحريضا أو انتقاصا أو تحقيرا لشخص أو مجموعة من الأشخاص، بسبب أن أحدهم أو بعضهم أو جميعهم يحملون صفة إنسانية مميزة مثل العرق أو الدين أو النوع الاجتماعي أو الإعاقة أو الرأي السياسي أو الطبقة الاجتماعية أو الهوية الجنسية إلى آخره، أو يرتبطون بأشخاص حاملين لتلك الصفة، وعادة يستخدم هذا الخطاب أو يتطور ليؤصل وينشر دعوة إلى الكراهية والتمييز ضد حاملي تلك الصفات".⁴

ويستخدم مصطلح "خطاب الكراهية" للإشارة إلى التعبيرات التي تحرض على التمييز أو العنف أو العداء تجاه الأفراد أو الجماعات بسبب الكراهية، العنصرية، كره الأجانب، التوجه الجنسي، المعتقد

¹ Gagliardone, Iginio, Gal, Danit, Alves, Thiago, Martinez, Gabriela, Countering online hate speech, unesco publishing, paris france, 2015, p 10.

² وليد كاسد الزبيدي، الترويج لخطاب الكراهية من خلال وسائل الإعلام والأنترنت، (بيروت: منتدى المعارف، 2023)، ص: 16، 17.

³ Jena Jendrowski , opcit, p 7.

⁴ خطابات الكراهية .. وقود الغضب: نظرة على مفاهيم أساسية في الإطار الدولي، (القاهرة: مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، 2016)، ص: 06.

الديني، وأنواع أخرى من التعصب، ولكن أيضا للإشارة بعبارات أوسع إلى تلك التعبيرات التي تعزز العداء من خلال التحيز والتعصب.¹

وعرف المشرع الجزائري خطاب الكراهية في القانون رقم 20 - 05 المتعلق بالوقاية من التمييز وخطاب الكراهية ومكافحتها بأنه: "جميع أشكال التعبير التي تنشر أو تشجع أو تبرر التمييز، وكذا تلك التي تتضمن أسلوب الازدراء أو الإهانة أو العداء أو العنف الموجهة إلى شخص أو مجموعة أشخاص على أساس الجنس أو العرق أو اللون أو النسب أو الأصل القومي أو الإثني أو اللغة أو الانتماء الجغرافي أو الإعاقة أو الحالة الصحية"²

4-3-5- خطاب التمييز والكراهية في مواقع التواصل الاجتماعي: discrimination and hate speech in social networking sites

التعريف الاصطلاحي:

في وسائل التواصل الاجتماعي، يستخدم هذا المفهوم على نطاق واسع للإشارة إلى كتلة من التعبيرات التي تشمل مظاهر متنوعة مثل مهاجمة الشخصيات الشهيرة، والتهديدات للأفراد أو الجماعات المستوحاة من التعصب، والملاحظات المسيئة ضد من هم في السلطة، والدعوة إلى الإرهاب والتحريض الديني، والتي تتطلب مناهج وحلول مختلفة.³

أعلنت مفوضية الاتحاد الأوروبي لشؤون العدالة "مدونة سلوك لمكافحة خطاب الكراهية غير القانوني على شبكة الإنترنت"، وعرفت المدونة خطاب التمييز والكراهية بأنه: "كل سلوك يحرص علناً على العنف أو الكراهية الموجهة ضد مجموعة من الأشخاص، أو عضو في مجموعة، بناء على العرق أو اللون أو الدين أو النسب أو الأصل أو القومية". إنَّ الأشخاص الذين يمارسون هذه السلوكيات غير الأخلاقية، يصبحون عرضة للحظر، وقد يمنعون من الحق في إبداء حرية التعبير.

¹ Alex Cabo Isasi and Ana García Juanatey, Hate speech in social media: a state-of-the-art review, Executive summary, ajuntament de Barcelona, (December 2016), p 1.

² الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، قانون رقم 20-05 المتعلق بالوقاية من التمييز وخطاب الكراهية ومكافحتها، العدد 25 (الجزائر: الجريدة الرسمية، 29 أفريل 2020)، ص 5.

³ Alex Cabo Isasi and Ana García Juanatey, opcit, p 1

وبحسب مدونة السلوك، فإن هذا الحظر للحق في حرية التعبير، لا يقتصر فقط على المعلومات والأفكار التي يتم استقبالها بارتياح أو تعتبر غير مؤذية، ولكنه حظر يطل التعليقات والإدراجات المسيئة التي تسبب صدمة أو إزعاج للدولة أو أي قطاع من السكان. لقد أكدت جميع شركات الإنترنت التي وقعت على مدونة السلوك، المخاوف ذاتها.¹

كما تعرف بأنها مجموع البنى النصية التعبيرية والتفاعلية، المجسدة كلاميا (شفويا) أو لغويا (نصوص مكتوبة) أو سمعيا بصريا (فيديوهات) عبر مختلف الحوامل والوسائط الاتصالية الرقمية، والتي تكون مشحونة بأفكار ومعاني ودلالات وإيحاءات عنيفة أو احتقارية أو عنصرية أو تمييزية، وتمارس مظالم اجتماعية وثقافية اتجاه الأفراد أو الجماعات أو الهيئات والمؤسسات أو الدول، ويحيل مفهوم الكراهية الرقمية أو خطاب الكراهية في الشبكات السوسيو-رقمية إلى كل أشكال التعبير التي تنشر أو تبرر الكراهية العرقية أو كراهية الأجانب، معادة السامية وكل أشكال الكراهية المؤسسة على عدم التسامح.²

التعريف الإجرائي:

نقصد بخطاب التمييز والكراهية في مواقع التواصل الاجتماعي في هذه الدراسة كل التعبيرات أو الصور أو مقاطع الفيديو أو التعليقات التي ينشرها أو يتعرض لها أو يتفاعل معها مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي -على اختلاف أنواعها- من الجمهور الجزائري، والتي تنطوي على شكل من أشكال العنف المكتوب أو المنطوق أو المرئي، المتضمن إساءة أو قدح أو تشهير أو تحقير أو تحريض على الكراهية والتمييز على أساس الدين أو الهوية أو الجنس أو اللون أو الإعاقة ... الخ، تستهدف أشخاصا أو جماعات في المجتمع الجزائري بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

4-4 - المستخدم: user

التعريف اللغوي:

¹ مركز ميترود للدفاع عن حقوق الصحفيين، مواقع التواصل الاجتماعي تعتمد الميثاق الأوروبي لمجابهة الكراهية، الموقع الإلكتروني:

(03 ماي 2024، سا 16:18) <https://www.metroo.org/arabic/dreja.aspx?=hewal&jmare=599&Jor=1>

² الجمعي حجام، "الكراهية الرقمية تمثلها وممارستها في الفضاءات الرقمية واستراتيجيات مواجهتها"، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد 2، العدد 4 (ديسمبر 2021)، ص 12.

اشتقت كلمة المستخدم من الفعل استخدم، استخدمه، استخداما: اتخذه خادما، استخدم شيئا: استعمله لغرض ما.

وأصله خَدَمَ، يخدم خدمة، وخدم فلانا: عمل له وقام بحاجته، خدم شخصا أو شيئا: أدى له بعض الواجبات، أو قام ببعض المهمات، والخدمات جمع خدمة: ما يسدى من مساعدة في القيام بعمل.¹

التعريف الاصطلاحي:

الاستخدام مفهوم يعرف معاني مختلفة والتي تضم بدورها تصورات متنوعة لما هو "تقني" و"اجتماعي"، وقد بدأ توظيف هذا المصطلح بعد الابتعاد عن الفكر الأحادي، الذي كان يصف فعل وسائل الإعلام بالتأثيرات، وانتقاله إلى مصطلح الاستخدامات.

ويرى الباحثون حاليا بأن الاستخدام هو التوظيف البسيط للتقنية في إطار مواجهة مع الآلة والآلية، والمجموعة الاتصالية تبدأ من قطب التبني البسيط إلى قطب التملك، وهكذا سلّم الباحثون بأن الجمهور "يستعمل" بنفس معنى "يستخدم" بفعالية وسائل الاتصال استجابة للحاجات السيكولوجية، والفرد من الجمهور هنا يسمى "مستخدما".²

كما يشير مفهوم المستخدم إلى الجمهور وما يفعله بالوسائل التقنية المختلفة، وهو يقود إلى مسألة التملك الاجتماعي للتكنولوجيا الحديثة وعلاقته بمحتوياتها، كما نقصد بالمستخدم فيزيائيا الأفراد المستعملين للوسائل الاتصالية والإعلامية وتقنياتها.³

التعريف الإجرائي: نقصد بالمستخدم في دراستنا هذه جميع أفراد الجمهور الجزائري المستخدمين لموقع أو أكثر من مواقع التواصل الاجتماعي كمنصة أكس، فيسبوك، أنستغرام ... أو غيرها، أو بمعنى آخر من يمتلكون حسابات عبر هذه المواقع ويقومون بعملية التصفح من خلالها ويتفاعلون مع مضمانيها ومحتوياتها، على اختلاف انتماءاتهم وفئاتهم العمرية ومستوياتهم العلمية والثقافية والاجتماعية، من أجل الكشف عن دور الشبكات التواصلية في انتشار خطاب التمييز والكراهية، ورصد تصوراتهم حول الموضوع وتأثيراته وانعكاساته.

¹ مجاني الطلاب، مرجع سابق، ص: 258.

² سهام بولوداني، "إشكالية تحديد مفهوم استخدام تكنولوجيا الإتصال: من الامتلاك إلى الانتماء"، مجلة المعيار، المجلد 26، العدد 4 (ماي 2022)، ص: 1048، 1049.

³ لامية صابر ومحمد غزالي، مرجع سابق، ص: 271.

ثانيا: الإجراءات المنهجية للدراسة.

2-1- منهج الدراسة وأدواتها:

2-1-1- منهج الدراسة:

تتنمي دراستنا إلى الدراسات الوصفية "وهي تلك البحوث التي تستهدف وصف موضوع معين كما هو في الواقع الحالي من حيث الخصائص العامة والتفصيلية للموضوع، بما فيه من متغيرات، وعناصر وعلاقات ومؤثرات، وذلك باستخدام المنهج العلمي في كافة إجراءات البحث"¹، كما أن هذه البحوث لا تقف عند حد جمع البيانات والمعطيات، وإنما يمتد مجالها إلى تصنيف هذه البيانات والحقائق، وتفسيرها وتحليلها تحليلًا شاملاً واستخلاص نتائج ودلالات تسمح بإصدار تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة محل الدراسة.

ويرتبط التصميم الشكلي أو الهيكلي للبحوث الوصفية بنوع المنهج الذي يتبعه الباحث في الدراسة²، إذ لا يستقيم البحث العلمي إلا من خلال الضبط الدقيق للمنهج المعتمد ومختلف تقنياته وأدواته المستخدمة لربط الدراسة النظرية بالتطبيقية، والمنهج كيفما كان نوعه فهو "أسلوب من أساليب التنظيم العامة لمجموعة من الأفكار المتنوعة، والهادفة للكشف عن حقيقة هذه الظاهرة أو تلك"³.

كما يعرفه عبد الرحمن بدوي بأنه: "الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة مجموعة من القواعد العامة التي تهيم على سير العقل وتحدد عملياته، للوصول إلى نتائج معلومة"⁴.

فالمنهج هو القاعدة الأهم لهيكل البناء الأساسي لأي بحث علمي، وطبيعة الموضوع ومشكلة البحث وأهدافه هو الذي يحدد نوع المنهج المناسب للدراسة، ولما تمحور موضوع دراستنا في البحث عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار خطاب التمييز والكراهية، فإن **المنهج المسحي** هو الأنسب والأكثر ملاءمة لتحقيق أغراض الدراسة، والذي يعد من أبرز المناهج العلمية المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية، والمتعلق أساساً بمسح جمهور وسائل الإعلام -وهم في هذا البحث مستخدمي مواقع

¹ محمد الفاتح حمدي، منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال: دروس نظرية وتطبيقات (عمان: دار أسامة، 2017)، ص 37.

² سمير محمد حسين، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ (القاهرة: عالم الكتب، 2006)، ص 123، 124.

³ محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتنظيمات (عمان: دار وائل، 1999)، ص: 35.

⁴ عبد الرحمن بدوي، مناهج البحث العلمي، ط 3 (الكويت: وكالة المطبوعات، 1977)، ص: 5.

التواصل الاجتماعي-، حيث يقوم المنهج المسحي على "الرصد والمتابعة الدقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة أو عدة فترات، من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث، والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد على فهم الواقع وتطويره.¹

وبالنظر إلى طبيعة الموضوع وحدوده الزمكانية سنعتمد في دراستنا على المسح الافتراضي الذي يقوم على "حصر المواقع بذاتها أو دراسة الأفراد وآرائهم وتوجهاتهم عند جماعة افتراضية معينة داخل البنية الشبكية"²، وذلك من خلال رصد الدور الذي تمارسه مواقع التواصل الاجتماعي في تغذية خطاب التمييز والكراهية، وجمع وتحليل وتفسير البيانات التي تم الحصول عليها من أفراد عينة الدراسة من المستخدمين الجزائريين حول الموضوع المطروح، بغرض الوصول إلى نتائج مفسرة للظاهرة بشكل دقيق ومدرّس.

2-1-2- أدوات الدراسة :

تعتبر مرحلة جمع البيانات والمعلومات من أهم الأسس لقيام أي دراسة علمية، ويتوقف نجاح هذه الخطوة ودقة نتائجها على الاختيار السليم للأدوات البحثية التي تتوافق مع أهداف الدراسة وتجيب على تساؤلاتها، فأدوات البحث هي "الطرق والوسائل والأساليب التي يعتمد عليها الباحث لجمع بياناته ومعلوماته حول موضوع الدراسة"³، وإذا كانت هذه الأدوات متعددة ومتنوعة، فإن طبيعة الموضوع أو المشكلة هي التي تحدد حجم ونوعية الأدوات البحثية وتتحكم في اختيار أنسب ما يجب أن يستخدمه الباحث في إنجاز عمله⁴، وعليه اعتمدنا في دراستنا على ما يلي:

- أداة الاستبيان:

يعتبر الاستبيان من أكثر وسائل أو أدوات جمع البيانات شيوعاً واستخداماً في منهج المسح، وذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد المجتمعين أو غير المجتمعين في مكان واحد، ويمكن تعريفه بأنه "مجموعة من الخطوات المنتظمة يستهدف استئثار الأفراد

¹ ربحي مصطفى عليان، البحث العلمي: أسسه، مناهجه وأساليبه، إجراءاته (عمان: بيت الأفكار الدولية، 2001)، ص: 48.

² محمود تيشوش، صباح غربي، "الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات من المجتمع الافتراضي"، مجلة الحوار الثقافي، المجلد 11، العدد 3 (مارس 2023)، ص: 49.

³ رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي: أساسياته النظرية وممارسته العلمية (دمشق: دار الفكر، 2000)، ص: 305.

⁴ عبد الخالق محمد علي، خطوات نحو بحث النهج الإعلامي (بيروت: دار المحجة البيضاء للطباعة والنشر والتوزيع، 2010)، ص 40.

المبحوثين بطريقة ممنهجة ومقننة، لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة، في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها، دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات¹.

ولما كان موضوعنا متركز على دراسة الظاهرة في البيئة الرقمية وارتباط المجتمع البحثي بها، فقد تم استخدام الاستبيان الإلكتروني كأداة رئيسية لتحقيق أهداف هذه الدراسة، "وهو استبيان يتم تصميمه وإرساله للمفحوصين أو مفردات البحث، عن طريق الأنترنت أو الشبكات الاجتماعية أو البريد الإلكتروني، ويخضع لنفس شروط وقواعد تقنين الاستبيان الورقي قبل تصميمه ونشره عبر الأنترنت، بشكل يحقق الهدف الذي يسعى إليه الباحث من خلال المشكلة التي يطرحها بحثه"²، كما تم تعريفه أيضا بأنه "الاستبيان الذي تلعب شبكة الأنترنت دورا رئيسيا في كل من تقديمه إلى المستجيبين المحتملين من جهة، وجمع بياناته من الاستجابات الفعلية من جهة أخرى"³.

ويعد الاستبيان الإلكتروني من أحدث التقنيات الخاصة بجمع البيانات في المجتمعات الافتراضية والشبكية، وتم اختياره للأسباب التالية:

- ضرورة مواكبة التطور في البحث العلمي، والاستفادة من التقنيات والأدوات الحديثة المتاحة للباحث، وفق ضوابط علمية محددة خاصة في القياس، وجمع البيانات، ومعالجتها وتحليلها.
- تعتبر الاستبانة الإلكترونية سريعة، وسهلة الاستخدام، وقليلة التكاليف، مقارنة بالاستبانات الورقية لا سيما إذا شملت عينة كبيرة الحجم، فهي تتمتع بشمولية جغرافية واسعة جدا⁴.
- سهولة وسرعة تعبئته والحصول على نتائجه عكس الاستبيان التقليدي الذي يكبد الباحث جهدا مضاعفا.
- الاستبيان الإلكتروني أكثر سهولة في عملية التوزيع من خلال قدرته على الوصول إلى المناطق البعيدة عن حدود وإمكانيات الباحث.
- يسهل الاستبيان الإلكتروني عملية ادخال البيانات وجدولتها، والتي يمكن أن تتم مع أي حزمة من تطبيقات البرامج كقاعدة البيانات والجداول الحسابية مثل برنامج spss.

¹ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (القاهرة: عالم الكتب، 2000)، ص: 353

² رشود بن محمد الخريف، «الاستبانة الإلكترونية» ما بين السهولة والجدوى العلمية، موقع جريدة العرب الاقتصادية الدولية، الموقع الإلكتروني: https://www.aleqt.com/2019/01/06/article_1519071.html، (18 أبريل 2024 سا 17:21)

³ karen j. jansen, kevin g. corley, bernard j. jansen, e-survey methodology, idea group inc, 2007, p 2.

⁴ رشود بن محمد الخريف، «الاستبانة الإلكترونية» ما بين السهولة والجدوى العلمية، موقع جريدة العرب الاقتصادية الدولية، متاح عبر الرابط: https://www.aleqt.com/2019/01/06/article_1519071.html، (18 أبريل 2024 سا 17:21)

- يوفر الاستبيان الإلكتروني قدر أكبر من الحيادية فهو يحد من تأثير الباحث على المستجيبين سواءً بالتلميح الشفوي أو الصوري.

- الاستبيانات الإلكترونية تحل مشكلة وجود أسئلة غير مجابة من قبل العينة المستهدفة.¹

والتأكد من صحة البيانات التي سيتم جمعها عن طريق الاستمارة وقيمة النتائج التي سوف نتوصل إليها، يتطلب تخطيطاً دقيقاً وعناية كبيرة بإعدادها ومراحل متسلسلة لضمان فعاليتها، وانطلقنا في إعداد استمارة الاستبيان وتصميمها من صياغة مجموعة من الأسئلة بالاستناد على الأدبيات والدراسات السابقة من جهة، وبالتكامل مع أبعاد ومؤشرات وتساؤلات الدراسة من جهة أخرى، وقد تم خلال عملية البناء مراعاة ما يلي:

- الإيجاز والاختصار في صياغة الأسئلة ومراعاة الدقة في الأفكار، ومدى تناسبها مع المحاور وتساؤلات الدراسة، لتلائم جميع المستويات التعليمية للمستخدمين.

- مراعاة كفاية بنود الأسئلة المطروحة وشموليتها، والحرص على تغطيتها لجميع وجهات النظر، مع اتباع الترتيب والانتقال المنطقي للأسئلة لتيسير الإجابة على المبحوث.

- اعتمدنا على الاستبيان المقنن والأسئلة ذو الإجابات المحددة، وهو أكثر الأنواع استخداماً والأكثر ملائمة للاستبيانات الإلكترونية نظراً لسهولة إعدادها، وتجاوب المبحوثين معه.

وقد تم تنظيم الأسئلة وفق محاور تخدم أغراض البحث وتحقق أهدافه وذلك بتقسيمها إلى خمس محاور موزعة على النحو التالي:

المحور الأول: السمات العامة والاستخدام.

وهو الجزء المخصص لجمع المعلومات السوسيو-ديموغرافية عن عينة الدراسة، ويستهدف تحديد خصائصها، ومن ثم تحليل البيانات والنتائج وفقها، وحساب العلاقة والدلالة الإحصائية من خلالها، وتتمثل أساساً في: الجنس، السن، المستوى التعليمي، الوضعية المهنية، المستوى المعيشي، الإقامة، منطقة الانتماء، بالإضافة إلى بعض أنماط استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي والمرتبطة بالمواقع المفضلة، مدة الاستخدام، ونوع الهوية.

المحور الثاني: خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأساليب التفاعل معه

من طرف المستخدمين.

¹ محمود تيشوش، صباح غربي، مرجع سابق، ص: 48.

واستعرضنا في هذا المحور مفهوم خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومختلف مظهراته عبر هذه الفضاءات، القوالب التي تستغل لنشره، أنواعه، أشكاله، المروجون له، المستهدفين منه، دوافع بثه، التعرض له وتبنيه وطبيعة التفاعل معه من قبل عينة الدراسة.

المحور الثالث: دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار خطاب التمييز والكراهية.

استهدفنا في هذا المحور معرفة الكيفية التي تنتشر عبرها خطابات التمييز والكراهية، وذلك من خلال استعراض أسباب انتشار خطاب التمييز والكراهية بين رواد مواقع التواصل الاجتماعي حسب أفراد العينة، كيفية مساهمة البيئة الاجتماعية والظروف المحيطة بها في تكريس هذا الخطاب، فضلا عن الأساليب المستخدمة في الترويج لخطابات التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والعوامل المساعدة التي جعلت هذه المواقع منصة للترويج لخطاب التمييز والكراهية.

المحور الرابع: انعكاسات انتشار خطاب التمييز والكراهية على المستخدمين الجزائريين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

حاولنا التعرف من خلال هذا المحور على انعكاسات خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الفردي وكذا المستوى المجتمعي، بالإضافة إلى محاولة رصد واكتشاف العلاقة بين انتشار وتنامي هذه الخطابات والعنف داخل المجتمع وأهم أشكال هذا العنف.

المحور الخامس: مواجهة خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

تناولنا في هذا المحور أساليب وآليات مواجهة خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وقد شمل مدى معرفة أفراد عينة الدراسة بالعقوبات القانونية المترتبة عن بث خطاب التمييز والكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي، الجهات والأطراف التي يجب عليها التصدي لهذا الخطاب عبر هذه المواقع، إضافة إلى مدى قدرة هذه الأخيرة على مواجهة المد المتزايد لخطاب الكراهية، وأهم التحديات والصعوبات التي تقف عائقا أمام مواجهته عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

تم إعداد الاستبيان الإلكتروني في صورته النهائية* (باستخدام نماذج Google Forms) وإخضاعه للتحكيم من قبل أساتذة مختصين، والاختبار على عينة تجريبية، وتم التوزيع بعد تحديد الأطر الزمانية والمكانية والبشرية التي تعنى بها الدراسة، عن طريق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، سواء عبر قنوات الاتصال الشخصي أو من خلال الصفحات والمجموعات المختلفة التي أخذنا بعين الاعتبار عند اختيارها عدد المشتركين فيها، بالإضافة إلى حجم التفاعل، وكذا عملنا على المتابعة المستمرة لسير

* انظر الاستبيان في صورته النهائية في الملحق رقم (1).

العملية، وإعادة النشر وإرسال تذكيرات للإجابة لضمان مشاركة أفضل والحصول على معدل استجابة أعلى.

- أداة المقابلة:

تدخل المقابلة ضمن أدوات البحث العلمي التي يستخدمها الباحثون للتوغل بعمق في المشكلة موضوع البحث، وتتيح لهم الحصول على معلومات كافية تمتاز بالدقة والوضوح لاتصالهم المباشر بمصدر المعلومات¹، وقبل الخوض في الحديث عن المقابلة الإلكترونية التي اعتمدها في دراستنا، لابد من التعرّيج على مفهوم المقابلة بصفة عامة، وهي تقنية من التقنيات التي تستهدف جمع البيانات والمعلومات الكيفية بطريقة مباشرة، في شكل يأخذ طابع مناقشة، أو حوار يقوده الباحث من جهة وشخص أو مجموعة أشخاص، غرضها الحصول على معلومات وحقائق أو استكشاف آراء واتجاهات محددة، يحتاج الباحث إلى تجميعها في ضوء أهداف بحثه من أجل فهم أوضح للظاهرة محل الدراسة في جميع أبعادها ومؤشراتها².

أما فيما يخص المقابلة الإلكترونية فهي الشكل غير المباشر للمقابلة، وهي من طرق جمع البيانات الحديثة نسبياً، حيث يتم الحوار مع المبحوثين عن طريق الاستعانة بالوسائل التكنولوجية لإجرائها، وبلاستفادة من خصائصها وطبيعتها التفاعلية، ويرى **عامر إبراهيم قنديلجي** بأنه أصبح بالإمكان بعد كل هذا التطور التكنولوجي الحديث، محاورة الباحث للمبحوثين عن طريق البريد الإلكتروني أو الحديث الصوتي والمرئي باستخدام الأنترنت، والاتصالات عن بعد³، سواء في شكل مقابلة فردية أو عبر إنشاء مجموعات، وعليه فإن المقابلة الإلكترونية يمكن أن تتم من خلال البرامج التي توفرها شبكة الأنترنت مثل برامج الماسنجر وغرف المحادثة والدرشة، وقد يتعداه أيضاً إلى إمكانية التواصل المباشر من خلال كاميرات الويب، إضافة إلى ما توفره اليوم وسائل التواصل الاجتماعي، كفايسبوك وإكس وغيرها من الوسائل التي يمكن توظيفها لتحقيق أهداف البحث العلمي⁴.

وقد اعتبرنا المقابلة الإلكترونية خياراً فعالاً ومناسباً بالنسبة إلى دراستنا، في ظل تنامي الاعتماد على أدوات البحث الرقمية، وتم اللجوء إلى هذا النوع من المقابلات نظراً لبعد المسافة بين الباحثة

¹ رديم يونس كرو الغزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي (عمان: دار دجلة ناشرون وموزعون، 2008)، ص 142.

² أحمد نقي، "المقابلة: الماهية، الأهمية، الأهداف، الأنواع"، مجلة أفانين الخطاب، المجلد 1، العدد 2 (ديسمبر 2021)، ص 86.

³ عامر إبراهيم قنديلجي، منهجية البحث العلمي (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2013)، ص 172.

⁴ فاطمة الزهراء بكوش ومليكة عطوي، "المقابلة والاستبيان في البيئة الرقمية"، مجلة السياسة العالمية، المجلد 6، العدد 1 (جوان 2022)، ص 1251.

والمبحوثين لانتمائهم إلى جامعات مختلفة، وصعوبة أو عدم إمكانية اللقاء بهم شخصيا، إضافة إلى توفير الوقت والجهد والتكاليف لكل من الباحثة والمشارك وفقا لظروف الطرفين، فضلا عن المرونة في جمع وتسجيل وحفظ البيانات الخاصة بالمقابلات.

وتجدر الإشارة إلى أننا اعتمدنا في دراستنا على المقابلة كأداة مساعدة، بحيث تعطي هذه الأخيرة فائدة كبيرة في عملية الاستبيان وتزوده بمعلومات مكملة لجمع البيانات التوثيقية، والتأكد من المعلومات التي تم الحصول عليها من خلاله، بما يسمح بالاقتراب أكثر من التحديد الدقيق للمشكلة أو الظاهرة والتعرف على أبعاد جديدة حولها لا يستطيع الباحث الوصول إليها من خلال الأساليب الأخرى¹. هذا وقد اتخذنا لضبط طبيعة المعلومات المراد جمعها من المقابلة وتنظيمها مجموعة من الإجراءات والخطوات تشمل ما يلي:

1- اختيار العينة: تم اختيار عينة المفردات المعنية بالمقابلة والمكونة أساسا من مجموعة من الأساتذة الجامعيين، وفق معيارين: **المعيار الأول** يتعلق باختيار الأساتذة تبعا لاهتمامهم بالموضوع وأبحاثهم حوله، وانطلاقا من خبرتهم في الموضوع، حيث أن اختيار الأساتذة وفق هذا العامل سيساعدنا في إثراء النقاش حول الموضوع وتدعيم نتائجنا وتفسيرها لوضع البحث في مساره المنهجي الصحيح، بينما يتعلق **المعيار الثاني** للاختيار بالحرص على انتماء الأساتذة المستجوبين إلى تخصصات مختلفة مما يسمح بدراسة الموضوع من عدة زوايا للوقوف على أبعاده وتجلياته وتداعياته، والجدول التالي يوضح الأساتذة المشاركين في المقابلة:

| الرقم | الأستاذ | الرتبة العلمية | التخصص | جامعة الانتماء |
|-------|----------------|----------------------|--------------------|--|
| 01 | سعد عبد السلام | أستاذ التعليم العالي | علم النفس والفلسفة | جامعة زيان عاشور - الجلقة - |
| 02 | بلال موزاي | أستاذ محاضر -أ- | علوم سياسية | جامعة محمد لمين دباغين -سطيف - |
| 03 | خرفية جودي | أستاذ محاضر -أ- | اتصال وعلاقات عامة | المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام - الجزائر - |

¹ عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية لعمار بوحوش، ط2 (الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب، د.س)، ص 39، 40.

| | | | | |
|----|------------------------|----------------------|-----------------------------|---|
| 04 | سلامي اسعيداني | أستاذ محاضر -أ- | اتصال استراتيجي | جامعة محمد بوضياف - المسيلة- |
| 05 | يوسف بلعباس | أستاذ محاضر - ب- | علم اجتماع الاتصال | جامعة أحمد زبانة - غليزان- |
| 06 | محمد الأمين بن خيرة | أستاذ محاضر - ب- | علم اجتماع جريمة وانحراف | جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة -عين الدفلى- |
| 07 | سامية جفال | أستاذ التعليم العالي | إعلام واتصال | جامعة محمد خيضر - بسكرة- |

الجدول رقم (01): يوضح البيانات الخاصة بالأساتذة المشاركين في المقابلة.

2- تصميم استمارة المقابلة: اعتمدنا على المقابلة المقننة ذات الإجراءات والأسئلة المحددة مسبقا والمفتوحة، والتي تركزت على النتائج التي حصلنا عليها من خلال الاستبيان الإلكتروني، لمعرفة رأي المستجوبين حول النتائج التي توصلنا إليها، وتقديم تحليلاتهم وتفسيراتهم انطلاقا من خبرتهم حول موضوع الدراسة، مع تضمين ملخص عن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.

3- اختيار طريقة إجراء المقابلة: تم تحديد نوع وأسلوب المقابلة الإلكترونية -كما أشرنا سابقا- وذلك نظرا لتواجد الأساتذة وانتمائهم لجامعات مختلفة عبر الوطن، بالإضافة إلى أننا قمنا بالتواصل مع الأساتذة المشاركين، وإعطائهم كامل الحرية في اختيار طريقة إجراء المقابلة سواء عبر البريد الإلكتروني أو عبر تطبيقات الفيديو (مثل Google meet)، أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

4- فترة إجراء المقابلة: تم إجراء هذه المقابلة خلال شهري مارس وأفريل بعد تفرغ إجابات الاستبيان.

2-1-3- إجراءات الصدق والثبات:

في البحوث الإنسانية والاجتماعية يجب إثبات صدق وثبات الأداة أو المقياس المستخدم في البحث¹، وترتبط معايير الصدق والثبات ارتباطا نظريا وإجرائيا وثيقا بالبحوث الكمية نتيجة حاجتها الماسة

¹ عقيل حسين عقيل، خطوات البحث العلمي: من تحديد المشكلة إلى تفسير النتيجة (دمشق: دار ابن كثير، 2010)، ص 305.

وملازمتها الدائمة لها¹، ويعتبر الصدق والثبات من أهم ما يجب أن يُحرَص عليه في البحث لتجنب القصور في أداة الدراسة، أو تدخل الذاتية، التي تحول دون الوصول إلى نتائج علمية دقيقة، وهي ضرورة بحثية لتقييم جودة العمل، الذي يساهم بدوره في تعميم النتائج، لذلك يسعى كل باحث أن يحقق في دراسته نتائج عالية من الصدق والثبات.

ولا تنفصل مفاهيم الصدق والثبات عن القياس، بحيث يتعلق صدق أداة معينة بالتساؤل حول ما إذا كان الباحثون يقيسون ما يرغبون في قياسه، أو تقييم مدى تناسب هذه الأداة مع خصائص المتغير الذي صممت من أجله إجراءات القياس، ويشير الثبات إلى درجة احتواء القياس لأخطاء متغيرة أو توصيف لمدى اختلاف الملاحظات عن بعضها البعض²، كما نقصد به الانتظام أو إلى الحد الذي يتم فيه فهم نتائج المقياس فهما صحيحا، أي بمدى دقة النتائج وعلو درجة التوافق في حالة تكرارها في وقت آخر من طرف الباحث ومن ثم قابلية تعميمها³.

وللتحقق من صدق الأداة وثباتها في دراستنا والتأكد من صلاحية الاستمارة للتطبيق وتحقيق أهدافها في جمع المعلومات المطلوبة قمنا بما يلي:

1- التقييم الذاتي للباحث بملائمة الأداة، وذلك عبر بناء الاستمارة وتصميمها استنادا على الدراسات السابقة ذات الصلة المباشرة بالموضوع من جهة، والتي تجيب على تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها من جهة أخرى، بالإضافة إلى محاولة التأكد من صلاحية الاستمارة للتطبيق من خلال مراجعة الأسئلة ومحتواها، وأسلوب صياغتها، ومراعاة ترتيبها المنطقي، وسلامتها اللغوية، وترابطها مع محتوى المحاور، وتعد الإجابة على هذه التساؤلات المرشد للبناء النهائي للاستبيان وبيان مدى صلاحيتها.

2- بعد هذه المرحلة قمنا بعملية التحكيم التي تعتبر خطوة أساسية للتأكد من كفاءة الأداة البحثية وقابليتها للاختبار والقياس، عبر عرض الاستبيان في صورته الأولية إلى مجموعة من الأساتذة المتخصصين في علوم الإعلام والاتصال وعلم الاجتماع، وقد راعينا اختيار المحكمين ذوي الخبرة الأكاديمية لا سيما في منهجية البحث العلمي، وحددنا عددهم بخمسة أساتذة عبر عدة جامعات وطنية لضمان تنوع الآراء والتوجهات، وتم تزويدهم بنسخة من الاستبيان مرفقة بالإشكالية الرئيسية للبحث والتساؤلات والأهداف المرتبطة أساسا بمحاور الاستمارة، وذلك من أجل تحكيمها ورصد مواطن الخلل أو

¹ فضيل دليو، "معايير الصدق والثبات في البحوث الكمية والكيفية"، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 19 (ديسمبر 2014)، ص 84.

² شاقا فرانكفورت ناشمياز ودافيد ناشمياز، طرائق البحث في العلوم الاجتماعية: ترجمة ليلي الطويل (دمشق: بتر للنشر والتوزيع، 2004)، ص 178-182.

³ فضيل دليو، "معايير الصدق والثبات في البحوث الكمية والكيفية"، مرجع سابق، ص 84.

القصور فيها، للوقوف على مدى وضوح العبارات وشمولية الأبعاد وجاهزيتها للتطبيق ومدى مناسبتها للفئة المستهدفة.

وعلى ضوء ملاحظات المحكمين وتوجيهاتهم، تم حذف وتغيير بعض الأسئلة والبنود وتعديل وإعادة صياغة البعض الآخر، بناء على إجماع رأي الأغلبية للوصول في الأخير إلى الشكل النهائي للاستبيان. وتم قياس ثبات الاستبيان وفق معادلة هولستي **Holsti** بالشكل التالي:

$$R = \frac{NC}{1 + (n - 1) \times C}$$

بحيث أن:

R = معامل الثبات

N = عدد المحكمين.

C = متوسط الاتفاق بين المحكمين.

وبلغ عدد محكمي الاستمارة 5 أساتذة (N=5)، كما هو موضح في الجدول التالي:

| الرمز | المحكمين | الرتبة العلمية | جامعة الانتماء |
|-------|---------------|----------------------|------------------------------------|
| أ | نبيل خيرى | أستاذ محاضر أ | جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل - |
| ب | كريمة لعرامة | أستاذ محاضر أ | جامعة باجي مختار - عنابة - |
| ج | مختار جلولي | أستاذ محاضر أ | جامعة ابن خلدون - تيارت - |
| د | عادل شيهب | أستاذ التعليم العالي | جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل - |
| هـ | محمد طيب أحمد | أستاذ محاضر أ | جامعة الجزائر 3 |

الجدول رقم (02): يمثل الأساتذة المحكمين لاستمارة الاستبيان.

وضمت الاستمارة 33 سؤالاً، وتم احتساب نسبة التوافق بين المحكمين (C) بالطريقة المبينة أدناه:

| المحكمون | إجمالي الأسئلة | متوسط الاتفاق | نسبة التوافق |
|----------|----------------|---------------|--------------|
| أ - ب | 33 | 28 | 0.88 |
| أ - ج | 33 | 27 | 0.84 |
| أ - د | 33 | 27 | 0.84 |

| | | | |
|------|----|----|------|
| أ-هـ | 33 | 29 | 0.91 |
| ب-ج | 33 | 28 | 0.88 |
| ب-د | 33 | 28 | 0.88 |
| ب-هـ | 33 | 29 | 0.91 |
| ج-د | 33 | 27 | 0.84 |
| ج-هـ | 33 | 28 | 0.88 |
| د-هـ | 33 | 28 | 0.88 |

الجدول رقم (03): يوضح كيفية احتساب نسبة التوافق بين المحكمين.

طريقة حساب متوسط الاتفاق بين المحكمين (C):

$$C = \frac{0.88+0.84+0.84+0.91+0.88+0.88+0.91+0.84+0.88+0.88}{10} = \frac{8.74}{10} = 0.87$$

حساب معامل الثبات وفق معادلة هولستي (R):

$$R = \frac{5 \times 0.87}{1 + (5-1) \times 0.87} = \frac{4.35}{4.48} = 0.97$$

إن: بلغت نسبة ثبات الاستبيان 0.97 وهي نسبة عالية جدا تبين شدة ثبات أداة الدراسة.

3- وفي المرحلة الأخيرة وقبل التوزيع النهائي، قمنا باختبار قبلي لقياس صلاحية الاستمارة من خلال التطبيق على عينة تجريبية ذات خصائص مماثلة لأفراد المجتمع البحثي، لاكتشاف المشكلات المحتملة في الصياغة، التصميم الشكلي للاستبيان الإلكتروني، تقييم وضوح الأسئلة للمبحوثين، صعوبات تقنية (اشتغال الرابط، طريقة الإجابة، والوقت المستغرق)، وبناءً عليها تم وضع التعديلات النهائية على الاستبيان الإلكتروني وتوزيعه عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

2-2- مجتمع الدراسة وعينتها:

2-2-1- مجتمع الدراسة:

يهدف أي بحث علمي إلى وصف مجتمع ما، والمجتمع البحثي هو جميع العناصر ذات العلاقة بمشكلة الدراسة التي يسعى الباحث تعميم النتائج عليها، ويتم تعريف مجتمع البحث على أنه "مجموعة محددة بشكل دقيق من الأفراد أو الأشياء المعروفة بخصائصها المتشابهة، وعادة ما يكون لجميع الأفراد أو الأشياء في مجموعة معينة خاصية أو خاصية مشتركة أو ملزمة"¹.

ويتشكل المجتمع البحثي في هذه الدراسة من جميع أفراد الجمهور الجزائري المستخدمين لموقع أو أكثر من مواقع التواصل الاجتماعي، على اختلاف انتماءاتهم وفئاتهم العمرية ومستوياتهم العلمية والثقافية والاجتماعية، من أجل تحقيق هدف دراستنا وهو محاولة الكشف عن دور الشبكات التواصلية في انتشار خطاب التمييز والكراهية، ورصد تصوراتهم حول الموضوع وتأثيراته وانعكاساته، وقد بينت الإحصائيات المنجزة في جانفي 2024 أن عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر بلغ 24.85 مليون مستخدم وهو ما يعادل 54.1 بالمئة من إجمالي السكان²، ونظرا لاتساع حجم هذا الجمهور ولاستحالة إجراء مسح شامل لجميع مفردات المجتمع الأصلي لجأنا لأسلوب المعاينة.

2-2-2- عينة الدراسة:

تتعامل الدراسات والأبحاث الإعلامية عموما مع قاعدة جماهيرية كبيرة، والتي غالبا ما تستلزم اللجوء إلى أسلوب المعاينة كضرورة بحثية أساسية من أجل تحديد مجموعة فرعية لتمثيل مجتمع البحث الكلي، باعتبارها جزءا صغيرا من وحداته وهمزة وصل بين المنطلقات النظرية والدراسة التطبيقية التي تجيب على تساؤلات البحث وتحقق أهدافه من خلال ميدان الدراسة، وقد فرضت البيئة التكنولوجية الجديدة تغيرات على مستوى الظاهرة الإعلامية نفسها من جهة وأدواتها البحثية وطرقها المنهجية من جهة أخرى، بما يتناسب ومتغيرات الفضاءات الافتراضية، وعلى رأسها كفاءات تحديد العينات وتعدد أساليب اختيارها.

¹ مجتمع البحث، من موقع مؤسسة النبأ لخدمات الأبحاث التعليمية، متاح عبر الرابط: <https://alnabafoundation.com/%D9%85%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%B9> ، (22 أبريل 2024 سا15:12)

² Simon Kemp, Digital 2024: Algeria, 23 February 2024, web site: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-algeria> , (24 July 2024, 10:03h)

ويمكن وصف أي عملية اختيار للعينة في البيئة الرقمية بأنها "استخراج الوحدات من مجتمع الدراسة المستهدف من خلال وسائل الاتصال عبر الأنترنت، ويتكون هذا المجتمع عموماً من أشخاص أو محتويات أو منظمات أو علاقات"¹.

وبما أن موضوعنا ينحصر في دراسة وسائل الإعلام الجديد ممثلة بمواقع التواصل الاجتماعي ودورها في انتشار خطاب التمييز والكراهية، فإننا نتعامل مع بيئة رقمية افتراضية ومجتمع بحثي يتسم بالمرونة والتغير والديناميكية، والمتمثل أساساً في دراسة جمهور مستخدمي هذه التطبيقات، وهو الأمر الذي يحول دون توافر معايير وخصائص محددة لاختيار مفردات العينة على نحو يتسم بالدقة، بالإضافة إلى ضخامة أعداد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر (والذي تجاوز حد 24 مليون مستخدم حسب الإحصائيات في الثلاثي الأول من سنة 2024 - كما أشرنا سابقاً-).

ويشير الباحثان Furrer و Sudharsham في هذا الصدد أن التطور الدائم لشبكة الأنترنت يعتبر السبب الأساسي لمعظم الصعوبات المرتبطة باختيار العينة في البيئات الافتراضية، بحكم قدرتها على تحريك المستخدم الذي يمكنه أن ينتمي إلى وحدات مختلفة ومتنوعة، كما يمكنه أن يتواجد في كل مكان وفي نفس الزمن، مما يؤدي إلى خلق بعض الصعوبات المرتبطة بتحديد الفئة المبحوثة، وكذا بدقة النتائج المتوصل إليها وتعميمها في فترة زمنية محددة².

ونظراً لكون مجتمع بحثنا يتسم بالمجهولية، والتشتت، واللاتجانس، وصعوبة إن لم نقل استحالة تحديد الإطار العام وحصر الحجم الكلي للعينة، ارتأينا اللجوء إلى العينات الغير احتمالية باعتبارها الأكثر استخداماً في أغلب البحوث المسحية عبر الأنترنت والأنسب لتطبيقات الإعلام الجديد وطبيعتها، وقد عرفها موريس أنجرس بأنها "نوع من المعاينة التي يكون فيها احتمال انتقاء عنصر من عناصر مجتمع البحث ليصبح ضمن العينة غير معروفاً، والذي لا يسمح بتقدير الدرجة التمثيلية للعينة المعدة بهذه الطريقة"³، غير أن استخدام هذا النوع من المعاينات، يحقق السرعة في الإنجاز، ولا يخضع لقيود جغرافية، ولا ضغط زمني كبير على المستجيبين من مفردات العينة، بالإضافة إلى المرئية والتفاعلية والمرونة.

¹ فضيل دليو، "اختيار العينات عبر الأنترنت في البحوث الاجتماعية"، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد 6، العدد 2 (أفريل 2023)، ص 3.

² ناسلية رباعي، "دوافع استخدام الشباب الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي -دراسة مسحية على عينة من مستخدمي شبكة الفايبروك-" (أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2019-2020)، ص 129.

³ موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية: تدريبات عملية (الجزائر: دار القصة للنشر، 2004)، ص 302.

وبناءً على المؤشرات السالف استعراضها، وتبعا لطبيعة الموضوع وأهدافه ارتأينا الاعتماد على عينة يتم استخدامها للتعامل مع المبحوثين عبر الأنترنت عموما ومواقع التواصل الاجتماعي خصوصا، وهي العينة المتاحة Available sample، وتعرف كذلك بالعينة المريحة أو الميسرة، "وتعتبر نوعا من العينات غير الاحتمالية التي يكون سحب مفرداتها من الجزء الأقرب من متناول اليد من مجتمع البحث، وقد يكون ذلك من خلال مقابلة الأشخاص مصادفة، أو إدراجهم في قائمة العينة بعد الالتقاء بهم ميدانيا، أو اختيارهم بعد العثور عليهم من خلال الإنترنت أو عبر الهاتف"¹

والعينة المتاحة هي أسلوب معاينة ينطوي على اختيار العناصر من المجتمع المستهدف على أساس مدى توافرهم للباحث، أو على أساس اختيارهم ذاتيا، أو كليهما معا، من خلال قيام الباحث بدعوة المستجيبين على شبكة الأنترنت عبر نوافذ أو روابط محددة، وعادة يتم تحديد واختيار المشاركين في الدراسة حتى يتم استيفاء حجم العينة المستهدفة أو الفترة المحددة مسبقا أو حتى نفاذ الموارد اللازمة لاستمرار أخذ العينة.²

وقد اعتمدنا في الوصول إلى المبحوثين على شبكة الأنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بالتحديد، بما يتناسب وأهداف الدراسة لكون المجتمع البحثي يتركز أساسا على المستخدمين لهذه التطبيقات، ويساعدنا استخدام هذا النوع من العينات في توفير الوقت والجهد، وتكاليف أقل بالموازاة مع السرعة في الوصول للمستجيبين، وتحقيق النتائج البحثية المطلوبة، لا سيما أننا نستهدف وصف الظاهرة محل الدراسة وتحليل العلاقة بين متغيراتها وتفسيرها، بصرف النظر عن التحديد الدقيق لخصائص المبحوثين وسماتهم الشخصية، "فالباحث في هذا السياق لا يستطيع تحديد المستجيبين ولا خصائصهم الديموغرافية أو الاجتماعية أو الثقافية، كما قد لا يمكن الاتصال بهم أو التعامل معهم مرة أخرى بعد اكتمال عملية المسح".³

ويعد تصميم العينة المتاحة وإجراءاتها العملية أبسط وأسهل من حيث التطبيق والتنفيذ، ويمكن أن تتم بسرعة كبيرة مما يتيح جمع البيانات في الوقت المناسب، ونظرا لأنه يتم اختيار الأفراد المتاحين والقادرين ومن لديهم استعداد للمشاركة في الدراسة، فإن العينة المتاحة تميل إلى أن تكون ذات معدلات

¹ فضيل دليو، "اختيار العينة في البحوث الكيفية"، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد 30، العدد 3 (سبتمبر 2022)، ص 12.
² جوني دانييل، أساسيات اختيار العينة في البحوث العلمية، ترجمة طارق عطية عبد الرحمن (الرياض: معهد الإدارة العامة للطباعة والنشر، 2015)، ص ص 132، 133.

³Fabyio Villegas, River sampling: What it is, types & examples, web site: <https://www.questionpro.com/blog/river-sampling/> (25 July 2024, 11:48h).

إجابة مرتفعة، علاوة على ذلك وكما هو الحال مع غيرها من تصميمات العينة غير الاحتمالية لا تتطلب العينة المتاحة إطاراً للعينة.¹

وعليه بلغ حجم العينة النهائي 415 مبحوثاً، وذلك خلال الفترة الزمنية الممتدة من 15 أكتوبر 2024م إلى غاية 15 ديسمبر 2024م.

2-3- مجالات الدراسة:

تعد المجالات والحدود الزمنية والمكانية والبشرية للدراسة في البحث العلمي، عناصر أساسية وهامة وجب تحديدها بدقة لضمان جودة البحث وواقعيته، وقابليته للإنجاز، وفق الخطة المسطرة لإعداد الأطروحة ضمن إمكانيات وظروف الباحث والموارد المتوفرة، وتتمثل فيما يلي:

المجال المكاني: ويقصد به المكان الذي تمت فيه الدراسة، وبما أن موضوعنا يستهدف رصد الدور الذي تمارسه مواقع التواصل الاجتماعي في تغذية خطاب التمييز والكراهية، وتركز هذه الظاهرة في البيئة الرقمية، فقد قمنا بتطبيق الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي بالجزائر.

المجال البشري: ونقصد به المجتمع المدروس والفئة المستهدفة، ويتشكل في دراستنا من جميع أفراد الجمهور الجزائري المستخدمين لموقع أو أكثر من مواقع التواصل الاجتماعي، على اختلاف انتماءاتهم وفئاتهم العمرية ومستوياتهم العلمية والثقافية والاجتماعية.

المجال الزمني: ونقصد به الفترة الزمنية والمدة التي غطتها إنجاز الأطروحة، وقد تم إجراء الدراسة في الفترة الممتدة من 2021 إلى 2025، وذلك وفق المخطط التالي:

- **المرحلة الأولى:** حيث ابتدأنا العملية البحثية انطلاقاً من الاطلاع على أدبيات الموضوع والدراسات السابقة والمثابرة، ومن ثم العمل على جمع المادة العلمية والمصادر والمراجع ذات الصلة، لبناء تصور عام حول موضوع الدراسة، ثم عملنا على تحديد أبعاد ومؤشرات الموضوع وبناء الإشكالية متبوعة بتساؤلات الدراسة وأهدافها وضبط مفاهيمها ومختلف الإجراءات المنهجية،

¹ جوني دانييل، مرجع سابق، ص 134.

بالإضافة إلى سرد التراث النظري والدراسات السابقة، وذلك خلال الفترة الممتدة من 2022 إلى 2023م.

- **المرحلة الثانية:** تم تخصيصها لضبط الجانب النظري والذي يشكل الإطار الفكري والخلفية العلمية للبحث، وتم تقسيمه إلى ثلاث فصول تغطي الموضوع المدروس، حيث تضمن الفصل الأول مواقع التواصل الاجتماعي، وتناولنا في الفصل الثاني خطاب التمييز والكراهية، وفي الفصل الثالث والأخير دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر خطاب التمييز والكراهية، بالإضافة إلى محاولتنا استكشاف الجانب الميداني للدراسة، بناء على الملاحظة وتتبع الظاهرة عبر مختلف الصفحات والمجموعات في الشبكات الاجتماعية، وتم ذلك من سنة 2023 إلى 2024م.

- **المرحلة الثالثة:** وخلالها تم إعداد الجانب التطبيقي للدراسة الميدانية بدءاً من تصميم وبناء استمارة الاستبيان، مروراً بعملية توزيع الاستبيان الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ووصولاً إلى عملية تفرغ البيانات وتبويبها باستخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS، ثم تحليلها وتفسيرها، للتوصل في الأخير إلى مجموعة من النتائج، وقد استمرت هذه المرحلة من 2024 إلى 2025م.

وقمنا بتخصيص مدة شهر من الزمن لمراجعة الأطروحة وتصحيح الأخطاء من الناحية العلمية والأكاديمية، والتأكد من دقة واتساق المنهجية، بالإضافة إلى مراجعة السلامة اللغوية والتنسيق الشكلي، لضمان جودة البحث قبل التسليم والمناقشة.

ثالثاً: الدراسات السابقة والخلفية النظرية للدراسة.

3-1- الدراسات السابقة:

إن مراجعة أدبيات الدراسة يعد خطوة استرشادية وأساسية في أي بحث علمي، فهي نقطة انطلاق للدراسة الحالية وموجها لها في العديد من جوانب الدراسة، وعليه سوف نقوم باستعراضها موضحين أوجه الاتفاق والاختلاف، وكذا أوجه الاستفادة منها سواء من حيث الإجراءات المنهجية المتبعة أو التراث النظري أو من حيث اختيار وتصميم أدوات الدراسة وكيفية تطبيقها ميدانياً، وعرض أهم النتائج المتوصل إليها وتفسيرها، وعلى كثرة وتعدد وتشعب هذه الدراسات قمنا باختيار الأبحاث والدراسات الأكثر صلة بموضوعنا والتي قمنا بترتيبها مكانياً (دراسات أجنبية، عربية، جزائرية) وزمنياً (من الأقدم إلى الأحدث) ونلخصها كما يلي:

3-1-1- الدراسات الأجنبية:

الدراسة الأولى: دراسة "Dana Warmesley"، والتي جاءت بعنوان «الكشف عن خطاب الكراهية والمتحدثين عن الكراهية والمجموعات المستقطبة في وسائل التواصل الاجتماعي عبر الأنترنت»

وهي أطروحة دكتوراه، مقدمة في كلية الدراسات العليا للفنون والعلوم بجامعة كورنيل، ديسمبر 2017، وتهدف الدراسة إلى استكشاف خطاب الكراهية والمتحدثين عن الكراهية في وسائل التواصل الاجتماعي عبر الأنترنت، والمعايير التي يجب أخذها في الاعتبار عند السعي للقيام بذلك، باستخدام خوارزميات وبناء تصنيف للكشف عن اللغة المسيئة والتحريضية، وتحديد الفروق وأوجه التشابه بين مختلف التعبيرات المستخدمة للغة المسيئة (التحريض، خطاب الكراهية، التندر الإلكتروني، التسلط والتصيد)، وكذا جمع السمات الديموغرافية والنفسية لمجموعة من المستخدمين بهدف فهم كيفية ارتباط هذه الصفات بالكراهية، بالتطبيق على منصتي Tumblr و Twitter، وتوصلت الدراسة إلى:

✓ إن خطاب الكراهية ظاهرة يصعب تعريفها وليست متجانسة، كما أن تصنيفاتنا لخطاب الكراهية تميل إلى عكس تحيزاتنا الذاتية.

✓ ترتبط خطابات الكراهية بالسمات الديموغرافية للمستخدمين وخصائصهم النفسية ودوافعهم الفردية والهياكل الاجتماعية التي ينتمون إليها.

✓ تحتوي التغريدات الأعلى احتمالاً لكونها خطاب كراهية على الكلمات واللغة المتحيزة في كثير من الأحيان، وتشمل العديد من الإهانات العنصرية أو العرقية أو الجنسية المعادية لأصناف معينة من الأشخاص.

✓ إن الأساليب المعجمية هي طرق فعالة لتحديد المصطلحات التي يحتمل أن تكون مسيئة ولكنها غير دقيقة في تحديد خطاب الكراهية.

✓ توجد فروق بين كل من خطاب الكراهية واللغة المسيئة، وهو ما يزيد من صعوبة ضبطها ومواجهتها والحد من تأثيراتها السلبية بالنظر إلى الجوانب القانونية والأخلاقية.¹

اعتمدت الدراسة على الأسلوب المسحي من أجل استكشاف خطاب الكراهية والمتحدثين عن الكراهية في وسائل التواصل الاجتماعي عبر الأنترنت، معتمدة على تحليل المضمون باستخدام خوارزميات ومعايير معينة، وكذا جمع السمات الديموغرافية والنفسية لمجموعة من المستخدمين بهدف فهم كيفية ارتباط هذه الصفات بالكراهية، وهو ما يتفق مع دراستنا في شقها التطبيقي والتي سعينا من خلالها إلى دراسة علاقة السمات العامة للجمهور المستخدم كالجنس والسن والمستوى التعليمي ... الخ، بمحددات وأبعاد خطاب التمييز والكراهية وأسباب انتشاره عبر المواقع التواصلية، فضلاً عن أنها تتفق معها من حيث الهدف من التحليل الذي يخدم بحثنا ويتشارك معه في بعض أبعاد الاستمارة، هذا ويعتبر تركيز الدراسة على الجانب التحليلي وتحديد المواقع التي طبقت عليها الدراسة أبرز نقاط الاختلاف بينهما.

ويمكننا تحديد جوانب الاستفادة من خلال اطلاعنا على هذه الدراسة، في بلورة الأفكار المراد دراستها وتحديد زوايا المعالجة بما يتناسب وطبيعة بحثنا وأهدافه، كما استفدنا من النتائج التي توصلت إليها ومقارنتها مع نتائجنا.

الدراسة الثانية: دراسة "Jozef Miskolci, Lucia Kovacova, and Edita Rigova"

بعنوان: «مواجهة خطاب الكراهية على فيسبوك: حالة الأقلية العجرية (الروما) في سلوفاكيا»

وهي دراسة تم انجازها بكلية التربية، جامعة كومينيوس في براتيسلافا-سلوفاكيا-، وتسعى إلى الكشف عن خطاب الكراهية ضد العجر في سلوفاكيا على فيسبوك بين شهري أبريل 2016

¹Warmsley, Dana, "On the detection of hate speech, hate speakers and polarized groups in online social media", in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy, to the Faculty of the Graduate School, Cornell University, December 2017.

وجانفي 2017، وتأثير استراتيجيات التحقق من المعلومات والتجربة الشخصية في مكافحة خطاب الكراهية من خلال تصميم بحث شبه تجريبي، يدرس كيفية تفاعل المشاركين في المناقشة عبر الفيسبوك، وتألفت عينة البحث من 60 مناقشة على فيسبوك (مع أكثر من 7500 تعليق) حول الموضوعات المتعلقة بالغجر التي نشرتها الملفات الشخصية لبعض الشخصيات السياسية، ووسائل الإعلام الإخبارية الأكثر شعبية عبر الموقع، وكشف تحليل المحتوى النوعي عن مجموعة من النتائج نوجزها في ما يلي:

✓ تم إظهار الغجر بطريقة سلبية، حيث قدم المشاركون في المناقشة آراء مفادها أنهم غير اجتماعيين، أو كمجرمين، أو غير راغبين في العمل أو الدراسة، ونعتهم بأوصاف مهينة، وأنهم يتمتعون بامتيازات عامة، ويتلقون العديد من الخدمات الاجتماعية كشكل من أشكال الظلم لغالبية السكان.

✓ إن الجوانب التكنولوجية لمنصات التواصل الاجتماعي تلعب دورا حاسما في تحديد تواتر خطاب الكراهية، فالتصميم الهيكلي لفيسبوك أو يوتيوب نفسه يسهم في إنشاء مجتمعات من المستخدمين ذوي الآراء المتشابهة، أو اقتراح صفحات تحتوي على مواد تحريضية تبعا لتوجهاتهم، وبالتالي هناك بعض المساحة للنظر في المزيد من الاستراتيجيات لمكافحة خطاب الكراهية إلى جانب إغلاق ملفات تعريف معينة، مثل إعادة تصميم الطريقة التي تعمل بها بشكل أساسي.

✓ أظهرت هذه الدراسة أن المشاركين في المناقشة الذين يقدمون مواقف معادية للغجر لم يستخدموا أي دليل بحثي لدعم بناءهم، كما أظهرت أن التعليقات المؤيدة لهم شجعت المشاركين الآخرين الذين لديهم موقف مؤيد للغجر على المشاركة، وهو ما يعد أحد الجوانب الحاسمة لفائدة خطاب الكراهية المضاد كجزء من حملة أكبر نحو مواجهة الخطاب المتحيز لتحقيق مساواة اجتماعية أكبر.

✓ إن تقليل التعبيرات الإيجابية المنشورة في منصات التواصل الاجتماعي يؤدي إلى إنتاج عدد أقل من المشاركات الإيجابية والمزيد من المشاركات السلبية والعكس صحيح، فالعدوى العاطفية قد تغير مشاعر مستخدمي فيسبوك الآخرين خارج التفاعل الشخصي، وهي النتيجة التي تشير إلى أن التفاعل عبر الأنترنت بين الناس مهم بطرق مختلفة وقد يغير سلوكهم بشكل كبير على منصات الشبكات الاجتماعية¹.

¹ Miskolci, Jozef, Kovacova, Lucia, and Rigova, Edita, "Countering Hate Speech on Facebook: The Case of the Roma Minority in Slovakia", Social Science Computer Review, Volume 38, Issue 2, August 2018, pp. 128-146

تشارك دراستنا مع هذه الدراسة في اهتمامها بموضوع خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتتشابه مع الدراسة الحالية من خلال استهدافها الكشف عن هذه الخطابات التمييزية والأساليب المستخدمة في نشرها، كما ركزت على سبل المواجهة وهو ما خصصنا له محورا في الاستبيان، بينما تختلف معها في المنهج البحثي، والسياق الزمني والمكاني للدراسة، بالإضافة إلى الاختلاف في تحديد موقع واحد وقضية واحدة لتطبيق الدراسة.

وعلى العموم استفدنا من الدراسة من خلال تحديدنا للتساؤلات التي لم يتم الإجابة عنها والأهداف التي لم يتم تحقيقها، والتي لا تزال تحتاج للمزيد من البحث والتقصي في سياقات مختلفة، وعبر مواقع أخرى وتحديد الفروقات بينها لا سيما في البيئات المحلية التي تمتلك خصوصيات معينة تختلف عن المجتمعات الأخرى.

الدراسة الثالثة: دراسة "Jena Jendrowski" المعنونة بـ: «شبكات التحريض على تويتر: الجغرافيا المتغيرة لخطاب الكراهية في مشهد جديد لوسائل التواصل الاجتماعي».

وهي رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، أنجزت بكلية الدراسات العليا بجامعة بوفالو -نيويورك- سنة 2019، وتسعى هذه الدراسة إلى فهم ديناميكيات خطاب الكراهية عبر تويتر، حيث تعمل منصات وسائل التواصل الاجتماعي مثل تويتر على توحيد الأفراد ذوي الاهتمامات المشتركة عبر الفضاء لتشكيل مجتمعات عبر الأنترنت، ولكن يمكن أن يكون لها أيضا جانب سلبي بحيث يتم نشر خطاب الكراهية بين مجموعات متباينة، وقد تم تحديد زاوية الدراسة منهجيا بقيام الباحثة بتحليل شبكات خطاب الكراهية لمجموعات تحرض على الكراهية وهي مجموعة #WhiteLivesMatter (بمعنى: "حياة البيض مهمة")، باستخدام تحليل جغرافي إحصائي للظروف المادية وتحليل الشبكة الاجتماعية للمشاركين في خطاب الكراهية، وتوصلت الدراسة إلى:

- ✓ أن الظروف المادية لم تكن مهمة في التنبؤ بخطاب الكراهية، كما أن مجموعات الكراهية مرتبطة بشبكات من الحسابات عبر خوارزميات تساهم في نشر المعلومات والخطابات البغيضة والمحرضة والتي تبنى وتتشكل عبر الأنترنت بدلا من مشاركة القرب المكاني.
- ✓ انتقلت الكراهية من الفضاء المادي إلى الكراهية في الفضاء الافتراضي، إذ أصبحت منصات التواصل الاجتماعي مثل تويتر تمكن المشاركين من خلالها في مجموعات الكراهية، نشر الأفكار والمعتقدات المتحيزة، والتعبئة للقاءات والاحتجاجات والتجمعات.

- ✓ أوجدت الفضاءات الافتراضية لا سيما منصة تويتر مجموعات كراهية توحد الأفراد تحت علامة تصنيف مشتركة يمكن تحديدها لتمييز الرسائل لمجموعات معينة من خلال تغريد الهاشتاج.
- ✓ يستضيف تويتر كلا من مجموعات الكراهية وخطاب الكراهية، حيث بين تحليل المجموعة المدروسة أن العنصريون يسعون إلى نشر أيديولوجيتهم، والعمل على تحقيق أهداف المجموعة، وجذب أعضاء جدد.
- ✓ تعمل الأهداف الموضحة في قواعد تويتر على تقليل خطاب الكراهية إلى الحد الأدنى على منصتها، ومع ذلك، غالبا ما تكون غير فعالة في مراقبة الكميات الهائلة من محتوى خطاب الكراهية في ظل حرصهم -أي منصة تويتر- على إنشاء ومشاركة الأفكار والمعلومات دون حواجز.¹

من خلال استعراضنا لهذه الدراسة، نجد أنها تتقاطع مع دراستنا في تحليل ظاهرة الكراهية وفهم ديناميكياتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وبالرغم من أنها دراسة تحليلية لمجموعات عبر موقع تويتر (إكس حاليا)، إلا أنها تشترك مع بحثنا في العديد من الأهداف وأهمها دراسة أوضاع وظروف وسمات المشاركين في بث هذه الخطابات، وتبرز أهم نقاط الاختلاف في المنهج المتبع وأدوات جمع البيانات والمعلومات.

يمكن أن نحدد أوجه الاستفادة من هذه الدراسة في فهم وتفسير ظاهرة الكراهية وتجلياتها وأبعادها والانطلاق منها في بلورة الاتجاهات البحثية، أيضا الاستفادة منها في تفسير التشابهات والاختلافات في النتائج ومقارنتها مع نتائج البحث الحالي.

الدراسة الرابعة: دراسة "Matthew Barnidge" وآخرون والمعنونة بـ: «التعرض المتصور لخطاب الكراهية وتجنبه في بيئات التواصل المختلفة»

وهي دراسة أكاديمية منشورة في مجلة "الاتصالات والمعلوماتية" لسنة 2019، وتسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف أولها اختبار الاعتقاد السائد بأن منصات التواصل الاجتماعي تقوم بنشر خطاب الكراهية، كما تختبر الدراسة ثانيا فكرة أن مواجهة خطاب الكراهية المتصور يرتبط بتجنب الكلام

¹ Jendrowski, Jena, "Networks of Incivility on Twitter: The Changing Geography of Hate Speech in a New Social Media Landscape", thesis in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Science, the faculty of the Graduate School, University at Buffalo, The State University of New York, July 29, 2019.

السياسي، واعتمدت الدراسة على تصورات مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي أنفسهم، من خلال توزيع استبيان عبر الإنترنت على 1493 مفردة وتحليل بياناتها، تم إجراؤه قبل وبعد انتخابات التجديد النصفي الأمريكية لعام 2018، وتقدر التعرض المتصور لخطاب الكراهية عبر أماكن متعددة: وجهاً لوجه، ووسائل التواصل الاجتماعي، وتطبيقات المراسلة عبر الهاتف المحمول، ولوحات الرسائل المجهولة عبر الإنترنت، وتم إجراء المسح من قبل شركة مسح خاصة، وهي شركة المسح الدولية لأخذ العينات (SSI)، والتي استخدمت الحصص على أساس العمر والجنس والعرق ومنطقة التعداد، هذا وأظهرت النتائج أن:

- ✓ وجدت الدراسة أن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي يتعرضون بصفة أكبر لخطاب الكراهية أكثر من غير المستخدمين لها.
- ✓ يتعرض مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي لخطاب الكراهية في بيئات وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة أكثر مما يفعلون أثناء التواصل وجهاً لوجه.
- ✓ كانت النتائج أكثر اختلاطاً وتعقيداً بالنسبة لتطبيقات المراسلة عبر الهاتف المحمول والمنشآت المجهولة عبر الإنترنت.
- ✓ هناك علاقة إيجابية بين التعرض المتصور لخطاب الكراهية وتجنب الخطاب السياسي.¹

باستعراضنا لهذه الدراسة وما توصلت إليه من نتائج، نجد أنها تتفق مع أهداف الدراسة المسطرة وأبعادها، وهي الكشف عن مدى ارتباط منصات التواصل الاجتماعي بنشر خطاب الكراهية، والبحث عن سبل مجابهته من وجهة نظر المستخدمين، ونجد كذلك الارتباط والتشابه في التصميم المنهجي الذي يركز على البحوث المسحية باستخدام الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات مع اعتماد المتغيرات السوسيو-ديموغرافية كأساس لتحليل المعلومات والنتائج، في حين يتضح الاختلاف في السياقين المكاني والزمني، والوسائل الاتصالية التي طبقت عليها الدراسة.

ومن هذا المنطلق فقد أفادتنا الدراسة في وضع تصور عام للبحث، عن طريق تحديد أهم الأبعاد التي يتم التركيز عليها في تناول الظاهرة، بما يتناسب مع طبيعة الدراسة والتساؤلات التي تسعى للإجابة

¹ Matthew Barnidge, Bumsoo Kim, Lindsey A. Sherrill, Žiga Luknar, Jiehua Zhang, Perceived exposure to and avoidance of hate speech in various communication settings, Telematics and Informatics, Volume 44, November 2019.

عليها رغم اختلاف المجتمع البحثي المدروس، ضف إلى ذلك الاستعانة بالنتائج التي خلصت إليها والتي سنحاول تحليلها قصد الاستفادة منها.

3-1-2- الدراسات العربية:

الدراسة الخامسة: دراسة "ناصر سعود الرحامنة" الموسومة ب: «خطاب الكراهية في شبكة الفيسبوك في الأردن دراسة مسحية»

وهي رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، أنجزت بكلية الصحافة والإعلام بجامعة الشرق الأوسط -الأردن- سنة 2018، وهدفت الدراسة إلى تحديد مفهوم خطاب الكراهية وأشكاله المختلفة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاساته على المجتمع الأردني، وكذلك رصد آثار انتشاره، وانعكاساته على منظومة القيم الدينية والاجتماعية والثقافية للشعب الأردني، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، واعتمدت على الاستبيان لجمع المعلومات من خلال عينة عشوائية بلغت 400 مفردة من مختلف تجمعات المجتمع الأردني في العاصمة عمان، وقد جاءت أهم النتائج كالاتي:

- ✓ اختلفت مفاهيم خطاب الكراهية لدى الباحثين وتعددت، وجاء في مقدمتها "تشويه الحقائق أو تكذيبها"، و"عدم القبول بالاختلاف مع الآخرين".
- ✓ تعمل شبكات التواصل الاجتماعي على إثارة الفتن بين مكونات المجتمع وتؤدي إلى الفرقة والتناحر، كما أنها تفقد المجتمع تماسكه الداخلي فيصبح ضعيفا أمام الأزمات.
- ✓ إن دور شبكات التواصل الاجتماعي تجاه خطاب الكراهية والعنف المجتمعي يعتمد على طبيعة المستخدم، ومستواه الاجتماعي والتعليمي، وقد تسهم في نشر معلومات مضللة.
- ✓ إن خطاب الكراهية عبر الفيسبوك قد يؤدي إلى التطرف والتناحر الديني والمذهبي، وبضعف التكافل الاجتماعي بين الناس.
- ✓ يمكن أن تسهم مؤسسات المجتمع المدني وخاصة المؤسسات الدينية والإعلامية في محاربة الفكر المتطرف، وذلك من خلال نشر ثقافة الاحترام المتبادل، وممارسة أنشطة في المجتمع لمحاربة الكراهية.¹

¹ ناصر سعود الرحامنة، "خطاب الكراهية في شبكة الفيسبوك في الأردن دراسة مسحية" (رسالة ماجستير، كلية الصحافة والإعلام، جامعة الشرق الأوسط -الأردن-، 2018).

تشارك هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في اهتمامها بالمتغير الأساسي للدراسة وهو خطاب الكراهية، وتتشابه معها في تركيزها على شبكات التواصل الاجتماعي كمجال للبحث والتقصي، بالإضافة إلى أنها استهدفت مجتمعا بحثيا كبيرا وليس مقتصرًا على فئة أو شريحة واحدة من شرائح المجتمع، كما أن حجم العينة يتقارب جدا مع عينة دراستنا، وتختلف من ناحية تحديدها لموقع "فيسبوك" كنموذج عن مواقع التواصل، بينما استهدفنا كل الشبكات الاجتماعية، وما نعتبره نقطة اختلاف أخرى هو الحدود الزمكانية للبحث الذي تركّز على المجتمع الأردني بينما سنقوم بإنجاز وتطبيق الدراسة على المستخدمين في المجتمع الجزائري، وبفارق زمني بين الدراستين.

وعلى العموم استفدنا من الدراسة باعتبارها من المذكرات القلائل التي تناولت الموضوع من خلال وضع البناء أو الإطار العام لدراستنا بالإضافة إلى إجراءاتها المنهجية، كما ساعدتنا في التصميم النهائي لأداة الدراسة أو الاستبيان، وكذا النتائج التي توصلت إليها والتي سنحاول تحليلها قصد الاستفادة منها.

الدراسة السادسة: دراسة "مرو رياض أبوظريس" تحت عنوان: «دور مواقع التواصل الاجتماعي في بث خطاب الكراهية وعلاقته بالعنف في المجتمع الأردني».

وهي أطروحة مقدمة إلى كلية الدراسات العليا استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الدكتوراه في علم الجريمة بقسم علم الاجتماع جامعة مؤتة 02 سنة 2020، وتسعى الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في بث خطاب الكراهية وعلاقة هذا الخطاب بانتشار العنف في المجتمع الأردني، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي موظفة أسلوب المسح الاجتماعي، ولجمع البيانات تم تصميم استبيان وتوزيعه على مجتمع البحث بأكمله والبالغ حجمه 11 عاملاً في وحدة مكافحة الجرائم الإلكترونية التابعة لإدارة البحث الجنائي في مديرية الأمن العام في المملكة الأردنية، وفي هذا الصدد تم التوصل إلى عدة نتائج أبرزها:

- ✓ وجود دور لمواقع التواصل الاجتماعي في بث خطاب الكراهية وانتشار العنف في المجتمع الأردني يتمثل بارتفاع حالات الانتحار، جرائم القتل والتحريض على العمليات التخريبية.
- ✓ كما توصلت إلى أن المنشورات التي تحوي تحريضاً قائماً على العنصرية وعلى أساس العرق أو الدين أو الجنس هي من أبرز أشكال خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع الأردني.

✓ إن التنشئة الاجتماعية للفرد المبنية على العصبية والتميز من أهم العوامل المساهمة في تعزيز مفاهيم الكراهية لديه، الأمر الذي يحثه على بث خطابات الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

✓ كشفت نتائج الدراسة أن الذكور في مرحلة الشباب وذوو المستوى التعليمي هم أكثر الفئات عُرضة وبثاً لخطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

✓ احتل موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك (Facebook) المرتبة الأولى باعتباره أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي ينتشر فيها خطاب الكراهية في المجتمع الأردني.¹

تتفق هذه الدراسة مع دراستنا من حيث استخدامها للمنهج الوصفي، فقد اعتمدت على استمارة استبيان، في محاولة للوصول إلى نتائج واقعية عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في بث خطاب الكراهية وعلاقة هذا الخطاب بانتشار العنف في المجتمع، وهو ما تناولناه في المحور الرابع من الاستبيان مع ربطه بالمجتمع الجزائري، وتختلف عن دراستنا من حيث الشق التطبيقي والمجتمع البحثي، فبينما توجهنا للجمهور العام، استهدفت هذه الدراسة مختصين في مراكز الأمن، ومنه فأتجاهاتهم ستختلف بطبيعة الحال نحو الموضوع والأبعاد التي يتخذها، مع الفارق في الزمان والمكان، وبالرغم أن البحث الميداني ارتكز على المسح الشامل للعاملين في وحدة مكافحة الجرائم الإلكترونية، فإن حجم العينة كان محدوداً جداً وبالتالي من الصعوبة بمكان التعميم والوصول إلى نتائج علمية ومنهجية دقيقة.

ويمكن تحديد أوجه الاستفادة من الدراسة في كل من الجانبين المنهجي والنظري، فضلاً عن النتائج التي توصلت إليها ومقارنتها مع نتائجنا، كما أن دراستنا ستقدم دور المواقع الاجتماعية في انتشار خطاب التمييز والكراهية، وانعكاساته المجتمعية من وجهة نظر المستخدمين أنفسهم، وهو الذي لم يتم التطرق إليه في هذا البحث.

الدراسة السابعة: أعدتها الباحثة "هبة محمد شفيق عبد الرازق"، تحت عنوان: «محددات وعي الشباب المصري بمفهوم خطاب الكراهية واستراتيجياته بوسائل الإعلام الرقمية».

وهو بحث منشور في المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال في أبريل 2020، ويهدف إلى الكشف عن مدى وعي الشباب المصري بمفهوم خطاب الكراهية واستراتيجياته المتبعة عبر وسائل الإعلام

¹ مرو رياض أبوظريس، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في بث خطاب الكراهية وعلاقته بالعنف في المجتمع الأردني" (أطروحة دكتوراه، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة مؤتة 02، 2020).

الرقمية، ومدى إدراكهم لدور تلك الوسائل في مواجهة هذا الخطاب، واعتمدت الباحثة منهج المسح الإعلامي على عينة من الشباب المصري الجامعي، باستخدام أداة الإستبيان في الجانب العملي، وتطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، للخروج بنتائج تقيد في كيفية تصنيف خطابات الكراهية عبر الوسائل الرقمية وفي مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي، وتقدم تصور حول آليات مكافحة التطرف وخطاب الكراهية، ومن بين النتائج المتوصل إليها ما يلي:

✓ يمثل خطاب الكراهية بالنسبة للمبحوثين خطاب يهدف إلى تشويه صورة شخص أو مؤسسة والتقليل من شأنهم، يحتوي على نبرة تهديد واستعلاء ويحرض على مشاعر أو سلوك يعبر عن الكره والتمييز والاضطهاد.

✓ أوضحت الدراسة أن "الفيسبوك"، "الواتس آب"، و"اليوتيوب" كانت في مقدمة الوسائل التي تستخدم لبحث المحتوى الذي يحرض على خطاب الكراهية لسهولة إخفاء الهوية الحقيقية للطرف المحرض.

✓ أكدت غالبية أفراد العينة على ضرورة حظر خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، لأنه ضد ما تقتضيه حرية التعبير عن الرأي، نتيجة للتأثير السلبي الذي تعرض له المبحوثين من المضامين والتعليقات التي تحرض على الكراهية والعنف والعنصرية.

✓ أكدت الدراسة على عدم وجود وعي كامل من جانب الشباب الجامعي عينة الدراسة بأبعاد خطاب الكراهية واستراتيجياته، كما تفتقد المناهج التدريسية بالمدارس والجامعات إلى الأساليب والأهداف التوعوية، مع عدم وجود اهتمام إعلامي كاف لرفع الوعي بمفهوم خطاب الكراهية وآليات مواجهته.¹

فيما يخص أوجه الاتفاق استعنا بهذه الدراسة لتشابهها الكبير مع دراستنا، ويمكن اعتبار أن نقاط الالتقاء بينها وبين بحثنا تكمن في الاشتراك بدراسة خطاب الكراهية من جهة ومواقع التواصل الاجتماعي كشكل من أشكال الوسائل الرقمية من جهة أخرى، وما يمكن أن نعتبره نقطة اختلاف هو تركيز الباحثة على كل الوسائل الاتصالية، بينما حددنا الشبكات الاجتماعية من بينها، بالإضافة إلى اقتصارها على

¹ هبة محمد شفيق عبد الرزاق، "محددات وعي الشباب المصري بمفهوم خطاب الكراهية واستراتيجياته بوسائل الإعلام الرقمية"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 29 (أفريل 2020).

الشباب الجامعي كمجتمع بحثي مقابل استهدافنا لجمهور عام عبر المنصات الاجتماعية، كما رصدنا الاختلاف في المقاربة النظرية المتبناة والعينة والحدود الزمانية والمكانية والبشرية.

ومن منطلق الاستفادة من هذه الدراسة، وبما أنها سعت إلى دراسة ظاهرة خطاب الكراهية في الوسائط الرقمية ومن بينها المنصات الاجتماعية، وهدفت إلى البحث في مفهومه وآلياته واستراتيجياته عبرها، فهذا يعد أحد الأهداف التي انبنى على أساسها بحثنا الحالي، وعليه فقد استفدنا من الدراسة من الناحية المنهجية وأيضاً في إعداد استمارة الاستبيان، رغم اختلاف المجتمع المدروس ونوع الاستبيان.

الدراسة الثامنة: دراسة "صخر أحمد الخصاونة وسهل علي العتوم" الموسومة بـ: «دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين -دراسة ميدانية-»

وهي دراسة منشورة في مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الشرعية والقانونية في جانفي 2020، وتتلخص إشكالياتها في التساؤل الرئيسي التالي: ما دور وسائل التواصل الاجتماعي في انتشار خطاب الكراهية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين؟ وأجرى الباحثان الدراسة للوقوف على الدور الذي تقوم به وسائل التواصل في نشر خطاب الكراهية بين الأفراد، واستعراض دور المحيط الاجتماعي في تكريس هذا الخطاب وأهم الآثار المجتمعية السلبية الناجمة عنه، مستخدماً المنهج الوصفي التحليلي، بالاعتماد على أداة الاستبيان وعينة قوامها 300 صحفي، وتوصلاً إلى جملة من النتائج نورد أهمها:

- ✓ يتمثل خطاب الكراهية في مجموعة واسعة من خطابات أو كلمات مهينة جداً تحرض على العنصرية الدينية والجنسية، وتحرض على النزاعات والصراعات المبنية على أساس اللون أو العرق أو الطائفة واحتقار عادات وتقاليد الآخرين.
- ✓ لمواقع التواصل الاجتماعي دور في نشر خطاب الكراهية، كما أنها تعمل على نشر العنف المجتمعي اللفظي والسلوكي بين روادها، وتهويل المشكلات الاجتماعية.
- ✓ أكثر أنواع خطاب الكراهية شيوعاً بين رواد مواقع التواصل الاجتماعي هي الاختلاف في الآراء والمواقف، كما أن للمحيط الاجتماعي دوراً في تكريسها.

✓ إن انتشار خطاب الكراهية يثير الفتن بين مكونات المجتمع، الأمر الذي يؤدي إلى فقدانه ل تماسكه الداخلي، وقتل روح الإبداع وانتشار التطرف بين الشباب.¹

قمنا بعرض هذه الدراسة لتطابقها الكبير مع موضوعنا من حيث تناولها لمتغيرات الدراسة والأهداف الرئيسية التي تسعى إلى تحقيقها، كما اشتركت مع بحثنا في استخدامها للمنهج الوصفي التحليلي، وأداة الدراسة (الاستبيان)، واختلفت عنها من حيث اختيار المجتمع البحثي، فبينما تركز أفرادها في مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الدراسة الحالية، اقتصرت دراسة الباحثان على رصد آراء واتجاهات عينة من الصحفيين في الأردن، كما يتضح أيضا الاختلاف في الإطارين المكاني والزمني.

استفدنا من الدراسة في غالبية مراحلها، لا سيما في بلورة الإطار العام للبحث وإشكاليته والأهداف التي انبنى عليها، كما استفدنا من الإجراءات المنهجية المتبعة والنتائج التي تم التوصل إليها، كما أخذنا توصيات هذه الدراسة بعين الاعتبار، والتي نوهت إلى ضرورة إجراء المزيد من الدراسات على مختلف جوانب موضوع الكراهية، وطرق مواجهة هذه الظاهرة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي نفسها، وهو متغير أخذناه بعين الاعتبار في دراستنا.

3-1-3- الدراسات الجزائرية:

الدراسة التاسعة: دراسة أعدها "صلاح الدين عمراوي" و"يوسف مقعاش" والتي جاءت بعنوان: «أثر خطاب الكراهية في موقع الفيسبوك على الجمهور -دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر-».

نشرت هذه الدراسة في المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي في مارس 2022، وقامت بتسليط الضوء على صيغ ومضامين خطاب الكراهية المنتشرة في موقع الفيسبوك ودراسة تأثيراتها وانعكاساتها على الشباب والمجتمع الجزائري، والتي انطلقت من تساؤل رئيسي مؤداه: ما هي آثار خطاب الكراهية على الجمهور الجزائري عبر موقع الفيسبوك؟ وما هي انعكاساته على البناء الاجتماعي؟ وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية مركزة على المنهج الوصفي التحليلي، ومعتمدة على استمارة الاستبيان

¹ صخر أحمد الخصاونة وسهل علي العتوم، "دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين"، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الشرعية والقانونية، العدد 29 (جانفي 2020).

التي وزعت على عينة قصدية قوامها 73 مفردة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر، وفي هذا الإطار كشفت الدراسة على مجموعة من النتائج نذكر أهمها:

- ✓ أكد معظم المبحوثين على أن صيغ خطاب الكراهية المنتشرة في موقع الفيسبوك في الجزائر، من أهم الأسباب والنقاط التي أدت إلى تفاقم خطاب الكراهية في المجتمع عبر هذا الموقع.
- ✓ تتعدد صيغ الكراهية المنتشرة في موقع الفيسبوك وتتبنى على أساس اللون والجنس والإثنيات، أو على أساس الإعاقة، أو اللغة واللهجة أو التوجه السياسي أول الأصل القومي والطائفي.
- ✓ توصلت الدراسة إلى أن الأسباب التي أدت إلى تنامي وتفاقم خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر، هي غياب المساواة في الحقوق والواجبات والحريات، انتشار الأخبار الكاذبة وضعف القوانين الردعية لهذه الظاهرة، وضعف آليات الرقابة.
- ✓ أوضحت نتائج الدراسة أن خطاب الكراهية في موقع الفيسبوك ورد في سياق إشاعة وإصدار بيانات حول نأب يؤدي إلى العداوة بين أبناء الوطن الواحد، والأعمال الهادفة إلى إيقاد نار الفتنة والعنصرية والتمييز العرقي والديني والإساءة إلى بعض فئات المجتمع، ونشر الثقافات المنحرفة والمحرضة على تخطي الآداب العامة وتجاوز النظام الاجتماعي.
- ✓ من بين الأسباب التي تغذي خطاب الكراهية عبر الفيسبوك تحريف الحقيقة وتغييرها، التركيز على مواضيع ثانوية تتعلق بالكراهية وتجاهل منشورات تدعو إلى وحدة الصف، التحيز في السياق الفكري، والذاتية في القرار التحريري للمضمون الإعلامي.
- ✓ لخطاب الكراهية عبر الفيسبوك تأثيرات سلبية على مستخدميها، ومن تداعياته ترسيخ ممارسات عنصرية، وإثارة الفتن، وتأجيج الصراعات، والتناحر الديني والمذهبي بين أبناء الوطن الواحد، وانتشار العنف والانحراف والتطرف، ما ينجر عنه إضعاف بنية المجتمع داخليا، والعجز عن مواجهة الأزمات خارجيا.
- ✓ من الآليات الواجب اتباعها لمواجهة خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، إرساء معالم قانون لمكافحة التمييز خطاب والكراهية اتجاه مستخدمي الفضاء الرقمي، فرض الرقابة

وحت وتفعيل مهام هيئات المجتمع المدني، احتواء المؤثرين وتوجيههم (القادة، المشاهير، صناع المحتوى ...)¹.

تتقاطع هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في العديد من الجوانب، بحيث أنها تتناول خطاب الكراهية في مواقع التواصل الاجتماعي، مخصصة موقع فايسبوك كنموذج، مع دراسة ورصد تأثيراته وانعكاساته على الجمهور، وهو ما يتفق مع دراستنا، كما أنها تتشارك مع بحثنا في الحدود المكانية، والمجتمع البحثي الذي استهدف المستخدمين الجزائريين، بالإضافة إلى شمولية العينة وانتشارها عبر مختلف مناطق الوطن وهو ما سعينا إلى تحقيقه في بحثنا، ويتضح لنا الاختلاف في الإطار الزمني للدراسة الميدانية وطبيعة الموقع الذي طبقت عليه الدراسة.

ولقد أفادتنا في دراستنا الحالية من جانب نوع المنهج وأدواته، كما كانت موجها ومنطلقا لنا في تصميم استمارة الاستبيان، فضلا عن أنها أفادتنا من خلال نتائجها وتوصياتها التي تؤكد على ضرورة إجراء أبحاث أخرى حول خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة واستخلاص الدعائم التي يقوم عليها، ومن هذا المنطلق تأتي دراستنا لتضيف أبعادا أخرى حول الموضوع.

الدراسة العاشرة: دراسة "خديجة بريك" و"آية حيدوسي" الموسومة بـ: «خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساته على الشباب الجزائري-دراسة ميدانية-»

نشرت هذه الدراسة في مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، في أبريل 2022، وبحثت هذه الدراسة في إشكالية تنامي الخطابات التي تدعو إلى العنف والكراهية وتعدد أشكالها ومظاهرها عبر الوسائط الجديدة والتي ألقت بضلالها على المجتمع الجزائري، وانطلقت من التساؤل الإشكالي التالي: ما هو واقع خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وما انعكاساته على الشباب الجامعي؟ ولإجابة على هذا التساؤل اعتمدت الباحثتان في دراستهما على المنهج الوصفي التحليلي، وعلى استمارة استبيان إلكترونية لرصد آراء عينة قوامها 472 مفردة من الشباب المستخدمين لهذه المواقع حول موضوع الدراسة، ومن بين النتائج المتوصل إليها نجد:

¹ صلاح الدين عمراوي ويوسف مقعاش، "أثر خطاب الكراهية في موقع الفايسبوك على الجمهور -دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر-"، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 09، العدد 01 (مارس 2022).

✓ لا يوجد رأي متفق عليه حول مفهوم خطاب الكراهية فهو بالنسبة للمبجوثين كل ما هو مختلف عما يعتقدون وكراهية الاختلاف مع الآخر والنظر إليه باحتقار ودونية.

✓ بينت الدراسة أن هناك خلط واضح بين حرية التعبير وبين التعدي على حرية وخصوصيات الآخر عن طريق بث خطاب الكراهية، وبرجع ذلك إلى تأثير المستوى الثقافي للمبجوثين على مدى وعيهم بالتمايز الكبير بين مساحة الحرية التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي في إبداء الرأي والتعبير، وبين ما يمارس من تحدي صارخ على الحريات العامة والخاصة بدعوى ممارسة هذه الحرية.

✓ تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية عبر منصاتها المختلفة، كما أن المستخدمين يتأثرون بهوية صاحب المنشور الداعي للعنصرية والتطرف بدرجة كبيرة.

✓ من بين أسباب خطابات الكراهية هو ضعف أو انعدام القوانين المنظمة، والرقابة والمساءلة على ما ينشر عبر الفضاء الإلكتروني، وغياب الوسائل التكنولوجية لمتابعة مرتكبي هذه الجرائم الإلكترونية.

✓ تنعكس خطابات الكراهية سلبا على القيم الفكرية للفرد والمجتمع، وتعمل على زيادة الميولات نحو العنصرية والعنف والجريمة والاتجاهات المتطرفة دينيا، مذهبيا، قوميا، ووطنيا، مما يؤدي إلى زعزعة المجتمع والتأثير على توازنه وتماسكه.

✓ يعد التركيز على فكرة تقبل واحترام الآخر ونشر ثقافة الحوار البناء كأسلوب للنقاش عبر مواقع التواصل الاجتماعي، من بين أهم الحلول المقترحة لتلافي الآثار السلبية لخطاب الكراهية.¹

من خلال عرضنا لهذه الدراسة وما توصلت إليه من نتائج، نجد أنها تشترك مع دراستنا من حيث توظيفها للمنهج الوصفي وأداة جمع البيانات، من أجل رصد تجليات خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والكشف عن انعكاساته على الشباب الجزائري، وهو الهدف الذي تسعى دراستنا إلى تحقيقه من وراء تحليل وتفسير نتائج الدراسة، ونلمس اختلاف بين الدراستين من حيث اختيار عينة الدراسة، الذي ركزت فيه على الشباب الجزائري دون الفئات العمرية الأخرى، وهو ما حاولنا تعميمه ليشمل كل المستخدمين دون استثناء في بحثنا.

¹ خديجة بريك وآية حيدوسي، "خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساته على الشباب الجزائري-دراسة ميدانية-"، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 07، العدد 02 (أفريل 2022).

وقد أفادت هذه الدراسة في تقديم إطار عام لفهم الظاهرة، وتحديد البناء المنهجي للبحث من خلال صياغة مشكلة الدراسة وتحديد تساؤلاتها وأهدافها، كما ساعدت في تحديد المنهج وأسلوب جمع البيانات المناسبة لها والتصميم الأولي للاستمارة وضبط أبعادها ومؤشراتها.

الدراسة الحادية عشر: دراسة "يوسف بلعباس" الموسومة بـ«التفاعلات الرقمية بين الشباب وسياقات انتشار خطاب الكراهية -دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفيسبوك-».

نشرت هذه الدراسة في المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي في جوان 2022، وقد حاولت الكشف عن تفاعلات الشباب عبر موقع فيسبوك مع محتوى خطابات الكراهية والعنف الرقمي ودور هذه التفاعلات في انتشارها، وذلك من خلال طرح الإشكالية التالية: ما طبيعة تفاعلات الشباب مع خطابات الكراهية الرقمية في وسائل التواصل الاجتماعي؟ وما هي صور وأشكال هذه التفاعلات الرقمية؟ وللإجابة على هذه التساؤلات استخدمت الدراسة منهج المسح الاجتماعي، والاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات على عينة مكونة من 150 طالب وطالبة، ومن بين النتائج التي توصلت إليها:

✓ أن هناك تفاعلا نشيطا بين الشباب، وأن مضامين الفيسبوك زادت من مناقشاتهم حول مواضيع خطابات الكراهية.

✓ إن أكثر أنواع خطابات الكراهية في الفيسبوك هي خطابات دينية تليها الخطابات السياسية، ثم الخطاب الاجتماعي والخطاب الرياضي، وأخيرا الخطاب الترفيهي.

✓ يقدم الفيسبوك خطاب الكراهية في شكل منشورات -كتابات حائطية-، صور، وأيضا فيديوهات الشخصيات الرسمية ومقاطع فيديو شخصية.

✓ أكدت نسبة كبيرة من الشباب أنهم لا يتفاعلون مع المحتويات التي تحض على الكراهية، بينما لا يستخدمون هويتهم الحقيقية بل هويات رقمية وهمية أثناء التفاعل أو المشاركة في خطابات الكراهية على الفيسبوك.

✓ إن أكثر خطابات الكراهية استفزازا على الفيسبوك حسب المبحوثين هي التمييز الديني، يليه التمييز العرقي، ثم التمييز الإثني، ثم التمييز السياسي، وحل في المرتبة الأخيرة التمييز على أساس اللون.

✓ وصف الشباب الجامعي خطاب الكراهية بأنه خطاب سخرية واستهزاء، عنصرية، كراهية سب وشتم، وكذا خطاب يحرض على العنف، بينما رفض جلهم وصفه بأنه شكل من أنواع التعبير.

✓ إن أغلبية الشباب يتفاعلون مع خطابات التسامح ويؤكدون على دور التربية الإعلامية في الوقاية من انتشار واستفحال خطابات الكراهية وبث التطرف الرقمي.¹

استعنا بهذه الدراسة لتشابهها الكبير مع دراستنا، فهي تتفق وتتقاطع معها بدراسة محتويات خطابات الكراهية والعنف ودور التفاعلات الرقمية في انتشارها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وما يعتبر نقطة التقاء أيضا هو اختيار نوع المنهج والاستبيان الإلكتروني في الجانب الميداني، أما نقاط الاختلاف بين الدراستين فتكمن في اختيار مجتمع وعينة الدراسة الذي ركزت في هذا البحث على مسح عينة من الشباب الجامعي الجزائري لصفحات أكاديمية محددة.

تمت الاستفادة من هذه الدراسة في تشخيص مشكلتنا البحثية والانطلاق منها لدراسة جوانب مختلفة في الموضوع من أهمها محاولة إبراز انعكاسات انتشار خطاب التمييز والكراهية على الفرد والمجتمع الجزائري، كما استعنا بالنتائج المتوصل إليها في عملية التحليل والتفسير ومقارنة النتائج بين الدراستين.

الدراسة الثانية عشر: وهي دراسة للباحثة "حنان بن بليدة" والموسومة بـ «الفيسبوك وتغذية خطاب الكراهية لدى الشباب الجزائري -دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد خيضر بسكرة»

وهي أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه بقسم العلوم الاجتماعية تخصص علم الاجتماع الاتصال بجامعة محمد خيضر -بسكرة- للسنة الجامعية 2023-2024، والتي انطلقت فيها الباحثة من هدف أساسي مفاده التعرف على العلاقة بين استخدام موقع فيسبوك كمنصة للنشر الحر وبلورة الرأي العام، وتغذية خطاب الكراهية لدى الطلبة وتغيير اتجاهاتهم وصورهم الذهنية، كما تسعى إلى رصد دوافع وأنماط استخدام الموقع وتفاعل المستخدمين مع مختلف المنشورات العدائية والحاثرة على الكراهية، إضافة إلى تحليل الكيفية التي تغذي بها صفحات الفيسبوك هذه الخطابات، أما منهجيا فقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي، موظفة الاستبيان كأداة رئيسية وزعت على 350 طالب وطالبة، وأداة تحليل المضمون لصفحة فايسبوكية كأداة مساعدة، وكشفت الباحثة من خلال دراستها على جملة من النتائج الأساسية نذكر منها:

¹ يوسف بلعباس، "التفاعلات الرقمية بين الشباب وسياقات انتشار خطاب الكراهية -دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفيسبوك-"، المجلة الدولية للإتصال الاجتماعي، المجلد 09، العدد 02 (جوان 2022).

✓ إن عينة الدراسة تستخدم الفيسبوك بصفه دائمة كما وأنها مشتركة فيه منذ أكثر من ثلاثة سنوات وتستخدمه لأكثر من ثلاث ساعات في اليوم، وبالتالي فاستخدام هذه الوسيلة الاتصالية أصبح عادة يومية لا يمكن الاستغناء عنها نظرا لكونها تلبي لهم العديد من الرغبات وتقدم العديد من الخدمات الاتصالية.

✓ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمفهوم خطاب الكراهية في موقع فايسبوك تعزى لمتغير الجنس والقسم، في حين توجد فروق لكل من متغيري المستوى الدراسي والسن، لكون هذا الأخير مرتبط بالخبرة السابقة ودرجة الوعي والفهم والتحليل، خاصة فيما يتعلق بخطاب الكراهية الذي غالبا ما يحمل رسائل كامنة يصعب تفكيكها، ولا يمكن لأي فرد أن يدركه إلا إذا كان على درجة عالية من الوعي والخبرة.

✓ توصلت نتائج الدراسة إلى أنه توجد علاقة ارتباط ما بين النشر عبر موقع فيسبوك وتغذية خطاب الكراهية، ذلك يعود لكونه فضاء للنشر الحر دون وجود قيود وقوانين وقيم ضابطة، إضافة إلى كونه مدعم بالوسائط التي تعزز المنشورات كالنص المرفق بصورة أو فيديو أو الهاشتاق وذلك لتحقيق تأثير أكبر في الجماهير.

✓ توجد علاقة ارتباط ما بين التفاعل وتغذية خطاب الكراهية، فالفيسبوك يسمح للمستخدم بأن يكون مشاركا في العملية الاتصالية عن طريق خدمة المشاركة والتعليق والاعجاب، وبالنظر إلى أن عينه الدراسة تستخدم الفيسبوك بصفه يومية ولفترات طويلة، فهذا يجعلها تتصادف يوميا مع مختلف المنشورات المعادية والمتضمنة عنفا رمزيا، ما يؤدي لنشوب مشادات كلامية بين المستخدمين الذين يستخدمون الفيسبوك كمنصة هجومية لإثارة الصراعات والقضايا الخلافية.

✓ توجد علاقة ارتباط ما بين دوافع الفيسبوك وتغذية خطاب الكراهية، فكثيرا ما يتم استخدام موقع فيسبوك بدافع التعبير عن الاحباط من الواقع والذي يؤدي لممارسة سلوكيات عنيفة، فيبني المستخدم بذلك رسائل عدائية، وأكدت عينة الدراسة أيضا أنها تستخدم الفيسبوك بهدف الدفاع عن هويتها ودينها، وذلك نتيجة تعرضها للإهانة من أطراف أخرى ترفضها.

✓ توجد علاقة ارتباط ما بين الفيسبوك كفضاء عمومي للتداول والصراع بين فئات المجتمع وغرس الكراهية في الفيسبوك، فهو ينقل العديد من المضامين والرسائل الخفية التي تؤثر على آراء الجماهير وتوجهاتهم على المدى البعيد، ويغرس فيهم الكراهية نتيجة تكرار تعرضهم للمنشورات

العدائية، ويتحكم في عقولهم ويجعلها تتبنى الآراء والأفكار وفق ما يتعرض له، وهو ما ينتج لنا عقل متجمد ومتعصب رافض للآخر المختلف.¹

من خلال استعراضنا لهذه الدراسة وما توصلت إليه من نتائج، نلمس وجود تشابه مع دراستنا من حيث متغيري الدراسة، رغم أننا استهدفنا جميع مواقع التواصل الاجتماعي التي يشترك فيها المستخدمون، بينما تناولت الباحثة موقع فيسبوك حصراً، كما تتفق هذه الدراسة مع دراستنا من حيث المنهج والأداة الرئيسية المعتمدة في البحث مع اختلاف في الأداة المساعدة التي تمثلت في المقابلة بدلا من أداة تحليل المضمون، ويتضح لنا الاختلاف أيضا في المجال المكاني حيث قامت الباحثة بتطبيق دراستها على طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة بسكرة، مقابل استهدفنا لمستخدمي هذه المواقع من الجمهور الجزائري، إلا أنها دراسة قريبة جدا من دراستنا في حدودها الزمنية.

تمت الإفادة من هذه الدراسة، باعتبارها من أوائل الأطروحات التي تناولت موضوع خطاب الكراهية في الشبكات الاجتماعية على مستوى الجامعات الجزائرية، بالإضافة إلى أنها أنجزت في فترة حديثة بالنسبة لدراستنا، وهذا من شأنه أن يشكل مصدر إثراء للدراسة الحالية سواء ما تعلق بالإجراءات المنهجية المتبعة، أو كل من الإطارين النظري والتطبيقي.

3-2- الخلفية النظرية للدراسة:

يمثل التأصيل النظري أو المقاربة النظرية الموجه الأساسي لكل بحث علمي، حيث يتم من خلالها تزويد البحث بإطار مفاهيمي حول الظاهرة المدروسة، وتحديد مختلف الأفكار العامة والمكونات المشكلة للبحث ومفاهيمه وأدواته التحليلية، وتعني النظرية في الدراسات الإعلامية بأنها "خلاصة نتائج الباحثين والدارسين للاتصال الإنساني بال جماهير بهدف تفسير ظاهرة الإعلام ومحاولة التحكم بها والتنبؤ بتطبيقاتها وأثرها في المجتمع، فهي توصيف للنظم الإعلامية في جميع دول العالم"²، وتبعا لطبيعة الموضوع المبحوث والمعنون بـ "دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار خطاب التمييز والكراهية-

¹ حنان بن بليدة، "الفيسبوك وتغذية خطاب الكراهية لدى الشباب الجزائري -دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد خيضر بسكرة-" (أطروحة دكتوراه، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر -بسكرة-، 2023-2024).

² يسام عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الإعلام (عمان: دار أسامة، 2014)، ص: 80.

دراسة مسحية على عينة من المستخدمين الجزائريين"، والأهداف التي يسعى لتحقيقها ارتأينا تبني موجّهات نظرية لها أهميتها في مجال الدراسات الإعلامية، والتي تستند على أفكار ورؤى ذات صلة بموضوع الدراسة، وتعد من الروافد النظرية في دراسات الاتصال بشكليه التقليدي والجديد، والتي يمكن الاعتماد عليها خلال خطوات هذا البحث العلمي وهي نظرية "الاستخدامات والإشباعات" ونظرية "الغرس الثقافي".

لذلك سنحاول في هذا الجزء من الدراسة التطرق إلى نظرية الاستخدامات والإشباعات والغرس الثقافي من حيث مفهومهما، نشأتها، الفروض التي قدمت كل منهما، والانتقادات التي وجهت لهما، كما سندرس علاقتهما بموضوع دراستنا الحالية وطريقة توظيفهما، ونستعرضهما كما يلي:

3-2-1- نظرية الاستخدامات والإشباعات uses and gratifications theory:

نشأة ومراحل تطور نظرية الاستخدامات والإشباعات:

على الرغم من اختلاف علماء الاتصال حول الجذور الدقيقة للنهج، غير أن الاهتمام بالبحث عن الإشباع الذي توفره وسائل الإعلام والاتصال لجمهورها نظير استخدامه لها يعود إلى بداية البحث التجريبي في ميدان علم الاتصال¹، ويمكن رصد ثلاث مراحل أساسية لتطور مدخل الاستخدامات والإشباعات نوجزها فيما يلي:

المرحلة الأولى: وقد امتدت هذه المرحلة من خلال عقدي الأربعينيات والخمسينيات من القرن الماضي²، حيث اقترح "ويمر ودومينيك" أن نظرية الاستخدام والإشباع بدأت في الأربعينيات، عندما أصبح الباحثون مهتمون بأسباب انخراط الجماهير في أشكال مختلفة من السلوك الإعلامي، مثل الاستماع إلى الراديو أو قراءة الصحيفة أو اختيار المتلقين لأنواع مختلفة من المحتوى عبر الوسائل الإعلامية، وقد كانت دراسات الاستخدامات والإشباعات المبكرة وصفية في المقام الأول، حيث سعت إلى تصنيف ردود أعضاء الجمهور إلى فئات ذات مغزى، واتفق معظم العلماء على أن الأبحاث المبكرة كان لها القليل من التماسك النظري وكانت في المقام الأول سلوكية وفردية في ميولها المنهجية، إذ لم يحاول الباحثون الأوائل في الغالب استكشاف الروابط بين الإشباع والأصول النفسية أو الاحتياجات الملابة، ولم

¹ مي عبد الله، نظريات الاتصال (بيروت: دار النهضة العربية، 2006)، ص: 279.

² علي محمد خير المغربي، الإعلام والاتصال الجماهيري (الإسكندرية: دار التعليم الجامعي، 2015)، ص 20.

يقوموا بالبحث عن العلاقات المتبادلة بين وظائف وسائل الإعلام المختلفة، سواء من الناحية الكمية أو المفاهيمية، بطريقة ربما أدت إلى اكتشاف البنية الكامنة لإرضاء وسائل الإعلام.

سعت أبحاث التأثيرات الإعلامية الأخرى إلى اكتشاف دوافع وأنماط اختيار الجماهير لوسائل الإعلام الجديدة، تشمل الأمثلة كانتريل وألبورت (1935) على جمهور الراديو، وابليس وبيرلسون وبرادشو (1940) على القراءة ؛ هرتسوغ (1940، 1944) على برامج الاختبار والإرضاءات من المسلسلات النهارية الإذاعية ؛ سوشمان (1942) على دوافع الاستماع إلى الموسيقى الجادة، وولف وفيسك (1949) على اهتمام الأطفال بالكوميديا، بيرلسون (1949) على وظائف قراءة الصحف الإخبارية، ولازارسفيد وستانتون (1942، 1944، 1949) على أنواع وسائل الإعلام المختلفة، صاغت كل من هذه الدراسات قائمة بالوظائف التي يخدمها إما محتوى معين أو الوسيط نفسه.¹

المرحلة الثانية: وتم فيها التركيز على المتغيرات النفسية والاجتماعية التي تؤدي إلى اختيار أنماط مختلفة من الوسائل الاتصالية، اعتمادا على ما تتيحه من استخدامات وما تحققه من إشباعات (أي أن الجمهور يتجه إلى اختيار وسيلة معينة لإشباع حاجة محددة لديه)، وقد كان ذلك خلال عقد الستينيات من القرن الماضي.²

وفقا لذلك، خلص شرام ولایل وباركر (1961) إلى أن استخدام الأطفال للتلفزيون يتأثر بالقدرة العقلية الفردية والعلاقات مع الآباء والأقران، وتصور كاتز وفولكس (1962) استخدام وسائل الإعلام كمهرب من الواقع الاجتماعي، بينما شدد كلاير (1963) على أهمية تحليل نتائج الاستخدام بدلا من مجرد تصنيفه كما فعل الباحثون السابقون، وحدد مندلسون (1964) العديد من الوظائف المعقدة للاستماع إلى الراديو: كالرفقة، تغيير المزاج، التصدي للوحدة أو الملل، توفير الأخبار والمعلومات المفيدة، السماح بالمشاركة غير المباشرة في الأحداث، والمساعدة في التفاعل الاجتماعي، هذا وقد قدم غيرسون (1966) متغير العرق واقترح أن العرق مهم في التنبؤ بكيفية استخدام المراهقين لوسائل الإعلام، وخلص غرينبرغ ودومينيك (1969) إلى أن العرق والطبقة الاجتماعية تتنبأوا بكيفية استخدام المراهقين للتلفزيون كمصدر غير رسمي للتعليم.

¹ thomas e. ruggiero, «uses and gratifications theory in the 21st century», mass communication & society, 2000, vol. 3, no. 1, pp 4, 5.

² علي محمد خير المغربي، مرجع سابق، ص: 21.

عكست هذه الدراسات وغيرها من الدراسات التي أجريت خلال هذه الفترة تحولاً من نموذج التأثيرات التقليدية لأبحاث وسائل الإعلام الجماهيرية إلى منظور أكثر وظيفية. دعا كلاير (1963) إلى تحليل وظيفي أكثر لدراسات هذه النظرية من شأنه أن يعيد عضو الجمهور إلى "مكانه الصحيح في الديناميكية، بدلاً من تركه في الدور السلبي، الخامل تقريباً، الذي أطلقته عليه العديد من الدراسات القديمة"، بشكل ملحوظ، نسب غايغر ونيوهاغن (1993) الفضل إلى كلاير في الدخول في "الثورة المعرفية" في مجال الاتصالات. منذ الخمسينيات فصاعداً، أنتج العمل متعدد التخصصات بين باحثي الاستخدامات والإشباع والأخصائيين النفسيين أبحاثاً وفيرة حول الطرق التي يتفاعل بها البشر مع وسائل الإعلام.¹

المرحلة الثالثة: وتم التركيز فيها على الإشباع المتحققة من التعرض والاستخدام لوسائل الاتصال، وقد امتدت هذه المرحلة من عقد السبعينيات والثمانينيات وحتى وقتنا الحالي²، فخلال السبعينيات، فحص باحثو الاستخدامات والإشباع باهتمام دوافع الجمهور وطوروا أنماطاً إضافية لاستخدامات الأشخاص لوسائل الإعلام لتلبية الاحتياجات الاجتماعية والنفسية، رداً على موجة قوية من الانتقادات من علماء الاتصال الجماهيري الآخرين الذين شددوا على أن النظرية لا تزال تواجه مشاكل مفاهيمية خطيرة كعدم الدقة والإطار المفاهيمي الغامض، بالإضافة إلى مطالبات بإعادة النظر في تصورات الجماهير للمحتوى الإعلامي.

ومن بين الدراسات دراسة كاتز وجوريفيتش وهاس (1973) التي جمعوا فيها قائمة شاملة بالاحتياجات الاجتماعية والنفسية التي يقال إنها تُلبى من خلال التعرض لوسائل الإعلام، واقترح روزنغرن (1974)، في محاولة لصقل النظرية نظرياً، أن بعض الاحتياجات الأساسية تتفاعل مع الخصائص الشخصية والبيئة الاجتماعية للفرد والتي تمثل دوافع مختلفة لسلوك الإشباع الذي يمكن أن يأتي من استخدام وسائل الإعلام أو الأنشطة الأخرى، بينما حدد بلومر (1979) ثلاثة أصول اجتماعية أساسية لإشباع وسائل الإعلام: التأثيرات المعيارية، وتغييرات الحياة الموزعة اجتماعياً، وإعادة التصرف الذاتي للفرد في الوضع الاجتماعي، وأوضح ماكلويد وبوبي ودورال (1982) نظرياً رضا الجمهور من خلال استنتاج أن الإشباع المطلوبة والإشباع التي تم تلقيها كانتا قيمتين مفاهيميتين مختلفتين تستحقان معالجة مستقلة في أي بحث مستقبلي للاستخدامات والإشباع.

¹ thomas e. ruggiero, op.cit, p 5, 6.

² علي محمد خير المغربي، مرجع سابق، ص: 21.

هذا واتسمت هذه الأبحاث بمحاولات منهجية لإجراء نسخ معدلة لدراسات الاستخدامات والإشباع، تحسين المنهجية، والتحليل المقارن لنتائج التحقيقات والتعامل مع استخدام وسائل الإعلام الجماهيري على أنه اتصال متكامل وظاهرة اجتماعية، كما أعاد الباحثون تقييم المفهوم القديم للجمهور النشط، وقدموا تعبيراً أكثر اكتمالاً من الناحية النظرية لنشاط الجمهور واختبار نموذج لتوجهات الجمهور التي ربطت النشاط باستخدام والإشباع.¹

مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع:

يمكن النظر إلى الاستخدامات والإرضاءات أو الإشباعات على أنها منظور للتواصل النفسي، يركز على كيفية استخدام الفرد لوسائل الإعلام وأشكال التواصل الأخرى مثل التواصل بين الأشخاص لتلبية احتياجاتهم ورغباتهم، وشكل هذا المنظور تحولاً عن النهج الميكانيكي التقليدي الذي يشير إلى أن مستهلكي وسائل الإعلام سلبيون، ووفقاً لهذا المنظور، يتم تحديد استخدام وسائل الإعلام من خلال مجموعة من العناصر الرئيسية بما في ذلك "احتياجات الناس ودوافعهم للتواصل، والبيئة النفسية والاجتماعية، ووسائل الإعلام، والبدائل الوظيفية لاستخدامها، وسلوك الاتصال، وعواقب مثل هذا السلوك"، وعرف كل من كاتز وبلومر وجوريفيتش (1974) أن منظور الاستخدامات والإشباع يركز على "الأصول الاجتماعية والنفسية للاحتياجات، والتي تولد توقعات وسائل الإعلام أو المصادر الأخرى، وتؤدي إلى أنماط مختلفة من التعرض لوسائل الإعلام وبالتالي إشباع الحاجات المختلفة".²

حيث تعتمد البحوث في مدخل الاستخدامات والإشباع على افتراض أن الأفراد يقومون بدور إيجابي في عملية الاتصال، إذ تتكون لديهم دوافع تدفعهم لاستخدام الوسائل المختلفة، ومن هنا يظهر مصطلح الاستخدامات uses، كما يفترض أيضاً أن احتياجاتهم يتم إشباعها من خلال التعرض لهذه الوسائل ومن هنا يظهر مصطلح الإشباعات gratifications.³

ومقارنة بالدراسات التقليدية لتأثير وسائل الإعلام فإن هذه النظرية تأخذ في الاعتبار مستخدم الوسيلة الإعلامية (المتلقي) كنقطة بدء، بدلاً من أن تكون الرسالة الإعلامية، أي تحول السؤال من ماذا

¹ thomas e. ruggiero, op.cit, p 6- 8.

² Mark a. Urista, qingwen dong, kenneth d. Day, «Explaining Why Young Adults Use myspace and Facebook Through Uses and Gratifications Theory», human Communication. A Publication of the Pacific and Asian Communication Association, Vol. 12, No. 2, (2009), p 218.

³ رضا عبد الواحد أمين، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني (منتدى سور الأزبكية، 2007)، ص: 66.

تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟ إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟ ثم يقدم النموذج تفسيرات عن سلوك -الجمهور- الاتصالي فيما يتعلق بتجربته المباشرة مع وسائل الاتصال المختلفة.¹

فروض وأهداف نظرية الاستخدامات والإشباع:

يرى اليهو كاتز Elihu Katz وزملاؤه أن هذا المنظور قائم على خمسة فروض رئيسية وهي كالآتي:

- 1- أن أعضاء الجمهور مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق حاجات وأهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
 - 2- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أفراد الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل: الفروق الفردية، والتفاعل الاجتماعي، وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
 - 3- الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذين يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال، وليست الوسائل هي التي تستخدمهم.
 - 4- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم، ومن ثم يلجأ الى الوسائل والمضامين التي تشبع تلك الحاجات.
 - 5- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال الرسائل الاعلامية فقط.²
- بناءً على الافتراضات المذكورة، يقترح روبين (1994) أن الهدف الأساسي لنظرية الاستخدامات والإشباع هو شرح وفهم الاحتياجات النفسية التي توضح أسباب استخدام الناس لوسائل الإعلام والدوافع التي تحفزهم على الانخراط في بعض سلوكيات الاستخدام التي تلبي احتياجاتهم المتأصلة، بما في ذلك تحديد العواقب الإيجابية والسلبية لاستخدام وسائل الإعلام.³

¹ مي عبد الله، مرجع سابق، ص: 279.

² حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام (القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2007)، ص: 364.

³ weng marc lim1 & ding hooi ting, »e-shopping: an analysis of the uses and gratifications theory«, modern applied science, vol. 6, no. 5; (may 2012) pp 49,50.

وقد أجمع أغلب الباحثين على أن منظور الاستخدامات والإشباعات يحقق ثلاثة أهداف رئيسية:

1- السعي إلى اكتشاف كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال، باعتبار الجمهور النشط الذي يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.

2- شرح دوافع التعرض لوسائل الإعلام والاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

3- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.¹

عناصر مدخل الاستخدامات والإشباعات:

هناك مجموعة عناصر تمثل المفاهيم الأساسية وتشكل الهيكل النظري لمدخل الاستخدامات والإشباعات والتي تتمثل في الآتي: الجمهور النشط، الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام، دوافع التعرض لجمهور وسائل الإعلام، توقعات الجمهور من وسائل الإعلام، التعرض لوسائل الإعلام، إشباعات الجمهور من وسائل الإعلام.

افتراض الجمهور النشط: يمثل افتراض "الجمهور النشط" أحد أهم الافتراضات الأساسية لمدخل الاستخدامات والإشباعات حيث يرى باحثي الاستخدامات والإشباعات أن جمهور وسائل الإعلام مشارك نشط وليس سلبيا في عملية الاتصال، حيث يتلقى الجمهور من وسائل الإعلام ومحتوياتها ما يحقق له إشباعات لاحتياجات معينة كما أنه يدرك القدرات المتباعدة لوسائل الإعلام على تحقيق هذه الإشباعات.²

إن عنصر النشاط أو الفاعلية لدى الجمهور يشير إلى الدافع الأساسي، والانتقائية، والأذواق، والاهتمامات التي يمكن ان تحدث في حالة التعرض إلى وسائل الإعلام، كما أن هذه الانتقائية تعتمد على الفروق الفردية، حيث يتباين الناس في إدراكهم لنفس الرسالة، وفي طبيعة استجاباتهم لها.³

الأصول النفسية والاجتماعية:

أ-الأصول الاجتماعية: تؤكد معظم الدراسات على وجود علاقة وثيقة بين الظروف الاجتماعية للفرد وبين استخدامه لوسائل الإعلام، فأعضاء الجمهور لا يتعاملون مع وسائل الإعلام باعتبارهم أفراد

¹ حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1998)، ص: 241.

² عيد الرزاق محمد الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2016)، ص: 259.

³ حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص: 244.

معزولين عن واقعهم الاجتماعي، وإنما باعتبارهم أعضاء في جماعات اجتماعية منتظمة وشركاء في بيئة ثقافية واحدة.

كما أظهرت العديد من الدراسات دور الحالة الاجتماعية في دفع الأفراد للتعرض لوسائل الإعلام، وتحديد شكل هذا التعرض، وقدمت الدلائل على دور العوامل الاجتماعية (كالأسرة، الأصدقاء) والعوامل الديموغرافية (النوع، السن، الجنس) في التعرض لوسائل الإعلام.¹

ب- الأصول النفسية: بجانب الأصول الاجتماعية التي يمكن أن تؤدي إلى استخدام الأفراد لوسائل الإعلام توجد الأصول النفسية والتي يمكن أن تؤدي إلى وجود دوافع وتحدد أصول كثير من استخدامات وسائل الإعلام.

وقد أدى ظهور مفهوم الإدراك الانتقائي القائم على الفروق الفردية إلى افتراض أن الأفراد يختارون ويفسرون مضمون وسائل الإعلام بطرق متنوعة ومتباينة، وأن العوامل النفسية يمكن أن تؤدي إلى خلق حافز لاستخدام وسائل الإعلام كما يمكنها أن تحدد أصول الكثير من هذه الاستخدامات، ومن ثم أقترح الباحثون ضرورة تفسير الدور الذي تلعبه المتغيرات النفسية والسلوكية لأعضاء الجمهور كدوافع لاستخدام الوسيلة الإعلامية ودورها في تحديد دوافع التعرض للوسيلة بشكل عام.

دوافع التعرض لوسائل الإعلام: يفترض مدخل الاستخدامات والإشباع أن دوافع التعرض لوسائل الإعلام ينتج أساساً عن الحاجات النفسية والاجتماعية لأفراد الجمهور والتي بدورها تؤدي إلى توقعات معينة يمكن إشباعها من خلال استخدام هذه الوسائل أو من خلال استخدام وسائل أخرى غير اتصالية لإشباع تلك الحاجات وبناءً عليه فإننا سوف نستعرض دوافع الجمهور لوسائل الإعلام²، وعموماً فإن معظم الدراسات تقسم دوافع التعرض لوسائل الإعلام إلى فئتين هما:

- **دوافع نفعية:** وهي تستهدف التعرف على الذات واكتساب المعارف والمعلومات والخبرات وجميع أشكال التعليم بوجه عام، والتي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية بوسائل الإعلام المسموعة والمرئية.

¹ المرجع نفسه، ص: 261.

² عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سابق، ص ص: 262 - 265.

■ **دوافع طقوسية:** وتستهدف تمضية الوقت والاسترخاء والصداقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات، وتنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية كالمسلسلات، والأفلام، المنوعات، وبرامج الترفيه المختلفة.¹

التوقعات من وسائل الإعلام: يرى كاتز أن التوقعات هي الإشباعات التي يبحث عنها أفراد الجمهور والتي تختلف بين وسائل الإعلام وفقاً للفروق الفردية، وكذلك وفقاً لاختلاف الثقافات والمجتمعات، وتتعلق "توقعات الجمهور" بخصائص وسائل الإعلام وسماتها، فإذا ما أُتيح للجمهور الاختيار من بين وسائل الإعلام المختلفة أو أي بدائل أخرى -طبقاً لاحتياجاتهم- فلا بد أن يكون لدى هؤلاء الأفراد إدراكاً للبدائل التي يمكنها أن تفي باحتياجاتهم أكثر من غيرها، وبالتالي يندفع المتلقي لوسائل الإعلام إلى استخدام هذه الوسائل انطلاقاً من إدراكه أو توقعه لنتيجة ما من المحتوى الإعلامي الذي يتعرض له ومن ثم تقييمه لهذا المحتوى، وبذلك تعد عملية التوقع والتقسيم في استخدام وسائل الاتصال مدخلها هاماً للكشف عن طبيعة المحتوى الاتصالي الذي يبحث عنه الفرد لإشباع حاجاته.²

التعرض لوسائل الإعلام: أكدت العديد من الدراسات على أن هناك علاقة ارتباطية بين كل من البحث عن الإشباعات والتعرض لوسائل الإعلام، فدوافع الأفراد قد تؤدي بهم إلى التعرض لوسائل الإعلام من أجل تحقيق الإشباع وتلبية الاحتياجات ووفقاً لنموذج الاستخدامات والإشباعات فإن الفرد يعرض نفسه انتقائياً لوسائل الإعلام التي يدرك قدراتها على إشباع الحاجات التي يشعر بها وفقاً لخبرته السابقة حول خصائص كل وسيلة من الوسائل ومضمونها والسياق الاجتماعي الذي يتم استخدام الوسيلة في إطاره.³

إشباعات الجمهور من وسائل الإعلام: يتم وصف الأفراد وفقاً لمدخل الاستخدامات والإشباعات باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية وثقافية لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها "الإشباعات"، ويفرق "لورانس وينر" بين نوعين من الإشباعات هما:

أ- **إشباعات المحتوى:** وهي الإشباعات الناتجة عن التعرض لمضمون أو محتوى وسائل الإعلام، وتنقسم إلى نوعين وهما:

¹ حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص: 246، 247.

² عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سابق، ص: 266.

³ المرجع نفسه، ص: 263.

- **الإشباع التوجيهية:** وتتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات.
- **الإشباع الاجتماعية:** ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.¹

ب- إشباع العملية: وهي الإشباع التي تنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة، وليس من خلال التعرض لرسائل أو لمحتوى معين، وتنقسم إلى نوعين هما:

- **إشباع شبه توجيهية:** وهي إشباع بديلة أو مكمل للإشباع التوجيهية وتتمثل في الشعور بالراحة والاسترخاء والمتعة، وتحقيق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات.
- **إشباع شبه اجتماعية:** وهي إشباع بديلة أو مكمل للإشباع الاجتماعية وتتمثل في التخلص من الإحساس بالملل والضيق والإحساس بالعزلة والتوحد مع الشخصيات التي تعكسها وسائل الإعلام.²

إشكاليات متعلقة بنظرية الاستخدامات والإشباع:

- يرى دينيس ماكويل أن نتائج هذه البحوث ربما تتخذ ذريعة لإنتاج المحتوى الهابط، لا سيما ما تعلق بتلبية حاجات المتلقين في مجالات التسلية والترفيه... الخ.
- عدم التحديد الدقيق لمفهوم النشاط الذي يتصف به جمهور المتلقين في علاقته باستخدام والإشباع، إذ هناك العديد من المفاهيم المرتبطة به، فوسائل الإعلام هي التي تفرض وظائف معينة لجمهورها وعلى أساسها يحدد الأفراد استخدامهم لها، بالإضافة إلى مفاهيم أخرى كالحاجات والدوافع ...³
- تتبنى هذه النظرية مفاهيم تتسم بالمرونة مثل الدافع، الهدف، الوظيفة، الإشباع، وهي مفاهيم ليس لها تعريفات محددة، وبالتالي يمكن أن تختلف النتائج التي نحصل عليها من تطبيق النظرية تبعاً لاختلاف التعريفات.
- تقوم النظرية على افتراض أن استخدام الجمهور لوسائل الإعلام هادف ومتعمد ومقصود، والواقع يختلف في أحيان كثيرة فهناك استخدام غير هادف.⁴

¹ حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص: 249.

² عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سابق، ص: 268.

³ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3 (القاهرة: عالم الكتب، 2003)، ص ص: 291، 292.

- يغالي المدخل كثيراً في التأكيد على نشاط الجمهور واختياره الواعي، في حين أن وسائل الإعلام قد تكون مفروضة على بعض الناس أكثر من كونها اختياراً حراً منهم كما أن مفهوم النشاط مفهوم غامض وغير محدد.
- صعوبة قياس استخدام الجمهور لوسائل الإعلام كما أن هناك تساؤلات حول كيفية قياس الاستخدام.
- عدم صلاحية المدخل للتعميم على جميع أفراد الجمهور أو في أقل التقديرات على مجموعة كبيرة منه وذلك لأن نتائج البحوث تختلف باختلاف الثقافات والعوامل الديموغرافية لأفراد الجمهور.
- هناك حاجات كثيرة للفرد والمجتمع لا ترتبط بوسائل الإعلام وتؤثر بشكل مباشر في دراسات الاستخدامات والإشباع.
- صعوبة تصنيف الحاجات بشكل دقيق ومقنع وذلك بسبب تعددها وتعقدها واختلافها باختلاف المجتمعات الإنسانية، وعدم وضوحها عند مناقشة وسائل الإعلام.¹

علاقة الدراسة بنظرية الاستخدامات والإشباع وكيفية توظيفها:

يعتبر مدخل الاستخدامات والإشباع واحداً من أبرز المقاربات النظرية لدراسة الجمهور، وشرح وتفسير الظاهرة الاتصالية وفق منظور وظيفي، وقد شهد هذا النموذج تطورات منهجية ونظرية واكبت التغيرات الحاصلة على المستوى التقني والمفاهيمي، وكذا الممارسات والمخرجات، وتم توظيفها من قبل الباحثين والدارسين على اختلاف تخصصاتهم ومنطلقاتهم الفكرية والأيدولوجية، ونجحت النظرية في الصمود أمام التغيرات المتلاحقة في بنية وسائل الإعلام والبيئة الاجتماعية والثقافية والتكنولوجية التي تنشط فيها.²

هذا وتعتبر نظرية الاستخدامات والإشباع من بين أكثر النظريات استخداماً في دراسات الإعلام الجديد، وقد لقي توظيفها واعتماد فرضياتها لدراسة الظواهر الإعلامية في البيئة الرقمية، قبولا واستحساناً لدى مختلف الباحثين والدارسين للاتصال، إذ يؤكد توماس روجيرو Thomas E. Ruggiero بجامعة

⁴ مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال (عمان: دار الحامد، 2015)، ص ص: 216، 217.

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سابق، ص: 280.

² جمال الدين مدفوني، "نظرية الاستخدامات والإشباع من الاتصال الجماهيري إلى الاتصال الرقمي"، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 3، العدد 3 (أكتوبر 2019)، ص 87.

تكساس في مقاله "نظرية الاستخدامات والإشباعات في القرن الحادي والعشرين" أن: "ظهور وتطور الاتصالات الرقمية وخدماتها أعاد إحياء أهمية نظرية الاستخدامات والإشباعات، فطالما وفر هذا النموذج نهجا نظريا متطورا في المراحل الأولية لكل وسيلة اتصال جماهيري جديدة كالصحف والإذاعة والتلفزيون، والآن وسائط الاتصال الحديثة، لأن هذه الأخيرة تتطلب مستوى أعلى من التفاعل من مستخدميها مقارنة بالوسائط التقليدية الأخرى، إلا أنه يجب توسيع النماذج النظرية الحالية للاستخدامات والإشباعات لتكون أكثر شمولية، بحيث تتضمن النماذج المعاصرة والمستقبلية مفاهيم مثل التفاعل، وإزالة التجانس، والنص الفائق، واللاتزامنية ... الخ".¹

وقياسا على ما سبق يوفر تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات أساسا اتصاليا واجتماعيا وسيكولوجيا لشرح كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام الجديدة وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي، لإشباع حاجاتهم وميولاتهم وتحقيق أهدافهم، وعليه قمنا في هذه الدراسة بتقديم قراءة لنظرية الاستخدامات والإشباعات محاولين إسقاط ركائزها وفروضها الأساسية على موضوع دراستنا والمتمثل في "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في انتشار خطاب التمييز والكراهية لدى المستخدمين الجزائريين"، لبحث العلاقة بين المستخدم وهذه المواقع، انطلاقا من افتراض الجمهور النشط، أي النشاط والتفاعل الذي يتميز به المستخدم في مواقع التواصل الاجتماعي والذي يعد انعكاسا لحاجاته المختلفة، وامتدادا لتفكيره، وحالاته النفسية، واهتماماته ورغباته.

وفي ضوء نموذج الاستخدامات والإشباعات فإن مواقع التواصل الاجتماعي هي فضاء لتحقيق الأهداف وإشباع الحاجات ودعم التوجهات والمرجعيات الفكرية والقيمية وفق الميولات النفسية والاجتماعية والثقافية، كما تعتبر بيئة خصبة لاكتساب معاني وتصورات ومفاهيم وقيم جديدة، وبناءً على الحرية الممنوحة للمستخدمين عبر هذه الفضاءات فقد تم استغلالها من طرف بعضهم، لنشر أفكار ومعتقدات تروج للكراهية والتمييز والاستهزاء بالآخرين، وتدعوا إلى التحريض العنصري والطائفي والعنصري والديني والعنف بأنواعه، وهو ما يتسق مع موضوع الدراسة من حيث أن أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل لإشباع حاجاتهم حول الأفكار والموضوعات المتعلقة بخطاب الكراهية، ثم تداولها وفقا لحاجات ودوافع وأسباب معينة.

¹ thomas e. ruggiero, op.cit, p 3.

لذا فقد اتخذنا نظرية الاستخدامات والإشباع كمدخل لهذه الدراسة بحكم ملائمتها وملائمتها لجوانب عديدة لموضوعنا، لكونها تبحث في استخدام مواقع التواصل من جهة وربط هذا الاستخدام بالممارسات السلبية التي تغذي خطابات التمييز والكراهية من جهة أخرى، وهو ما يسمح بتعزيز ظهورها وبتموؤها وانتشارها على نطاق واسع، إذ يجد الناشرون لخطاب الكراهية أو المتبنون له بهذه المواقع، العديد من الطرق والأساليب وأنماط التفاعل لبث هذه الرسائل كإنتاج هذا المحتوى أو مشاركته أو الإعجاب والتعليق عليه، وهذا ما يحقق لهم إشباعات سلبية قد تبقى على المستوى الفكري للأفراد أو تتمظهر على شكل ممارسات وسلوكات على أرض الواقع.

كما تقدم لنا نظرية الاستخدامات والإشباع على المستوى العملي أفكارا وتصورات عامة حول الموضوع المطروح للخروج بمجموعة من النتائج حول دوافع وأسباب انتشار خطاب التمييز والكراهية بين المستخدمين الجزائريين، وتحدد طبيعة تفاعلهم مع هذه الخطابات في مواقع التواصل الاجتماعي، وأشكال وصور هذا التفاعل، إضافة إلى محاولة تفسير سلوك رواد وسائل التواصل الاجتماعي في الجزائر وربطه بخصائصه النفسية ومحيطه الاجتماعي وامتداداته السياسية، الاجتماعية، التاريخية، الثقافية، الهوياتية.

3-2-2- نظرية الغرس الثقافي :cultivation theory:

نشأة وتطور نظرية الغرس الثقافي:

أرجع ملفين ديفلور Melvin Defleur جذور نظرية الغرس الثقافي وبداياتها الأولى إلى مفهوم الصورة الذهنية عند ولتر ليبمان التي تتشكل في أذهان الجماهير عن طريق وسائل الإعلام عن أنفسهم أو عن الآخرين، إذ رأى ليبمان أن هذه الصورة تكون بعيدة عن الواقع أحيانا نتيجة عدم وجود رقابة على المواد المعروضة في وسائل الإعلام، مما يؤدي إلى غموض في الحقائق وتشويه المعلومات وسوء فهم الواقع.¹

لكن الباحث الأمريكي جورج جربنر G.Gerbner يعتبر من وضع هذه النظرية كمنظور جديد لدراسة أثر وسائل الإعلام في أواخر الستينات من القرن الماضي، وقد نشأت هذه النظرية على أعقاب ظروف اجتماعية خاصة، تركزت أساسا في ظهور موجات من العنف والجرائم والاغتيالات في المجتمع

¹ حلا قاسم الزعبي، "تأثير مشاهد العنف في برامج الأطفال التلفزيونية على الأطفال من وجهة نظر أولياء الأمور والمدرسات" (رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط - عمان -، 2016) ص: 11.

الأمريكي، والربط بين ظهور هذه الموجات والانتشار الواسع للتلفزيون أنداك، مما حدا بالباحثين في أمريكا إلى إجراء العديد من البحوث حول علاقة مشاهدة التلفزيون بارتفاع معدلات الجريمة والسلوك العدواني.

هذا وأشار جرينر من خلال بحثه حول وسائل الاتصال الجماهيرية وتأثيرها على البيئة الثقافية في إطار مشروعه الخاص بالمؤشرات الثقافية، الذي يستهدف إقامة الدليل الإمبريقي على تأثير هذه الوسائل على البيئة الثقافية¹، وقد تألف مشروع المؤشرات الثقافية من ثلاث مكونات هي:

- تحليل العملية المؤسسية الذي ركز على كيفية إنتاج الرسائل الإعلامية ونشرها.
- تحليل نظام الرسائل الذي ركز على الرسائل الفعلية والصور الذهنية التي نقلتها وسائل الإعلام
- تحليل الغرس الذي ركز على كيفية تأثير التعرض للرسائل الإعلامية على تصورات المتلقين للعالم الحقيقي.²

مفهوم نظرية الغرس الثقافي :

نشير في البداية قبل الخوض في الحديث عن النظرية وركائزها الأساسية إلى مفاهيمها الأساسية وهي:

- **الغرس:** وهو تنظيم رمزي ينمي لدينا مفاهيم للخبرات والأولويات والقيم، أو نوع من التعلم العرضي الذي ينتج عن تراكم التعرض للتلفزيون³، فالغرس يعني كثافة التعرض للتلفزيون والتعلم من خلال ملاحظة الصور التي تقود المشاهد، إلى الاعتقاد بأن العالم الذي يشاهده على الشاشة هو صورة من العالم الواقعي الذي يعيش فيه.⁴
- **الثقافة:** وهي تنظيم من الرموز ينمي لدى الأفراد المفاهيم والخبرات والقيم والعلاقات، نستنبط من خلالها المعايير السائدة داخل المجتمع.⁵

وتقوم الفرضية الرئيسية لنظرية الغرس الثقافي على أن المحتوى التلفزيوني، وخاصة المواضيع والأنماط السائدة التي يتم تصويرها مع مرور الوقت، يمكن أن تشكل تصورات المشاهدين حول العالم

¹ مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال (عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2015)، ص: 220.

² L. J. SHRUM, Cultivation Theory: Effects and Underlying Processes, The International Encyclopedia of Media Effects, (2018), p 1.

³ حسن عماد مكايي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2001)، ص ص: 299-302.

⁴ محمد خير المغربي، الإعلام والاتصال بالجماهير (الإسكندرية: دار التعليم الجامعي، 2015)، ص: 127.

⁵ برهان شاوي، مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته (عمان: دار الكندي، 2014)، ص: 189.

الحقيقي، ويكون هذا التأثير أكثر وضوحًا عند المشاهدين ذوي المشاهدة الكثيفة الذين يقضون وقتًا أطول في مشاهدة التلفزيون، مما يؤدي إلى ما يُعرف باسم "فارق الثقافة" وهو الاختلاف في المواقف والمعتقدات بين كثيفي المشاهدة Heavy viewers، وقليلي المشاهدة viewers Light، إذ يميل المشاهدون ذوو المشاهدة الكثيفة إلى تبني وجهات النظر المقدمة في المحتوى الإعلامي، مما يؤدي إلى منظور منحرف للواقع.¹

وبهذا يمكن وصف عملية الغرس بأنها نوع من التعلم العرضي الذي ينتج عن تراكم التعرض التلفزيوني، حيث يتعرف المشاهد على حقائق الواقع الاجتماعي، وتكون هذه الحقائق أساسًا للصورة الذهنية والقيم التي يكتسبها المشاهد عن العالم الحقيقي بصفة تدريجية، فالتعرض للتلفزيون يتيح وفق هذه النظرية معلومات بارزة عن الحقائق والقيم والصور الذهنية، ويؤدي كثرة التعرض لها إلى سهولة استرجاعها من الذاكرة ذلك أن الناس يبنون أحكامهم وفقًا للمعلومات المتاحة، وبالتالي تربط هذه النظرية بين كثافة التعرض واكتساب المعارف والأفكار والصور الرمزية حول العالم الذي تقدمه وسائل الإعلام بعيدا عن العالم الواقعي أو الحقيقي²، وحسب النظرية يقدم التلفزيون صور نمطية مشوهة أو صور إيجابية مضللة أو معلومات غير صادقة، فهو لا يعكس الواقع وما يحدث في العالم الخارجي، بقدر ما يقدم عالما مصطنعا يركز على قضايا معينة ويصبح أكثر واقعية للمشاهدين، كما أن مداومة التعرض لوسائل الإعلام خاصة التلفزيون ولفترات طويلة تنمي لدى المشاهد اعتقادا بأن العالم الذي يراه عبر التلفزيون ما هو إلا صور مماثلة للعالم الواقعي الذي يعيش فيه، وهو ما يجعل يصبح تصويره عن الواقع منحازا ومشوها ونمطيا.³

وقد أضيفت فيما بعد بعض المفاهيم إلى النظرية، حيث أكد جورج جربنر في دراساته على مفهومين رئيسيين في عملية الغرس وهما:

¹ Cultivation Theory: Strengths and Weaknesses, studymasscom.com, web site : <https://studymasscom.com/communication/cultivation-theory-strengths-and-weaknesses/#resonance> (29 may 2024, h 18 :40).

² طارق السيد أحمد الخليفي، معجم مصطلحات الإعلام: انجليزي-عربي، (مصر: دار المعرفة الجامعية، 2008)، ص: 86.

³ Eman Mosharafa, All You Need To Know About: The Cultivation, Global Journal of Human-Social Science, N°08 (2015): P24.

- **الاتجاه السائد:** وهو عبارة عن نسيج من المعتقدات والقيم والممارسات التي يقدمها التلفزيون في صور مختلفة يتوحد معها كثيرون المشاهدة، وبالتالي فإن الاتجاه السائد يشير إلى سيطرة التلفزيون في غرس الصور والأفكار بشكل يجعل الفوارق تقل أو تختفي بين الجماعات.
- **الصدى أو الرنين:** وهو التأثيرات المضافة للمشاهدة بجانب الخبرات الأصلية الموجودة فعلاً لدى المشاهدين، أي أن المشاهدة يمكن أن تؤكد هذه الخبرات من خلال استدعائها بواسطة الرسائل التلفزيونية التي يتعرض لها الأفراد أصحاب هذه الخبرات بكثافة أعلى.¹

فروض النظرية:

ترتكز نظرية الغرس الثقافي على خمس فروض رئيسية نبرزها كما يلي:

- 1- **يعد التلفزيون وسيلة فريدة للغرس الثقافي مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى:** التلفزيون هو نظام التعلم الأكثر انتشاراً وثباتاً في المجتمع، باعتباره نظام رسائل يحتوي على أنماط مجمعة ومتكررة من الصور الذهنية، والتي يستوعب المشاهدون محتوياتها على مدى فترة طويلة من الزمن.²
- 2- **يقدم التلفزيون عالماً متماثلاً من الرسائل والصور الذهنية التي تعبر عن الاتجاه السائد:** إذ أن التلفزيون يقوم في حياة الأفراد بعكس الاتجاه السائد لثقافة المجتمع، فهو يقدم عادات يومية وصورة ذهنية يشترك فيها الأفراد من كل الطبقات والفئات المختلفة للجمهور، كما يتيح قائمة محدودة من الاختيارات التي تعكسها البرامج وتنوع غير محدود من الاهتمامات ومجموعة القيم التي يتبناها كثيرون المشاهدة ويتوحدون معها بصفة تراكمية، وهذا يساعد على تضيق الفروق في السلوك.³
- 3- **تحليل مضمون الرسائل الإعلامية يقدم علامات لعملية الغرس:** إن أسئلة المسح المستخدمة في تحليل الغرس تعكس ما تقدمه الرسائل التلفزيونية لجماعات كبيرة من المشاهدين على فترات زمنية طويلة، مع التركيز على قياس المشاهدة الكلية بدلاً من الأسئلة الخاصة بالترفضيل التي قد تؤدي إلى نتائج مضللة، ويجب مراعاة في عملية التحليل أولاً صياغة الأسئلة التي تكشف إجاباتها عن العالم الحقيقي أو الواقعي، وثانياً الأسئلة المقارنة التي تكشف عن العالم الرمزي الذي يقدمه التلفزيون، والتي

¹ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص: 265.

² Don W. Stacks, Cylor Spaulding, Cultivation Theory, International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition), 2015.

³ حسن عماد مكايي وليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص: 305.

يمكننا من خلالها الوصول إلى الاتجاه السائد الذي يرسمه التلفزيون في مجالات مختلفة وغرسها في أذهان المشاهدين.¹

4- تحليل الغرس يؤكد على مساهمة التلفزيون في نقل الصور الذهنية على المدى البعيد:
تحدث عملية الغرس ببطء من خلال نقل الرموز الشائعة على المدى البعيد، لذا فإن نظرية الغرس الثقافي لا تستخدم النموذج الخطي البسيط المعتمد على المثير والجمهور، وإنما تستخدم نتائج تراكم التعرض على المدى البعيد، كما لا يعتمد على الاستجابة الفورية قصيرة الأمد أو التفسيرات الفردية لمحتوى الرسائل، وإنما يعتمد على قياس الأثر التدريجي.

5- يركز تحليل الغرس على تدعيم استقرار المجتمع وتجانسه: يحقق التلفزيون اتجاها ثقافيا ثابتا ونفاذا يعمل على تنمية المفاهيم والسلوكيات المتماثلة في المجتمع، لهذا فإن العالم الرمزي الذي يقدمه التلفزيون يساعد أحيانا في تدعيم الاستقرار أو ثبات المفاهيم الخاصة بالواقع الاجتماعي، وقد تكون هذه المفاهيم الرمزية أكثر صلابة من الواقع الاجتماعي نفسه، وأن التأثير الأساسي لوسائل الإعلام يميل إلى الحفاظ على المعايير السائدة بدلا من تغييرها من حيث أن نتائج تحليل الإنماء لا تعزز التجانس والتكامل فقط، وإنما تعكس أيضا مقاومة التغيير.²

خطوات قياس الغرس:

وتعتمد الدراسات الخاصة بالغرس الثقافي في إجرائها على خطوات خمس وهي:

1- تحليل نظم الرسائل الإعلامية من خلال معايير الأداء، الأفكار والأحداث التي يتم تناولها كمضامين إعلامية.

2- قياس تعرض الجماهير للبرامج التلفزيونية: ويتم ذلك من خلال نمط التعرض إذا كان تعرض كثيف، متوسط، قليل، أو معدوم، والقياس يتم بسؤال المتلقي، أو التقارير الذاتية، أو الملاحظة العلمية.

¹ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط2. (عالم الكتب: 2000)، ص: 268.

² برهان شاوي، مرجع سابق، ص: 191.

3- تكوين أسئلة عن الواقع الاجتماعي ومعتقدات المبحوثين: والهدف من ذلك هو معرفة بعض مدركاتهم ومعارفهم وسلوكهم، وتكمن أهمية ذلك في أنها تساعد على معرفة ماذا غرست وسائل الإعلام في الجمهور فيما بعد، وهو ما يعرف بفروق الغرس بعد وقبل المشاهدة.¹

4- دراسة وتحليل المواد الاعلامية المزمع قياس تأثيرها ومعرفة القضايا السائدة في التداول والمحتوى.

5- مقارنة الواقع الاجتماعي الحقيقي مع الواقع الخيالي الذي قدمته وسائل الإعلام، ومدى إدراكه للواقعين، وهل الراسخ في ذهن المتلقي حقيقي أم من صنع وسائل الإعلام المتنوعة.

الانتقادات الموجهة لنظرية الغرس الثقافي:

على الرغم من أن نظرية الغرس حظيت بتأييد كثير من الباحثين، إلا أنها واجهت العديد من الانتقادات منذ نهاية السبعينات من القرن العشرين وحتى نهاية التسعينات من نفس القرن، ويمكن أن ندرج أهم الانتقادات فيما يأتي:

- لم تأخذ النظرية في اعتبارها أن هناك متغيرات أخرى غير كثافة المشاهدة في عملية التأثير التلفزيوني على المشاهدين، ولعل من أهمها العوامل الديموغرافية.

- يرى كل من هاوكنز وبنجري أن العلاقة بين مشاهدة التلفزيون والغرس الثقافي يمكن أن ترجع إلى بعض محتوى مواد أو برامج التلفزيون ولا تنطبق على البعض الآخر من البرامج، بمعنى أن تلك العلاقة لا تنطبق على مشاهدة محتوى جميع مواد أو برامج التلفزيون في عمومها ولكنها قد تحدث نتيجة مشاهدة برامج محددة.

- كما وجه البعض أيضا انتقادا للعلاقة بين التعرض للتلفزيون والغرس الثقافي والمشاهدين، حيث أنه من الممكن أن تتعرض المادة المقدمة من خلال التلفزيون، إلى القلب والتزييف من قبل المشاهدين، كما أن استجاباتهم قد تكون متحيزة وبالتالي تصبح الأسس التي تبنى عليها مفاهيم أبعاد العلاقة بين المشاهدة والتأثير طبقا لمنظور الغرس الثقافي مفاهيم وأبعاد غير دقيقة.²

¹ مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، مرجع سابق، ص: 222.

² مصطفى يوسف كافي، المرجع السابق، ص: 222.

- القضايا التي تثيرها العديد من البحوث والدراسات توضح أن عملية الغرس من خلال التلفزيون لم تكتمل معالمها، وإن كان قد تم اختبارها في مجالات العنف والجريمة في أمريكا فلا يمكن تعميم نتائجها على كل الجماعات والثقافات، ولم تحدد لها أطر منهجية أو نظرية خاصة وأن فروضها مستقاة من النظرة الكلية لدور وسائل الإعلام في بناء الأفكار والمعاني كأداة من أدوات التفاعل الرمزي داخل المجتمعات.

- دراسات الغرس الثقافي ركزت في بداياتها على انتشار العنف والجريمة، وهذا يؤكد مرة أخرى مناقشة قضايا الثقافة الجماهيرية، وتدني الذوق العام وغرس المعاني والأفكار التي تدعم الوضع القائم وسيطرة أصحاب المصالح على توجيه الثقافة بما يتفق مع مصالحها.¹

علاقة الدراسة بنظرية الغرس الثقافي وكيفية توظيفها:

تعد نظرية الغرس الثقافي مدخلاً نظرياً وأحد الأطر التي قد تساعد في تحديد وتحليل آثار استخدام وسائل الإعلام الجديد، حيث يعتبر مجال الربط بين هذه الوسائل والنظرية مجالاً بحثياً آخذاً في النمو، ويعني إمكانية الاستفادة من الأفكار العامة للغرس الثقافي في الكشف عن العلاقة بين الواقع الاجتماعي، كما يعبر عنه المضمون الاتصالي بالإنترنت وتطبيقاته ورؤية الجمهور لواقعه الاجتماعي.²

إذ ركزت نظرية الغرس الثقافي في الأصل على مشاهدة التلفزيون، لكن الآليات الأساسية تستند إلى مبادئ مرنة بما يكفي لتطبيقها على أشكال أخرى من المحتوى الإعلامي، وبالتالي قد تنتشر تأثيرات الغرس الثقافي إلى طرائق أكثر حداثة، مثل التطبيق على مواقع الشبكات الاجتماعية.³

وفي ذات السياق أكد لاري غروس Gross larry، وهو أستاذ وباحث بجامعة جنوب كاليفورنيا، وساهم في إنشاء وتطوير نظرية الغرس الثقافي في مقاله المعنون بـ "الغرس الثقافي نحو المشاركة: مقالة في التلفزيون ووسائل الإعلام الجديدة" أنه قبل الإنترنت، كان التلفزيون راوياً للقصص والأخبار، وما فعله في ذلك الوقت من حيث بناء الافتراضات، يتم تنفيذه من خلال الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، ومن أجل النظر إلى الكيفية التي يسكن بها الإنترنت عالمنا، من الضروري التدقيق في الشبكات الاجتماعية

¹ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص: 272.

² سماح محمد محمدي، "اندماج الشباب والمراهقين في شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيره على إدراكهم للواقع"، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد 3، العدد 24 (جويلية 2020)، ص 1321.

³ Marc A. Sestir, «This is the Way the World "Friends": Social Network Site Usage and Cultivation Effects », The Journal of Social Media in Society, Vol. 9, No. 1, (2020) P 2, 3.

كمساعد لتوليد نظرة عالمية موازية لواقع المرء لأن دور وسائل التواصل الاجتماعي يتجاوز بناء الصور والمعلومات الفردية على الإنترنت، كما ركز على كيفية حدوث البناء الاجتماعي للواقع من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، التي تعيد تفسير نظرية الغرس لجربنر بطريقة متطورة، واقتراح إعادة طرح أساليب الاتصال وإعادة تقييمها بسبب الطبيعة المتغيرة لتقنيات الاتصال.¹

تأسيسا على ما سبق ووفقا للمنطقات الفكرية والركائز التي تقوم عليها النظرية، يوفر تطبيق نظرية الغرس الثقافي شرحا لكيفية قياس آثار استخدام الجمهور لوسائل الإعلام الجديد وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي، وتحليل الرسائل الموجهة للجماهير والمعاني المستمدة من هذه الرسائل، وعلاقتها بتفسيرهم للواقع الاجتماعي، وعليه قمنا في هذه الدراسة بتقديم قراءة لنظرية الغرس الثقافي محاولين إسقاط ركائزها وفروضها الأساسية على موضوع دراستنا والمتمثل في "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في انتشار خطاب التمييز والكراهية لدى المستخدمين الجزائريين"، لبحث العلاقة بين المستخدم وهذه المواقع، انطلاقا من اعتبار أن كل ما يتم نشره أو مشاركته على وسائل التواصل الاجتماعي، يشكل آراء وأفكار ومعلومات عن الحقائق والقيم والصور الذهنية التي يكتسبها المستخدم عن العالم الحقيقي، وهو ما ينتج عنه تأثيرات تراكمية وطويلة المدى، لا سيما في ظل الاستخدام الكثيف لتلك الوسائل ولفترات طويلة مما ينمي الاعتقاد بأن ما يتم تقديمه عبرها ما هو إلا صور مماثلة للعالم الواقعي.

وفي ضوء نظرية الغرس الثقافي فإن مواقع التواصل الاجتماعي هي فضاء لتشكيل الصور الذهنية وغرس المفاهيم، القيم والمعتقدات، الأفكار والاتجاهات نحو القضايا والموضوعات المختلفة ومنها القضايا المرتبطة بخطابات التمييز والكراهية بجميع أنماطها وأشكالها، وسنحاول من خلال الدراسة رصد التأثيرات الناتجة عن تعرض المستخدمين لرسائل التحريض على العنف والكراهية من خلال التعرض المكثف لصور ونماذج متكررة من هذه المحتويات، مما يساهم في ترسيخ هذه الأفكار وتحويلها إلى ممارسات وسلوكيات.

لذا فقد اتخذنا نظرية الغرس الثقافي كمدخل لهذه الدراسة بحكم ملائمتها واتساقها مع الفرضيات الأساسية للنظرية، حيث أن التعرض المطول لخطاب الكراهية والمحتوى السلبي واللغة المهينة والتحريضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، يجعل المتصفحين لها يتأثرون بما ينشر عبر صفحاتها،

¹ Raziye Nevzat, Reviving Cultivation Theory for Social Media, The Asian Conference on Media, Communication & Film, 2018, p 2, Retrieved from: https://papers.iafor.org/wp-content/uploads/papers/mediasia2018/MediAsia2018_42554.pdf

مما ينعكس على إدراكهم للأحداث والوقائع المختلفة المرتبطة بهذه المحتويات السلبية، ويزيد من قدرتها على تشكيل آرائهم وأفكارهم ومعتقداتهم حولها وخلق بيئة معادية في أرض الواقع، ومع تكرارها وتأثيرها المتراكم والممتد يعتقد المستخدمون أنها الوجه الحقيقي والصورة الفعلية لتجسد الكراهية بأشكالها المختلفة في العالم الواقعي المحيط بهم، ومنه تصبح الشبكات الاجتماعية بديلا للعالم الفعلي، والتي يتصرفون بموجبها في العالم الحقيقي، وهو ما يؤدي إلى تحول العداء من صراع فكري إلى صراع فعلي مع ذوات الأشخاص ووجودهم، وتطبيع المواقف والممارسات التمييزية، والتي قد يتم ترجمتها على شكل تصرفات وسلوكيات سلبية، كالتعصب والتطرف أو التهميش والإقصاء المجتمعي، أو استخدام العنف بأنواعه اللفظي والجسدي والذي قد يصل إلى حد جرائم القتل.

وعليه سوف نقوم في دراستنا بقياس الغرس عن طريق دراسة الرسائل والقيم والصور الذهنية التي تعكسها وسائل التواصل الاجتماعي حول خطاب الكراهية، ومدى إسهامها في إدراك الجمهور لهذه القضية بشكل يتسق مع ما تقدمه هذه المواقف، وذلك من خلال تسليط الضوء حول مفهوم وطبيعة خطاب التمييز والكراهية السائد في مواقع التواصل الاجتماعي لدى المستخدمين الجزائريين وتصوراتهم نحو أساليبه وأشكاله المتداولة وأكثر مظاهره انتشارا، وتساعدنا النظرية أيضا في الكشف عن انعكاسات انتشار هذه الخطابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الفكري والأخلاقي والثقافي للمستخدمين الجزائريين، كما سنبحث عن دور هذه المواقف وعلاقتها بتنامي العنف في المجتمع الجزائري، سعيًا لمكافحة خطاب التمييز والكراهية والتخفيف من تأثيراته الضارة، لخلق بيئة أكثر إيجابية ودعما عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة.

أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي.

- 1- مواقع التواصل الاجتماعي: سياق ظهورها وتطورها التاريخي.
- 2- الملامح العامة لمواقع التواصل الاجتماعي: الخصائص والخدمات.
- 3- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي وأهم نماذجها.
- 4- استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي.
- 5- إشكاليات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتقييم تأثيراتها.
- 6- واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر.

أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي.

1- مواقع التواصل الاجتماعي: سياق ظهورها وتطورها التاريخي.

نشأ عن التطور المتسارع للمعلومات تحول عميق في مسار البشرية، يذكرنا بالانتقال الذي حدث بين مرحلتَي الصناعة والزراعة، وكما كانت توصف المجتمعات والدول والاقتصاديات بأنها زراعية ثم صناعية، فإنها اليوم توصف بأنها مجتمعات معلوماتية تعاصر ثورة اتصالية غير مسبقة¹، فقد انتقل التطور في تكنولوجيات الإعلام والاتصال في النصف الثاني من القرن العشرين إلى مستويات متطورة هيأت المناخ لظهور وسائل ووسائط اتصالية حديثة²، تربط بين كل شيء مخلفة مجتمعا شبكيا يفرض تحولات جديدة كان لها الأثر البالغ في التأسيس لظهور الإعلام الجديد وأشكاله ووسائله المختلفة.

وهو نوع جديد من الإعلام متعدد الأشكال والوسائط والنماذج، يطلق عليه عدة تسميات منها (الإعلام الإلكتروني، الإعلام البديل، الإعلام الرقمي، الإعلام المجتمعي، الإعلام التفاعلي، الإعلام الشبكي) ويعتمد بشكل أساسي على شبكة الأنترنت وميزاتها³.

إن ظهور الإعلام الجديد كان بداية تحرير الأفراد من التوجيه الإعلامي المؤدلج، وهو تحرر مزدوج يشمل حرية الاتصال وحرية الاستقبال⁴، فهو مجموعة من تقنيات الاتصال والأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة، التي تمكننا من إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله من خلال استخدام الحواسيب أو مختلف الوسائط والأجهزة الإلكترونية المتصلة أو غير المتصلة بالأنترنت⁵، وتتعدد أشكال الإعلام الجديد وتتنوع غير أن أهم أشكالها وأوسعها انتشارا هي مواقع التواصل الاجتماعي.

إن مواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن مجموعة من التطبيقات الموجودة على شبكة الأنترنت والتي تتيح للأفراد التواصل بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، أو تكوين علاقات جديدة من خلال مجتمع

¹ عباس مصطفى صادق، مرجع سابق، ص ص 22، 23.

² عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2012)، ص 204.

³ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014)، ص 53.

⁴ ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة (عمان: دار البداية ناشرون موزعون، 2014)، ص 109.

⁵ عفاف بعون، جميلة بن زاف، "مظاهر التغير السوسيوثقافي للأسرة الجزائرية في ظل الإعلام الجديد"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، (أفريل 2021)، ص 123.

افتراضي يتبادلون فيه التواصل المرئي والصوتي ونشر المواضيع، وغيرها من النشاطات التي يستقبلونها والتعليق عليها من طرف المستخدمين الذين ينتمون لهذه الشبكات.

واستأثرت مواقع التواصل الاجتماعي بجمهور واسع من المتلقين، لما تتيحه من خصائص تميزها عن غيرها من المواقع الإلكترونية، كما لعبت الأحداث السياسية والاجتماعية في العالم دورا بارزا في التعريف بها، حيث كان الفضل لهذه الشبكات في إيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو عنها، الأمر الذي ساعد في شهرة وانتشار هذه الشبكات وشجع متصفحها الأنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها.¹

وقبل أن نتطرق إلى نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي لا بد من الإشارة إلى أن سياق تطور هذه المواقع ارتبط ارتباطا وثيقا بتطور الأنترنت ووسائلها وخدماتها، حيث مرت بمرحلتين أساسيتين في تطورها.²

المرحلة الأولى:

يطلق عليها مرحلة الجيل الأول أو مرحلة الويب (web 01)، حيث تعتبر أعوام التسعينات الأولى من القرن الماضي هي المرحلة التمهيديّة والبداية الحقيقية لظهور المواقع الاجتماعية التي أنشأها عدد قليل من الأشخاص وأتاحوا لعدد كبير جدا من المستخدمين تكوين صفحات ويب ثابتة تتيح مجالا صغيرا للتفاعل، أو ما تعتبر مواقع للتواصل الاجتماعي في شكلها الحديث.³

كانت بداية الشبكات الاجتماعية في تسعينيات القرن الماضي، حيث وفي عام 1995، صمم "راندي كونرادز" موقع (Classmates.com)، وكان الهدف منه مساعدة الأصدقاء والزملاء على الالتقاء واستمرار الصداقات والتواصل فيما بينهم إلكترونيا⁴، كما أتاح للمستخدمين الانضمام للمجتمعات المدنية المحلية

¹ إيمان جفال، "اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو القضايا البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي -دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة العربي التبسي - تبسة -" (أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي التبسي -تبسة-، 2021-2022)، ص ص 234-236.

² رمزي جاب الله، "القيم المتضمنة في صفحات الفايبيوك وأثرها في السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي الجزائري -دراسة ميدانية لعينة من شباب جامعة باتنة 1-" (أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باتنة 1، 2017-2018)، ص 126.

³ محمد جمعة، "أثر مواقع التواصل الاجتماعي على السلوكيات الانحرافية للطلبة الجامعيين -دراسة ميدانية من وجهة نظر طلبة جامعة البويرة-" (أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، جامعة يحيى فارس -المدية-، 2021-2022)، ص ص 42، 43.

⁴ إيهاب خليفة، ملامح التحول نحو الجيل الجديد للشبكات الاجتماعية، المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، الموقع الإلكتروني: <https://www.futureuae.com/ar/Mainpage/Item/5580/generation-z> ، (10 جانفي 2025، 14:17)

والدردشة في المنتديات، غير أن المستخدمين لم يكن بإمكانهم إنشاء صفحات خاصة بهم ولا تحديث قائمة الأصدقاء¹، وفي خريف سنة 1997 ظهر موقع (sixdegrees.com)، الذي يسمح بوضع ملفات شخصية للمستخدمين على الموقع، وطرح لمحات عن حياتهم وإدراج أصدقائهم، وكذلك إمكانية التعليق على الأخبار وتبادل الرسائل مع باقي المشتركين، إلا أن هذا النوع من المواقع الإلكترونية لم يلق رواجاً في ذلك الوقت على الرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما هو موجود في المواقع الاجتماعية الحالية، فهي لم تستطع أن تدر ربحاً لمالكها وتم إغلاقها².

وتبع ذلك ظهور العديد من مواقع التواصل الاجتماعي خلال الفترة بين (1997 - 1999) وكان محور اهتمامها تدعيم المجتمع من خلال مواقع تواصل مرتبطة بمجموعات معينة مثل موقع "الأمريكيون الآسيويين" asianavenue.com وموقع "البشر ذوي البشرة السمراء" blackplanet.com، بعدها ظهرت مجموعة أخرى من المواقع والتي لاقت نفس المصير خلال أعوام (1999 - 2001) وقد اعتمدت هاته المواقع في نشأتها خلال الفترة الأولى على تقنيات الويب "based web" والتي ركزت على استخدام غرف الدردشة والرسائل الإلكترونية، وخلال تلك الفترة لم تكن تقنيات الجيل الثاني للويب قد ظهرت على الساحة كما لم يكن يسمع عن التفاعل والإضافة والحذف والنقاش وتبادل الملفات والأفكار وكل ما تتيحه تقنية الجيل الثاني³.

كما تم إنشاء مواقع أخرى مثل موقع live journal، وموقع cyworld 1999 في كوريا، وموقع Ryze الذي كان يهدف إلى تكوين شبكات اجتماعية لرجال الأعمال لتسهيل التعاملات التجارية، ولم يكتب لهذه المرحلة البقاء بسبب ضعف الإمكانيات التي كانت تقدمها هذه المواقع لروادها، فضلاً عن الانتشار المحدود لشبكة الإنترنت حول العالم، وعدم قدرة الجيل الثاني من شبكات الاتصال اللاسلكية على تقديم خدمات الإنترنت في هذه الفترة، حيث كان مقصوراً على إرسال الصوت والرسائل النصية القصيرة فقط⁴.

المرحلة الثانية (مرحلة الميلاد الفعلي لمواقع التواصل الاجتماعي):

¹ جمعة محمد، مرجع سابق، ص 43.

² إيمان جفال، مرجع سابق، ص 236، 237.

³ جمعة محمد، مرجع سابق، ص 43، 44.

⁴ إيهاب خليفة، ملامح التحول نحو الجيل الجديد للشبكات الاجتماعية، المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، الموقع الإلكتروني: <https://www.futureuae.com/ar/Mainpage/Item/5580/generation-z>، (10 جانفي 2025، 14:17)

تزامن هذا الظهور مع بداية الجيل الثاني للويب (webo 02) ويشير هذا المصطلح إلى نسخة جديدة من الويب تقوم على تحويل الأنترنت الى منصة عمل تفاعلية بدلا من كونها مواقع فقط، أي التحول في نشر محتويات المواقع من الطريقة التقليدية التي تعتمد على التحدث مع صاحب الموقع إلى طريقة التعديل المفتوح لمحتويات المواقع وسهولة التفاعل وحرية تعديل المحتوى.

وعليه شكلت هذه المرحلة ظهور الشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم، فكانت الانطلاقة الفعلية مع موقع "my space" سنة 2003 ويعتبر من أوائل وأكبر الشركات أو الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم، حيث أنشأ الموقع على يد "توماس أندرسون" في كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، وهو عبارة عن موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي ويقدم خدمات على الويب، ويوفر التفاعلية بين الأصدقاء المسجلين في الخدمة بالإضافة الى ميزات أخرى.

في سنة 2004 برز موقع "فيسبوك" على يد مخترعه "مارك زكربيرج" وأصدقاءه وتحديدا بتاريخ 4 جانفي على النطاق the facebook.com، كنتاج غير متوقع من موقع (facematch.com) التابع لجامعة هارفارد، في البداية كانت عضوية الموقع قاصرة على طلبة الجامعة، وخلال الشهر الأول من إتاحة الموقع للاستخدام قام أكثر من نصف الطلبة الذين لم يتخرجوا بعد بالتسجيل في هذه الخدمة ثم تم تعميمها لتشمل الموظفين وأعضاء هيئة التدريس، ثم فتح الفيسبوك أبوابه أمام الكليات والجامعات داخل وخارج الولايات المتحدة الأمريكية حتى 26 سبتمبر من عام 2006 أين فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأشخاص البالغين 13 سنة فما فوق والذين لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح¹، أصدرت شركة فيسبوك مجموعة من بعدها للاستخدام مثل: تطبيق المحادثة الفورية المتوفر لعدة منصات أو عبر الرسائل الخاصة من الموقع ذاته وهو ما أدى لزيادة عدد مستخدميه بشكل كبير، ليكون بمثابة وسيلة للتواصل بين الأصدقاء ليس فقط في حدود الحي أو المدينة أو الدولة وإنما في أي مكان بالعالم.

وفي فيفري 2005 تم تأسيس موقع يوتيوب "YouTube" في مدينة ميلانو ببارك في كاليفورنيا وكان أول إصدار تجريبي له، وفي مارس 2006 كانت بداية ميلاد الخدمة المصغرة للتدوين والتواصل

¹ جمعة محمد، مرجع سابق، ص ص 44، 45.

الاجتماعي من خلال موقع " تويتر twitter " تتبعها تطبيقات متعددة تساهم في التواصل الاجتماعي نذكر أهمها: " سكايب Skype ، واتساب WhatsApp ، والفير viber ".¹

وبهذا بدأ الانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي مستفيدة من الاستراتيجية التجارية للإنترنت²، التي وفرت بالمقابل السرعة الفائقة، ومكالمات الصوت والصورة بدقة عالية، وسرعة كبيرة والعديد من الخدمات ونقل كافة أنواع البيانات، ومع تقنية الذكاء الاصطناعي والويب التفاعلية أصبح بالإمكان الوصول إلى بيئة تعاون ثلاثية الأبعاد، أعطت هذه المواقع آفاقاً جديدة لتستمر ظاهرة الشبكات الاجتماعية في النمو والتنوع والتطور.³

2- الملامح العامة لمواقع التواصل الاجتماعي: الخصائص والخدمات.

2-1- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بنفس خصائص معظم تطبيقات الويب 2.0 التي تعتمد على إنشاء المادة المعروضة ديناميكياً من مجموع البروفيلات والتفاعلات التي تتم عبرها⁴، ورغم تنوع طبيعة وتصميم كل موقع والخدمات التي يتيحها لمستخدميه إلى أنها تشترك مع بعض في عديد الخصائص:

الكونية والعالمية: حيث ألغت مواقع التواصل الاجتماعي الحواجز الجغرافية والمكانية وتحطمت فيها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب بكل بساطة وسهولة، فشبكات التواصل الاجتماعي ألغت الحدود الجغرافية والقيود على تدفق المعلومات، وأصبح بإمكان الفرد بمجرد الاشتراك في شبكات التواصل الاجتماعي أن يتلقى ويرسل المعلومات التي يريدها في أي زمان ومن أي مكان.⁵

¹ جمعة محمد، مرجع سابق، ص 46.

² عبد الكريم علي الدببسي وزهير ياسين الطاهات، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية"، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 40، العدد 1 (2013)، ص 70.

³ فطوم لحول، "مواقع التواصل الاجتماعي كأداة تسويقية في المنظمات غير الربحية -الجمعيات نموذجاً-" (أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، جامعة وهران 2 -وهران-، 2018-2019)، ص 21-23.

⁴ الخامسة رمضان، "استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وانتشار قيم العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي -دراسة مسح حول جمهور الشبكات الاجتماعية بجامعة بسكرة-" (أطروحة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر -بسكرة-، 2011-2012)، ص 84.

⁵ رمزي جاب الله، مرجع سابق، ص 133.

التفاعلية والتشاركية: وهي من أهم خواص الإعلام الجديد عموماً والشبكات الاجتماعية خصوصاً، فبعد أن كان دور المتلقي يقتصر على تلقي الرسائل أصبح بإمكانه التفاعل معها¹، وقد أتاحت هذه الخاصية مشاركة المنشورات والتعليق عليها أو إبداء الإعجاب بها، ويكون بمقدور العضو الذي قام بالنشر مشاهدة ردود الآخرين، ومدى تفاعلهم، والرد عليهم².

التدفق الحر للمعلومات: فقد وفرت تلك الشبكات كماً هائلاً من المعلومات الحديثة، ليس بالنص وحسب بل باستخدام الوسائط المتعددة من (الصور، الفيديو، الموسيقى، الصوت) مما يحقق فورية تشارك المعلومات المحدثه وبث الوقائع والأحداث لحظة بلحظة³.

إنشاء الملفات الشخصية: تسمح مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها بإنشاء وتطوير ملفاتهم الشخصية لتحديد معارفهم وقائمة أصدقائهم، كما تمكن المستخدم من إنشاء بياناته الشخصية والتي تشمل صورة المستخدم، بعض المعلومات الديمغرافية مثل العمر، الجنس، الموقع الجغرافي، ولمحة تاريخية عن المسار الدراسي، وكذلك الاهتمامات الشخصية، مع إمكانية إجراء محادثات وإرسال الرسائل وإتاحة مشاركة الصور ورفع الملفات... الخ⁴.

سهولة الاستخدام: حيث طورت شبكات التواصل الاجتماعي لتكون سهلة الاستخدام فهي تحتاج للقليل من المعرفة في أسس التكنولوجيا من أجل النشر والتواصل عبرها، وكل ما يتطلبه استخدامها هو التدريب البسيط على استخدام تقنية الأنترنت، هذه الشبكات تستخدم بالإضافة إلى الحروف وبساطة اللغة الرموز والصور والألوان والأزرار التوضيحية عليها ورسومات وأشكال مساعدة⁵، تسهل للمستخدم التفاعل معها، وتعد سهولة استخدام هذه المواقع وبساطتها من بين الأمور التي ساعدت بشكل كبير في انتشارها على نطاق واسع وبين جميع الفئات، التي⁶.

¹ علي خليل شقرة، مرجع سابق، ص 55.

² حسين محمود هتيمي، مرجع سابق، ص 85.

³ فريدة فلاك، "وسائل الإعلام الجديدة وتشكيل صورة الإسلام والمسلمين -دراسة تحليلية لعينة من مقاطع الفيديو لموقع فيمو-" (أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر -بسكرة-)، 2019-2020، ص 125.

⁴ عبد الرحيم بن بوزيان، "أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل الفضاء العمومي في الجزائر -دراسة تحليلية لعينة من منشورات صفحات الفيسبوك الجزائرية من فيفري إلى ديسمبر 2016-" (أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2017-2018)، ص 157.

⁵ محمد جمعة، مرجع سابق، ص 48.

⁶ علي فواز طلال العدوان، "مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي وخصائصها وأنواعها"، المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، المجلد 36، العدد 3 (2022)، ص 45.

انخفاض التكلفة: تعد مواقع التواصل الاجتماعي اقتصادية في الجهد والوقت والمال، في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل للاستفادة من الخدمة، فكل شخص يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، وليس حكرا على جماعة دون أخرى.¹

الانفتاح: معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو الإنشاء والتعديل على الصفحات حيث أنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.²

الحرية الواسعة: حيث ألغت مواقع التواصل الاجتماعي سيطرة الإعلام عن المضامين الاتصالية للمستخدمين، فمساحة حرية التعبير واسعة جدا والمضمون لا يخضع لإعادة تحجيم وفق ضغوطات أو قوانين صارمة.³

الاعتماد على المحتوى الذي يصنعه المستخدم: حيث تقوم جل الشبكات والمواقع الاجتماعية باختلاف أشكالها على الدور الأساسي لمستخدميها في إنشاء المحتوى عن طريق توفير الأدوات والتطبيقات التي يتم اعتمادها في إنتاج هذا المحتوى الخاص بهم عبر حساباتهم وصفحاتهم، أو في إطار تفاعلهم مع غيرهم.⁴

2-2- خدمات مواقع التواصل الاجتماعي:

يحتل تصفح مواقع التواصل الاجتماعي المراتب الأولى كأكثر الأنشطة ممارسة عبر شبكة الأنترنت، وتختلف هذه الأنشطة بتنوع الخدمات التي يقدمها موقع وآخر، تبعا للخصائص المميزة لكل واحد منهم، لكنها تشترك عموما في تقديم مجموعة من الخدمات التي تستطيع من خلالها التأثير على المستخدمين وجذبهم، ونوجزها فيما يلي:

¹ عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2015)، مرجع سابق، ص 67.
² خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية (عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع، 2013)، ص 26.
³ نوال واضح، "استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك وعلاقته بظاهرة التعصب لدى الشباب الجزائري - دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي-" (أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف - المسيلة، 2022-2023)، ص 52.
⁴ أحمد أمين فورار، "دور الاتصال التفاعلي عبر الشبكات الاجتماعية في إقناع الشباب بالمشاركة في النشاط السياسي -دراسة مسحية على اتجاهات عينة من أساتذة الإعلام والاتصال، والعلوم السياسية-" (أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2017-2018)، ص 85.

الملفات الشخصية: من خلالها يمكن للمستخدم التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل: النوع، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات، والصور الشخصية بالإضافة لغيرها من المعلومات التي يضعها المستخدم عن نفسه.

الأصدقاء وإقامة العلاقات: هم الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص من خلال المواقع الاجتماعية وتطلق هذه الشبكات لقب "صديق" على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء بينما تطلق بعض المواقع الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى "اتصال أو علاقة".

خاصية إرسال الرسائل: وتتيح هاته الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص سواء أكان في قائمة الأصدقاء لديك أو لم يكن.

البومات الصور: توفر مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من البومات ورفع مئات الصور فيها، وإتاحة مشاركة هاته الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق عليها.¹

المجموعات: تتيح العديد من مواقع التواصل الاجتماعي خاصية إنشاء مجموعات ذات اهتمام مشترك، حيث يمكن إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة، ويوفر موقع التواصل الاجتماعي لمالك المجموعة والمنضمين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنتدى حوار أو ألبوم صور مصغر، كما توفر خاصية تنسيق الاجتماعات أو الأحداث بين أعضاء تلك المجموعة.

الصفحات: تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث، ويقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحة عن طريق تقسيمات محددة، كما سمحت هذه الخاصية لأصحاب المنتجات التجارية والفعاليات توجيه محتوهم لفئة معينة من المستخدمين.²

خدمة الفيديو: هذه الخاصية توفر للمستخدمين إمكانية تحميل الفيديوهات ومشاركتها على الموقع، بالإضافة إلى إمكانية تسجيل لقطات الفيديو مباشرة وإرسالها كرسالة مرئية صوتا وصورة.

خدمة المدونات: هذه الخدمة أصبحت متوفرة على كثير من مواقع الشبكات الاجتماعية وهي إمكانية التدوين من خلال الموقع وهذه الخدمة تتيح للمستخدم إعداد ملف كامل حول نفسه واهتماماته والتعبير عن آرائه وأفكاره، كما يمكنه تقديم روابط مفيدة لمن هم في نفس مجاله ولهم نفس الاهتمامات.

¹ أميرة ذويب، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم الممارسة الإعلامية في الجزائر-دراسة ميدانية على عينة من صحفيي الإعلام المكتوب- (أطروحة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي -أم البواقي-، 2013-2014)، ص 76.

² ريان مبارك، "استخدام المؤسسات الجزائرية للشبكات الاجتماعية في مجال العلاقات العامة -دراسة تحليلية ميدانية لاستخدام فروع مجمع اتصالات الجزائر لموقع فايسبوك-" (أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة 3، 2016-2017)، ص 96.

خدمة الهاتف المحمول: أصبحت جميع مواقع الشبكات الاجتماعية تقدم خدمات للمستفيد على جهازه المحمول، من خلال خطه الهاتفي في الموقع، حيث تقدم له معلومات وخدمات متنوعة، كما تعمل على إخطاره وإشعاره بمختلف الأخبار والمستجدات.¹

3- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي وأهم نماذجها:

3-1- أنواع وتصنيفات مواقع التواصل الاجتماعي:

قبل التطرق إلى ذكر نماذج أهم مواقع التواصل الاجتماعي، يجدر بنا أن نعرض على تصنيفاتها وتقسيماتها، حيث تتعدد هذه التصنيفات تبعاً للخدمة المقدمة أو الهدف من انشائها أو محتواها:

يتم تصنيفها في النوع الأول حسب الاستخدام والاهتمام وتقسم إلى:

- **مواقع اجتماعية شخصية:** في هذا النوع من الشبكات الاجتماعية يتبادل فرد واحد معلوماته الشخصية مع أصدقائه مثل موقع "nearbie" الذي يتيح لكل مستخدم إمكانية طرح ونشر الأحداث والمناسبات الاجتماعية وربطها بزمان معين.

- **مواقع اجتماعية ثقافية:** وتستقطب هاته الشبكات مستخدمين مثقفين من كل أنحاء العالم، يجمعهم موضوع أو علم أو فن معين، مثل موقع "imedx" المتخصص في الجانب الصحي.

- **مواقع اجتماعية مهنية:** تربط هاته الشبكات أصحاب العمل والمهن والشركات كما تتضمن أيضاً ملفات شخصية للمستخدمين تحتوي على سيرهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن قام بالعمل معهم، ومن أشهرها موقع "LinkedIn" الذي يعد مقراً للعديد من الشركات الخاصة بالتوظيف التي تقوم بطرح سؤال في مجال احترافي معين وصاحب أفضل إجابة يحصل على الوظيفة بعد تجميعه لنقاط الخبرة والتي تظهر في ملفه الشخصي.²

أما النوع الثاني فقد جاء على حسب الخدمات وطريقة التواصل وفيه نجد:

- **مواقع التصوير والفن:** تمنح هذه المواقع المستخدم مساحة لحفظ وتخزين وعرض الصور والرسوم، بحيث يمكن الآخرين من رؤيتها وإبداء رأيهم حولها، كما تتيح للمستخدم إمكانية بيع الأعمال وتحقيق الربح المادي مثل: PHotobucket, Picasa, DeviantArt, Flickr.

¹ أميرة ذويب، مرجع سابق، ص 77.

² محمد جمعة، مرجع سابق، ص ص 49، 50.

- مواقع مشاركة الفيديو والبث المباشر: في هذه النوعية من المواقع يمكن البحث وإيجاد العديد من مقاطع الفيديو المرئية وتقييمها، ومشاركتها عبر المواقع الاجتماعية الأخرى، كما تتيح للمستخدم فيها بإنشاء مقاطع الفيديو الخاصة به ورفعها في هذه المواقع، ومن بين هذه المواقع: Dailymotion, Metacafe, Openfilm, sevenload, viddler, vimeo, youtube,
- مواقع عامة أو هجينة: وهي المواقع التي تجمع بين الصوت، الصورة والفيديو والنصوص، أي أنها تتيح التواصل الكتابي، الصوتي، والمرئي: مثل facebook و my space.¹

وجاء التقسيم الثالث لمواقع التواصل الاجتماعي كالاتي:

- شبكات داخلية خاصة: تتكون هذه الشبكات من مجموعة من الأفراد تمثل مجتمع مغلق أو خاص داخل شركة أو تجمع ما أو داخل مؤسسة تعليمية أو منظمة، ويتحكم في دعوة هؤلاء الأشخاص فقط وليس غيرهم من الناس للدخول للموقع والمشاركة في أنشطته من تدوين وتبادل آراء وملفات وحضور اجتماعات والدخول في المناقشات المباشرة وغيرها من الأنشطة مثل شبكة لينكد إن . Linkd In
- شبكات خارجية عامة: هي شبكات متاحة لجميع مستخدمي الإنترنت، بل صممت خصيصا لجذب المستخدمين للشبكة، ويسمح فيها العديد من المستخدمين بالمشاركة في أنشطته بمجرد ان يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع وتقديم نفسه للموقع مثل: الفايسبوك.²

3-2- نماذج لأهم مواقع التواصل الاجتماعي:

ظهرت العديد من مواقع التواصل الاجتماعي، وتتنوع حسب الغرض والتصميم، الاستخدام، وقد اشتهرت بعض المواقع عن غيرها، وذلك بفضل الخدمات المتميزة التي تقدمها، ومن بينها نذكر أكثر هذه النماذج شعبية وانتشارا:

موقع فايسبوك (Facebook):

يعتبر موقع "فايسبوك" واحدا من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي، وهو لا يمثل منتدى اجتماعيا فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء، ويعرف قاموس الإعلام والاتصال dictionary of media and communications فايسبوك Facebook على أنه " موقع

¹ نعيمة بوزينة، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على الرأي العام الجزائري -دراسة مسحية لعينة من الشباب الجامعي جامعة الجلفة نموذجاً- (أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2016-2017)، ص 109.

² محمد بوجوالي، واقع الصحافة الإلكترونية الجزائرية في ظل هيمنة شبكات التواصل الاجتماعي "بين التكامل والمنافسة" -دراسة تحليلية" (أطروحة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2013-2014)، ص 79.

خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة profiles وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص¹

وترجع فكرة إنشاء الموقع إلى صاحبه Mark Zuckerberg الذي صمم موقع face match سنة 2003، ليجمع زملائه في جامعة هارفارد الأمريكية، وقد ضل قاصرا على طلبة الجامعات والمدارس وهيئة التدريس والموظفين، حتى عام 2004 حين قرر زوكربيرج أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، وكانت النتيجة طفرة في عدد مستخدمي الموقع حيث ارتفع من 12 مليون مستخدم في شهر ديسمبر من عام 2006، ثم إلى أكثر من 60 مليون عضو مع نهاية عام 2007، وبعد 2017 أعلنت الشركة عن توفير المزيد من التطبيقات لمستخدميها.²

موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك هو موقع مجاني يسمح للمستخدمين الانضمام أو تكوين الشبكات والمجموعات المختلفة من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، وإضافتهم إلى قائمة الأصدقاء وإرسال الرسائل إليهم، وتبادل الصور والفيديوهات.³

ولقد تم تصميمه بحيث يسمح لمستخدميه بإنشاء بروفایل شخصي خاص بهم والتفاعل مع أصدقاءهم، من خلال مجموعة من الخدمات يقدمها الفيسبوك نلخص أهمها فيما يلي:

- **خاصية الصور:** وتتيح للمستخدم إمكانية إعداد واستعراض ألبوم الصور الخاص به.
- **خاصية الفيديو:** توفر إمكانية تحميل الفيديوهات ومشاركتها، بالإضافة إلى إمكانية تسجيل لقطات الفيديو مباشرة وإرسالها كرسالة مرئية.
- **خاصية المجموعات:** تسمح هذه الخاصية بإنشاء مجموعات حوار ونقاش حول مواضيع مختلفة والانضمام إليها ودعوة الأصدقاء.
- **خاصية الأحداث المهمة:** تتيح للمستخدمين إمكانية الإعلان عن حدث ما حال حدوثه، وإخبار الأصدقاء والأعضاء به.

¹ لخضر سلامي، "ضحايا الجريمة الإلكترونية عبر مواقع التواصل - الفيسبوك أنموذجاً"، مجلة دراسات في سيكولوجية الانحراف، المجلد 6، العدد 1 (2021)، ص ص 192، 193.

² ميمي محمد عبد المنعم توفيق، شبكات التواصل الاجتماعي (النشأة والتأثير)، مجلة كلية التربية - جامعة عين شمس، العدد 24 (2018)، ص ص 215، 216.

³ شهرزاد سوفي، "الشباب الجزائري وموقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" - دراسة في مظاهر الاستخدام القيمي واللاقيمي للموقع"، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، العدد 9 (جوان 2018)، ص ص 247، 248.

- **خاصية الإعلانات:** تمكن المشترك من الترويج لأي منتج يود الإعلان عنه أو البحث عن أي منتج يود شرائه.

- **خاصية النكز:** وهو عملية تنبيه للأصدقاء لجذب انتباههم إلى محتوى أو منشور معين.¹

موقع يوتيوب: (youtube)

هو أحد المواقع الاجتماعية المخصصة لمشاركة تسجيلات الفيديو، ويسمح للمستخدمين برفع ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني، ويعطي الفرصة لزواره في إنتاج المواد التي يعرضونها على الموقع²، يعتمد هذا الأخير على برنامج (أدوبي فلاش فيديو)، وقد تم إنشائه في 14 فبراير من عام 2005 بوصفه موقعاً شخصياً لمشاركة مجموعة من الأصدقاء بعض ملفات الفيديو، ثم جرى تحويله إلى موقع محترف تديره شركة تحمل نفس الاسم في نوفمبر من عام 2005، بولاية كاليفورنيا الأمريكية، وفي نوفمبر من عام 2006 قامت شركة "غوغل" بشراء موقع اليوتيوب.

وقد انتشر استخدام هذا الموقع انتشاراً مذهلاً في شتى بقاع العالم بسبب ميزة قصر مدة الفيديو على هذا الموقع مقابل المادة التلفزيونية الطويلة نسبياً، والتي قد لا تتناسب مع السرعة التي هي سمة هذا العصر، وقبل تأسيس موقع اليوتيوب كان نشر مقاطع الفيديو لا يتم إلا عبر البريد الإلكتروني والذي لا يتم مشاهدته إلا لثواني معدودة.³

تشكل الإعلانات مصدر الربح الرئيسي لمنصة YouTube. وتحقق الربح أيضاً من أنشطتها التجارية التي تعمل من خلال الاشتراكات الشهرية، مثل YouTube Premium، بالإضافة إلى ذلك، تم تطوير أدوات لمساعدة منشئي المحتوى المؤهلين على تحقيق الربح بطرق أخرى متعددة، مثل Super Chat، وعضوية القنوات، والسلع. وفي معظم الحالات، يتشارك منشئو المحتوى و YouTube الأرباح الناتجة من هذه القنوات.⁴

وعند استخدام موقع يوتيوب يمكن الاستفادة من عديد الخدمات التي يقدمها لمستخدميه من أبرزها:

- تحميل وتبادل مختلف مقاطع الفيديو في جميع أنحاء العالم، وتصفح الملايين من المقاطع الأصلية.

¹ سارة حماديّة، "الطفل الجزائري وشبكات التواصل الاجتماعي -دراسة في الاستخدامات والإشباع عبر الفيسبوك-" (أطروحة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي -أم البواقي-، 2014-2015)، ص 55.

² رياض زروقي، "الاستخدامات الترفيهية في شبكات التواصل الاجتماعي -دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيسبوك-" (أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر -بسكرة-، 2020-2021)، ص 97.

³ ريان مبارك، مرجع سابق، ص 110.

⁴ كيف تحقّق منصة YouTube الربح؟، من موقع يوتيوب، الموقع الإلكتروني:

<https://www.youtube.com/intl/ar/howyoutubeworks/our-commitments/sharing-revenue>، (14 جانفي 2025، 16:36)

- الانضمام إلى جماعات الفيديو، وتسهيل الاتصال مع من يتقاسمون نفس الاهتمامات، والاشتراك في خدمة تبادل مقاطع الفيديو، وحفظ المقاطع المفضلة، ووضع قوائم تشغيل المقاطع.
- دمج مقاطع الفيديو الخاصة باليوتيوب مع مختلف مواقع الشبكة.¹
- يعرض الموقع مقاطع الفيديو الأحدث، والحاصلة على أعلى تقييم أو أكثر تفضيل أو أكبر قدر من النقاش.²
- ويتيح الموقع تصنيف بعض مواده إلى قنوات تخص أنماط محددة، مثل قنوات الكوميديا، والموسيقى، والنشاطات الخيرية، والأخبار الدولية والمحلية، هذا ويستخدم اليوتيوب كرابط تشعبي لمواقع عديدة أخرى على غرار الفايس بوك.³

موقع أكس (x):

تطبيق "إكس" (تويتر سابقاً)، هو أحد أشهر التطبيقات الفرعية المملوكة لشركة (إكس هولندغز كورب) التي يرأسها الملياردير الأميركي إيلون ماسك، وأشهر تطبيقات التواصل الاجتماعي. أنشئ تطبيق "إكس" يوم 21 مارس 2006 باسم "تويتر"، وكان تطويره من قبل المبرمج ورجل الأعمال الأميركي سيركز جاك دورسي، بمدينة سان فرانسيسكو بولاية كاليفورنيا، وظل استعمله محصوراً بين موظفي الشركة، ثم أطلق رسمياً للجمهور في أكتوبر 2006، وبعد نجاحه، فصلت الشركة في أبريل 2007 الخدمة الجديدة عنها، وصارت موقعاً مستقلاً باسم شركة جديدة اسمها "تويتر" وبشعار العصفور الأزرق المميز.

ويعتبر "إكس" موقعاً مفتوحاً يقدم خدمة مجانية يكفي التسجيل فيه لاستخدامه والاستفادة من خدمات الرسائل القصيرة التي يوفرها، كما وفر للمستخدمين مساحة للكتابة المختصرة، وسمح بإرسال تحديثات على ملفاتهم الشخصية واستقبال تحديثات متابعيهم وأصدقائهم، أو غيرها من الرسائل والمعلومات في منشورات قصيرة لا يزيد طولها عن 280 حرفاً.

وعُرف الموقع وانتشر باعتباره واحداً من أكثر الفضاءات الرقمية أهمية وحضوراً للتعبير عن الآراء السياسية والاجتماعية وغيرها، إذ تعد "التويتات" أو "التغريدات" أحد مصادر المعلومات الرئيسة غير

¹ أميرة ذويب، مرجع سابق، ص 90.

² سارة حمايدية، مرجع سابق، ص 64.

³ المرجع نفسه، ص ص 92، 93.

الخاضعة للرقابة لأحداث مهمة في العالم والمؤثرة في تشكيل الرأي العام سياسيا وثقافيا، على عكس العديد من التطبيقات.¹

ومن الخدمات التي يوفرها منصة إكس لمستخدميها ما يلي:

- **التغريد:** كل ما يتم كتابته في مربع النص الخاص من مشاركات وردود وإعادة نشر المشاركات.
- **المتابعة:** ويتضمن ذلك المتابعون لك، وهم الأشخاص الذين يقومون بمتابعة ما يقوم صاحب الحساب بكتابته وتدوينه.
- **إعادة النشر:** يمكن من خلاله إعادة نشر التغريدة لصاحب حساب عبر الموقع نالت إعجابه وتظهر مع مشاركته.
- **الرد:** تتوفر خدمة الرد على أي مشاركة وتبادل الحديث، بحيث لا يتجاوز الرد 140 حرفا كما هو في تغريدة الاصلية.
- **التفضيل:** هي إشارة على التغريدة للآخرين تال اعجاب صاحب الحساب، ويريد الرجوع عليها لاحقا، او إعادة قراءتها وتغريدها، ويقوم بالإشارة عليها من خلال أيقونة متوفرة على شكل النجمة.
- **القوائم:** وهي القائمة التي تضم أشخاص معينين يجمعهم اهتمام واحد مثل ما يكون الاهتمام سياسي، عائلي، ثقافي، وغيره.
- **الوسم Hashtag:** وهي طريقة لتصنيف التغريدات ذات الصلة بموضوع معين للرجوع عليها لاحقا، وهي ميزة قوية حيث يتم الاتفاق على وسم محدد يقوم مستخدم الموقع بكتابته في تغريداتهم ليتم حصرها ضمن قائمة بحث محددة.²

موقع أنستغرام (Instagram):

يعتبر انستغرام من أفضل وأشهر التطبيقات المجانية التي يستعملها المستخدمون لمشاركة وتبادل الصور على شبكة الأنترنت، حيث يمنح المستخدمين إمكانية التقاط الصور وتصوير مقاطع الفيديو، ثم مشاركتها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة وشبكة انستغرام نفسها³، وكان موقع الإنستغرام

¹ موقع "إكس" (تويتر) ... العصفور الأزرق الذي استحوذ عليه إيلون ماسك، الموقع الإلكتروني: <https://www.aljazeera.net/encyclopedia/2015/12/8> ، (14 جانفي 2025، 13:51)

² رمزي جاب الله، مرجع سابق، ص 145.

³ خالد منصر، "دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري" (أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باتنة 1، 2017-2018)، ص 112.

قد أطلق في أكتوبر 2010، قبل أن يتم بيعه للشركة المالكة لموقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" في 12 أبريل 2012.¹

يمتاز إنستغرام بكونه التطبيق الذي يقصده هواة الصور والمحترفون، حيث تمثل الصورة القيمة الرئيسية، وتعكس صفحات رواده تفاصيل حياتهم اليومية من منظور بصري وجمالي، إذ يقومون بتوظيف الصور يوميا لأغراض التواصل مع أصدقائهم وجمهورهم.

ويقوم المستخدم بإنشاء صفحة خاصة به، يعرض من خلالها الصور الملتقطة باستخدام الجهاز الجوال على الصفحة الخاصة به على إنستغرام، مع إمكانية تنقيتها وفلترتها قبل عرضها على الصفحة حتى تبدو أجمل، كما تأخذ الصورة أبعاد المربع على الرغم من حجمها عند التقاطها.²

ومن المميزات والخدمات التي يقدمها موقع أنستغرام نذكر ما يلي:

- **تحميل الصور ومقاطع الفيديو:** من خلال إمكانية تحميلها ونشرها ومشاركة الأحداث المهمة، عبر تصوير الصور ونشرها في الموقع وإضافة مؤثرات صورية ومشاركتها عبر المنصات الأخرى.
- **التتبع:** بمعنى تتبّع المعلومات الشخصية للأصدقاء من خلال منشوراتهم وصورهم.
- **الإعجاب والتعليق:** يتيح الموقع إمكانية الإعجاب والتعليق على الصور ومقاطع الفيديو.
- **البحث عن الأصدقاء:** حيث بإمكان المستخدم البحث عن الأصدقاء في الموقع أو عبر فيسبوك.³
- **إنشاء القصص:** وهي مقاطع فيديو قصيرة أو صور يتم عرضها عبر خاصية story لمدة 24 ساعة، وبإمكان المستخدم تصوير أو نشر هذه القصص أو حتى إعادة مشاركة قصص الآخرين.
- **ميزة البحث:** وتمكن من البحث عن المستخدمين والمحتوى بناءً على اهتماماتهم، كما يمكن البحث عن طريق الهاشتاغ حسب الفئة أو الموضوع.⁴

¹ شفيق معتصم، مرجع سابق، ص 53

² إنستغرام ... مملكة هواة الصور، من موقع شبكة الجزيرة، متاح عبر الرابط:

<https://www.aljazeera.net/encyclopedia/2017/5/25/%D8%A5%D9%86>، (14 جانفي 2025، 15:46)

³ نعيمة بوزينة، مرجع سابق، ص 133، 134.

⁴ مقدمة إلى Instagram، متاح عبر الرابط:

https://beconnected.esafety.gov.au/pluginfile.php/69507/mod_resource/content/5/ARA، (14 جانفي 2025، 15:30)

4- استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي:

فتح ظهور مواقع التواصل الاجتماعي عصرا جديدا، من عصور الاتصال والتفاعل بين البشر، فقد تخطت هذه المواقع حدود ما هو تكنولوجي إلى ما هو إنساني، واجتماعي واقتصادي وسياسي وإعلامي، وأصبح العالم الافتراضي يؤثر على ما هو واقعي، وتغلغت استخداماتها في مجالات الحياة المختلفة كالـتعليم، والسياسة والاقتصاد والإعلام وأحدثت تأثيرات إيجابية مهمة نذكرها:

الاستخدامات الاتصالية الشخصية: وهو الاستخدام الأكثر شيوعا، إذ يمكن من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، تبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعارف والصدقة، كما تعمل على خلق جو مجتمعي يتميز بوحدة الأفكار والرغبات، وإن اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية، فقد وفرت مواقع التواصل فرصة للتواصل بين الأقارب وأصدقاء الماضي، بل إن بعض الأقارب الذين فقدوا الاتصال لبعد المسافة أو بأسباب الشغل.¹

الاستخدامات التعليمية: تلعب المواقع الاجتماعية دورا هاما في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطوير التعليم الإلكتروني بأنواعه المختلفة الذي اتخذ طابعا حيويا وتفاعليا قياسا بالتعليم الكلاسيكي، مع إضافة الجانب الاجتماعي ومشاركة كل الأطراف في المنظومة التعليمية.

وتوفر هذه المواقع كما كبيرا من المعلومات والأبحاث والمواد الدراسية التي تهم الطلبة بشكل أساسي²، كما أن استخدام هذه الشبكات يزيد فرص التواصل والاتصال التعليمي الفردي أو الجماعي داخل وخارج المؤسسة التعليمية أو مع المعلم، ما يسمح بمراعاة الفروق الفردية، وهو ما يكسب الطالب أو المتعلم فرصة اكتساب مهارات أخرى كالتواصل والاتصال والمناقشة وإبداء الرأي.³

الاستخدامات الاخبارية:

أصبحت الشبكات الاجتماعية مصدرا أساسيا من مصادر الأخبار لكثير من روادها، وغالبا ما تتميز بأنها آنية وسريعة وبصياغة فردية حرة غالبا، لا احترافية، لاستخدامات مختلفة سياسية أو دعائية، وتعمل على استقطاب الباحثين عن الأخبار، ومواقع الأخبار المتخصصة، وحتى القنوات الاخبارية الكبيرة.⁴

¹ غنية صوالحية، " اعتماد الأساتذة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات: الفايسبوك أنموذجا -دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة تبسة- (أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي التبسي -تبسة-، 2019- 2020)، ص 146.

² محي الدين إسماعيل محمد الديهي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين (الإسكندرية: مكتبة الوفاء القانونية، 2015)، ص 447.

³ عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مرجع سابق، ص 68.

⁴ ريان مبارك، مرجع سابق، ص 120.

الاستخدامات الدينية الدعوية:

أتاحت الشبكات الاجتماعية الفرصة للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير مسلمين على اختلاف لغاتهم وأجناسهم وانتماءاتهم، وأنشأ الكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة والعشرات من المدونات، مما وسع انتشار الكتب والمعلومات الفقهية، وسهل عملية البحث والتواصل بين الفقهاء مع تلاميذهم أو جمهور العامة، وهو انتقال إيجابي للتواصل الاجتماعي في ظل أنظمة تعوق هذا النوع من التواصل، وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالعالمية والتحديث المستمر، وتجاوز حدود الزمان والمكان، والسهولة في الاستخدام والتواصل، والتوفير في الجهد والتكاليف.¹

الاستخدامات الاجتماعية: باتت المواقع الاجتماعية تضطلع بدور مهم في إعداد الأفراد وتنشئتهم، وإكسابهم عادات وسلوكيات صحيحة، وأداة مهمة من أدوات التغيير الاجتماعي، كما تعتبر منصة للتعبير عن الذات، وتحقيق الحاجات المرتبطة بتقوية شخصياتهم، بوجود فرص للكتابة والانتقاد والشفافية والمصارحة والطرح الجريء عن القضايا والأحداث الداخلية والخارجية²، فقد أظهرت دراسة قام بها باحثون من جامعة جورجيا الأمريكية، أن هذه المواقع تجعل مستخدميها يتغيرون فيما يتعلق بمدى الاستعداد بالبوح بمعلومات عن أنفسهم، بل تزيد من ثقتهم بأنفسهم وتجعلهم أكثر انفتاحاً وصراحة.

فضلاً عن أن هذه المواقع أصبحت امتداداً اجتماعياً افتراضياً بديلاً عن نقص التواصل في الواقع، والتي تعتبر من بين أكثر الاستخدامات شيوعاً بين الأفراد، فقد مكنت هذه الوسائط من بناء شبكة جديدة من المعارف والأصدقاء وتقريب المسافات بينهم، ولكونها واسعة الانتشار وعابرة للحدود والقارات فقد ساهمت كذلك في التعرف على ثقافات وعادات الشعوب والأمم المختلفة.³

الاستخدامات التجارية والتسويقية:

مواقع التواصل ليست مجرد أداة للتواصل والتعارف بل هي أداة تسويقية فعالة للغاية بالنسبة لأصحاب الأعمال والمشاريع، لكونها منخفضة التكاليف مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية في تسويق منتجاتها وخدماتها، وتضمن سهولة الاتصال بها داخل أو خارج العمل أو مع العملاء والمستهلكين.⁴

¹ عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مرجع سابق، ص 69.

² فاديا الجهني، "أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية والتوافق الاجتماعي لدى الشباب أثناء الأزمات -دراسة على عينة من طلبة جامعة البعث في سوريا-"، مجلة قضايا التطرف والجماعات المسلحة، المجلد 3، العدد 9 (2022)، ص 288.

³ غنية صوالحية، مرجع سابق، ص 148، 149.

⁴ شفيق معصم، "الممارسة اللغوية في شبكات التواصل الاجتماعي - دراسة نصية -" (أطروحة دكتوراه في علوم اللسان، جامعة أبو القاسم سعد الله -الجزائر-، 2018-2019)، ص 21.

فمع ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية وتزايد أعداد مستخدميها، استطاع الأفراد والشركات على حد سواء الاستفادة منها من خلال إدماجها ضمن استراتيجيتها التسويقية، باستعمال المعلومات الشخصية للمستخدمين لتوجيه الإعلان حول الخدمات المختلفة وكذا السلع الاستهلاكية، مما يجعل هذا الترويج أكثر فعالية وتوجيه، فأساليب التسويق الحديثة تستدعي دراسة السوق وتفضيلات الزبائن وأذواقهم عن طريق دراستهم والبحث عن المعلومات المتعلقة بهم، فهذه المعلومات حول المستهلكين هي هدف كل المؤسسات التجارية لتوجيه الإعلان المناسب للمستخدم المناسب وضمان أكبر قدر من الاستجابة والسلوك الشرائي.¹

الاستخدامات السياسية:

في ظل غياب الرقابة والسيطرة، وإتاحة حرية التعبير عن الرأي أصبحت المواقع الاجتماعية مقصدا للعديد من الأفراد، اللذين وجدوا فيها متنفسا للتعبير عن آرائهم السياسية، التي لا يستطيعون الجهر بها، والحصول على المعلومات ونشرها دون واسطة أو رقابة²، فقد شكلت الفضاء الذي يقوم فيه المستخدم بالمشاركة السياسية عن طريق إبداء آرائه وتوجهاته، ومختلف الممارسات كعملية الاستفتاء حول العديد من القضايا عبر تلك المواقع³، واستطاعوا بهذا إحداث ضغط سياسي افتراضي لا يستهان به باستخدامها في تصريف شعارات الفضاء العام، وتدويرها على نطاق واسع⁴.

بالإضافة إلى هذا تم توظيف الوسائط الاجتماعية في السياق السياسي خلال الحملات الانتخابية وشرح برامج المترشحين وحشد التأييد والتعاطف لهم، فتؤدي هذه الشبكات الوظيفة التعبوية للسياسيين والحكومات والأنظمة، وإنجاز ما يعرف بالديمقراطية الرقمية في دول التعددية الحزبية والترسيخ الديمقراطي.⁵

الاستخدامات الترفيهية:

إن الترفيه وتمضية الوقت يعد من أكثر الاستخدامات التي تحقق للأفراد الإشباع النفسية والاجتماعية، فقد خصصت وسائل التواصل الاجتماعي حيزا كبيرا للترفيه والتسلية بطرق وأساليب متنوعة، ومن أشكال الترفيه الذي توفره هذه المنصات فضاء اللعب الإلكتروني، وغرف الدردشة التي تأخذ طابعا

¹ خيرة محمدي، "المقروئية لدى الشباب الجزائري لمصحف الورقية في ظل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي -دراسة مسحية استطلاعية-" (أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2018-2019)، ص ص 78، 79.

² غنية صوالحية، مرجع سابق، ص 150.

³ حسام منصور، "شبكات التواصل الاجتماعي: مدخل نظري لفهم الإيجابيات والسلبيات"، ورقة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الدولي الافتراضي بعنوان: الإعلام الرقمي: المتطلبات وأفاق التغيير، (ليبيا، 25 و 26 أكتوبر 2022)، ص 5.

⁴ غنية صوالحية، مرجع سابق، ص 150.

⁵ حسام منصور، مرجع سابق، ص 5.

ترفيهيا في أغلب الأحيان، ومتابعة ومشاهدة المضامين والفيديوهات، وهذا من خلال مختلف المواقع والتطبيقات التي توفرها الشبكة.¹

5- إشكاليات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتقييم تأثيراتها:

سنقدم في هذا الجزء أهم الإشكاليات والمسائل التي يثيرها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وتقييم تأثيراتها السلبية، والتي تختلف حسب المجالات الاجتماعية، والثقافية ... الخ، ومن أهم هذه الإشكاليات نذكر ما يلي:

إضعاف الذاكرة اللغوية العربية:

إن كثرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عبر الكتابات النصية والأوامر الإلكترونية يؤدي إلى زعزعة منظومة المفردات اللغوية للفرد بسبب عدم التواصل الطبيعي وقلة النطق باللغة، فالتواصل الإلكتروني تنقصه الكثير من العناصر المهمة في تكوين عملية الاتصال، كلغة الجسد واللمس والحركة، كما يلاحظ على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لا يتواصلون بالحوار الشفهي في أغلب الأحيان، ويعتمدون لغة هجينة وغير صحيحة وتضم عبارات أجنبية، فضلا عن انتشار كتابة مفرداتها بأحرف وأرقام بديلة.²

العزلة ونقص التفاعل الاجتماعي:

بالرغم من أن المواقع الاجتماعية أصبحت قادرة على ربطنا بالآخرين بطرق رائعة، إلى أنها في الوقت نفسه تعزز نوعا من الفردانية الفائقة، وتراجع قيم المجتمع وعدم الشعور بالانتماء إلى الجماعة، فالسؤال هو حول الإشباع التي يحصل عليها الناس من خلال كونهم أعضاء في هذه المجتمعات وهل تكفي لسد احتجاجاتهم للتفاعل الاجتماعي، وقد توصلت دراسة حول معرفة أثر المواقع الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية، إلى أنه كلما شعر الأفراد بالخصوصية في استخدامها، زاد انعزالهم في الواقع وانخفض مستوى تفاعلهم الاجتماعي، كما نتج عن الاستعمال المفرط لها، حالات متفاوتة من الانقطاع عن العالم الواقعي، وانهايار العلاقات الاجتماعية.³

¹ فريدة صغير عباس، "تفاعل الشباب مع القضايا السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي -دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفيسبوك بولاية عين الدفلى-" (أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2019-2020)، ص 57، 58.

² مركز الحرب الناعمة للدراسات، شبكات التواصل الاجتماعي: منصات للحرب الأمريكية الناعمة (بيروت: جمعية المعارف الإسلامية الثقافية، 2016)، ص 33، 34.

³ غنية صوالحية، مرجع سابق، ص 157، 158.

وأوضح العديد من الباحثين في ذات السياق أن كثرة التعامل مع المواقع يؤدي إلى عزل الأفراد عن بعضهم البعض ويؤثر سلباً على العلاقات الاجتماعية فيما بينهم، فضلاً عن خلق نوع من التوحد والعزلة والشعور بالاغتراب، حيث أن تواصل الأفراد عبر شبكات التواصل الاجتماعي بطريقة غير مباشرة يضر بعلاقاتهم الاجتماعية وجهاً لوجه ويضر بالتماسك الاجتماعي الحقيقي.¹

انعدام الخصوصية:

تواجه أغلبية المواقع الاجتماعية مشكلة انعدام الخصوصية والسرية والثقة والمصادقية، مما تتسبب بالكثير من الأضرار المعنوية والنفسية على الأفراد وقد تصل في بعض الأحيان لأضرار مادية، فملف المستخدم على هذه الشبكة يحتوي على جميع معلوماته الشخصية إضافة إلى ما يقوم بنشره، قد تصل بسهولة إلى يد أشخاص قد يستغلونها بغرض الإساءة والتشهير²، بالإضافة إلى إمكانية اختراق الحكومات لخصوصية المواطنين على شبكات التواصل الاجتماعي، ومراقبة صفحاتهم ومنشوراتهم، والتجسس على الأفراد والمؤسسات والدول الأخرى.³

إدمان وسائل التواصل الاجتماعي:

يؤدي الإدمان إلى إرهاق العين الباصرة وتلف جزئي للخلايا الدماغية، ويرتبط الإدمان على وسائل التواصل الاجتماعي بتغيرات في الدماغ مشابهة لتلك التي تحدث عند الأشخاص المدمنين على الخمر والكوكايين والمخدرات، كما يؤدي على المدى البعيد إلى مضاعفات صحية وإضعاف الذاكرة مع مرور الوقت، كما أثبتت دراسات معمقة الأثر السلبي لسرعة انتشار المعلومات إلكترونياً على النشاط والتركيز الذهني والقدرات التحليلية عند الأشخاص المدمنين والكثيرون الاستخدام.⁴

نشر الأفكار والمعتقدات المتطرفة:

تستخدم منصات التواصل الاجتماعي لنشر المعتقدات والأفكار المتطرفة، سواء الدينية أو السياسية أو العنصرية مما يجعل المستخدم فريسة سهلة لتلك الأفكار المنافية للدين والأخلاق والعادات والتقاليد المجتمعية الأصلية والقيم الوطنية والانتماء إلى المجتمع.⁵

توليد الاكتئاب والأمراض النفسية:

¹ حسام منصور، مرجع سابق، ص 12.

² شفيق معصم، مرجع سابق، ص 25.

³ حسام منصور، مرجع سابق، ص 13.

⁴ مركز الحرب الناعمة للدراسات، مرجع سابق، ص ص 35-37.

⁵ حسام منصور، مرجع سابق، ص 12.

توجد العديد من التحديات النفسية والعاطفية المرتبطة بالوسائل الاجتماعية، ومن الممكن أن تكون ضارة لجميع الفئات العمرية، ويمكن أن ترجع إلى عاملين ذات صلة:

- يقوم مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بتصوير أنفسهم بطريقة أكثر إيجابية، ولكن في الحقيقة هي لا تعكس الواقع.
- يقوم مستخدمي المواقع الاجتماعية بمقارنة أنفسهم مع أقرانهم، وهذا ما يسبب مشاكل نفسية واضطرابات في الشخصية.

فهذه أسباب كافية تؤدي إلى الشعور بالحسد والغيرة والاكتئاب، فقد أثبتت الإحصائيات أن مستخدمي المواقع الاجتماعية بكثرة، أكثر عرضة للاكتئاب من غيرهم الذين يستخدمونها بعقلانية وبنسبة أقل.

ازدياد نزعة التسلية وهدر الوقت وعدم استثمار الأعمار والطاقات:

تساهم المواقع الاجتماعية المزودة بخيارات متنوعة لألعاب التسلية، والمتضمنة لجوانب سلبية على المستوى القيمي والأخلاقي، في هدر وتضييع الأوقات بدل استثمارها في المعرفة الحقيقية والإنتاج العملي، وتنمية المهارات والتعرف على الواقع بالتجربة الحية.¹

6- واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر:

عرفت الجزائر الأنترنت سنة 1993، عن طريق مركز البحث والإعلام العلمي والتقني الذي أنشئ من قبل وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، وكانت مهمته الأساسية العمل على إقامة شبكة وطنية وربطها بشبكات إقليمية ودولية، أما فيما يخص تقديم خدمات الأنترنت فقد ظل القطاع محتكرا من طرف الدولة حتى صدور القانون 98-257 في أوت 1998 والذي حرر القطاع من الاحتكار وفتح الباب الواسع أمام مزودي خدمات الأنترنت الخواص والعموميين لممارسة نشاطهم، مما ساهم بشكل ملحوظ في تطور عدد مستخدمي الأنترنت في الجزائر وتطبيقاته المختلفة وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي.²

وفي غضون سنوات قليلة شهدت الجزائر تحولا مذهلا في المشهد الرقمي، فوفقا لتقرير DIGITAL 2024 الذي أصدرته شركة Datareportal المتخصصة في الإحصاءات المتعلقة بالإنترنت الثابت

¹ غنية صوالحية، مرجع سابق، ص ص 159 - 163.

² ريان مبارك، مرجع سابق، ص ص 135، 136.

والمحمول على مستوى العالم، سجل استخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي في الجزائر أرقاماً قياسية جديدة في عام 2024.¹

حيث كشف التقرير بأن عدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر بلغ 33.49 مليون مستخدم مع بداية عام 2024، حيث بلغت نسبة انتشار الإنترنت 72.9 بالمائة، وبلغت نسبة مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي 24.85 مليون مطلع عام 2024، أي ما يعادل 54.1 بالمائة من إجمالي السكان، بينما بلغ إجمالي عدد خطوط الهاتف المحمول 50.65 مليون خط خلوي متنقل نشطاً في الجزائر، وهذا الرقم يعادل 110.2 بالمائة من إجمالي السكان، وفي هذا الصدد تشير البيانات التي نشرتها شركة Ookla إلى أن متوسط سرعة الاتصال بالإنترنت في الجزائر عبر الهاتف المحمول عبر الشبكات الخلوية 21.36 ميجابايت في الثانية، ومتوسط سرعة الاتصال بالإنترنت الثابت: 12.32 ميجابايت في الثانية.

أما بالنسبة لإحصائيات وسائل التواصل الاجتماعي في الجزائر سنة 2024، تظهر أرقام DataReportal أن هناك 24.85 مليون هوية مستخدم نشطة لمواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر في جانفي 2024، وللتوضيح، يظهر تحليل كيببوس أن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في الجزائر ازداد بمقدار 2.2 مليون (+9.5 بالمائة) بين أوائل عام 2023 وبداية عام 2024، وعلى نطاق أوسع، استخدم 74.2% من إجمالي قاعدة مستخدمي الإنترنت في الجزائر (بغض النظر عن العمر) منصة واحدة على الأقل لوسائل التواصل الاجتماعي في جانفي 2024.

وبالحديث عن أنواع المواقع الأكثر تداولاً واستخداماً في الجزائر، يأتي الفيسبوك في صدارة شبكات التواصل الاجتماعي، حيث تشير البيانات المنشورة في شركة ميتا إلى أن فيسبوك لديه 24.85 مليون مستخدم مطلع عام 2024، ليتربع بذلك موقع **facebook** على عرش التطبيقات والمنصات الاجتماعية في البلاد، يليه موقع **youtube** الذي بلغ عدد مستخدميه 22.80 مليون مستخدم.

وتشير الأرقام المنشورة عبر شركة Meta إلى أن **Instagram** لديه 11.40 مليون مستخدم في الجزائر مطلع عام 2024، بينما أشارت شركة ByteDance إلى أن **TikTok** لديه 17.42 مليون مستخدم تبلغ أعمارهم 18 عاماً فما فوق، واستناداً إلى إجمالي الأعضاء المسجلين عبر **LinkedIn** فهي

¹ أرقام قياسية في استخدام الإنترنت في الجزائر لعام 2024، من موقع البديل الإلكتروني متاح عبر الرابط: <https://elbadilabc-ar.dz/records-dutilisation-dinternet-en-algerie-en-2024> ، (14 جانفي 2025، 22:16)

تضم 3.90 مليون عضو، في حين وصل عدد مستخدمي **Snapchat** 7.88 مليون مستخدم، وحل موقع **X (تويتر)** أخيرا بـ 1.24 مليون مستخدم في الجزائر مطلع عام 2024.¹

إن هذا النمو السريع يعكس تحسنا كبيرا في البنية التحتية التكنولوجية وتكيفاً سريعاً من قبل الجزائريين مع الأدوات الرقمية الحديثة، كما كشف تقرير **DIGITAL 2024** عن تغيير كبير في عادات الاستخدام الرقمية للجزائريين وعلى الرغم من أن منصات عملاقة مثل فيسبوك ويوتيوب لا تزال تسيطر على المشهد الرقمي في البلاد، فإن منصات جديدة مثل إنستغرام وخصوصاً تيك توك قد أخذت مكانتها في الساحة الرقمية، بينما لا يزال فيسبوك هو المنصة الاجتماعية الأكثر استخداماً، إلا أن نجاح تيك توك السريع خاصة بين الأجيال الشابة قد أعاد تشكيل المشهد الرقمي واستحوذ على اهتمام ملايين المستخدمين في الجزائر، كما عزز إنستغرام حضوره كمنصة مفضلة للمؤثرين والعلامات التجارية المحلية التي تسعى للوصول إلى جمهور أوسع.

وبإمكاننا إرجاع أسباب هذا النمو السريع إلى استثمار الجزائر في تحسين بنيتها التحتية، وتعزيز التغطية الشبكية، وزيادة سرعة الاتصال، وانتشار الإنترنت المحمول، مع توفر الهواتف الذكية بأسعار معقولة وتحسن شبكات **G4**، ضف إلى ذلك زيادة الاعتماد على الخدمات الإلكترونية سواء التعليمية أو التجارية أو التسويقية ... وغيرها.²

¹ Simon Kemp, Digital 2024: Algeria, 23 February 2024, web site: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-algeria> , (24 Juillet 2024, 10:03)

² أرقام قياسية في استخدام الإنترنت في الجزائر لعام 2024، موقع البديل الإلكتروني متاح عبر الرابط: <https://elbadilabc-ar.dz/records-> dutilisation-dinternet-en-algerie-en-2024 ، (14 جانفي 2025، 22:16)

ثانيا: خطاب التمييز والكراهية.

- 1- خطاب التمييز والكراهية: إشكالية المفهوم والجذور التاريخية.
- 2- مستويات خطاب التمييز والكراهية وأشكاله.
- 3- دوافع وأسباب خطاب التمييز والكراهية.
- 4- تأثيرات خطاب التمييز والكراهية وانعكاساته.
- 5- الإطار القانوني والتشريعي لخطاب التمييز والكراهية.
- 6- الضوابط التشريعية والقانونية لخطاب التمييز والكراهية في الجزائر.

1-1-الجزور التاريخية:

ومع دخول الديانات السماوية حيز المعتقد تعزز هذا الدافع وأصبحت العصبية والكراهية قائمة على رابطة الدم والدين والمذهب، ثم اتخذت فيما بعد أشكالاً متعددة مع تنوع دول الملك، الإمارة، والمملكة، والإمبراطورية، والسلطنة التي أدت إلى طغيان القوميات ونظريات التفوق الإثني والعنصري التي تشعبت وتعددت في سياقها التاريخي والسياسي والاجتماعي.

أما في مرحلة العصر الرقمي فقد تحول الإنسان من محيطه البشري الطبيعي إلى محيطه البشري الرقمي، وانتقلت بذلك الظاهرة الاجتماعية بمختلف أبعادها الثقافية والتربوية والسياسية والقانونية والاقتصادية والفنية لتمثل افتراضاً ضمن الفضاء السيبراني، وأمام هذا الواقع أصبحت العصبية والكراهية والتمييز عابرة للدول تعمل بيد من يملك وسائلها أو يسيطر عليها، عبر الجيوش الإلكترونية والجماعات الناشطة، والمبرمجين والمقرنين بأنواعهم، بما يسمح لكل أشكال الكراهية سواء كانت قومية أو إثنية أو دينية أو مذهبية أو سياسية العمل وفق نهج معلوماتي يؤثر في تشكيل الرأي العام وإدارة توجهاته وسلوكياته.¹

وفي ذات السياق، يبين الكاتب عبد الحميد الأنصاري في كتابه «ثقافة الكراهية» أن الكراهية تخاطب الجانب الغرائزي والانتماءات الأولية في الإنسان، مثل القبلية والطائفية والقومية الضيقة، وتغذي مشاعر البغضاء فيه، وبالتالي فهي محصلة لكل الصفات والعناصر السيئة التي تشكل أساساً للتفريق بين الناس؛ مثل التعصب والتطرف والطبقية والإقصاء والتخوين والتكفير والاستعلاء، ويرى بأن «ثقافة الكراهية» أصيلة وممتدة في تراثنا وتاريخنا منذ أيام الخوارج القدامى، ولا يمكن تفسيرها بالعامل السياسي، الدولي أو المحلي، لكن الكراهية في أغلب حالاتها هي "وسيلة عجز"، هذا ويرى الدكتور الباحث راشد المبارك، الذي يرصد هذه الظاهرة وينقب عن جذورها ضد الآخر في الحروب الصليبية، والاستعمار، والمواقف الغربية، قائلاً إن هذه الينابيع قد تكفي لسقي بذرة الكراهية واستدامتها لو كانت الكراهية وسيلة ذكية، لكنها ليست كذلك مطلقاً!²

وتأسيساً على ما سبق فإن خطاب الكراهية تعبير عن عقد تاريخية، تعود جذورها إلى عمق التاريخ، فالكراهية من النزعات العدوانية الكامنة في النفس البشرية نتيجة لعوامل التنشئة والتعلم في البيئة الاجتماعية والظروف التي تحيط بالفرد وتشكل أفكاره واتجاهاته وميوله، وعندما تجد هذه النزعة عمليات تغذية ستتمو في الذات الفردية وتتطور لتنتشر في الجماعات الاجتماعية، لا سيما في بعض البيئات التي تجد بها قيادات

¹ نديم منصور، مرجع سابق، ص ص 23 - 28.

² محمد ولد المنى، ثقافة الكراهية: الروافد والأسباب، مركز الاتحاد للأخبار، متاح عبر الموقع الإلكتروني: <https://www.aletihad.ae/wejhatarticle/73425>، (22 أوت 2024، 19:18).

كاريزمية مؤثرة ووسائل وأساليب تسمح بتضخيمها، كما قد تختفي هذه النزعة عندما تقمع الجماعة التي تنمو فيها هذه الظواهر، أو عندما تندمج مع المجتمع الكلي لأغراض التكيف أو التعايش المشترك، إلا أن هذه النزعة لم تختفي بشكل نهائي، وإنما تعود إلى الظهور مجددا لدى بعض الأقليات خلال المراحل التاريخية اللاحقة، عندما يضعف المجتمع الكلي، أو يتعرض إلى التفكك، أو عندما تجد دعما خارجيا من قوى أخرى تساعد في استعادة الدور لقيادة المجتمع بأكمله.¹

1-2- إشكالية المفهوم:

لا يوجد تعريف محدد ودقيق متفق عليه عالميا لطبيعة وماهية خطاب الكراهية، فهو مصطلح واسع يتضمن توصيفات عدة، منها العنف اللفظي والكُره البين والتعصب الفكري والتمييز العنصري والتجاوزات التعبيرية والنظرة الاستعلائية،² كما أن تعريفه يطرح العديد من المسائل القانونية، على غرار حرية الرأي والتعبير، والدعوة أو التحريض على الأعمال العدائية أو العنف بأنواعه.³

وباعتبار خطاب الكراهية متجذر في عمق التاريخ البشري، فقد عهد العلماء والفلاسفة منذ القدم على تقديم تعريفات عدة للكراهية من ديكارت إلى أرسطو، هيوم، وفرويد وغيرهم، فرينيه ديكارت رأى أن الكراهية هي "إدراك أن هناك شيء سيئ في مجتمع ما، مع الرغبة في الانسحاب بعيدا عنه، في حين ذهب أرسطو للقول بأن الكراهية هي "الرغبة في إبادة الكائن المكروه". بينما يعتقد ديفيد هيوم أن الكراهية هو "شعور غير قابل للاختزال ولا يمكن تحديد أسبابه، وغالبا ما يؤدي إلى تدمير الكاره والمكروه معا".

وإذ لا يعطينا هذا الاستقراء المبسط لمفهوم الكراهية الشروح الكافية التي تمكننا من فهم واقع الكراهية وانتشارها في مجتمعاتنا المعاصرة⁴، فقد حاولت "سوزان بينيش" تشريح هذا المفهوم بالتأكيد على أن "خطاب الكراهية" مصطلح غامض يمكن أن يتخذ مستويات مختلفة من الشدة ويمكن أن تتبعه عواقب مختلفة: فهل تعني "الكراهية" أن المتحدث يكره أو يسعى إلى إقناع الآخرين بالكراهية أو يرغب في جعل الناس يشعرون بأنهم مكروهون؟ وهل يعني هذا الخطاب في جوهره أن شخصا أو مجموعة معينة مستهدفون بسبب هويتهم

¹ مصطفى حميد كاظم الطائي، "النظريات المفسرة للعنف وخطاب الكراهية في وسائل الإعلام"، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 19، العدد 02 (ديسمبر 2020)، ص 41.

² دوللي الصراف، مرجع سابق، ص 4.

³ أنتونيلا بيريني وآخرون، وثيقة العمل معالجة خطاب الكراهية على وسائل التواصل الاجتماعي: التحديات المعاصرة، (باريس: منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة -يونسكو-، 2022)، ص 3.

⁴ مجموعة من المؤلفين، خطابات الكراهية والتحريض: الظاهرة، المفهوم وآليات المواجهة، مرصد الإعلام في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، ص 5.

أو انتمائهم إلى هذه المجموعة¹، كما أقرت الباحثة بأن هذا الخطاب يتم تعريفه بالضرر المحدد الذي يولده، وليس بمحتواه وحده، ولا بقصد أو دوافع الأشخاص الذين ينتجونه وينشرونه، ويمكن أن يكون أكثر أو أقل خطورة، استنادا على بعض الخصائص منها سلوك وشعبية المتحدث، الوضعية العاطفية للجمهور، محتوى الخطاب، السياق التاريخي والاجتماعي، وأخيرا الوسائل المستخدمة لنشر ذلك الخطاب²، وبينما أطلقت عليه الباحثة "خطاب الخطر" للتركيز على مخاطر المحتوى المتداول في عملية التعبئة، وبالتالي إنتاج العنف على مستويات عدة، اختار "أنطوان بايسي" مفهوم "خطاب الخوف" في إشارة إلى المحتوى اللغوي القادر على إنتاج عقلية إقصائية تعطي الغطاء لأعمال العنف كأنها وسائل دفاعية للحفاظ على سلامة وأمن جماعة معينة.³

إن مهمة تحليل المصطلح والوصول إلى تعريف شامل لما يسمى خطاب الكراهية، ظلّ أمراً صعباً ومعقداً بل ومثيراً للجدل، نظراً لاشتغال هذه الظاهرة على مفاهيم متشعبة سواء في المواثيق الدولية أو الوطنية^{*}، بما يتيح للتفسيرات المختلفة والمتناقضة أن تضيق وتتسع، بحسب تقدير كلّ فئة وكل حكومة وكل جماعة⁴، وعند ترجمة القوانين والمبادئ الدولية إلى قوانين وطنية، يكون لكلّ بلد مقارنة مختلفة لكيفية تعريف خطاب الكراهية من حيث تحديد طبيعته ومظاهره، والضحايا المستهدفين، ونوع الضرر المتوقع ليُعتبر خطاب كراهية.⁵

ونجد في غموض وتعدد تعريفات خطاب الكراهية العديد من الأسباب المهمة منها:

تعدد التسميات والخلط بين المفاهيم: إن الخلط بين عدد من المفاهيم والتسميات، مثل خطاب الكراهية، التمييز، والتحريض بصوره المختلفة، انعكس على المواقف الحقوقية تجاه الخطابات التي يترتب عليها انتهاك حقوق وحريات أخرى جديرة بالحماية القانونية، كما أدى هذا الخلط إلى فرض قيود غير ضرورية وغير موضوعية على حرية التعبير في كثير من الأحيان، فضلا عن أن خطاب الكراهية يعد من

¹ أنتونيلا بيريني وآخرون، مرجع سابق، ص 3.

² Susan Benesch, Dangerous Speech, In C. Strippel, S.Paasch-Colberg, M. Emmer, & J. Trebbe (Eds.), Challenges and perspectives of hate speech research, Digital Communication Research, 2023, p 186.

³ نديم منصور، مرجع سابق، ص 33، 34.

^{*} تم تناولها في الفصل المنهجي، انظر الصفحة ...

⁴ سعد عبد السلام، "خطاب الكراهية كنمط حياة غربية: عولمة القيم عبر مواقع وسائل التواصل"، مجلة الاستغراب، (2021)، ص 47.

⁵ أنتونيلا بيريني وآخرون، مرجع سابق، ص 4.

بين أكثر المفاهيم اضطراباً وتقلباً في مجال القانون الدولي لحقوق الإنسان بحيث يختلف مفهومه بحسب الزمان والمكان بل وحتى من حيث الأسس التي يقوم عليها.¹

عدم وجود حدود فاصلة بين حرية التعبير وخطاب الكراهية:

إن عملية وضع قيود قانونية ضد خطاب الكراهية سواء على المستوى المحلي أو الدولي يؤدي في أغلب الأحيان إلى فرض قيود عديدة على حرية التعبير²، حيث أن هناك أنواعاً من الخطابات تدخل في إطار النقاش العام وحرية الرأي الذي لا يجوز تقييده، كما أن هذا الأمر لم يعطى القدر الكافي من التحليل والنقاش الذي من شأنه الوصول أو الاقتراب من وضع خطوط فاصلة بين حرية التعبير وخطاب الكراهية، بما يخفف حدة الخلاف والتطبيق الفعلي لتجريم خطاب الكراهية.

عدم التوافق بين الاتفاقيات الدولية في تناول مسألة خطاب الكراهية وطرق مكافحته:

فكل ما يوجد على المستوى الدولي هو إما نصوص متفرقة، تعاني من التشتت، والغموض، والعمومية، وعدم التوافق، وإما جهود متفرقة لمختلف الهيئات الدولية، وهو ما يطرح إشكالية المرجعية المعتمدة من كل جهة في تعريف خطاب الكراهية ورصد مظاهره وتجريمه ومكافحته.

تأثير العامل الزمني: من خلال تطور الوسائل التكنولوجية وما استتبعه من ظهور أساليب جديدة للتعبير وصور جديدة لخطاب الكراهية.³

لقد شكل عدم وجود تعريف موحد ودقيق لخطاب الكراهية في هذا السياق، إشكاليات تتعلق بالمعطيات التي تجعل من خطاب الكراهية جريمة يعاقب عليها القانون؛ خاصة في ظلّ تداخله مع مصطلحات أخرى فضلاً عن تعدد أطرافه وأساليبه بثّه ... فهل ثمة قوانين واضحة وصريحة يعتمد عليها في فهم وضبط مصطلح خطاب الكراهية وتجريمه؟⁴

¹ سيف الدين العجايي وإبراهيم مزعد، "إشكالية تعريف خطاب الكراهية: المظاهر والأسباب والنتائج"، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد 8، العدد 2 (جوان 2023)، ص 248.

² وسام غالي قاسم، "العوامل المؤثرة في نشر خطاب الكراهية بمواقع التواصل الاجتماعي"، مجلة كلية الإمام الكاظم، المجلد 7، العدد 3 (سبتمبر 2023)، ص 286.

³ سيف الدين العجايي وإبراهيم مزعد، مرجع سابق، ص 247-250.

⁴ مجموعة من المؤلفين، خطابات الكراهية والتحريض: الظاهرة، المفهوم وآليات المواجهة، مرجع سابق، ص 5، 6.

2- مستويات خطاب التمييز والكراهية وأشكاله:

2-1- مستويات خطاب التمييز والكراهية:

يقع خطاب التمييز والكراهية في عدة مستويات تبعا لتهديده ودرجة تأثيره على المجتمع وفق تصنيف

:sova

المستوى الناعم من الكراهية Soft ويشمل:

- خلق صورة سلبية عن جماعة دينية أو اثنية عبر نشر تصريحات بشأن عدم ملاءمتها أو عدم كفاءتها.
- تصريحات بشأن عيوب أخلاقية لمجموعة دينية أو اثنية.
- الإشارة إلى مجموعة عرقية أو دينية أو إلى ممثليهم على نحو مهين أو في سياق اقتباسات من خطابات كراهية ونصوص دون تعليق.¹

المستوى المتوسط من خطاب الكراهية ويشمل:

- التشكيك بوقائع تاريخية لأحداث عنف أو تفرقة أو تمييز والتبرير لها.
- الحديث عن جرائم تاريخية دينية أو اثنية لجماعة ضد أخرى.
- أفكار بشأن تفوق أو أفضلية جماعة دينية أو اثنية على أخرى.
- اتهامات للتأثير السلبي لشخص أو جماعة دينية أو عرقية على المجتمع والدولة.
- اتهامات لجماعة تحاول اختطاف السلطة وعدم تسليمها بنتائج الانتخابات.

المستوى القوي/ القاسي Harsh ويشمل:

- الدعوة للتمييز العنصري.
- الدعوة المباشرة أو الضمنية للعنف.
- الدعوة لعدم قبول السلام.²

¹ بيريح حسين جمعة الربيعي، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء خطاب الكراهية"، ورقة مقدمة إلى المؤتمر الدولي خطاب الكراهية وأثره في التعايش المجتمعي والسلمين الإقليمي والدولي، (جامعة صلاح الدين العراق، 2019)، ص 8.

² أحمد كريم أحمد، "انعكاس خطاب الكراهية في القنوات الفضائية العرقية على الجمهور"، مجلة ميسان للدراسات الأكاديمية، المجلد 21، العدد 42 (جوان 2022)، ص 216.

2-2- أشكال وصور خطاب التمييز والكراهية:

يستهدف خطاب الكراهية في أغلب الحالات الأفراد بناءً على انتماءاتهم العرقية ودينهم وجنسياتهم والطبقة الاجتماعية التي ينتمون إليها، ويظهر هذا الخطاب بعدة أشكال، إلا أن جميعها تعتمد بشكل رئيسي على التمييز القائم على أساس الاختلافات، وقد يتم التعبير بشكل مباشر عن الأفكار السلبية تجاه الجماعات المستهدفة، من خلال نشر الأفكار التي تظهر العداء لهم بصورة واضحة¹، أو بشكل غير مباشر بحيث لا يمكن للمتلقي البسيط كشف وتشخيص الكراهية التي تكمن وراء هذا الخطاب، إذ يكون محبوباً بحرفية عالية ولا تستخدم مصطلحات الكراهية في المفردات والجمل المباشرة بل تستخدم فيه المقارنات ذات الإيحاء للكراهية وإدانة الآخر²، ويأخذ خطاب الكراهية صوراً وأشكالاً عديدة تختلف حسب المعنى المراد الوصول إليه، وتتمثل في:

خطاب التمييز والعنصرية: وهو كل خطاب يقوم على أساس تمييزي أو عنصري بسبب الانتماء الديني، السياسي أو الفكري، أو الجنس أو العرق، وهو ما قد يؤدي إلى إقصاء هذه الفئات وحرمانها من حقوقها، غير أن هذا النوع من خطاب الكراهية لا يعتبر محظوراً إلا إذا اقترن بالتحريض³، سواء في المجال السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي أو الثقافي أو أي مجال من مجالات الحياة العامة.

خطاب التحريض على العنف: تعرف منظمة الصحة العالمية العنف بكونه: "استخدام عمدي للقوة أو السلطة ضد شخص أو مجموعة من الأشخاص بطريقة تؤدي إلى الجرح أو الموت أو الأذى النفسي والبدني"، وتعتبر كل دعوة ضمنية أو علنية للجماهير تشجع على ممارسة العنف أو ارتكاب جريمة ضد أفراد أو مجموعات على الأسس السابقة الذكر تحريضاً على العنف والكراهية.

خطاب التحريض على العداء والكراهية: حسب مبادئ كامدن يمكن اعتبار الكراهية كل فعل مبني على حالة ذهنية متطرفة من الكراهية والمقت اتجاه أفراد أو مجموعة بشرية⁴، ولابد أن تكون مواجهة الدولة

¹ مرو رياض أبو ظريس، مرجع سابق، ص 36، 37.

² مصطفى ياسين طه، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في غرس الكراهية لدى الجمهور العراقي"، مجلة الجامعة العراقية، المجلد 21، العدد 45 (ديسمبر 2019)، ص 286.

³ وافي حجة، "خطاب الكراهية بين حرية التعبير والتجريم: دراسة من منظور أحكام القانون والقضاء الدوليين"، المجلة الدولية للبحوث القانونية والسياسية، المجلد 4، العدد 1 (ماي 2020)، ص 70.

⁴ عادل خالدي وسهام بوزيدي، "تمظهرات خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر: دراسة تحليلية على عينة من ميمات الأنترنت - الميمز - على صفحات موقع الفايستوك"، ورقة مقدمة إلى الملتقى الدولي خطاب الكراهية وسؤال التسامح في عالم متغير، (ورقة 2022)، ص 7.

لهذه الصورة من صور التحريض أقرب إلى المواجهة التوعوية والاجتماعية التي تهدف إلى الرفض الاجتماعي لهذا النوع من الخطابات.¹

3- دوافع وأسباب خطاب التمييز والكراهية:

3-1- دوافع خطاب التمييز والكراهية:

تتعدد دوافع ومحفزات خطاب الكراهية حسب اختلاف المقاربات المعرفية المفسرة له، والتي يمكن إيجازها فيما يلي:

المقاربة البراغماتية: حيث يؤكد جان أوستن في نظريته "أفعال الكلام" أن الإنسان عندما يعبر عن فكرة ما باستعمال اللغة، فإنه لا يقوم بمجرد حشد لألفاظ وبنى نحوية فحسب، إنما ينجز أفعالا عبر هذه الألفاظ وأداة للتأثير في الآخرين، حيث يتحول خطاب الكراهية وفق هذا المنظور إلى فعل إجرامي يهدد حياة الأفراد، وهو ما يؤكد ضرورة إعطاء أهمية للفعل الكلامي في خطاب الكراهية، لأنه يعبر عن نمط معين من العنف وهو العنف اللفظي الأقرب والأكبر من مجرد تحريض على العنف.

المقاربة القانونية: يرى الدارسون في القانون أن خطاب الكراهية هو المقدمة النظرية للعنف ومختلف أنواع الجرائم، أما على المستوى الإجرائي فتتشأ مشكلتان رئيسيتان فيما يرتبط بتطبيق التشريعات حول خطاب الكراهية، من ناحية الفشل في تنفيذ التشريع الذي يحكم خطاب الكراهية، ومن ناحية أخرى هناك تطبيق مفرط في العمومية يحكمه تسييس القانون ربما يكون التطبيق غير الكافي لهذه التشريعات يتصل بأسباب متعددة كمطلب الإرادة السياسية وكذا عدم إدراك المواطنين لحقوقهم بشكل جيد، إضافة للغموض الذي يكتنف النصوص التشريعية وغياب الصرامة المفاهيمية²، فكما ذكرنا آنفا لا يوجد مفهوم مقبول ومتفق عليه دوليا لخطاب التمييز والكراهية فضلا عن الخلط بينه وبين فئات أخرى من الخطابات المتسمة بالإثارة أو الحقد أو الإساءة.

زيادة على ذلك فإن عدم شمول الأنظمة القانونية دوليا وإقليميا ووطنيا لتعريفات وآليات تشريعية واضحة بشأن محتوى وعناصر حظر الدعوة إلى الكراهية القومية أو العنصرية أو الدينية، يمكن أن يؤدي

¹ محمد صبحي سعيد صباح، "جرائم التمييز والحض على الكراهية والعنف: دراسة مقارنة"، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 1، العدد 2 (جوان 2016)، ص 24.

² محمد أمين بن جيلالي، "خطاب الكراهية بين المفهوم والواقع"، مجلة السياسة العالمية، المجلد 6، العدد 1 (جوان 2022)، ص ص 174، 175.

إلى تطبيق سيئ للقانون، بما في ذلك استخدام القوانين المناهضة لخطاب الكراهية لاضطهاد واسكات الأصوات المنتقدة أو المعارضة، وهذا العجز في مواجهة مد خطاب التمييز والكراهية والحد منه قانونيا يؤدي بطبيعة الحال إلى تنامي واستفحاله.¹

المقاربة النفسية: وتدرج هذه المقاربة ضمن نظرية الإحباط عند "دولارد" و"ميلر" من خلال دراستهما للإحباط كاستجابة فطرية للعنف والعدوان لدى الإنسان ومنها شعور الكراهية، فإذا منع الفرد من تحقيق أهدافه الضرورية ستكون له ردود فعل عدوانية مباشرة أو غير مباشرة²، ويرى "سيغموند فرويد" أن النفس البشرية تمتلك غريزة العدوانية شأنها شأن الغرائز الأخرى، وحتى يتخلص الإنسان من أعباء الحياة يُوجّه دافعيته لتحطيم نفسه تجاه الآخرين.

وتتمثل الدوافع النفسية في الشعور بالحرمان والتشاؤم وفقدان الثقة بالنفس وتدني مفهوم الذات، وهو ما يجعل الأفراد عرضة للتهديدات ولا يملكون المهارات اللازمة للتعامل مع الأحداث، فيلجؤون إلى استخدام أساليب عنيفة وممارسات سلبية للحصول على المكانة والقوة.³

المقاربة الميديولوجية: إذ تفترض هذه المقاربة أن وسائط الإعلام الجديد تلعب دورا فعالا في تعزيز خطاب الكراهية، فهذه المنصات توفر مساحة للخطابات الضارة والتنمر والمحتوى المسيء وخطاب الكراهية على وجه التحديد⁴، فهذه كما تسمح لجميع أصحاب الأفكار وبسقف عال من الحرية أن يعبروا عن مكنوناتهم ومشاعرهم وتوجهاتهم حتى ولو كانت في غاية التطرف والعنف، ولذا يجد المتطرفون من كل اتجاه في الشبكة العالمية على اختلاف وسائطها الوسيلة المثالية لنشر خطاب الكراهية والتطرف والإرهاب.

إن استخدام تكنولوجيات والتقنيات الجديدة في المجال اللاأخلاقي سوف يؤدي إلى تقويض بنيان المجتمع الدولي، وتهديد أركانه ثم سلمه وأمنه، ناهيك عن الأضرار الناجمة عن ذلك من انتشار خطاب الكراهية في ظل غياب رقابة دولية على الانترنت، خاصة أنه من الصعب إنشاء حواجز على شبكة

¹ عاطف عبد الله عبد ربه، "أثر خطاب الكراهية على السلم والأمن الدوليين"، مجلة جامعة جنوب الوادي الدولية للدراسات القانونية، العدد4 (2019)، ص ص 259، 260.

² محمد أمين بن جيلالي، مرجع سابق، ص 176.

³ مرو رياض أبوظريس، مرجع سابق، ص 54.

⁴ محمد أمين بن جيلالي، مرجع سابق، ص 175.

الأنترنت لمنع هذا النوع من الخطابات، وكذلك غياب المعيار الدولي الذي يحدد ماهية خطاب الكراهية، ناهيك عن استخدام الانترنت لفرض السيطرة بن الدول.¹

3-2-أسباب خطاب التمييز والكراهية:

لا يخلو أي بلد أو مجتمع من الكراهية والتمييز، للذان عادة ما يشكلها، ويغديهما، ويبقيهما، ويوجههما أفراد بعينهم، أو جماعات معينة، ضد أفراد وجماعات أخرى مختلفة، وكثيرا ما تجد رسائل الكراهية أرضاً خصبة ذات مشاكل اجتماعية، أو اقتصادية، أو سياسية أوسع نطاقاً، أو انقسامات في المجتمع أو لاختلافات اثنية، أو دينية، أو حتى لتمييز راسخ طال أمده²، وبشكل عام فإن خطاب الكراهية لا ينشأ من فراغ دون أسباب ومحفزات أدت إلى نشوئه، وعوامل وظروف ساهمت في تناميته وانتشاره، ويمكن رصدها وتصنيفها كالتالي:

أسباب اقتصادية:

يعتبر سوء الأوضاع الاقتصادية وتدني المستوى المعيشي وارتفاع معدلات الفقر في المجتمع، من أبرز أسباب انتشار خطاب الكراهية، فهذه الظروف تولد الشعور بالظلم والقهر والغضب لدى شرائح عديدة في المجتمع³، حيث تؤكد بعض الدراسات أن الحرمان النسبي والتفاوت الاقتصادي يؤدي إلى الخصومة والعدا بين الجماعات من جهة، وتخوين المسؤولين واتهامهم بسرقة ثروات البلاد، واتهام النظام السياسي بالعنصرية والتمييز، والدعوة إلى ممارسة العنف والعصيان المدني في سبيل تحسين الأوضاع الاقتصادية من جهة أخرى.

أسباب سياسية:

تحمل الأيديولوجيا السياسية مجالا كبيرا محملا بخطاب الكراهية بشكل مباشر سواء في مقرراتها الأدبية والفكرية، أو في تعاطيها مع المشهد الإعلامي والثقافي والسياسي، فهي تعيش على الاستقطاب للأتباع وترسيخ مبدأ الولاء المطلق للإطار الخاص بعنف وشراسة، وتظهر آثار هذا الخطاب في الترويج

¹ بدر بن سليمان العامر، "خطاب الكراهية ومحفزات العنف والتطرف"، دوافع الإرهاب: التحالف الإسلامي العسكري لمحاربة الإرهاب، العدد 2 (فيفري 2023)، ص 6.

² خيرية علي العمري، سبل مواجهة خطاب الكراهية، (الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، 2021)، ص 21.

³ محمد شتيه، "السياسة الجنائية في مواجهة خطاب الكراهية عبر موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك: دراسة تحليلية في ضوء التشريع الفلسطيني"، مجلة جامعة العين للأعمال والقانون، العدد 1 (2023)، ص 16.

لأفكار المتطرفة، وإشعال فتيل الخلافات، وتعميم خطاب الكراهية للمخالف، والاستقطابات الحادة¹، وهو ما يلقي بضلاله على الفرد داخل مجتمعه من خلال شعوره بوجود ظلم تمارسه الحكومات، وأن هذا المجتمع يدار ويسير وفقا لقواعد وقوانين غير عادلة لتحقيق مصالح فئة معينة، وبالتالي تقويض قدرته على المشاركة في الحياة العامة، وهو ما يزيد من احتمالية حدوث أعمال العنف والعداء ضد النظام الاجتماعي بشكل عام والنظام السياسي بشكل خاص.²

أسباب اجتماعية:

تُعتبر المعتقدات الموروثة في المجتمع وانعدام العدالة الاجتماعية والتمييز العنصري وغياب الوازع الديني والأخلاقي وغيرها، من العوامل الأساسية التي تغذي حالات الاحتقان المتولدة عن قيم أخلاقية واجتماعية خاطئة، وبالأخص في المجتمعات المغلقة التي تعكف على احتضان آلامها ومشاكلها بطريقة قسرية، فينفجر هذا الاحتقان والتعصب في كيانها ثم يتراكم ويترسخ على شكل مواقف وسلوكيات متطرفة³، يتمسك بها الأفراد بما يهيئ مناخا خصبا لنمو ظاهرة الكراهية بين الأفراد وانتشار العنف والصراعات على المستويين الرسمي والشعبي، وإضعاف البنية والروابط الاجتماعية والنسيج الثقافي للمجتمع.⁴

أسباب دينية:

إن البعد عن الدين والقيم والأخلاق وقلة التحصين الشرعي، يضعف الجانب الإيماني والتعبدية لدى الأفراد، ويؤدي إلى التمرد على ثقافة وعادات المجتمع المستمدة من الدين، وتغذية الشعور بالحق والكراهية تجاه المجتمع وثقافته وقيمه، والتي قد تكون نتيجة لتأثرهم بثقافة دخيلة على المجتمع، والدعوة إلى التجديد، أو عن غياب نموذج المثل العليا التي يؤمنون بها في سلوك المجتمع وسياسة الحكم⁵، فضلا عن القراءة المتطرفة للمفاهيم الدينية التي تعد من أكبر محفزات خطاب التكفير والكراهية، كما أن تعميم هذا النوع من

¹ بدر بن سليمان العامر، مرجع سابق، ص ص 9، 10.

² مرو رياض أبوظريس، مرجع سابق، ص 55.

³ مسفر بن عبد الله البشر، "دور وسائل الإعلام في مواجهة ثقافة الكراهية"، مجلة الدراسات العقيدية ومقارنة الأديان، المجلد 7، العدد 01 (جوان 2017)، ص ص 232، 233.

⁴ مرو رياض أبوظريس، مرجع سابق، ص ص 54، 55.

⁵ محمد شتيه، مرجع سابق، ص 17.

الخطابات ونبذ كل من لا يشاكل عقلية المنتسبين إلى هذه الجماعات في أفكارهم وتوجهاتهم الدينية، يمكن أن ينتج عنه أعمال عنف وإرهاب في داخل العالم الإسلامي وخارجه.¹

بينما هناك من الباحثين من يقسمها إلى عشرة أسباب رئيسية تتمثل فيما يلي:

1. الصورة الخاطئة عن الآخر.
2. الخوف من المنافسة.
3. التصور أن الآخر هو ضدك أو عدوك.
4. الثقافة العامة والتربية والتعليم.
5. الكيفية التي نقرأ بها التاريخ.
6. الإعلام.
7. غياب المعلومة.
8. الأفكار المسبقة.
9. غياب تعريف الأجيال بالجوانب الجمالية لمكونات المجتمع.
10. غياب التجديد الوطني وعيش الأجيال الناشئة رؤية الماضي.²

4- تأثيرات خطاب التمييز والكراهية وانعكاساته:

مما لا شك فيه أن لخطاب الكراهية آثار كبيرة على المستوى الفردي والجماعي، وعلى مستوى الأمن والسلم الاجتماعي للدول، وقد تكون هذه الآثار نفسية وقد تكون عملية، وهي آثار متنوعة الخطورة، إذ يهدد خطاب الكراهية الأمن النفسي والاجتماعي للأفراد، ويقوض حق الأفراد بالاختلاف والوجود، ولعل من أبرز آثار خطاب الكراهية ما يلي:

4-1- الأذى النفسي والجسدي الناتج عن خطاب التمييز والكراهية:

¹ بدر بن سليمان العامر، مرجع سابق، ص 5.

² خلود سلام صالح، "دور المنصات الإعلامية الإلكترونية في محاربة خطاب الكراهية"، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 11 (ماي 2020)، ص 80.

إن استخدام خطاب الكراهية يترتب عنه تداعيات خطيرة على الأفراد المستهدفين بهذا الخطاب، ويشير مجلس أوروبا (2016) إلى أن التمييز وخطاب الكراهية لا يتسبب بمعاناة وضرر معنوي للضحايا ويمس كرامتهم وشعورهم بالانتماء فحسب، بل يساهم أيضاً في تعريضهم لمختلف أشكال التهديد والعنف وأعمال المضايقة والتحرش بسبب الكراهية والعداء تجاههم، وتثير هذه المواقف والسلوكيات الشعور بالخوف وانعدام الأمن، وهو ما يؤدي بالأشخاص المستهدفين في نهاية المطاف إلى الانعزال عن المجتمع الذي يعيشون فيه، أو حتى إلى التنصل من قيمه¹، كما أثبتت الدراسات أن الأشخاص الذين يواجهون الخطابات المتنوعة من الكراهية اللفظية والإيحائية والإشارية، ويقعون تحت طائلة العنصرية والتهمز والتمييز يعانون من ضغوطات نفسية قد تتحول إلى أمراض مزمنة نفسية وجسدية، بل أن خبراء نفسيون توصلوا إلى أن أولئك الذين يمارسون التعصب والكراهية معرضون للخطر أيضاً، وأن العيش في مجتمع معاد عنصرياً مرتبط بارتفاع معدلات الوفيات في ذلك المجتمع.²

4-2- خطاب الكراهية وتهديد مبدأ التعايش السلمي المجتمعي:

إن استخدام خطاب الكراهية لا ينطوي على عواقب سلبية على طبيعة الخطاب العام فقط، بل الأدهى من ذلك أنه يعزز مناخ العداء والتعصب، وكذلك الاستعداد لقبول أو تبرير التمييز والعنصرية والعنف داخل المجتمع³، ومن الآثار التي يترتب عليها انتشار هذا الخطاب أيضاً:

- قتل روح الإبداع في المجتمع، وهجرة الكفاءات البشرية.
- فقدان المجتمع ل تماسكه الداخلي، فيصبح ضعيفاً أمام الأزمات، مما يهدد وحدة النسيج الاجتماعي.
- تقسيم المجتمع إلى جماعات غير متجانسة، مع انتشار التعصب والتطرف بين أفرادها.
- خطورة مثل هذا الخطاب، تكمن في إرباكه للأمن الفكري والاجتماعي، المؤثرين في النسيج المعرفي والتجانس الاجتماعي.⁴

إن ظاهرة خطاب الكراهية بطبيعتها تطرح مخاطر جسيمة على تماسك المجتمع، وتضر بالاحترام المتبادل وتهدد التعايش السلمي والمشارك، فهذا الأخير في أي بيئة اجتماعية يتوقف على قاعدة الاعتراف

¹ خيرية علي العمري، مرجع سابق، ص 25.

² بدر بن سليمان العامر، مرجع سابق، ص 10.

³ خيرة علي العمري، مرجع سابق، ص 25.

⁴ سعد عبد السلام، "جذور صناعة الكراهية في ثقافة المجتمع المعاصر"، مجلة التميز الفكري للعلوم الاجتماعية، العدد 5 (جانفي 2021)، ص

المتبادل بحق الوجودية للأفراد، ومن ثم حقهم في الاختلاف بما يتضمنه ذلك من ملكيتهم لثقافتهم التي نشأوا عليها، وحقهم في السعي لتطويرها والمحافظة عليها، وحقهم في التخاطب بلغتهم التي اختاروها، والسعي لنشرها والدعوة للتعامل بها دون المساس بحرية وحقوق الآخرين المختلفين في الثقافة والدين والعقيدة واللغة.¹

وهذا أهم ما تسعى إليه المجتمعات والذي يضيف عليها الأمن والسلام والتراحم والتعاون، بعيداً عن أي منغصات تؤثر على تماسك المجتمع وسلمه، فخطاب الكراهية يؤدي إلى تحفيز العداوات والبغضاء بين أبناء المجتمع الواحد، بما يكلف المجتمع والدولة انعكاسات أمنية وسياسية واقتصادية خطيرة، كما يؤدي إلى تشويه دول وقبائل وتجمعات وفئات بعينها، والعمل على ضرب النسيج الاجتماعي ونشر الكراهية والبغضاء، ويتسبب في الانقسام داخل المجتمع ويصل إلى حد الاقتتال بين أبنائه²، وهو ما ينقل هذه السلوكيات من أفعال فردية معزولة إلى ثقافة اجتماعية اقتصادية تشجع على ذلك، وبالتالي تصبح ثقافة الكراهية بما في ذلك خطاب التمييز والكراهية شيء طبيعي يمكن أن يصل إلى ارتكاب الجرائم الأكثر تطرفاً.³

4-3- خطاب الكراهية وتهديد حفظ الأمن والسلم الدوليين:

يظهر تأثير خطاب الكراهية على حفظ السلم والأمن الدوليين من خلال تقويض مبدأ سيادة القانون وتأجيج الصراعات حيث تتسبب النزاعات المسلحة والحروب سواء كانت داخلية أو خارجية في الكثير من المعاناة للضحايا والمجتمعات، كما أن تصاعد التعصب والعنصرية والعنف بالمسلك الخاطئ والتصرفات غير المسؤولة التي تتنافى مع مبادئ ومواثيق حقوق الإنسان، لا يخلق صراعات داخل المجتمع الواحد فقط، وإنما يعطي مبرراً للدول للتدخل في شؤون الدول الأخرى، وشرعنة العنف ضد أطراف واسعة من الأجناس والأقليات والجماعات العرقية والإثنية، وربما تهيئة الظروف لارتكاب الجرائم ضد الإنسانية، وتنامي الاستغلال والسيطرة المتعددة على شعوب العالم باسم الحداثة والعقيدة العلمانية، ومع الزمن أصبح الغرور الليبرالي ينظر بكراهية لغيره من الشعوب مهما حاولت تلك الشعوب السعي خلف الغرب والتبعية العمياء له، وحتى مع انتهاء أعمال العنف يظل الأمن والسلام هشا، وتتمو معه الصراعات والخطابات المفعمة

¹ عاطف عبد الله عبد ربه، مرجع سابق، ص 288.

² بدر بن سليمان العامر، مرجع سابق، ص 10.

³ عاطف عبد الله عبد ربه، مرجع سابق، ص 293.

بالتمييز والكراهية، وهو وضع يتسم بغياب سيادة القانون والتخلي عن احترام حقوق الإنسان، فعندما يضعف حكم القانون، يصبح الأمن مهدداً، ويؤدي إلى تقويض الجهود الساعية إلى استعادة احترام الحقوق والحريات وإرساء أسس الديمقراطية وتحييد دور المجتمع المدني، وتغذية الفساد والجريمة العابرة للقارات.¹

5- الإطار القانوني والتشريعي لخطاب التمييز والكراهية:

5-1- خطاب التمييز والكراهية في القوانين والتشريعات الدولية:

حظي خطاب الكراهية والتمييز باهتمام كبير من الناحية القانونية، حيث عرف القانون الدولي الإنساني، تطوراً تشريعياً مهماً تجاه تجريم وردع خطاب الكراهية والخطاب التحريضي²، وقد نص المشرع الدولي على مجموعة من المواد التي تحمي حق التعبير وإبداء الرأي والمعتقد ... ونبذ الكراهية والتمييز بأنواعه، وتعد تلك المواد من أبرز ما أقرته المعاهدات والاتفاقيات الدولية³، نذكر أهمها:

الإعلان العالمي لحقوق الإنسان:

يعتبر هذا الإعلان أول صك دولي لحماية حقوق الإنسان، وبالرغم من أنه لا يحمل طابع الإلزام، إلا أنه يعتبر النواة الدولية الأولى لتكريس هذه الحقوق، لم يتضمن الإعلان صراحة الحديث عن خطاب الكراهية بصورة مباشرة، لكنه أكد على حق التمتع بكل الحريات⁴، ونجد السلطة القانونية لحضر خطاب الكراهية مفهومة ضمناً من خلال (المادة 2) التي تنص على "المساواة في التمتع بالحقوق والحريات دون تمييز، كالتمييز بسبب اللون أو الجنس أو العنصر" أو (المادة 29) التي "تقر بمشروعية فرض بعض القيود على الحقوق في إطار الاعتراف الواجب بحقوق الغير وحرياته واحترامها".⁵

¹ عاطف عبد الله عبد ربه، مرجع سابق، ص ص 305-309.

² رضوان بوجمعة، "خطابات الكراهية في وسائل الإعلام وآليات مواجهتها: القانون الدولي الإنساني والأخلاقيات المهنية"، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 19، العدد 2 (ديسمبر 2020)، ص 16.

³ فاطمة الزهراء سعداوي، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية وسبل مكافحتها"، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد 4، العدد 1 (مارس 2023)، ص 46.

⁴ سليمان قوراري وسعاد رحلي، خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي: رؤية فكرية وقانونية (الجزائر: دار الكتاب العربي، 2023)، ص 86.

⁵ وليد كاصد الزبيدي، مرجع سابق، ص 36.

العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية:

وقد كان هذا العهد أكثر وضوحاً في استخدام مصطلح الكراهية وتجريمه، حيث تم التأكيد في (المادة 18) بأنه "لا يجوز تعريض أحد لإكراه من شأنه أن يخل بحريته في أن يدين بدين ما، أو بحريته في اعتناق أي دين ومعتقد يختاره"¹، وحظرت (المادة 20) "أية دعاية للحرب وأية دعوة إلى الكراهية القومية أو العنصرية أو الدينية، تشكل تحريضاً على التمييز أو العداوة أو العنف"، وهذه هي الإشارة الأولى التي تستخدم فيها مدلولات مباشرة تحمل معاني قتل الآخر وإقصائه، وبث خطاب الكراهية ضده لتأليب الرأي العام ضده.²

اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز العنصري:

لقد فرضت هذه الاتفاقية حظراً أوسع إذ تلزم في (المادة 4) الدول الأطراف في المعاهدة "إعلان جريمة جنائية يعاقب عليها القانون عن كل نشر للأفكار القائمة على التفوق العنصري أو الكراهية العنصرية، والتحريض على التمييز...، وتوفير كل مساعدة للنشاطات العنصرية وتمويلها، والمشاركة في المنظمات، وتنظيم جميع الأنشطة الدعائية الأخرى، التي تشجع وتحرض على التمييز العنصري، وكل عمل من أعمال العنف أو تحريض على هذه الأعمال يرتكب ضد أي عرق أو جماعة من لون وأصل إثني آخر".³

اتفاقية منع جريمة الإبادة الجماعية:

وتذهب اتفاقية منع جريمة الإبادة الجماعية إلى أبعد من ذلك حيث تنص صراحة في (المادة 3) "على جعل التحريض العلني على ارتكاب الإبادة الجماعية من الأفعال التي يعاقب عليها القانون"⁴، كما تحظر (المادة 2) "أي فعل مرتكب قصد التدمير الكلي أو الجزئي لجماعة قومية أو إثنية أو عنصرية أو دينية".⁵

5-2- معايير ومشروعية تجريم خطاب الكراهية: (في ضوء الحق في التعبير عن الرأي)

¹ وليد حسني زهرة، إنني أكرهك: خطاب الكراهية والطائفية في إعلام الربيع العربي، (الأردن: مركز حماية وحرية الصحفيين، 2014)، ص 75.

² سليمان قوراري وسعاد رحلي، مرجع سابق، ص 91.

³ كريمة مزور، "خطاب الكراهية من خلال وسائل الاعلام وأثره على مسألة حماية المؤسسات الإعلامية زمن النزاعات المسلحة"، مجلة مقاربات، المجلد 4، العدد 3 (مارس 2016)، ص 393.

⁴ عاطف عبد الله عبد ربه، مرجع سابق، ص 283.

⁵ رضوان بوجمعة، مرجع سابق، ص 20.

لطالما ثار الجدل حول مشروعية تجريم خطاب الكراهية والتمييز ليشكل إطاراً أو نطاقاً للحظر القانوني، وتم طرح عدة استقهامات وإشكالات عن مفهومه ومدى تعارض هذا المفهوم الواسع لخطاب الكراهية مع حرية التعبير المكفولة بالمواثيق الدولية¹، فالنقاش بشأن تحديد ما يشكل خطاب الكراهية يطرح معضلة متكررة إزاء الحق في التعبير وحدوده، وهو ما دفع لسن أسس مشروعية للحد من هذه الحرية عندما يكون دافعها أو هدفها التحريض العنصري أو الديني أو ... الخ.²

إن خطاب الكراهية الذي يعد نوعاً من أفعال الكلام، قد يكون في حالات كثيرة تهديداً أو تحريضاً على العنف أو مقروناً بقوة الفعل الغير المشروع، ومنه يؤخذ الحكم على الخطاب وطبيعته من منظور السلوكيات التي ينطوي عليها، ومن ثمّ عواقبها المحتملة³، وخطاب الكراهية بموجب هذا الكلام لا يعد من أشكال حرية التعبير عن الرأي التي يحميها القانون الدولي، وهذا ما يقتضي حظره لحماية حقوق الآخرين وسمعتهم وعدم الاعتداء عليها من ناحية، وحفظ النظام والآداب العامة والصحة العامة من ناحية أخرى، وبالتالي فقد اعتمدت المفوضية السامية لحقوق الإنسان في الأمم المتحدة على خطة عمل الرباط والتي تبنت ستة معايير لوضع الحدود الفاصلة بين خطاب الكراهية وحرية التعبير، وتحديد أشكال التعبير المحظور جنائياً، والتي يتمّ تجريم خطاب الكراهية وفقها وهي كالآتي:⁴

سياق الخطاب: بمعنى وضع فعل الكلام في السياق أو المحيط الاجتماعي والسياسي والثقافي السائد عند صدور الكلام ونشره⁵، إلى جانب ارتباط هذا الخطاب بصراعات قائمة أو أعمال عنف، بالإضافة إلى مراعاة الإطار القانوني ومدى احترامه من قبل الدولة والأفراد والجماعات.⁶

قائل الخطاب: ينبغي دراسة وضع صاحب التعبير والمتكلم، أو حالته في المجتمع وعلى وجه الخصوص مركزه ومدى سلطته ونفوذه وتأثيره في بيئة الجمهور التي يوجه إليها الخطاب (والذي قد يكون

¹ سعد عبد السلام، "خطاب الكراهية كنمط حياة غربية: عولمة القيم عبر مواقع وسائل التواصل"، مرجع سابق، ص 23.

² سلامي اسعيداني، 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، المجلد 2، العدد 3 (سبتمبر 2021)، ص 86.

³ سعد عبد السلام، "خطاب الكراهية كنمط حياة غربية: عولمة القيم عبر مواقع وسائل التواصل"، مرجع سابق، ص 23.

⁴ أركاني هادي عباس البديري، "خطاب الكراهية في نطاق القانون الدولي الجنائي"، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 8، العدد 2 (2019)، ص 492.

⁵ خيرية علي العمري، مرجع سابق، ص 32.

⁶ وافي حاجة، مرجع سابق، ص 73.

قائد سياسي أو اجتماعي أو رجل دين ... الخ)¹، إذ لا يمكن لأي خطاب أن يبلغ مداه في التأثير ما لم يكن قائله ذو منزلة وسلطة مؤثرة في المجتمع.

تحديد المقصود من الخطاب: لا يمكن اعتبار خطاباً ما ضمن دائرة خطاب الكراهية إلا إذا اتجهت نية وإرادة المتحدث إلى الدعوة إلى التمييز أو التحريض على الكراهية والعنف، مع وعيه وإدراكه النتائج التي قد تترتب عن خطابه، وقد بينت خطة عمل الرباط أنه يمكن استخراج المقصود من الخطاب من خلال تبيان موضوع الخطاب، الغرض منه، قائله ... وكذا²، كما تقتض (المادة 20) من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية وجود النية والدعوة والتحريض لا مجرد الانتشار أو التداول، وهي في هذا الصدد تقرض تفعيل العلاقة المثلثة بين غرض الخطاب، وموضوعه، بالإضافة إلى الجمهور.³

مضمون الخطاب: يعتبر مضمون الخطاب ومحتواه النقطة الفاصلة بين خطاب الكراهية وحرية التعبير، إذ يمكن بناءً عليها تجريم وإدانة قائل الخطاب، بحيث يتم التركيز على المواضيع التي جاء بها الخطاب، وطريقة توظيف الكلمات المستخدمة في توصيف المعنى المراد تبليغه، إلى جانب الفئة الموجه إليها هذا الخطاب سواء تم ذكرها مباشرة أو الإشارة إليها بصورة غير مباشرة.⁴

مدى الخطاب: يتضمن ذلك عناصر مثل تأثير الخطاب، وطبيعته العامة، وكبر جمهوره وحجمه، ومن العناصر الأخرى: ما إذا كان الخطاب علنياً، وماهية وسائل النشر، وما كانت درجة تواتر الاتصالات وحجمها ومداه، وهل كان لدى الجمهور أي وسيلة للتصدي للتحريض، وما إذا كان البيان أو العمل الفني قد عمم في بيئة محصورة أم مفتوحة على نطاق واسع لعامة الناس.⁵

نتائج الخطاب: ويقصد بذلك التأكد من مدى احتمالية حدوث نتائج مباشرة مبنية على خطاب الكراهية، لتجعل منه خطاباً محظوراً، كالنجاح في التحريض على أعمال إجرامية ضد الجماعات المستهدفة مع الإقرار أن تلك الصلة السببية يجب أن تكون مباشرة⁶، وكلما كان هدف الخطاب إثارة الفتن أو استخدام العنف، أو

¹ أركاني هادي عباس البديري، مرجع سابق، ص 493.

² وافي حاجة، مرجع سابق، ص 73.

³ خيرة علي العمري، مرجع سابق، ص 32.

⁴ وافي حاجة، مرجع سابق، ص 74.

⁵ خيرة علي العمري، مرجع سابق، ص 32.

⁶ أركاني هادي عباس البديري، مرجع سابق، ص 494.

حتى المساهمة في فك روابط التعايش بين الأفراد والجماعات كلما ابتعد عن الحرية ودخل في نطاق خطاب التمييز والكراهية.¹

إن هذه المعايير قد تكون عرضة لإساءة الاستخدام بما يجعلها تقوض حرية التعبير، بينما تستغله دول وأطراف أخرى كأداة قانونية قد تدمج مع عقيدة رقابية لتمرير قوانين تحد من الحريات العامة وتقوض شرعية قوانين مكافحة التمييز والكراهية سواء على مستوى القبول الشعبي أو فيما يتعلق بأخلاقيات تنفيذها.²

6- الضوابط التشريعية والقانونية لخطاب التمييز والكراهية في الجزائر:

تتميز الجزائر بالتنوع الثقافي والعرقي واللغوي، الأمر الذي جعل الدولة تحافظ على هذا التنوع من خلال سن قوانين وتنظيمات للمحافظة على الوحدة الوطنية، وتسهر المنظومة التشريعية الجزائرية على تطوير القوانين من أجل محاربة التمييز العنصري وخطاب الكراهية بداية من الانضمام إلى الاتفاقيات الدولية ونهاية باستصدار قانون الوقاية من التمييز وخطاب الكراهية 05/20.³

وقد شمل هذا القانون نصوصا توفر الحماية لضحايا التمييز وخطاب الكراهية من (المادة 16) إلى (المادة 19) من هذا القانون، كما حدد المشرع الجزائري العقوبات المقررة لذلك، من (المادة 30) إلى غاية (المادة 42)، وباستقراء النصوص الواردة في هذا القانون في كل من الفصل الثالث والخامس منه، تم التوصل إلى مجموعة من النتائج:

- يعتبر اللجوء إلى القضاء حقا لكل من يدعي أنه ضحية لجرائم التمييز وخطاب الكراهية، إضافة إلى أن المشرع الجزائري يكفل له إمكانية الاستفادة من المساعدة القضائية
- يحق للطرف المتضرر أو الضحية تقديم طلب لاتخاذ تدابير مستعجلة أمام القضاء المستعجل وذلك بقصد توفير الحماية له.

¹ التوجي محمد وعثمانى عبد القادر، "مكافحة التمييز والكراهية في التشريع الجزائري، مجلة آفاق للأبحاث السياسية والقانونية"، المجلد 3، العدد 5 (جوان 2020)، ص 238

² محمود عبد العزيز يوسف أبو المعاطي، وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها في انتشار خطاب الكراهية: رؤية إسلامية، (مؤسسة اعرف دينك للعلوم الشرعية، 2021)، ص 8.

³ سليمان قوراري وسعاد رحلي، مرجع سابق، ص ص 97، 98.

- تختلف العقوبات المقررة لمرتكبي جرائم التمييز وخطاب الكراهية بالنظر إلى مضمون الخطاب، الجهة التي أصدرت الخطاب، صفة الضحية، والوسائل المستخدمة في نشر الخطاب والتي تحمل أي شكل من أشكال التعبير التي تؤدي إلى جرائم التمييز وخطاب الكراهية.¹

ونصت المادة بموجب هذا القانون في (المادة 9) على إنشاء المرصد الوطني للوقاية من التمييز وخطاب الكراهية، ويعتبر المرصد هيئة وطنية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي والإداري، تسجل ميزانيته في الميزانية العامة للدولة على أن يتم تحديد كفاءات تنظيمه وسيره عن طريق التنظيم.²

وقد بينت (المادة 10) من ذات القانون مهام وصلاحيات المرصد والمتمثلة أساسا في رصد أشكال ومظاهر التمييز وخطاب الكراهية وتحليلها وتحديد أسبابها واقتراح التدابير والإجراءات اللازمة للوقاية منها، ووفقا (للمادة 14) فإن المرصد يرفع تقريرا سنويا إلى رئيس الجمهورية يتضمن تقييم تنفيذ الإستراتيجية الوطنية للوقاية من التمييز والكراهية واقتراحاته وتوصياته لتعزيز وترقية الآليات الوطنية للوقاية، ويتولى مهمة نشر وإطلاع الرأي العام على محتواها في إطار التعاون الدولي على تبادل المعلومات مع المؤسسات الأجنبية العاملة في هذا المجال.

ومن خلال ما تقدم يتضح أن المرصد الوطني للوقاية من التمييز وخطاب الكراهية يهدف إلى الرصد المبكر لهذا النوع من الخطاب، بالتنسيق مع السلطات العمومية المختصة ومختلف الفاعلين في هذا المجال وكذا المجتمع المدني وإخطار الجهات المعنية عبر تقديم الآراء والتوصيات والتقارير حول أي مسألة بهذا الشأن.³

¹ فريد صحراوي، "مكافحة خطاب الكراهية في البيئة الرقمية دراسة على ضوء القانون 20-05"، دائرة البحوث والدراسات والقانونية والسياسية، المجلد 6، العدد 1 (جانفي 2022)، ص ص 11-13.

² سليمان قوراري وسعاد رحلي، مرجع سابق، ص 102.

³ العربي بوعامة، خطاب الكراهية داخل منصات التواصل الاجتماعي (الجزائر: دار ألفا للوثائق، 2023)، ص ص 81، 82.

ثالثاً: مواقع التواصل الاجتماعي

ودورها في نشر خطاب التمييز الكراهية.

- 1- ظاهرة التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتحول فضاء الممارسة.
- 2- تمظهرات خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي: رصد لأهم أشكاله وآليات وأساليب نشره.
- 3- مواقع التواصل الاجتماعي كفضاءات لممارسة وانتشار خطاب التمييز والكراهية.
- 4- خطاب التمييز والكراهية وتداعياته عبر مواقع التواصل الاجتماعي في السياق الجزائري.
- 5- مواجهة مد خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي: آليات الوقاية والمواجهة.

ثالثاً: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في نشر خطاب التمييز الكراهية.

1- ظاهرة التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتحول فضاء الممارسة.

إن الكراهية والتمييز ظاهرة بشرية وممارسة سلوكية لها جذورها التاريخية الضاربة في أعماق الصراعات الثقافية والحضارية والدينية، وأنتجها تراكمات المظالم الاجتماعية وتضارب المصالح الفردية والجماعية، وتبعات الصراع من أجل السلطة والنفوذ وانتزاع الاعتراف السوسيوثقافي، إذ يمكن استحضارها في أشكالها البسيطة ضمن جماعات الأفراد أو ضمن العلاقات البين فردية أو المتعدية لمجموعة الأفراد، كما يمكن استحضارها في أشكالها المركبة والمعقدة وتجلياتها على مستويات عدة، وهي تبرز أساساً في أشكال أنساق تواصلية ممنهجة التدبير والتخطيط ومحكمة التنفيذ ومحددة الأهداف والغايات، وقد يتورط في ممارسة الكراهية كيانات أو مؤسسات سياسية واقتصادية بهدف الربح، أو قد تمارس الكراهية كيانات وجماعات اجتماعية لتحقيق مجموعة من الأغراض الاجتماعية، أو تمارسها تشكيلات سياسية بغرض التموقع وتجيش الحشود للمرور على سذاجتها إلى التموقع وتحصيل النفوذ وللوصول إلى السلطة أو البقاء فيها.¹

لقد اتخذت ممارسات الكراهية العديد من التظاهرات والتجليات الهجومية التي تكثف وجودها ضمن البيئات الافتراضية، والتي اتخذت أشكالاً صريحة أو خفية، مقصودة وغير مقصودة، حيث أصبحت الفضاءات الرقمية مجالاً لتفريغ مشاعر العصبية العنيفة، وتصفية حسابات المجتمع الواقعي، وساحة واسعة للصراع والتناحر²، فبعدما كانت الكراهية تمارس عبر الإكراه المادي، كالتجوع، أو التعذيب الجسدي والفيزيولوجي، والاقصاء الاجتماعي، والتهميش الثقافي، أصبحت الكراهية تمارس عبر فضاءات اتصالية رقمية سمحت باستقطاب القوى المهمشة في نطاق الفضاءات المجتمعية والمؤسساتية التقليدية، وحفزها على ذلك الفضاء الاتصالي المفتوح على الظهور والتعبير ونقل الآراء والأفكار³، والتداول المكثف لخطابات الكراهية وإخراجها من أطرها التقليدية و حدودها الضيقة لممارستها إلى عوالمها الواسعة، كما نقلتها من أشكالها البسيطة البين فردية، لتصبح أكثر تعقيداً وأكثر تشابكاً وتهديداً لمختلف البنى المجتمعية

¹ الجمعي حجام، مرجع سابق، ص ص 10-12.

² خيرة العبدى، مرجع سابق، ص 158.

³ الجمعي حجام، مرجع سابق، ص 16.

والمؤسسية، مما فاقم من خطورتها وضاعف من تهديداتها¹، لكونها وجدت حاضنة خصبة متشعبة بنزعة الانغلاق عن الذات، ومختلف مظاهر التعصب والإساءة والتحريض على العنف، والعديد من الصور النمطية التي تؤدي إلى خلق الأذى الفردي النفسي الآني، والتوترات والأضرار الاجتماعية الأوسع على المدى البعيد، من خلال الحشد والاستقطاب والتلاعب والتزييف، وتجسيد بنية لغوية عنصرية، وممارسة أدوار متخفية تروج لمفاهيم من شأنها تقويض الهوية، وبث بذور الفرقة والعداء².

ومما غدى هذا الدور عبر المنصات الاجتماعية المفتوحة هو تلاشي مفهوم الرقابة ببعديها السلطوي والاجتماعي، وارتفاع مستوى الحريات الفردية والجماعية على نحو يوحى بدمقرطة الاتصال، وحالات التماهي الفردي والجماعي مع استحضر الذات والتعبير عنها كشكل وجودي جديد، يعوض عن التغييب القسري للوجود وللذات الثقافية والفكرية، خلال سيادة الفضاءات الاتصالية التقليدية، التي هيمنت عليها الدولة وهيكلها المؤسسية، وأخضعها لترساناتها القانونية.

وهو ما حفز الأفراد والجماعات لرفع مفعول الكبت والافصاح دون رقابة ولا تفكير عقلاني في الكثير من الأحيان، عن أفكارهم وآرائهم وتصوراتهم ومعتقداتهم، لكن هذا الانفجار في الحريات والعشوائية التعبيرية نتج عنه سوق اتصالية فوضوية وضجيج كلامي يغرق العقل والحكمة في ركاب التعصب والدوغمائية ويخنق الأصوات الثقافية الداعية والداعمة لقيم العيش المشترك والأنسنة³.

إن خطاب التمييز والكراهية في الفضاءات الحديثة أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو شكل من أشكال الخطاب التقليدي الذي يستمد خصائصه بشكل كلي من استخدام التكنولوجيا والوسائط الحديثة، فثمة علاقة تفاعلية بين ما يحدث في الفضاء الإلكتروني والواقع المجتمعي، وبقدر ما أثر الفضاء الإلكتروني في هذا الواقع، بقدر ما اكتسب منه مفردات الصراع والكراهية والعنصرية، فالواقع انطوى على عدد من المحفزات المعززة للكراهية الإلكترونية، وتمكنها من جذب الكثيرين في مجتمعات تشهد حالة من عدم التسامح، والشعور بالحرمان النسبي⁴.

¹ المرجع نفسه، ص 14.

² خيرة العبدى، مرجع سابق، ص ص 158، 159.

³ الجمعي حجام، مرجع سابق، ص 13.

⁴ محمد بسيوني، "غسيل المعلومات" ... محاولة لتفسير الكراهية الإلكترونية عربياً، من موقع مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة متاح عبر الرابط: <https://futureuae.com/ar/Mainpage/Item/2312>، (31 ديسمبر 2024، 11:14)

2- تمظهرات خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي: رصد لأهم أشكاله وآليات وأساليب نشره.

إن التدفق المستمر للتبادل المعلوماتي الفوري وغير المنقح، أتاح إمكانية استغلال وتحويل هذه المعلومات إلى سلاح لتحريض الأفراد أو تضليلهم أو التأثير عليهم، إما عن قصد أو دون قصد، كما زاد التطور التقني من صعوبة التواصل في عالم أصبح فيه كل فرد يرى كل شيء ويعلم بكل شيء حيث الاختلافات اللسانية والفلسفية والسياسية والثقافية والدينية، وهذا ما عزز التمييز والعنصرية الافتراضية وجعل التواصل مع المختلفين أمرا عسيراً، حيث يصعب إقامة علاقات مع أفراد لا يتشاركون نفس الاهتمامات والتوجهات والانتماءات.¹

وتشهد اليوم البيئة الافتراضية ومواقع التشبيك الاجتماعي موجة مقلقة من خطاب الكراهية وآليات إنتاجها المادية والرمزية؛ كونها أصبحت جزءاً من التواصل الافتراضي اليومي الذي ينتعش حضوره بالمشاركة والتداول الواسع للمنشورات والتعليقات، والعديد من الصور المتضمنة لهذا الخطاب العدواني، مما ساهم بشكل كبير في تسويق الكراهية والسعي إلى تبريرها، وتعزيز حضورها ضمن فضاءات التواصل الافتراضي²، ومن بين هذه التظاهرات التي نراها بشكل واضح على مواقع التواصل الاجتماعي تلك الممارسات العنصرية والعدوانية التي يتم تداولها من أجل خلق نعرات فكرية تحث على الفتنة الطائفية والعنصرية³، وتختلف أشكال خطاب الكراهية في مواقع التواصل الاجتماعي حسب الجهة التي تبث هذا الخطاب، فقد تكون دولاً أو أحزاباً سياسية أو دينية أو طائفية، أو جماعات منظمة، أو مجرد أفراد، ومن أشكالها:

الخطاب العنصري: يأتي الخطاب العنصري نتيجة منظومة تفكير ترتكز على نظرية التفوق العرقي والالتزام بمقتضياتها، غير أن العنصرية التي نلاحظها في الوسائط الرقمية حالياً هي عنصرية فوقية جديدة

¹ أمينة بصافة، "العصبية الافتراضية في شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة اثنوغرافية نقدية على عينة من مستخدمي الفيسبوك" (أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2017-2018)، ص 69.

² خيرة العبدى، مرجع سابق، ص ص 151-153.

³ خديجة بريك وآية حيدوسي، مرجع سابق، ص 238.

ترتكز على الهوية الثقافية بدلا من الاختلاف البيولوجي والعنقي، كما تقوم على التباين الثقافي على حق الاختلاف مع الثقافات الأخرى والانفصال عنها.¹

الخطاب القومي: لقد ساهم المجتمع الرقمي في خلق حدود متخيلة لجماعة متخيلة من خلال بروز قاعدة فكرية مشتركة للجماعة، وتمكينها من القيام بذاتها دون اعتبار للحدود التقليدية، حيث تمكنت المنصات التواصلية من خلق دولة افتراضية أو منح دولة لمن لا دولة لهم، خصوصا أولئك الذين حرموا منها ضمن البنى السياسية العادية، وسمحت لهم بإبراز هويتهم ضمن بيئة عصبوية لا يمكن تجاهلها، لا سيما أن هذه الجماعات تعمل على مهاجمة أي توجهات أو قرارات للحكومات، وتنتشر العداوة والكراهية ضد الآخرين المخالفين.²

الخطاب الديني/ الطائفي/ المذهبي: تعد الكراهية الدينية محركا ذو طاقات جبارة، لأنها تخاطب العقل اللاواعي الذي يتحرك بأفعال وسلوكيات واقعية يكون تأثيرها بالغ الخطورة، فقد شهدت المواقع الاتصالية معارك افتراضية عنيفة تضج بخطاب العصبية والتحريض الديني والكراهية، وغالبا ما نلاحظ هذا الخطاب عند معظم الأحداث سياسية الطابع والتي سرعان ما تتحول إلى خطاب ديني، طائفي، مذهبي، متطرف محمل بالذم والشتم والتحريض، والدعوة إلى القتل والعنف، في مشهد قبلي لا يشبه الوسيلة الحضرية التي يعتمدونها المستخدمون في عصر رقمي راهن.³

الخطاب التكفيري: إن الخطاب التكفيري الذي نتابعه عبر الوسائل الاجتماعية لا يأتي من فراغ، بل مبني على أساس ممنهج وبرتكز على عوامل سياسية ومذهبية ونفسية وثقافية وعولمية، وغالبا ما تستخدمه الجماعات المتطرفة بشكل كبير ويتفاعل معه أبناء الجيل الرقمي بشكل خطير، وقد برز عبر الوسائط الجديدة مع انطلاق ما سمي "بالربيع العربي"، ووصل إلى حده الأعلى بعد ظهور تنظيم الدولة الإسلامية -داعش-.⁴

الخطاب السياسي: لا طالما شكل الخطاب السياسي مادة دسمة للنقاش عبر التاريخ، إلا أن النقاشات المتداولة عبر الوسائط الرقمية مبنية على الأيديولوجيات وليس على قوة الحجة والحوارات العقلانية، ويتجلى

¹ نديم منصور، مرجع سابق، ص 48، 49.

² المرجع نفسه، ص 56.

³ المرجع نفسه، ص 67 - 71.

⁴ نديم منصور، مرجع سابق، ص 60، 61.

ذلك في استثمار هذه الوسائل واستغلالها من قبل الأشخاص والجماعات والأحزاب والحكومات، في نشر خطاب الكراهية وصناعة الرأي العام وتوجيهه بما يخدم أجندتها الخاصة والترويج لأفكارها عبر نشر الإشاعات والأكاذيب المضللة بما يهدد المجتمع وأمنه واستقراره.¹

إن المجموعات المروجة لخطاب الكراهية والتمييز عبر مواقع التواصل الاجتماعي تتغذى على التسهيل الشبكي اللامتناهي، في ظل ضعف الرقابة، وغياب الحضور الجسدي المباشر، والهوية المجهولة للأفراد؛ ضمن بيئة خصبة ازدادت من خلالها حدة الاستقطاب، التي تقود الأفراد إلى إفراز السلوكيات الهجينة والصراعات الحادة والتحريض على العنف بجميع أشكاله، ولو على حساب الاعتبارات الإنسانية²، وتعتمد في ذلك على مجموعة من الأساليب:

ممارسة الدعاية والتضليل:

وهي ممارسة قديمة مرت بمراحل تاريخية متعددة وتطورت أشكالها بظهور الاتصال الجماهيري وتطور التكنولوجيات الجديدة للاتصال، ومع عصر الرقمنة وشبكات التواصل الاجتماعي، تطورت التقنيات، وبرزت معها أشكالاً جديدة من الدعاية والتضليل، كالأخبار الكاذبة والمفبركة والمزيفة، والتي شكلت مجالا للتحليل و النقد، كما يتهم بعض الباحثين والدارسين ظاهرة استخدامات الوسائط الجديدة وشبكات التواصل الاجتماعي بأنها أصبحت تشكل تهديدا للديموقراطية، ويؤكدون على العلاقة بين انتشار ونشر الدعاية والتضليل وبث الأكاذيب مع إرادة نشر الحقد والكراهية في المجتمع، والأمثلة على ذلك دولياً ومحلياً كثيرة³.

إنتاج مشاعر العنصرية والتطرف:

حيث تعمل الشبكات الاجتماعية في إيقاظ أو إنتاج مشاعر العنصرية، والقبلية، والجهوية، والتطرف الديني والسياسي، لدى فئات واسعة من الجماهير، وهو وضع يعرف تعقيدا أكبر، خاصة مع الأزمات السياسية الناجمة عن الأحادية الفكرية الراضة للتنوع الاجتماعي والثقافي والديني واللغوي الذي تعرفه مختلف المجتمعات.

تضخيم الاختلافات واختلاق الخلافات:

¹ المرجع نفسه، ص ص 71 - 74.

² خيرة العبدى، مرجع سابق، ص 151.

³ رضوان بوجمعة، مرجع سابق، ص ص 14، 15.

حيث تعتمد مواقع التواصل الاجتماعي على اختلاق الخلافات بين مختلف الفاعلين في المجتمع، كما تعمل على تضخيمها بما يمكن من كسر أي توافق في المجتمع، وقد اهتم الباحثون كثيراً بهذه الإشكالية من منطلق ربط مثل هذه الممارسات بالمؤامرات وسياسات النخب العسكرية والسياسية والأمنية، والشبكات المالية والاقتصادية، والتي غالباً ما يكون الهدف من ورائها تبرير الإقصاء، وتغذية التعصب الفكري واللغوي والنظرة الاستعلائية، التي قد تتحول إلى ثقافة تعبير للعديد من الفئات الاجتماعية بمختلف ميولاتها وتوجهاتها، وهو واقع لا يمكن حصره في اللفظ فقط، ولكن في باقي تصنيفات الكراهية التي قد لا تجد لها قوانين ردعية.¹

تزييف وتشويه الحقائق: وفيه يتم قلب الحقائق بطريقة سلبية لقصة أو حدث ما ودعمها بالمعلومات المزيفة، والصور، ومقاطع الفيديو، والصوت، من أجل تأليب فرد أو مجموعة ضد فرد أو مجموعة أخرى وغرس ثقافة الكراهية والعداء ضد الغير²، فمستخدمي هذه المواقع وبسبب طبيعتها المرنة يجدون أنفسهم محاصرين داخل فقاعة من المعلومات المشوهة والرسائل التحريضية ضمنية كانت أو مباشرة، والتي تعزز الآراء والأحكام المسبقة بل ويمتد تأثيرها إلى الممارسة الفعلية على أرض الواقع.³

3- مواقع التواصل الاجتماعي كفضاءات لممارسة وانتشار خطاب التمييز والكراهية:

لقد أتاحَت شبكة الأنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي مساحة حرية واسعة جداً لم تكن متاحة من قبل، وأصبح لكل شخص يملك وسيلة اتصال مطلق الحرية في التعبير عن آرائه ومواقفه دونما رقابة، وهو ما أدى كنتاج لهذا إلى إشاعة خطاب الكراهية والتحريض على الآخر⁴، لأسباب عرقية أو دينية أو سياسية أو طائفية أو غيرها، وأصحاب هذه المشاعر الذين كانوا يعبرون عنها على استحياء في غرف مغلقة،

¹ رضوان بوجمعة، مرجع سابق، ص 15، 16.

² مصطفى ياسين طه، مرجع سابق، ص 286.

³ مهدي حسناوي وعادل جربوعة، دور تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في الحد من خطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي، ورقة مقدمة إلى المؤتمر الدولي بعنوان: خطاب الكراهية وسؤال التسامح في عالم متغير، الممارسات التداعيات وآليات المواجهة، (ورقة، 7 و 8 فيفري 2022)، ص 11.

⁴ وليد حسني زهرة، مرجع سابق، ص 151.

وجدوا في هذه الشبكات فضاء عاما ينشرون من خلاله كراهيتهم ليصل إلى الآلاف وأحيانا الملايين، مما يضاعف أثره ويعظم ضرره¹.

إن الحديث اليوم عن الكراهية في المجال الافتراضي وسياقات تأثيرها على الرأي العام والسيطرة عليه وتوجيهه، يقودنا إلى محاولة استيعاب هذا الخطاب وعواقبه الممكنة؛ إلا أن التركيز بشكل كبير على البحث عن حلول لهذه المشكلة، وكيفية ترسيخها في المعايير الدولية وحقوق الإنسان، أدى بالمقابل إلى الإغفال والتقليل من المحاولات العميقة التي تصبو إلى فهم الأسباب الكامنة وراء بروز هذه الظاهرة، والديناميكيات التي تظهر عبرها بعض أشكال المحتويات وتنتشر، وتؤدي للتمييز الفعلي أو العدوانية أو العنف، فخطاب الكراهية رغم كونه يعتبر هجوميا، ويشكل مستوى متدني من التعبير عن الانشقاق؛ يمكن أن يمثل نافذة تعكس التوترات القائمة، وتطل على التباينات العميقة الجذور التي نحتاج إلى فهمها والتعامل معها؛ بما يتجاوز مسائل تنحصر في اعتباره مجرد خطاب عابر².

ولا بد في هذا الصدد من استعراض جملة من العوامل والأسباب التي تقف وراء تقشي وانتشار التمييز وخطاب الكراهية بين الأفراد والجماعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وجعلت منها بيئة حاضنة لهذا الخطاب ومن أبرزها:

- تراجع استخدام وسائل الاتصال التقليدية مقابل سرعة الانتشار وزيادة التداول التي توفرها منصات التواصل الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام الأخرى، إلى جانب طبيعة مستخدمي هذه الشبكات باعتبارهم نشيطين ومشاركين في كل مراحل الاتصال الجماعي من خلال المساهمة الفعالة في نشر المعلومات والأخبار وتبادلها³.

- التكرار والمشاركة، فالمحتوى على مواقع التواصل الاجتماعي يمكن مشاركته في نفس الموقع أو من موقع لآخر من قبل عدد لا نهائي من المستخدمين، وهو ما يجعل خطاب الكراهية الإلكتروني شديد الخطورة والضرر على الأفراد والمجتمعات⁴.

¹ ناصر الرحامنة، مرجع سابق، ص 12.

² خيرة العبدى، مرجع سابق، ص 155.

³ أحمد أمين فورار، مرجع سابق، ص ص 769، 770.

⁴ منية إسحاق إبراهيم محمد وسارة أحمد يس، "خطاب الكراهية الاجتماعي عبر الأنترنت وتأثيره على العنف ضد المرأة في المجتمع المصري"، ورقة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الدولي السادس لإعلام CIC بعنوان: التحديات والقضايا الإعلامية في العصر الرقمي، (مصر، 14 و 15 ديسمبر 2022)، ص ص 1253، 1254.

-بقاء محتوى خطاب الكراهية على الأنترنت أو مواقع التواصل لمدة طويلة في أشكال مختلفة عبر العديد من المنصات التي يمكن أن يتكرر الترابط بينها، فكلما طال بقاء محتوى من المحتويات على الأنترنت، كلما زادت خطورة الضرر الذي يمكن أن يمس الضحايا وزاد من تقوية مرتكبيه.

-مجهولية المصدر تشكل تحديا للتعامل مع التحريض على مختلف أشكال الكراهية والعنصرية والعنف على مواقع التواصل الاجتماعي، باستخدام عدد لا نهائي من الحسابات المزيفة والوهمية¹، فغياب الرقابة والقيود، وعدم الكشف عن الهوية، جعل مرتكبي خطاب الكراهية أكثر راحة في التعبير عن المشاعر السلبية، لأن هوياتهم المجهولة تبعد مخاوفهم من الاضطرار إلى التعامل مع أي عواقب لأفعالهم.²

-تجاوز الحدود الجغرافية، وهو من أكبر مميزات مواقع التواصل الاجتماعي التي تزيد من صعوبة وتعقد مهمة تتبع المحتوى الدال على الكراهية عبرها وملاحقته قضائياً³، فرغم وجود معاهدات المساعدة القانونية المتبادلة الموقعة بين العديد من البلدان، إلا أن تفعيلها يتسم بالبطء ونقص الفعالية.⁴

-استغلال الجماعات المتطرفة سياسياً أو دينياً لتطبيقات هذه الشبكات لبث أفكارهم وحشد التأييد لمواقفهم، وسهولة الوصول إلى الجمهور المستهدف أو فئات معينة منه، كالسياسيين والمجموعات العرقية والدينية وفئات شبابية، لا سيما مع إمكانية التخفي وراء أسماء مستعارة والهروب من المسائلة القانونية.⁵

إن أخطر ما يمكن أن يحدث في هذا السياق هو أن يصل هذا الخطاب على هذه المواقع إلى كتلة حرجة في كثافته العددية وحدته العاطفية وتوزيعه الجغرافي يفيض معها هذا الخطاب من العالم الافتراضي إلى الواقع ليتحول إلى جرائم كراهية وعنف حقيقية، يمكن أن يكون لها تأثير مدمر في الواقع قبل أن يتم تصحيحها أو احتواؤها.⁶

¹ إغنيو كاكاياردون وآخرون، مكافحة خطاب الكراهية على الأنترنت، (باريس: منشورات اليونيسكو، 2015)، ص ص 13، 14.

² خيرة العبدى، مرجع سابق، ص 153.

³ منية إسحاق إبراهيم محمد وسارة أحمد يسن، مرجع سابق، ص 1254.

⁴ إغنيو كاكاياردون وآخرون، مرجع سابق، ص 14.

⁵ محمد أحمد فياض، "تحو تطوير آليات الخطاب الإعلامي الآمن المضاد للكراهية"، مجلة شؤون اجتماعية، المجلد 36، العدد 143 (2019)، ص 177.

⁶ ناصر الرحامنة، مرجع سابق، ص 12.

4- خطاب التمييز والكراهية وتداعياته عبر مواقع التواصل الاجتماعي في السياق الجزائري:

تتباين السياقات السوسولوجية والثقافية والتاريخية والاقتصادية لظهور خطابات التمييز والكراهية وتحولاتها، وتعدد أساليب وأشكال ممارستها، أو من حيث الوسائل والوسائط الاتصالية المستخدمة في نقلها وتداولها، فضلا عن تفكيك بناها الفكرية والنفسية، وصعوبة استقراء أبعادها وتفسير تأثيراتها الفردية والمجتمعية.¹

ومن الصعوبة بمكان التحقيب لأركيولوجيا الكراهية في السياق الجزائري، غير أن جذورها وبذورها السامة، زرعها التاريخ الاستعماري الطويل، وغداها بشكل رهيب ومزمن الاستعمار الفرنسي، فالمظالم الاجتماعية والثقافية المدمرة، والسياسات العنصرية المركزة والممنهجة والقائمة على التمييز والتفريق بشعارات فرق تسد، خلفت تشوهات ثقافية في بنية التفكير الفردية والجماعية والذهنية للعقل الجزائري في جميع أبعاده، هذه التشوهات ستؤدي حتما إلى ظهور وتشكل كيانات اجتماعية وسياسية بمنطلقات جهوية ومناطقية، وبخلفيات عرقية وهوياتية تنمو وتتغذى من الفكر العنصري والتمييزي والاستعلائي، كوقود للكراهية لكبح وإضعاف أي مشروع مجتمعي، يفضي إلى تحقيق أي توافق سياسي يهدف إلى بناء دولة الحق والقانون ومأسسة الدولة وترشيد نهجها في البناء والتحديث.

وقد انتقلت هذه الذهنية وممارسات الكراهية إلى الفضاء الاتصالي الجديد وعبر مختلف وسائط التواصل الاجتماعي لتقفز على المعايير القيمية والأخلاقية، وتتجاوز إكراهات الزمان والمكان، والثقافة الاجتماعية، والضوابط التقليدية في الممارسة الاتصالية، وتتفاقم هذه الظاهرة المرضية وتزداد خطورة، بفعل قدرتها على استقطاب الرأي العام والتأثير فيه وتوجيه اهتماماته، لا سيما في أوقات الأزمات والاضطرابات السياسية.²

حيث لعبت الظروف التي مرت بها الجزائر في السنوات الأخيرة منذ أحداث غرداية سنة 2013 إلى غاية انطلاق الحراك الشعبي سنة 2019، ثم بداية الجائحة العالمية لفيروس كورونا والمشكلات الاقتصادية التي والتها، مروراً بالعديد من الحوادث ربما كان أكثرها تأثيراً قضية مقتل جمال بن إسماعيل في منطقة

¹ الجمعي حجام، مرجع سابق، ص 10.

² المرجع نفسه، ص ص 13، 14.

القبائل أثناء حرائق صيف 2021، والتي أسهمت بشكل أو بآخر في خلق خطاب متحيز وموجة من التمييز والكراهية عبر المنصات الاجتماعية¹.

وبرزت معها الأصوات التي تتبنى خطاب التمييز والكراهية، محاولة الاستفادة من هذه الأحداث خدمة لأجندة سياسية وإيديولوجية ضيقة تستثمر في نقص الوعي الاجتماعي والأوضاع الاجتماعية والاقتصادية الهشة لجانب مهم من الجزائريين، هذا الخطاب الذي يؤدي إلى التفرقة على أساس الموقف السياسي أو اللغة أو الثقافة أو الانتماء الجغرافي دفع إلى استشعار خطر انتشار خطاب الكراهية وآثاره وقدرته على تهديد النسيج الاجتماعي².

كما تنمو وتزدهر هذه الممارسات المستندة للقبلية والعروشية والانتماءات الحزبية الضيقة خلال الحملات الانتخابية، فتُظهر التشكيلات السياسية سواء كأفراد أو جماعات استثمارها في كل أشكال الإثارة المسيسة، لتحريك الكتل الناعبة الصامتة أو خلاياها الفكرية النائمة في تخوم وهوامش المجتمع، حيث يقوم الخطاب السياسي باستحضار مفاهيم مشحونة ظاهرها تنويري تنموي، على شاكلة: يجب وضع حد للتمهيش، منطقتنا محقورة ... مهمشة ... ورجالاتها مقصيين... إلخ، ويمارس هذا الخطاب نوع من الغلبة والسطوة الثقافية على الأفراد والجماعات، ويحرك فيهم دوافع انفعالية ضيقة الأفق³.

كما أن دور وسائل الإعلام التقليدية وطريقة تعاملها مع الأحداث أدى إلى إقصاء فئات وشرائح واسعة من المجتمع، وحرمانها من التعبير عن ذاتها، وأدى هذا الإقصاء إلى تنامي الشعور بالتمهيش والدونية، لمن يتعرض لمضامين ومحتويات لا يرى فيها صورته ولا تجسد تمثلاته وتصوراتهِ للواقع، بل ويعتبر مجرد وعاء يتم إفراغ فيه كم هائل من الرسائل السياسية والثقافية التي تتركه خاضعا، ممتثلا للرسائل والأوامر والنواهي التي تطبع بها الخطابات الاتصالية والمحتويات الإعلامية المختلفة، وهو ما ولّد بالمقابل عنفا رمزيا مضادا من الجماهير، التي انتقلت إلى التهكم والتهجم وممارسة العداء وصب جم غضبها وشحناتها الانفعالية، عبر مختلف الفضاءات التعبيرية المتاحة لها سيما مواقع التواصل الاجتماعي⁴.

¹ بلال موزاي، مرجع سابق، ص 86.

² أحمد أمين فورار، "الاتجاه للرقابة على محتوى شبكات التواصل الاجتماعي بين مقتضيات الحفاظ على الأمن القومي والالتزام بضمان الحق في التعبير: مواجهة خطاب الكراهية في الجزائر أنموذجا"، ص 773.

³ الجمعي حجام، مرجع سابق، ص 13.

⁴ الجمعي حجام، مرجع سابق، ص 15.

وخارج المجال السياسي تمارس الكراهية في الأوقات العادية وحتى في الفضاءات الثقافية والعلمية والاجتماعية، كتشكيل كتلات بتحالفات ظرفية تنتهي بنهاية المصلحة بسبب تضارب المصالح وطغيان الأنانية والانتهازية، للحفاظ على المناصب والمكاسب، فيتم افتعال صراعات فارغة ولأسباب واهية، لاستبعاد الكفاءة واستقطاب الجميع للانضمام لفلان الولاءات الانتفاعية لإسكات الأصوات المقاومة¹، ويصبح الأمر مقلقا أكثر عندما يتبنى هذا الخطاب بعض النخب المثقفة والتنظيمات سواء على مستوى وسائل التواصل أو منابر إعلامية أخرى، على اعتبار أن تأثير الخطاب غالبا ما يرتبط بمصدره²، ومع مرور الوقت تتحول هذه الممارسات لتشكل توجها ونزعة عامة، بينما تبقى فئة قليلة تقاوم عدم الانجراف وتمانع الانصهار ضمن موجات هذه التيارات الجارفة.

والخطر في الأمر أن الكراهية انتقلت من ممارستها العمودية عبر وسائل الاعلام التقليدية، إلى ممارسة أفقية وعمودية ومتشعبة في ظل شبكات التواصل الاجتماعي، وهذه الكراهية الرقمية ستغذي تراكم هوة الثقة بين المواطن ومؤسسات الدولة من جهة، كما ستراكم تغذية الصراعات والنزاعات بمنطلقات جهوية وعرقية وعنصرية من جهة أخرى، وبالتالي تحمل تهديدات صريحة وخطيرة للنسيج الاجتماعي وتغذي الهشاشة المؤسسية القائمة³.

ولم تضع الجزائر المستقلة ضمن أولوياتها (قبل إصدار القانون 05-20 المتعلق بالوقاية من التمييز وخطاب الكراهية)، التصدي واجتثاث هذه الأوبئة الثقافية، التي ظلت كقنابل موقوتة وظلت كرواسب ثقافية تكبح أي انطلاقة لتجسيد مشروع المجتمع وبناء الدولة الوطنية المنشودة، خارج قفص ألغام الاحتلال التقليدي وخارج أطر الصراع السياسي، التي ترهن القوى الوطنية، وتقضيها وتستبعدا إلى خارج دوائر الصراع، مما أفرغ الصراع من الأنساق الثقافية والفكرية التي تطعمه وتغذي الاتجاهات العقلانية فيه، فيسمح بالانتقال من حالات الجمود والانحباس للعقل الفردي والجماعي لتحرير ثوري للوعي الفردي والجماعي⁴.

وبالرغم من استجابة المؤسسة القضائية للأصوات المنادية بضرورة وضع حد لخطاب التمييز والكراهية في الجزائر من خلال إصدار القانون 05-20 المتعلق بالوقاية من التمييز وخطاب الكراهية والذي أسس بدوره لمركز وطني للحماية من هذه الأشكال من الخطابات، والتي ذكرنا معلوماته التفصيلية في الفصل

¹ المرجع نفسه، ص 13، 14.

² بلال موزاي، مرجع سابق، ص 88.

³ الجمعي حجام، مرجع سابق، ص 16.

⁴ المرجع نفسه، ص 14.

السابق*، غير أنه لا توجد أي إشارة للدور الذي سيقوم به المرصد في ظل البيئة الرقمية، فالمشرع سمح بتوسيع صلاحيات الضبطية القضائية عن طريق السماح لها بمراقبة مرتكبي الجرائم المتعلقة بالتمييز وخطاب الكراهية باستخدام آلية التسرب الإلكتروني، ولكنه أغفل منحه صلاحيات منسجمة مع التحديات الرقمية الحاصلة، وتبقى مسألة فعالية الآلية مرتبطة بنظام العدالة ومدى استقلاليتها لمنع سوء توظيفها وتحقيق الحماية لمن يتكفل بأدائها.¹

5- مواجهة مد خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي: آليات الوقاية والمواجهة.

5-1- أساليب معالجة خطاب التمييز والكراهية ومواجهته:

لطالما كان خطاب الكراهية والتمييز خطابا مدمرا وخطيرا على السلم والأمن الاجتماعي والفكري، وينعكس سلبا على جودة الحياة والعلاقة مع الآخرين كيفما كان مصدر هذا الخطاب أو خلفيته الأيديولوجية أو الدينية أو الفكرية، فهو يحفز المشاعر إلى حالة العداء والخصام الذي يفضي إلى الفتن والمشكلات السياسية والاجتماعية، وتتنوع الأساليب والوسائل لمعالجة خطاب الكراهية ومواجهته على المستوى التربوي والإعلامي والسياسي والفكري والتعليمي، ولعل أهم ما يمكن ذكره في معالجة هذا الخطاب ما يلي:

المعالجة القانونية:

إن الضبط القانوني فعال في محاربة خطاب الكراهية والتمييز وخاصة ذلك الخطاب الذي يحرض على العنف أو التعدي على الآخرين أو التمييز على أساس الجنس أو العرق أو البلد أو الطائفة، سواء كان ذلك متوجه إلى جماعة أو جهة أو أفراد أو كيانات، وما يترتب على ذلك من تحول الخطاب إلى سلوك إجرامي يهدد الأمن الاجتماعي وعامة الناس.²

* انظر الصفحة رقم

¹ بلال موزاي، مرجع سابق، ص 89.

² بدر بن سليمان العامر، مرجع سابق، ص 12.

وتتدرج الجهود الدولية لمجابهة خطاب الكراهية بصفة أكبر ضمن النهج الوقائي ومسؤولية الحماية، حيث تركز الاستراتيجيات على منع الأسباب الجذرية لانتشار هذه الخطابات والذي ينصرف أساساً إلى مسؤولية الدولة بالدرجة الأولى كونها الأقرب إلى مكونات المجتمع بجميع أطيافه.¹

وفي قراءة مركزة لهذه الاستراتيجيات تبين الانقسام الموجود بين المقاربتين الأمريكية والأوروبية لتنظيم خطاب الكراهية، حيث دعت الولايات المتحدة إلى حماية حرية التعبير وتأكيداً على الخطر الواضح والقائم الذي يجب تحديده من أجل حظر أو معاقبة أشكال معينة من الكلام باعتباره السمة المميزة لهذه المقاربة، في المقابل تبنت العديد من الدول الأوروبية، بما في ذلك ألمانيا وفرنسا، نهجاً لا يحظر أشكال الكلام فقط بسبب احتمالية تسببها في الضرر، ولكن أيضاً بسبب محتواها الجوهري، أيضاً طورت مجتمعات أخرى آليات فريدة لتحديد خطاب الكراهية ومكافحته، والتي قد تجمع بشكل مختلف بين القانون العرفي والقانون الرسمي.²

التحصين الفكري للفرد والمجتمع:

لقد أصبح الأمن الفكري هاجساً قومياً ومطلباً وطنياً ورؤية استراتيجية ليس على صعيد الدولة السياسية ووحداتها الأمنية فقط، بل على جميع المؤسسات المجتمعية التربوية والتعليمية منها والإعلامية أو الدينية أو حتى مؤسسات المجتمع المدني، لتحصين المجتمع ضد الأفكار المنحرفة وخطاب الكراهية في عالم مفتوح بفعل تأثيرات الميديا الجديدة.³

ويمكن في ذات السياق استخدام التربية الإعلامية وتوظيفها كآلية من آليات التحصين وتحقيق الأمن الفكري واستراتيجية فعالة على المدى البعيد من أجل محاربة ظاهرة الكراهية والتمييز، إذ يمكن من خلال المهارات التي تتضمنها تكريس التعامل الإيجابي والواعي مع وسائل الإعلام الجديد وخصوصاً مواقع التواصل الاجتماعي، والتعامل الحذر مع التطور التقني المتسارع، فضلاً عن تنمية التفكير الناقد لدى الأفراد والذي يسمح بامتلاك أدوات الاختيار والتحليل والإدراك والتمييز بين المضامين والرسائل المتضمنة فيها،

¹ إبراهيم سويس، "دور منظمة الأمم المتحدة في مواجهة خطاب الكراهية عبر وسائل الإعلام -قراءة من منظور مبدأ مسؤولية الحماية-"، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 4، العدد 1 (جوان 2021)، ص 230.

² محمد أمين بن جيلالي، مرجع سابق، ص 178.

³ محمد أحمد فياض، مرجع سابق، ص 185.

وهو ما يسهم بطبيعة الحال في اكتساب مهارات التواصل والمشاركة واستخدامها للتفاهم مع الآخرين ونشر ثقافة الحوار في المجتمع ونبذ العنف والعنصرية بجميع أشكالها.¹

بناء خطاب آمن مضاد لخطاب التمييز والكراهية:

يُمكن بناء خطاب آمن مضاد لخطاب الكراهية من خلال أخلقة الحياة العامة، وترسيخ أسس الحوار والتواصل الحضاري لكسر حدة الأفكار المتطرفة وتوفير الجو المناسب لنقض وتقنيد الأفكار وتنويع زوايا النظر في مختلف القضايا في ذهن أصحاب العنف والتطرف، فمعالجة الأفكار تسهم في معالجة السلوكيات الخاطئة، وتؤدي إلى نظرة الاعتدال في التصورات والأفكار، وبالتالي تحقيق التفاهم والاحترام المتبادل بما يسمح لنا بالتعايش السلمي على الرغم من اختلافاتنا، من أجل تحقيق المصلحة العامة المستدامة.²

وتساهم الحملات التوعوية والبرامج التعليمية والتكوينية للتحسيس بخطورة التمييز وخطاب الكراهية وآثار استعمال تكنولوجيات الإعلام والاتصال في نشرهما، وضرورة المساهمة في مكافحة كل ما من شأنه تحويل المجتمع إلى بؤر للصراع والأزمات والعنف بكل أنماطه، حيث تعمل هذه البرامج على زرع ثقافة التسامح والاعتدال وقبول الآخر، دعماً للديمقراطية التشاركية، والانسجام والتآزر المجتمعيين.³

تفعيل دور المجتمع المدني:

وذلك من خلال تعزيز جهود منظمات المجتمع المدني الرامية إلى مكافحة خطاب الكراهية بالآليات المناسبة، سواء أكان ذلك عن طريق حملات التوعية، أم الكشف عن هوية المرتكبين، أم إنتاج خطاب مضاد لها، أم إنشاء منصات لمساعدة الضحايا، ووضع إجراءات مبتكرة تهدف إلى مكافحة الكراهية في وسائط الإعلام، بما فيها الإنترنت. وتشمل تلك الإجراءات تحديد اتجاهات الكراهية، وتتبع ورصد المواقع الشبكية ذات الخطاب المحرض على الكراهية، وإخطار المجتمعات المحتمل تأثرها أو استهدافها بشأن أنشطة بث الكراهية، والعمل عن كثب مع مقدمي خدمات الإنترنت والوكالات الحكومية من أجل الإبلاغ عن المحتوى المحرض على الكراهية، وتوفير مواد تثقيفية وبرامج تدريبية على الإنترنت.

¹ دحماني فاطمة ودحماني محمد، "التربية الإعلامية كألية للحد من ظاهرة التمرر الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي"، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد 3، العدد 1 (مارس 2022)، ص ص 123 - 130.

² بدر بن سليمان العامر، مرجع سابق، ص 13.

³ زكرياء حرقاس، "الوقاية من التمييز العنصري وخطاب الكراهية في البيئة المجتمعية للمدينة التفاعلية"، مجلة القانون العام الجزائري والمقارن، المجلد 7، العدد 1 (جوان 2021)، ص ص 329، 330.

تحقيق العدل والمساواة ومحاربة الظلم:

يجسد العدل والمساواة الطريق السليم لتحقيق الاستقرار داخل المجتمعات الإنسانية، ولا تتحقق المساواة إلا من خلال الحفاظ على كرامة الأفراد وحقوقهم دون أي تمييز أو تفرقة دينية أو مذهبية أو فكرية أو غيرها من الأسس، فغياب المساواة يعني ضياع حقوق الأفراد ونشر الظلم الاجتماعي، الذي يُؤثر سلباً على سلوكياتهم وأخلاقهم على أرض الواقع وينعكس عبر منصات التواصل الاجتماعي كنوع من التنفيس عن الغضب والانتقام¹، فمتى ما استطعنا بناء مجتمع سليم يقوم على مبدأ العدالة والمساواة ومحاربة الظلم والتهميش والإقصاء أمكن ذلك من حماية الأفراد من أي أفكار هادمة وممارسات خاطئة².

5-2- سياسة مواقع التواصل الاجتماعي للحد من خطاب التمييز والكراهية:

إن خطورة ظاهرة التمييز والكراهية وسرعة انتشارها واعتمادها على الوسائط التكنولوجية الجديدة وقدرتها على الإقناع يتطلب مواجهتها ضمن استراتيجية دولية شاملة تشترك فيها مختلف الدول ومؤسساتها وعلى رأسها شركات مواقع التواصل الاجتماعي³.

ففي عام 2016، وافقت مجموعة من شركات التكنولوجيا الكبرى على مدونة قواعد السلوك الخاصة بالمفوضية الأوروبية بشأن مكافحة خطاب الكراهية غير القانوني على الأنترنت والتي تطلب من هذه الشركات اعتراض وحذف خطاب الكراهية في غضون يوم واحد من تلقي الإبلاغ، وتمثل هذه المقاربة تحدياً بسبب التباين الكبير من حيث الخدمة والتعريفات التشغيلية لخطاب الكراهية، لكنها تمثل جهداً كبيراً لتعزيز التعاون والترابط بين المقاربات القانونية وغير القانونية في فضاء خطاب الكراهية⁴.

والهدف من هذه المدونة هو التأكد من سرعة تعامل الشركات السابقة مع طلبات إزالة المحتوى، عندما يتلقون طلباً لإزالة محتوى من نظامهم الأساسي على الأنترنت، ويتم تقييم مدى الالتزام بمدونة السلوك من خلال تمرين مراقبة تم إعداده بالتعاون مع شبكة من منظمات المجتمع المدني باستخدام منهجية متفق عليها بشكل عام⁵.

¹ مرو أبو ظريس، مرجع سابق، ص 46.

² محمد أحمد فياض، مرجع سابق، ص ص 184، 185.

³ أحمد أمين فورار، مرجع سابق، ص 779.

⁴ أنتونيلا بيريني وآخرون، مرجع سابق، ص 7.

⁵ خيرية علي العمري، مرجع سابق، ص ص 41، 42.

كما اتجهت شبكات التواصل الاجتماعي مؤخراً في مجابهة خطاب الكراهية والحد من انتشارها على منصاتها، باستخدام آليات التنظيم الذاتي والخوارزميات والذكاء الاصطناعي؛ وتحديد الرموز واللغة ذات الصلة؛ لمعالجة هذا النوع من الخطابات وإدراج بنود حرية التعبير، وسعت إلى إدخال تعديلات على نظام خطاب الكراهية في عملها لمنعه وإزالته، من خلال حذف المنشورات عبر منصاتها التي تنتهك مدونة السلوك، وهذا وقد وفرت الشبكات الاجتماعية خاصية الإبلاغ عن أي محتوى مسيء، والعمل على حذفه في غضون 24 ساعة، وتعطيل الوصول إليه، مما يوضح بالفعل قدرتها على تنظيم والتحكم في المحتوى، وقد وصل الأمر إلى حظر الحسابات عن مشاركة أي محتوى يشتمل على مصطلحات وتعبيرات تصنف كخطاب كراهية، وتأتي هذه الإجراءات لمواجهة التأثيرات السلبية لهذه الخطابات، ومع ذلك يوجه البعض ملاحظات بشأن ذلك، بأن هذه المنصات تحظر المحتوى على أساس المضمون وليس بناء على السياق العام.¹

وقد قدمت شركات مواقع التواصل الاجتماعي تعاريفها الخاصة لخطاب الكراهية والتمييز وكيفية مواجهته لمنع أشكاله عبر منصاتها، وسنقوم باستعراضها كآلاتي:

موقع فيسبوك (Facebook)

يعتبر موقع فيسبوك (Facebook) خطاب الكراهية " هجوما مباشرا على الأشخاص على أساس عرقهم الفعلي أو المتصور، أو السلالة، أو الأصل القومي، أو الديانة أو الجنس أو النوع، أو الهوية الجنسية، أو الإعاقة أو المرض".²

ويقسم الموقع خطاب الكراهية حسب شدته إلى ثلاثة مستويات، حيث يتضمن المستوى الأول وهو الأقل شدة الخطابات التي تتطوي على أشكال العنف المكتوب أو المرئي، أو خطاب ازدراي يشير إلى الدونية أو التحقير، أما المستوى الثاني المتوسط الشدة فهو الذي يشمل محتوى يشير إلى قصور جسماني، أو عقلي أو أخلاقي، أما المستوى الثالث الأكثر شدة فيتضمن الدعوة إلى عزل وإقصاء الأفراد والجماعات.

موقع أكس (x):

¹ خيرة العبدى، مرجع سابق، ص ص 164، 165.

² محمود عبد العزيز يوسف أبو المعاطي، مرجع سابق، ص 9.

كذلك يعرف موقع أكس (X) تويتر سابقا خطاب الكراهية والسلوكيات المعبرة عنه بأنها: "الترويج للعنف ضد الآخرين، أو مهاجمتهم مباشرة، أو تهديدهم على الأساس العرق أو السلالة، أو البلد الأصلي أو التوجه الجنسي أو النوع، أو الانتماء الديني أو السن، أو الإعاقة أو المرض الخطير"، كما يعتبر الموقع كل دعوة لإلحاق ضرر بشخص أو مجموعة، أو إشارة للقتل الجماعي والأحداث العنيفة، والتحريض على المخاوف، والإهانات المتكررة خطاب كراهية.¹

ويتعهد موقع أكس (X) بالتصدي لأي سلوك مسيء يحدث بدافع الكراهية أو التعصب، من خلال مراجعة البلاغات الواردة من المستخدمين عن الحسابات التي تستهدف فردا أو مجموعة من الأفراد سواء من خلال التغريدات أو الرسائل الخاصة، وفي حالة انتهاك السياسات المعمول بها، يُطالب المستخدم بإزالة المحتوى ويفرض عليه وضع القراءة لفترة زمنية معينة قبل أن يتمكن من التغريد مجدداً، كما قد يتخذ الموقع قرار توقيف الحساب بشكل دائم في حال الاستمرار في نشر تهديدات تحض على العنف والسلوكيات الباعثة على الكراهية.²

موقع يوتيوب YouTube:

أكد الموقع على تشجيع الخطاب الحر والدفاع عن حق كل شخص في التعبير إلى أنه لم يسمح بنشر الكلام الذي يحض على الكراهية ويروج للعنف بشكل صريح، وركزت سياسة YouTube في مواجهته على أربع ركائز وهي: إزالة المحتوى المخالف، ورفع المحتوى الموثوق، والحد من انتشار المحتوى الحدودي، ومكافأة المبدعين الموثوقين، وبفضل هذه الاستثمارات، تتم إزالة مقاطع الفيديو التي تنتهك هذه السياسة بشكل أسرع للحد من انتشار المحتوى المتطرف والعنيف عبر الإنترنت.

كما يقوم الموقع بالتعاون بشكل وثيق مع المشرعين والمجتمع المدني في جميع أنحاء العالم، لحظر مقاطع الفيديو التي تزعم أن مجموعة متفوقة على وجه التحديد لتبرير التمييز أو الفصل أو الاستبعاد على أساس صفات مثل العمر أو الجنس أو العرق أو الطبقة الاجتماعية أو الدين أو التوجه الجنسي كما يعمل على إزالة المحتوى الذي ينكر وقوع أحداث عنيفة موثقة جيداً.³

¹ نديم منصور، مرجع سابق، ص 35-37.

² مرو أبو ظريس، مرجع سابق، ص 49، 50.

³ The YouTube Team, Our ongoing work to tackle hate, web site : <https://blog.youtube/news-and-events/our-ongoing-work-to-tackle-hate/?sjid=15604571384850695978-EU>, (Jun.05.2019)

ورغم وضع مواقع التواصل الاجتماعي عددا من القيود على خطابات الكراهية، فإن النهج الذي تتبعه هذه المواقع ما زال غير محدد وغير شامل في الوقت ذاته؛ حيث أنها لا تهتم بالسياق الذي يُنشر فيه المحتوى، ومن ثم فهناك حاجة ماسة إلى إعادة تقويم السياسات الخاصة بمواجهة خطابات الكراهية لدمج السياق مع المحتوى، وبالتالي تضيق نطاقها لحظر الحالات الأكثر ضرراً والمنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة، وحماية حرية التعبير في الوقت ذاته¹، فضلا عن أنّ هذه الأساليب تنطوي كذلك على تعقيدات تتعلق بالكشف الآلي لخطاب الكراهية الذي يؤدي حتماً إلى ارتكاب أخطاء وقد يقود إلى إزالة محتوى لا يحرض على الكراهية، وقد تقود الإزالة المفرطة للمحتوى إلى قمع ممارسة الحقوق وتقويض حرية التعبير.²

¹ رانيا سليمان سعد الدين، "وسائل التواصل الاجتماعي ومواجهة خطاب الكراهية"، مجلة آفاق اجتماعية، العدد 2 (أوت 2021)، ص 3.

² أنتونيلا بيريني وآخرون، مرجع سابق، ص 5.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة.

- 1- عرض وتحليل نتائج محور السمات العامة والاستخدام.
- 2- عرض وتحليل نتائج محور خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأساليب التفاعل معه من طرف المستخدمين.
- 3- عرض وتحليل نتائج محور دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار خطاب التمييز والكراهية.
- 4- عرض وتحليل نتائج محور انعكاسات انتشار خطاب التمييز والكراهية على المستخدمين الجزائريين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- 5- عرض وتحليل نتائج محور مواجهة خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- 6- النتائج العامة للدراسة.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة.

أولاً: عرض وتحليل نتائج الدراسة.

يعتبر عرض البيانات وتحليل النتائج من المراحل الأساسية والجزء الأهم لأي دراسة علمية أو بحثية، بحيث نقوم من خلال هذه المرحلة باستعراض إجابات المبحوثين أو أفراد العينة وفق جداول مبوبة، وتقديم قراءات للبيانات الموضحة في الجداول، وتحليل هذه النتائج وتفسيرها انطلاقاً من الدراسة المعمقة حول الموضوع وفي ضوء الدراسات السابقة والمقاربات النظرية، بالإضافة إلى تحليل البيانات إحصائياً ورصد العلاقات بين مختلف متغيرات الدراسة، لإضفاء مصداقية ودقة أكبر حول هذه النتائج التي نستعرضها وفق ما يلي:

المحور الأول: السمات العامة والاستخدام.

الجدول رقم (04): يوضح جنس أفراد العينة.

| النسبة | | الفئة |
|--------|---------|---------|
| الجنس | التكرار | |
| النسبة | | |
| 46,02 | 191 | ذكر |
| 53,98 | 224 | أنثى |
| 100,00 | 415 | المجموع |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS₂₅.

يقدم الجدول المعروض بيانات حول توزيع المبحوثين في عينة الدراسة حسب متغير الجنس (ذكر وأنثى) وقد شكل عددها إجمالاً 415 مبحوثاً، حيث بلغ عدد الإناث 224 بنسبة 53.98% من العينة الكلية، مقابل 191 فرداً من الذكور أي ما يشكل نسبة 46.02% من العدد الإجمالي للعينة.

ومن خلال هذه النتائج يتضح لنا حضور ووجود توازن نسبي بين كلا الجنسين في عينة الدراسة وبنسب متقاربة، مع تفوق للإناث اللاتي يشكلن النسبة الأعلى، والأهم في دراستنا ليس التمثيل الدقيق والمتناسب للمجتمع البحثي بقدر ما يهمننا الوقوف على آراء واتجاهات مختلف المستجيبين حول هذه الظاهرة وتمظهراتها في البيئة الرقمية وتداعياتها وانعكاساتها المجتمعية، بالموازاة مع التعرف والمقارنة بين

تجليات ظاهرة التمييز والكراهية عند كل منهما، على اعتبار اختلاف طرق استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي المتعددة وأنماط تعرضهم لمحتوياتها، بالإضافة إلى التباين الذي يمكن أن نلمسه في خصائصهم النفسية والاجتماعية والسوسيو-ديموغرافية والتي تؤثر حتماً على أفكارهم وتوجهاتهم نحو الظاهرة، وتتغير باستمرار تبعاً لاختلاف وتغير اهتماماتهم من جهة، وتطور وتحديث المواقع والمنصات وخدماتها من جهة أخرى.

كما أنّ اعتمادنا على نوع العينة المتاحة والتوزيع من خلال الاستمارة الإلكترونية حال دون التوزيع المتساوي بين الذكور والإناث، لا سيما عند التعامل مع جمهور متنوع وغير محدد بوضوح، وهو أمر لا يمكن ضبطه والتحكم فيه، رغم سعيينا من خلال توزيعنا للاستمارة إلكترونياً الموازنة بينهما سواء عبر صفحات المواقع الاجتماعية أو عبر الخاص، غير أننا واجهنا عزوفاً عن الإجابة (بالرغم من إعطائنا موافقة مبدئية على الإجابة) خاصة من قبل العنصر الذكوري.

كما واجه العديد من المبحوثين صعوبات في الإجابة على الاستمارة، متعلقة أساساً بضعف تمكنهم من الأدوات التكنولوجية وجهلهم بكيفية الإجابة على الاستبيانات الإلكترونية، لا سيما المبحوثين ذوو الفئات العمرية الأعلى والذين يبقى استخدامهم للتكنولوجيا ومواقع التواصل الاجتماعي محدوداً وفي نطاق ضيق بالمقارنة مع الفئات الأقل أو الشباب.

الجدول رقم (05): يوضح الفئة العمرية التي ينتمي إليها أفراد العينة.

| النسبة | الفئة | الفئة العمرية | |
|-------------------|-------|---------------|---------|
| | | النسبة | التكرار |
| أقل من 18 سنة | | 2,65 | 11 |
| من 18 إلى 27 سنة | | 38,55 | 160 |
| من 28 إلى 37 سنة | | 33,01 | 137 |
| من 38 إلى 47 سنة | | 21,69 | 90 |
| من 48 سنة فما فوق | | 4,10 | 17 |
| المجموع | | 100,00 | 415 |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS₂₅.

يمثل الجدول أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن، والذي يعد أحد أهم المتغيرات

الديموغرافية الأساسية لفهم وتفسير سلوكيات المبحوثين واهتماماتهم في دراسات الجمهور، نظرا لارتباطه بمراحل النمو والتطور الاجتماعي والنفسي والقيمي للأفراد من ناحية، ولتأثيره على طريقة متابعتهم للمضامين الإعلامية وتفاعلهم مع المحتوى المقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي من ناحية أخرى، إذ أن كل فئة من الفئات العمرية لها حاجات مختلفة تشبعها من خلال الاستخدام، واتجاهات وآراء مختلفة أيضا اتجاه القضايا والأحداث.

وعليه قمنا بتقسيم الفئات العمرية ضمن خمس فئات عشرية (طول المدى = عشر سنوات)، بحيث تمثل الفئة الأولى المبحوثين الأقل من 18 سنة والتي حازت على أقل نسبة مقدرة بـ 2,65% وهي المرحلة التي يمكن أن نطلق عليها مصطلح "المراهقة المتأخرة" وتتميز عموما بالتحصيل العلمي الثانوي أو الجامعي وأغلبهم بحسب تواصلنا معهم في سن 17 سنة وليس أقل من ذلك، أما عدد المبحوثين في المرحلة الثانية الممتدة من 18 إلى 27 سنة فقد بلغ 160 مبحوث أي ما يعادل 38,55% وهي أعلى نسبة، تليها الفئة العمرية من 28 إلى 37 سنة بنسبة 33,01%، وتمثل هاتين الفئتين مرحلة الشباب التي تتميز في البداية بتبلور الشخصية وتطورها وتنتهي بالنضج العقلي في محاولة لإدراك الواقع والإلمام بالمعرفة المكتسبة مجتمعيًا، فضلا عن كونهم -أي الشباب- أكثر احتكاكا واستخداما من غيرهم للوسائل التكنولوجية والمنصات الاجتماعية والتفاعلية ونظرا لتعدد الحاجات التي يسعون لتحقيقها من خلالها.

وتمتد المرحلة الرابعة من 38 إلى 47 سنة والتي بلغت نسبتها 21,69% وتمتاز المرحلة بالتفكير المنطقي والثبات والاستقرار في الحياة العملية والمهنية والعلاقات الاجتماعية، مما يولد اتجاهات وسلوكيات تعكس خبراتهم الحياتية في التعامل مع القضايا واستخدام وسائل التواصل، أما فيما يخص الفئة العمرية من 48 سنة فما فوق فقد حصلت على نسبة ضعيفة وقدرت بـ 4,10%، ويرجع ذلك أساسا لضعف استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ولكونهم غير معتادين على التعامل مع الأدوات التكنولوجية ومنه الإجابة على الاستبيان الإلكتروني.

وقد قصدنا عينة كبيرة وجمهورا واسعا ومتنوعا، بغرض التمثيل الدقيق والشامل لجميع الفئات والتصنيفات العمرية في المجتمع الجزائري، بالإضافة إلى تناسبها مع طبيعة الدراسة وأهدافها والتي تستلزم تمثيل وحضور جميع الشرائح، بحيث تختلف مستوياتهم وظروفهم الاجتماعية والثقافية وخبراتهم الحياتية مما يؤثر بشكل مباشر على فهمهم وإدراكهم ووعيهم بالظاهرة محل الدراسة.

الجدول رقم (06): يوضح المستوى التعليمي لأفراد العينة.

| النسبة | الفئة | المستوى التعليمي | |
|-------------|-------|------------------|---------|
| | | النسبة | التكرار |
| متوسط | | 5,54 | 23 |
| ثانوي | | 31,08 | 129 |
| جامعي | | 52,77 | 219 |
| دراسات عليا | | 10,60 | 44 |
| المجموع | | 100,00 | 415 |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج spss₂₅.

في قراءة لنتائج هذا الجدول الذي يمثل المستوى التعليمي للمبحوثين يتضح أن أغلبهم يمتلكون مستوا جامعيًا، حيث حصلوا على أعلى نسبة قدرت بـ 52,77% وهي نسبة مرتفعة تدل على أن جل أفراد العينة ينتمون إلى الطبقة المثقفة في المجتمع الجزائري، كما يمكن أن يفسر كذلك بكون الأشخاص ذوو التعليم الجامعي هم أكثر وعيًا بأهمية البحث العلمي وبالتالي هم أكثر استجابة للاستبيان وقدرة على فهم أسئلته والإجابة عليها بشكل دقيق، وجاء في المرتبة الثانية المستوى الثانوي بنسبة 31,08% وهي تمثل في الغالب الأفراد الذين ينتمون إلى الفئات العمرية الأعلى والذين لم تسنح لهم الفرصة لإتمام تعليمهم بحيث كانت فرص التعليم محدودة في المجتمع خاصة في بعض المناطق أين كان هو المستوى السائد والأكثر انتشارًا، يليه أصحاب الدراسات العليا بنسبة 10,60%، وقد يرجع ذلك إلى الاعتماد في توزيع الاستبيان على بعض الصفحات والمواقع الأكاديمية، وأخيرًا ذوو المستوى التعليمي المتوسط الذين لم تتجاوز نسبتهم 5,54%.

ويمكن القول أن العينة الكلية اشتملت على مختلف المستويات التعليمية مما يجعل النتائج المحصل عليها أكثر دقة وشمولية وقابلية للتعميم، كما أن معظم أفرادها يمتلكون مستوا دراسيًا يمكنهم من الفهم الجيد لمضمون الاستبيان بما يدعم ويعزز نتائج الدراسة ودقتها.

ويعتبر المستوى التعليمي من بين أهم المتغيرات التي تؤثر على وجهات النظر وردود الفعل المتعلقة بالظواهر الاجتماعية والإعلامية، وأيضًا بالمقابل تحليل تأثير هذه المحتويات الإعلامية على مختلف شرائح المجتمع ومستوياتهم الثقافية.

إذ يرتبط التعليم ارتباطًا وثيقًا بالسلوكيات الاجتماعية وتشكيل القيم الثقافية والآراء والمواقف تجاه

القضايا، وهو ما يتيح لنا معرفة ورصد التباينات بين الأفراد ذوي المستويات التعليمية المختلفة في علاقتهم مع المحتوى المقدم عبر صفحات المنصات الاجتماعية، وتفاعلهم معها وتأثيرها وانعكاساتها عليهم وعلى المجتمع، كما أن قياس متغير المستوى التعليمي يمكننا من تحليل الاختلافات والفروق في الاتجاهات والسلوكيات، وتأثيره على متغيرات أخرى بما يسمح بإجراء تحليلات إحصائية أكثر دقة، وفهم مختلف العوامل المؤثرة في الظاهرة محل الدراسة.

الجدول رقم (07): يوضح الوضعية المهنية لأفراد العينة.

| النسبة | التردد | الفئة |
|--------|--------|----------------|
| | | |
| 22,65 | 94 | طالب |
| 26,99 | 112 | موظف |
| 20,72 | 86 | أعمال حرة |
| 29,64 | 123 | بطل (بدون عمل) |
| 100,00 | 415 | المجموع |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS₂₅.

يوضح هذا الجدول توزيع المبحوثين حسب متغير الوضعية المهنية، وتشكل دراسته أهمية كبيرة في فهم التركيبة الاجتماعية والاقتصادية لأفراد العينة، وبالتالي فتسليط الضوء عليها يؤثر على استجابات المبحوثين في التعامل مع الظاهرة المدروسة، وفي قراءة لهذا الجدول يتضح لنا أن 29,64% من الحجم الكلي للعينة بطالين أو بدون عمل، ويمكن أن نرجع ارتفاع نسبة البطالة وانتشارها بين المشاركين في الاستبيان، أولاً إلى كون أغلبهم ينتمون إلى الفئة العمرية ما بين 18 و 27 سنة والتي تتميز بفترة انتهاء التكوين الجامعي والبدء في مرحلة البحث عن عمل، وثانياً إلى الأوضاع الاقتصادية التي تشهدها البلاد من حيث تضائل فرص العمل، وإشكالات متعددة مرتبطة بقطاع الشغل عموماً كشح مسابقات ومناصب التوظيف، خاصة سيادة ثقافة العمل لدى الوظيف العمومي عند معظم الخريجين سواء من الجامعات أو معاهد التكوين المهني، وعدم التوجه لفتح مشاريع خاصة بالرغم من الجهود المبذولة من قبل الدولة للدفع نحو النشاط المقاوالاتي ودعم تشكيل المؤسسات الناشئة من خلال الامتيازات التي تقدمها مؤسسات وهيئات الدعم المرافقة، ومن جهة أخرى مشكلات متعلقة بزيادة عدد الخريجين اللذين لم تستطع الدولة

استيعابهم وخلق فرص عمل تتناسب مع متطلبات سوق العمل، هذا فضلا عن اختلال ونقص التنمية في بعض المناطق.

أما بالنسبة إلى بقية النتائج فقد كانت مقارنة فيما بينها إلى حد بعيد، حيث حصل الموظفون الحكوميون على نسبة 26,99%، بينما حصل الطلبة على نسبة 22,65%، ليحل أصحاب المهن والأعمال الحرة أخيرا بنسبة 20,72%، ويمكن تبرير ذلك بسبب حرصنا على تنوع طرق توزيع الاستبيان الإلكتروني واختيار صفحات ومجموعات مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بالأنشطة المهنية والتعليمية التي تضم مختلف المستويات والشرائح، بهدف تمثيل العينة لجميع الوضعيات المهنية والوظيفية، كما يمكن أن يعود ذلك إلى وجود وقت فراغ نسبي خلال ساعات العمل أو الدراسة، لا سيما الطلاب باعتبارهم الأعلى نشاطا في استخدام المنصات التواصلية، وأصحاب الأعمال الحرة الذين غالبا ما أصبحوا يعتمدون على التسويق لخدماتهم ومنتجاتهم عبر هذه الفضاءات.

الجدول رقم (08): يوضح المستوى المعيشي لأفراد العينة.

| النسبة | التكرار | النسبة |
|--------|---------|---------|
| | | المستوى |
| 3,61 | 15 | ضعيف |
| 82,41 | 342 | متوسط |
| 13,98 | 58 | جيد |
| 100,00 | 415 | المجموع |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS25.

يوضح الجدول أعلاه أن 342 مبحوثا من إجمالي أفراد العينة وبنسبة قدرت بـ 82,41% يمتلكون مستوى معيشي متوسط، وهو ما يتعلق مباشرة بطبيعة المناخ الاقتصادي السائد في الجزائر، الذي يتسم بهيمنة القطاع العام وعدم التنوع وضعف القطاعات الإنتاجية والتنمية الصناعية، ما جعل الأغلبية من المواطنين يعتمدون على الوظائف الحكومية ذات الدخل الفردي المتوسط وهو ما خلق هذه الطبقة في المجتمع وأدى إلى شيوعها، كما أن العديد من المستجيبين يتجنبون التطرف في التصنيف ويفضلون البقاء على الحياد ووضع أنفسهم في خانة المستوى المعيشي المتوسط، خصوصا فئة الطلبة أو الذين لا يملكون عملا ويعتمدون على أسرهم أو على المنح الحكومية.

ويمكن أن نستدل في دراستنا على هذا المستوى المعيشي السائد بإمكانية وسهولة الوصول الرقمي وتوفر أغلب المبحوثين على الأجهزة والوسائل كالحواسيب والهواتف الذكية، التي تخول لهم الربط بشبكة الأنترنت والاستفادة من مختلف خدماتها وتطبيقاتها، ومنها القدرة على الولوج إلى مواقع التواصل الاجتماعي وامتلاك حسابات خاصة واستخدامها بصفة مستمرة، "وهو ما أكد عليه التقرير الرقمي للجزائر الصادر في 2025، حيث بلغ عدد مستخدمي الأنترنت في الجزائر 36.2 مليون فرد في بداية السنة، بينما بلغ معدل انتشارها 76.9%، أما عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي فقد جاوز 25.6 مليون شخص، وهو ما يعادل 54.2% من إجمالي السكان".¹

هذا وجاء كل من المستوى الجيد والضعيف بنسب 13,98% و3,61% على التوالي، وأغلب من أجابوا بأنهم يملكون مستوى جيد من أفراد العينة الذين يعيشون في الجنوب أين يرتفع الدخل في الولايات الصحراوية مقارنة بالولايات الأخرى.

إن هذه التباينات في مستوى المعيشة تؤدي إلى التفاوتات الاجتماعية والتمايز في الاتجاهات والمواقف وفق ما يقتضيه موضوع الدراسة المتعلق ب خطاب التمييز والكراهية للخروج بفروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين.

الجدول رقم (09): يوضح مكان إقامة أفراد العينة.

| مكان الإقامة | | النسبة |
|--------------|---------|----------|
| النسبة | التكرار | المكان |
| 54,94 | 228 | حضري |
| 34,70 | 144 | شبه حضري |
| 10,36 | 43 | ريفي |
| 100,00 | 415 | المجموع |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS25.

أظهرت نتائج الجدول الذي يبين متغير منطقة الإقامة، بأن غالبية أفراد عينة الدراسة يقطنون في المناطق الحضرية بنسبة 54,94%، وفي المناطق شبه الحضرية بنسبة 34,70%، وتقتن النسبة الأقل

¹ Simon Kemp, Digital 2025 : Algeria, 03 March 2025, web site : <https://datareportal.com/reports/digital-2025-algeria>, (13 mars 2025, 12:02)

في الأرياف بنسبة 10,36%، وهو ما أكدت عليه إحصاءات أنجزت في جانفي 2025، والتي بينت بأن 76% من سكان الجزائر يعيشون في المدن والمناطق الحضرية في حين يعيش 24% في المناطق الريفية¹.

وترتفع نسب سكان المناطق الحضرية أين تتوفر سبل العيش المريح، وفرص عمل أفضل، وخدمات ومستوى معيشي أحسن، وتقل تدريجيا من المناطق الشبه حضرية إلى المناطق الريفية تجنبا للتحديات والصعوبات الجغرافية والتنموية، كما تتميز المناطق الحضرية بتوفر البنية التحتية الاتصالية مما يزيد من انتشار الأنترنت والوسائل التكنولوجية واستخدام المنصات التواصلية.

وتجدر الإشارة في هذا السياق أن الكثافة السكانية والاكتظاظ في المدن قد يخلق تنوعا ثقافيا بين فئات اجتماعية مختلفة فكريا، وسياسيا، ودينيا، واقتصاديا، مما يزيد من انتشار الخطابات المثيرة للخلافات والانقسامات وكذا زيادة احتمالية التعرض لخطاب الكراهية أو المشاركة فيه في الواقع أو عبر المواقع خاصة في أوقات الأزمات، وبالتالي فإن قياس هذا المتغير يتيح لنا فهم دور التباين بمنطقة الإقامة في تفاعل الأفراد والمستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي مع قضايا مثل خطاب التمييز والكراهية، والذي سنتطرق له بالتفصيل والتحليل والتفسير بين ثنايا وأجزاء هذه الدراسة.

الجدول رقم (10): يوضح منطقة انتماء أفراد العينة.

| منطقة الانتماء | | النسبة |
|----------------|---------|---------|
| النسبة | التكرار | المنطقة |
| 38,31 | 159 | الشرق |
| 15,42 | 64 | الغرب |
| 25,30 | 105 | الوسط |
| 20,96 | 87 | الجنوب |
| 100,00 | 415 | المجموع |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS25.

يوضح الجدول أعلاه منطقة انتماء المبحوثين والتي قمنا بتقسيمها إلى أربع جهات رئيسية وهي الشرق، الغرب، الوسط، والجنوب الجزائري، وبعد توزيعنا للاستبيان الإلكتروني تحصلنا على النتائج

¹ المرجع نفسه.

التالية: المبحوثون الذين ينتمون إلى الشرق الجزائري كانوا الأكثر حضورا في عينة الدراسة بنسبة قدرت بـ 38,31%، ثم حلت منطقة الوسط ثانيا بنسبة 25,30%، وحازت منطقة الجنوب على نسبة 20,96%، بينما كانت منطقة الغرب الأقل حضورا بنسبة 15,42%.

وقد حاولنا أثناء توزيعنا للاستبيان تغطية مختلف مناطق الوطن من خلال إرسال ونشر الاستبيان عبر مختلف الصفحات الاجتماعية العامة التي تتجه لعموم الجمهور الجزائري، وحتى التي تختص بمناطق بعينها، بغرض التمثيل الشامل لجميع الجمهور الجزائري ومعرفة تأثير المنطقة وعاداتها وثقافتها ولغتها على مواقفهم وآرائهم واتجاهاتهم نحو قضايا التمييز وخطاب الكراهية.

إن تحليل متغير منطقة الانتماء يستلزم فهما عميقا للسياق الثقافي والهوياتي والاجتماعي والاقتصادي والجغرافي لكل منطقة، لا سيما في علاقتها بموضوع جد مهم وحساس يلعب فيه هذا العامل دورا أساسيا في تغذية الصراعات الطائفية والمذهبية والجهوية ... وغيرها، فالجزائر بلد متنوع ثقافيا وكل منطقة منه تتميز بخصوصيات تاريخية وتركيبية ثقافية متفردة، كما تتميز بوجود جماعات محلية كالطوارق والقبائل، فضلا عن أن المجتمع الجزائري يعد من أكثر المجتمعات التي تشهد تعددا لغويا ولسانيا من اللغة العربية الفصحى إلى اللغات الأجنبية واللهجات العامية على اختلاف تفرعاتها بين الأمازيغية، الشاوية... الخ.

وفي المقابل أيضا تعد القضايا المرتبطة بالنشاط السياسي والتوترات الاجتماعية والاقتصادية الناتجة عن تردي الأوضاع المعيشية، والانقسامات الطبقية، أو التهميش في التنمية الاقتصادية بين كل منطقة، محركا وسببا مباشرا في تنامي الخطابات التمييزية والعنصرية والانقسامات الداخلية المؤدية إلى الصراع والكراهية، والتي تنعكس بدورها في الفضاءات التواصلية باعتبارها منصات للتعبير الحر عن الرأي والفكر.

الجدول رقم (11): يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل أفراد العينة استخدامها.

| نوع الموقع | النسبة | |
|------------|---------|--------|
| | التكرار | النسبة |
| فيسبوك | 325 | 27,24% |
| يوتيوب | 247 | 20,70% |
| أنستغرام | 232 | 19,45% |

| | | |
|---------|------|-------------------|
| 2,85% | 34 | أكس (تويتر سابقا) |
| 12,41% | 148 | تيكتوك |
| 6,45% | 77 | سنابشات |
| 10,90% | 130 | تلغرام |
| 100,00% | 1193 | المجموع |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج spss₂₅.

يوضح الجدول مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل أفراد العينة استخدامها، وتشير النتائج إلى أن الفايسبوك حصل على المرتبة الأولى من حيث الاستخدام بنسبة قدرت بـ 27,24%، وحل موقع يوتيوب ثانيا بنسبة 20,70%، ونسبة مقارنة جاء موقع أنستغرام ثالثا وحاز على 19,45% من مجموع الإجابات، وحل في المرتبة الرابعة موقع تيك توك وتحصل على نسبة 12,41%، بينما حصل موقع تلغرام على نسبة 10,90%، وأخيرا نجد كل من سنابشات وأكس (تويتر) في المرتبتين الأخيرتين بنسب 6,45% و 2,85% على التوالي، وهو ما جاء متوافقا مع التقرير الرقمي لسنة 2025 بالجزائر (مع أسبقية موقع تيك توك على الأنستغرام) "حيث بلغ عدد مستخدمي: فيسبوك 25.6 مليون مستخدم، يوتيوب 21.1 مليون مستخدم، تيك توك 21.1 مليون مستخدم، أنستغرام 12 مليون، سنابشات 9.11 مليون، أكس 1.13 مليون مستخدم".¹

وتؤكد هذه النتائج على الشعبية والانتشار الكبير لموقع فيسبوك بين المستخدمين الجزائريين بالموازاة مع القاعدة الجماهيرية التي يمتلكها عالميا، ويعود ذلك بالدرجة الأولى لكونه الموقع الأول ظهورا (منذ 2004) من بين مواقع التشبيك الاجتماعي الأخرى، كما يتميز بسهولة الاتصال وبساطة الاستخدام وتنوع الخدمات لمختلف الفئات العمرية، من الاطلاع على الأخبار والمستجدات إلى مشاركة الصور والفيديوهات، فضلا عن أن الفيسبوك يتيح لمستخدميه التواصل والتعارف مع دائرة واسعة من الأصدقاء، فإنه أيضا يضم عددا هائلا من الصفحات والمجموعات لتبادل المعلومات والمعرفة في جميع الميادين، كما يعتبر وسيلة تسويقية ودعائية فعالة لأصحاب المشاريع والأنشطة التجارية للترويج لمنتجاتهم المختلفة، بالإضافة إلى اتصاله بالعديد من التطبيقات الأخرى كمانجر وأنستغرام وسعيه دائما للتحديث والتطوير المستمر في آليات عمله والخدمات التي يقدمها لمستخدميه.

¹ Simon Kemp, Digital 2025 : Algeria, 03 March 2025, web site : <https://datareportal.com/reports/digital-2025-algeria>, (18 mars 2025, 17:33)

موقع يوتيوب أيضا له من الميزات التي تجعله من بين الأعلى استخداما في الجزائر، باعتباره أحد أهم وأشهر المواقع عبر شبكة الأنترنت التي تسمح بمشاهدة وإنشاء ورفع وبث محتوى متنوع من مقاطع الفيديو، مع إمكانية التعليق عليها والتفاعل معها ومشاركتها، كما يتمتع أنستغرام بجاذبيته لكونه منصة تقدم المحتوى المرئي كالصور ومقاطع الفيديو القصيرة، كما تتميز المنصة بالوجود المكثف للمؤثرين والمشاهير الجزائريين النشطين عبرها، ما يعزز شعبيتها خصوصا ترابطها وتكاملها مع فايسبوك بالإضافة إلى الميزات الأخرى كخدمة تحسين الصور والأدوات التفاعلية المختلفة.

هذا وفرض موقعي تيك توك وتلغرام حضورهما على المشهد الرقمي في الجزائر مقارنة بالسنوات الماضية، وتمكنا خلال مدة زمنية قصيرة الوصول إلى جمهور واسع من الجزائريين والتغلغل لا سيما بين أوساط الشباب، وأصبحت منصات للترفيه والتواصل والتعبير الإبداعي والتجارة الإلكترونية، مع تميز كل منهما بخصائص متفردة جعلتهما خيارا مثاليا للعديد من المستخدمين، أما بالنسبة لموقع سنابشات فقد يرجع انخفاض معدل استخدامه بالتوجه نحو مواقع ومنصات أكثر شمولية وأكثر أمانا وخصوصية كما أنه يوفر مزايا مشابهة لمنصات أخرى كأنتستغرام، في حين أن موقع إكس كتطبيق يركز أساسا على التفاعل النصي لم يستطع أن يجذب الجمهور الجزائري الذي يفضل المحتوى المرئي والترفيهي، فضلا عن أن الموقع غالبا ما يكون مضمونه جديا ويضم محتوى سياسي أو إخباري، وتستخدمه في الغالب الشخصيات الهامة والمشاهير والمؤسسات الرسمية والحكومية، مما قد لا يتناسب مع جميع الأنواع والفئات العمرية والمستويات العلمية والثقافية.

الجدول رقم (12): يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل أفراد العينة استخدامها حسب متغيري الجنس والسن.

| ما هي مواقع التواصل الاجتماعي التي تفضل استخدامها؟ | | | | | | | | النسبة | | |
|--|--------|---------|--------|------|----------|--------|--------|-----------|---------|-------|
| | | | | | | | | المتغيرات | | |
| المجموع | تلغرام | سنابشات | تيكتوك | أكس | أنستغرام | يوتيوب | فيسبوك | ك | ذكر | الجنس |
| 560 | 64 | 37 | 63 | 18 | 98 | 129 | 151 | % | | |
| 46,94 | 5,36 | 3,10 | 5,28 | 1,51 | 8,21 | 10,81 | 12,66 | ك | | |
| 633 | 66 | 40 | 85 | 16 | 134 | 118 | 174 | % | | |
| 53,06 | 5,53 | 3,35 | 7,12 | 1,34 | 11,23 | 9,89 | 14,59 | ك | | |
| 1193 | 130 | 77 | 148 | 34 | 232 | 247 | 325 | % | | |
| 100,00 | 10,90 | 6,45 | 12,41 | 2,85 | 19,45 | 20,70 | 27,24 | ك | المجموع | |
| | | | | | | | | % | | |

| | | | | | | | | | | | |
|--------|-------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-----------------------------|----------|------|--|
| 40 | 5 | 3 | 5 | 2 | 9 | 8 | 8 | ك | أقل من | السن | |
| 3,35 | ,42 | ,25 | ,42 | ,17 | ,75 | ,67 | ,67 | % | 18سنة | | |
| 492 | 51 | 46 | 74 | 16 | 114 | 81 | 110 | ك | من 18 | | |
| 41,24 | 4,27 | 3,86 | 6,20 | 1,34 | 9,56 | 6,79 | 9,22 | % | إلى27سنة | | |
| 391 | 49 | 20 | 42 | 10 | 72 | 85 | 113 | ك | من 28 | | |
| 32,77 | 4,11 | 1,68 | 3,52 | ,84 | 6,04 | 7,12 | 9,47 | % | إلى37سنة | | |
| 231 | 21 | 7 | 24 | 5 | 35 | 59 | 80 | ك | من 38 | | |
| 19,36 | 1,76 | ,59 | 2,01 | ,42 | 2,93 | 4,95 | 6,71 | % | إلى47سنة | | |
| 39 | 4 | 1 | 3 | 1 | 2 | 14 | 14 | ك | 48سنة | | |
| 3,27 | ,34 | ,08 | ,25 | ,08 | ,17 | 1,17 | 1,17 | % | فما فوق | | |
| 1193 | 130 | 77 | 148 | 34 | 232 | 247 | 325 | ك | المجموع | | |
| 100,00 | 10,90 | 6,45 | 12,41 | 2,85 | 19,45 | 20,70 | 27,24 | % | | | |
| السن | | | | الجنس | | | | اختبار كا ² | | | |
| 53,899 | | | | 6,798 | | | | قيمة اختبار كا ² | | | |
| 24 | | | | 6 | | | | درجة الحرية df | | | |
| 0,000 | | | | 0,340 | | | | مستوى الدلالة sig | | | |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج spss₂₅.

يوضح هذا الجدول مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل أفراد العينة استخدامها بدلالة الجنس والسن، وتشير نتائجها بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كلا الجنسين (الذكور والإناث) من حيث الاستخدام، وهو ما أكدت عليه نتائج "كاي تربيع"، حيث كانت قيمة $p=0.340$ وهي أكبر من مستوى الدلالة عند 0.05 بمعنى أنها غير دالة إحصائياً، وربما لا يكمن الفرق بينهما في استخدام وتفضيل موقع دون آخر، بقدر ما يختلفان في الاهتمامات والحاجات والمحتوى بحد ذاته كأن يهتم الذكور مثلاً بالمحتوى السياسي والرياضي، بينما تفضل الإناث المحتوى الثقافي أو المتعلق بالطبخ أو الفن أو الموضة وغيرها.

كما تبين نتائج مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة للاستخدام حسب متغير السن، أن الباحثين من 18 إلى 27 سنة هم أكثر الفئات استخداماً للشبكات الاجتماعية بنسبة 41,24%، ويفضلون استخدام كل من موقع أنستغرام بنسبة 9,56% ثم موقع فيسبوك بنسبة 9,22%، تليها المرحلة العمرية

من 28 إلى 37 سنة والتي حازت على نسبة 32,77%، ويفضل أصحاب هذه الفئة موقعي فيسبوك ويوتيوب بنسبة 9,47% و 7,12% على التوالي، وتمثل هذه الفئة فئة الشباب الذين يزيد ارتباطهم بهذه المواقع التي تلبي الكثير من حاجياتهم منها التواصل والتفاعل الاجتماعي، التنفيس والتسلية والترفيه، وكذا الحصول على الأخبار والمعلومات، والتعبير عن الأفكار والآراء بكل حرية ودون قيود ... وغيرها، بينما حصلت المرحلة العمرية من 38 إلى 47 سنة على نسبة 19,36%، وأخيرا فئة أقل من 18 سنة وأكبر من 47 سنة بنسب 3,35% و 3.27% تواليا.

ونلاحظ أن معدل الاستخدام ينخفض كلما اتجهنا نحو الفئات العمرية الأعلى، لا سيما مواقع تيك توك، سنابشات، وتلغرام، لكونها مواقع حديثة نسبيا مقارنة بالمواقع الأولى ظهورا مثل فيسبوك ويوتيوب، إضافة إلى التحديات التكنولوجية وصعوبة استخدام التطبيقات الجديدة من قبل هذه الفئة، ضف إلى ذلك انشغالهم الدائم واختلاف أولوياتهم وارتباطهم بطرق ووسائل الاتصال التقليدية كاستعمال الهاتف للتواصل واللقاءات الشخصية والتعرض للإذاعة والتلفزيون.

وهو ما أكدت عليه نتائج "كاي تربيع"، حيث كانت قيمة $p=0,000$ وهي أصغر من مستوى الدلالة عند 0.05 بمعنى أنها دالة إحصائية، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الفئة العمرية وبالتالي فعامل السن مؤثر في اختيار نوع المواقع المستخدمة.

الجدول رقم (13): يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل أفراد العينة استخدامها حسب متغيري المستوى التعليمي والوضعية المهنية.

| ما هي مواقع التواصل الاجتماعي التي تفضل استخدامها؟ | | | | | | | | النسبة | | |
|--|--------|---------|--------|------|----------|--------|--------|-----------|---------|---------|
| المجموع | تلغرام | سنابشات | تيكتوك | أكس | أنستغرام | يوتيوب | فيسبوك | المتغيرات | | |
| 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | ك | ابتدائي | المستوى |
| 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | % | | |
| 68 | 3 | 4 | 17 | 2 | 12 | 13 | 17 | ك | متوسط | |
| 5,70 | ,25 | ,34 | 1,42 | ,17 | 1,01 | 1,09 | 1,42 | % | | |
| 373 | 35 | 28 | 51 | 11 | 74 | 74 | 100 | ك | ثانوي | |

| | | | | | | | | | | |
|-----------------|-------|------|-------|------------------|-------|-------|-------|-----------------------------|---------|-------------------------|
| 31,27 | 2,93 | 2,35 | 4,27 | ,92 | 6,20 | 6,20 | 8,38 | % | | التعليمي |
| 633 | 74 | 41 | 71 | 16 | 124 | 134 | 173 | ك | جامعي | |
| 53,06 | 6,20 | 3,44 | 5,95 | 1,34 | 10,39 | 11,23 | 14,50 | % | | |
| 119 | 18 | 4 | 9 | 5 | 22 | 26 | 35 | ك | دراسات | |
| 9,97 | 1,51 | ,34 | ,75 | ,42 | 1,84 | 2,18 | 2,93 | % | عليا | |
| 1193 | 130 | 77 | 148 | 34 | 232 | 247 | 325 | ك | المجموع | |
| 100,00 | 10,90 | 6,45 | 12,41 | 2,85 | 19,45 | 20,70 | 27,24 | % | | |
| 285 | 27 | 30 | 39 | 11 | 64 | 45 | 69 | ك | طالب | الوظيفة أو المهنة |
| 23,89 | 2,26 | 2,51 | 3,27 | ,92 | 5,36 | 3,77 | 5,78 | % | | |
| 268 | 26 | 4 | 22 | 2 | 37 | 79 | 98 | ك | موظف | |
| 22,46 | 2,18 | ,34 | 1,84 | ,17 | 3,10 | 6,62 | 8,21 | % | حكومي | |
| 252 | 27 | 18 | 34 | 8 | 48 | 48 | 69 | ك | أعمال | |
| 21,12 | 2,26 | 1,51 | 2,85 | ,67 | 4,02 | 4,02 | 5,78 | % | حرة | |
| 388 | 50 | 25 | 53 | 13 | 83 | 75 | 89 | ك | بطل | |
| 32,52 | 4,19 | 2,10 | 4,44 | 1,09 | 6,96 | 6,29 | 7,46 | % | | |
| 1193 | 130 | 77 | 148 | 34 | 232 | 247 | 325 | ك | المجموع | |
| 100,00 | 10,90 | 6,45 | 12,41 | 2,85 | 19,45 | 20,70 | 27,24 | % | | |
| الوضعية المهنية | | | | المستوى التعليمي | | | | اختبار كا ² | | |
| 63,176 | | | | 22,246 | | | | قيمة اختبار كا ² | | |
| 18 | | | | 18 | | | | df درجة الحرية | | |
| 0,000 | | | | 0,221 | | | | مستوى الدلالة sig | | |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS₂₅.

يوضح الجدول مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لأفراد العينة بدلالة المستوى التعليمي والوضعية المهنية، وقد أثبتت النتائج أنه لا توجد علاقة بين التعليم وبين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما أكدت عليه نتائج "كاي تربيع"، حيث كانت قيمة $p=0,221$ وهي أكبر من مستوى الدلالة عند 0.05 بمعنى أنها غير دالة إحصائيا، وإنما يكمن الفارق في أغراض وأهداف الاستخدام بغض النظر عن نوع الموقع، أو أنها قد تتأثر بعوامل أخرى كالجنس والسن والاهتمامات والاحتياجات الشخصية.

وعلى عكس المستوى التعليمي فقد كان للمهنة تأثير على نوع وطبيعة مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل أفراد العينة استخدامها، حيث يعتبر البطالون والذين لا يمتلكون مهنة أو عمل هم الأكثر استخداماً لهذه المواقع بنسبة 32,52% وهذا يعتبر طبيعياً بالنظر لوقت الفراغ المتاح مقارنة بالفئات الأخرى والذي يدفعهم لقضاء ساعات أطول في التصفح، بالإضافة إلى اعتبارها وسيلة للهروب من الواقع أو حتى فرصة للبحث عن عمل، بينما جاءت نسب كل من الطلبة والموظفين وأصحاب الأعمال الحرة متقاربة إلى حد بعيد، كما أن موقع فيسبوك احتل الصدارة بين المواقع الأخرى عند جميع الفئات لا سيما عند الموظفين الذين يفضلون استخدامه بنسبة 8,21%، فالموقع يتيح الانخراط والمشاركة في مجموعات عمل تسهل التعاون والتواصل بين أصحاب المهنة الواحدة، وتلقي مختلف الأخبار والمستجدات المتصلة بها، غير أنه توجد اختلافات في استخدام المواقع الاجتماعية الأخرى، وهو ما دلت عليه نتائج "كاي تربيع" عند درجة الحرية 18 وقيمة $p=0.000$ وهي أصغر من مستوى الدلالة عند 0,05، أي أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الوضعية المهنية لأفراد العينة ونوع مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة للاستخدام.

الجدول رقم (14): يوضح مدة تصفح أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي.

| النسبة | مدة التصفح | |
|---------------------------|------------|---------|
| | النسبة | التكرار |
| أقل من ساعة | 9,64 | 40 |
| من ساعة إلى أقل من ساعتين | 25,78 | 107 |
| من ساعتين إلى ثلاث ساعات | 26,02 | 108 |
| أكثر من ثلاث ساعات | 38,55 | 160 |
| المجموع | 100,00 | 415 |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج spss₂₅.

يبرز هذا الجدول الوقت الذي يقضيه أفراد العينة يومياً في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، ويتبين من خلاله أن أغلب المبحوثين يقضون أكثر من ثلاث ساعات يومياً في عملية التصفح بنسبة 38,55%، يليها من يتصفحون المواقع من ساعتين إلى ثلاث ساعات بنسبة 26,02%، وبفارق ضئيل من ساعة إلى أقل من ساعتين بنسبة 25,78% من إجمالي الإجابات، وأخيراً حصل الذين يقضون أقل

من ساعة في مواقع التواصل على نسبة 9,64%.

تظهر هذه النتائج الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت أحد الأنشطة التي تتم ممارستها بصفة يومية وجزءاً لا يتجزأ من حياة الأفراد، وهو ما يعكس تحولات وتغيرات في أنماط تعاملهم مع وسائل الإعلام بصفة عامة وهذه المنصات بصفة خاصة، وهو ناتج عن مجموعة ومزيج من العوامل والأسباب التكنولوجية والاجتماعية والنفسية، حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي المصدر الأهم لاستقاء الأنباء والمستجدات مع تراجع التعرض لوسائل الإعلام التقليدية، لا سيما بعد توفر الأنترنت وطرق الربط بها، كما أن انتشار الهواتف الذكية بميزاتها المتعددة ساعد على الاتصال الدائم بالشبكة وتطبيقاتها في كل زمان ومكان، وهو ما شجع على زيادة وقت التصفح، فضلاً عن أن هذه المواقع تقدم محتواً ترفيهياً جذاباً يجعلها وسيلة ملائمة وسهلة لتمضية الوقت وتحسين تجربة المستخدم، دون إغفال التصميم التفاعلي الخاص الذي أعدت به هذه التطبيقات، واستخدام تقنيات تغذي وتعزز ارتباطه بها كخاصية الإشعارات، التحديثات، الإعجابات، التعليقات والتي تجعلهم في اتصال مستمر مع هواتفهم.

كما أن العامل النفسي المرتبط باستحداث هويات افتراضية والبحث عن الانتماء وتشكيل علاقات اجتماعية والرغبة الدائمة بالتواصل والنشاط يزيد من طول مدة الاستخدام، والتي تعني بطبيعة الحال التأثير الكبير لهذه المواقع على المستخدمين والذي قد يكون مرتبطاً بتحقيق أهداف تواصلية، أو تعليمية، أو تثقيفية، أو تجارية ومهنية، وقد يشير إلى الإدمان ووسيلة للهروب من الواقع والظروف المعيشية والضغوط النفسية، وهو ما قد يؤدي إلى الإدمان وأضرار على المدى البعيد.

وهذا الطرح يتفق مع أفكار نظرية الغرس الثقافي التي تؤكد في هذا الصدد أن تأثير المحتوى الإعلامي -ويتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي في دراستنا- يكون أكثر وضوحاً عند كثيفي الاستخدام، فمضمونها حسب النظرية يقدم معلومات غير صادقة أو صور نمطية مشوهة ومضللة، لا تعكس الواقع وما يحدث في العالم الخارجي، وإنما تقدم عالماً مصطنعاً يركز على قضايا معينة ويصبح أكثر واقعية للمستخدمين، ويؤدي بذلك إلى تبني أفكار نمطية ومنحازة ومنظور منحرف للواقع.¹

وبالموازاة مع موضوعنا والمتعلق بخطاب التمييز والكرهية، فإن التعرض المستمر للمحتوى السلبي والمعرض عبر الشبكات الاجتماعية ولساعات طويلة، يجعل المستخدمين عرضة لتلقي وبث الخطاب العنصري وتعزيز الأفكار المتطرفة، وبالتالي إضعاف الحوار البناء وتساعد العداء اتجاه الأفراد

¹ Eman Mosharafa, op cit.

والجماعات.

الجدول رقم (15): يوضح مدة تصفح أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغيري الجنس والسن.

| كم من الوقت تقضي يوميا في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟ | | | | | المتغيرات | | |
|---|-----------------------|-----------------------------|------------------------------|----------------|-----------------------------|-----------|-------|
| المجموع | أكثر من ثلاث ساعات | من ساعتين إلى ثلاث ساعات | من ساعة إلى أقل من ساعتين | أقل من ساعة | النسبة | | |
| 191 | 75 | 54 | 43 | 19 | ك | ذكر | الجنس |
| 46,02 | 18,07 | 13,01 | 10,36 | 4,58 | % | | |
| 224 | 85 | 54 | 64 | 21 | ك | أنثى | |
| 53,98 | 20,48 | 13,01 | 15,42 | 5,06 | % | | |
| 415 | 160 | 108 | 107 | 40 | ك | المجموع | |
| 100,00 | 38,55 | 26,02 | 25,78 | 9,64 | % | | |
| 11 | 6 | 4 | 0 | 1 | ك | أقل من | السن |
| 2,65 | 1,45 | ,96 | ,00 | ,24 | % | 18سنة | |
| 160 | 81 | 35 | 31 | 13 | ك | من 18 | |
| 38,55 | 19,52 | 8,43 | 7,47 | 3,13 | % | إلى 27سنة | |
| 137 | 50 | 42 | 35 | 10 | ك | من 28 | |
| 33,01 | 12,05 | 10,12 | 8,43 | 2,41 | % | إلى 37سنة | |
| 90 | 20 | 25 | 37 | 8 | ك | من 38 | |
| 21,69 | 4,82 | 6,02 | 8,92 | 1,93 | % | إلى 47سنة | |
| 17 | 3 | 2 | 4 | 8 | ك | من 48سنة | |
| 4,10 | ,72 | ,48 | ,96 | 1,93 | % | فما فوق | |
| 415 | 160 | 108 | 107 | 40 | ك | المجموع | |
| 100,00 | 38,55 | 26,02 | 25,78 | 9,64 | % | | |
| السن | | الجنس | | | اختبار كا ² | | |
| 58,689 | | 2,237 | | | قيمة اختبار كا ² | | |
| 12 | | 3 | | | درجة الحرية df | | |
| 0,000 | | 0,525 | | | مستوى الدلالة sig | | |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS25.

يبين الجدول الوقت الذي يقضيه كل من الذكور والإناث يوميا في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، وأوضحت نتائج "كاي تربيع" عند درجة الحرية 03 وقيمة $p=0.525$ وهي أكبر من مستوى الدلالة عند 0.05، أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين وقت تصفح مواقع التواصل الاجتماعي لأفراد العينة تعزى لمتغير الجنس، وهو ما يمكن تفسيره بتلاشي الفجوات بين الذكور والإناث شيئا فشيئا في استخدام التكنولوجيا والوصول الرقمي، لا سيما أن المواقع الاجتماعية تضم محتوى متنوع يلبي احتياجات واهتمامات كل جنس.

كما يوضح الجدول وقت تصفح مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير السن، وأجاب المبحوثون من 18 إلى 27 سنة بأنهم يقضون أكثر من ثلاث ساعات في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 19,52%، ثم الذين ينتمون إلى المرحلة العمرية من 28 إلى 37 سنة بنسبة 12.05%، أما الفئة العمرية من 38 إلى 47 سنة فيقضي جلهم من ساعة إلى أقل من ساعتين في التصفح بنسبة 8.92%، وكما يتبين من خلال الجدول فكلما زاد السن كلما انخفض الوقت المخصص للتصفح والعكس صحيح، حيث تستخدم الفئات العمرية الأصغر مواقع التواصل لفترات زمنية أطول لكونهم أجيال نشأت على استخدام التكنولوجيا والتعود عليها في مختلف جوانب حياتهم العلمية والعملية، كما أنهم يسعون إلى تشكيل دائرة من العلاقات الاجتماعية، لا سيما أمام طبيعة الحياة الحضرية التي تتميز بقلّة النشاطات الخارجية ما يجعلهم يقضون كل أوقات فراغهم في التصفح، وهذه النتيجة متوافقة مع نتائج "كاي تربيع" التي أظهرت أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المرحلة العمرية والوقت المخصص لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة $p=0.000$ وهي أصغر من مستوى الدلالة عند 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية.

الجدول رقم (16): يوضح مدة تصفح أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغيري المستوى التعليمي والوضعية المهنية.

| كم من الوقت تقضي يوميا في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟ | | | | | المتغيرات النسبة | | |
|---|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------|---------------------|---------|--|
| المجموع | أقل من ساعة | من ساعة إلى أقل من ساعتين | من ساعتين إلى ثلاث ساعات | أكثر من ثلاث ساعات | | | |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | ك | ابتدائي | |
| ,00 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 | % | | |
| 23 | 5 | 11 | 5 | 2 | ك | | |

| | | | | | | | |
|-----------------|-------|------------------|-------|------|-----------------------------|------------------|-------------------------|
| 5,54 | 1,20 | 2,65 | 1,20 | ,48 | % | ثانوي | المستوى التعليمي |
| 129 | 53 | 34 | 28 | 14 | ك | | |
| 31,08 | 12,77 | 8,19 | 6,75 | 3,37 | % | | |
| 219 | 90 | 54 | 56 | 19 | ك | جامعي | |
| 52,77 | 21,69 | 13,01 | 13,49 | 4,58 | % | | |
| 44 | 12 | 9 | 18 | 5 | ك | دراسات | |
| 10,60 | 2,89 | 2,17 | 4,34 | 1,20 | % | عليا | |
| 415 | 160 | 108 | 107 | 40 | ك | المجموع | |
| 100,00 | 38,55 | 26,02 | 25,78 | 9,64 | % | | |
| 94 | 45 | 17 | 20 | 12 | ك | طالب | الوظيفة أو المهنة |
| 22,65 | 10,84 | 4,10 | 4,82 | 2,89 | % | | |
| 112 | 24 | 26 | 43 | 19 | ك | موظف حكومي | |
| 26,99 | 5,78 | 6,27 | 10,36 | 4,58 | % | | |
| 86 | 31 | 32 | 19 | 4 | ك | أعمال حرة | |
| 20,72 | 7,47 | 7,71 | 4,58 | ,96 | % | | |
| 123 | 60 | 33 | 25 | 5 | ك | بطل (دون عمل) | |
| 29,64 | 14,46 | 7,95 | 6,02 | 1,20 | % | | |
| 415 | 160 | 108 | 107 | 40 | ك | المجموع | |
| 100,00 | 38,55 | 26,02 | 25,78 | 9,64 | % | | |
| الوضعية المهنية | | المستوى التعليمي | | | اختبار كا ² | | |
| 43,791 | | 14,060 | | | قيمة اختبار كا ² | | |
| 9 | | 9 | | | درجة الحرية df | | |
| 0,000 | | 0,120 | | | مستوى الدلالة sig | | |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج spss₂₅.

يوضح هذا الجدول الوقت الذي يقضيه المبحوثون يوميا في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي بدلالة المستوى التعليمي والوضعية المهنية، ونلاحظ من خلال نتائج كاي تربيع أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدة تصفح مواقع التواصل الاجتماعي والمستوى التعليمي، حيث كانت قيمة

$p=0.120$ ، عند درجة حرية $df=9$ ، وهي قيمة أكبر من مستوى الدلالة عند 0.05، وبالتالي فهي غير دالة إحصائياً.

أما فيما يخص التفسير على أساس الوضعية المهنية نجد أن البطالين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من ثلاث ساعات بنسبة 14,46%، ثم الطلبة بنسبة 10,84%، بينما يقضي الموظفون من ساعة إلى أقل من ساعتين في تصفح هذه المواقع وذلك بنسبة 10,36%، ويتصفحها أصحاب الأعمال الحرة من ساعتين إلى ثلاث ساعات بنسبة 7,71%.

وتعود هذه النتائج إلى طبيعة العمل ووقت الفراغ المتاح لكل فئة، فبينما يمتلك غير العاملون متسع من الوقت لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي، يكون وقت العاملين والموظفين محدوداً، أما الذين يمتنعون أعمالاً حرة فيتمتعون بمرونة أكبر في وقتهم، أو يمكن أن تكون وسائل التواصل جزءاً من عملهم كالعامل على بناء علاقات مهنية أو التسويق للمنتجات والعروض والخدمات، بينما يتركز استخدام الطلبة لهذه المنصات في العملية التعليمية والبحث الأكاديمي وحتى لتحقيق أهداف ترفيهية للتنفيس من ضغوط الدراسة وهو ما يزيد من وقت التصفح.

وهذا ما أكدت عليه نتائج "كاي تربيع" التي أظهرت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الوضعية المهنية والوقت المخصص لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة $p=0.000$ وهي أصغر من مستوى الدلالة عند 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائياً.

الجدول رقم (17): يوضح الهوية المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من قبل أفراد العينة.

| هل تستخدم في حساباتك عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ | | النسبة |
|---|---------|----------------------------|
| النسبة | التكرار | نوع الهوية |
| 63,86 | 265 | الهوية الحقيقية |
| 36,14 | 150 | هوية افتراضية (اسم مستعار) |
| 100,00 | 415 | المجموع |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج spss₂₅.

يمثل هذا الجدول الهوية التي يستخدمها أفراد العينة في حساباتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي،

ونلاحظ من خلاله أن 63,86% من المبحوثين يستخدمون هويات حقيقة تمثلهم عبر هذه المواقع، بينما يستخدم 36,14% منهم هويات افتراضية يعبرون بها عن أنفسهم، وتتشكل الهوية عبر المنصات الرقمية من العديد من المكونات منها: اسم المستخدم، الصورة الرمزية، البيانات الشخصية التي تعكس معلوماته الذاتية واهتماماته، بالإضافة إلى الأنشطة التي يمارسها فيها وتعبّر عن ذاته، ويدل تفضيل استخدام الهوية الحقيقية من قبل المبحوثين اعتبارها امتدادا للحياة الواقعية، وبالتالي الرغبة في التواجد بالفضاء الإلكتروني بشكل علني وعرض ومشاركة الحياة الشخصية والتواصل وبناء شبكة من العلاقات الاجتماعية والمهنية، والذي يتطلب المصداقية والموثوقية خاصة عند الأفراد الذين يستخدمون حساباتهم للعمل أو المنخرطين في المنصات المهنية أو المجموعات التعليمية أو غيرها، كما أن الشخصيات التي لها مكانتها في المجتمع كأصحاب المناصب أو الأساتذة أو النشطاء في مجال معين ... يفضلون إظهار هوياتهم الحقيقية بما يتناسب مع متطلبات عملهم ومراكزهم وأدوارهم وصورتهم داخل المجتمع، كما قد ترجع إلى الثقة التي يضعها المستخدمون في إجراءات الحماية والخصوصية لهذه البيانات.

بينما يبحث الذين يفضلون استخدام الهوية الافتراضية عن الحصول على المزيد من الحرية في التعليق والمشاركة والنشر، لا سيما خلال عرض ومناقشة المواضيع السياسية أو قضايا حساسة داخل المجتمع خصوصا إن كان النظام السياسي يقيد الوصول إلى هذه المنصات وكيفيات استخدامها، وبالتالي التملص من الملاحظات القانونية، فهم يرون أن استخدام الهويات الافتراضية تساهم في الحفاظ على الخصوصية والأمان والحماية من المضايقات والاختراق والقرصنة.

وأيا من جهة أخرى التخلص من الرقابة العائلية والمجتمعية لا سيما عند الفئات الاجتماعية الأصغر أو للتغطية عن النشاطات التي يقومون بها في المواقع، بالإضافة إلى أن العديد منهم يقومون بتبني هويات متعددة في نفس الوقت كأن ينشؤوا حساب للعمل وحساب آخر لاهتمامات معينة أو حتى للدخول إلى مواقع محظورة، كما قد يود المستخدمون معيشة واستحضار شخصية أخرى ليست شخصياتهم الواقعية أو التي يودون أن يكونوا عليها.

الجدول رقم (18): يوضح الهوية المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من قبل أفراد العينة

حسب متغيري الجنس والسن.

| هل تستخدم في حساباتك عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ | | | النسبة المتغيرات |
|---|-------------------|-----------------|---------------------|
| المجموع | الهوية الافتراضية | الهوية الحقيقية | |

| | | | | | | |
|--------|-------|-------|---|-----------------------------|-------|--|
| 191 | 59 | 132 | ك | ذكر | الجنس | |
| 46,02 | 14,22 | 31,81 | % | | | |
| 224 | 91 | 133 | ك | أنثى | | |
| 53,98 | 21,93 | 32,05 | % | | | |
| 415 | 150 | 265 | ك | المجموع | | |
| 100,00 | 36,14 | 63,86 | % | | | |
| 11 | 1 | 10 | ك | أقل من 18 سنة | السن | |
| 2,65 | ,24 | 2,41 | % | | | |
| 160 | 46 | 114 | ك | من 18 إلى 27 سنة | | |
| 38,55 | 11,08 | 27,47 | % | | | |
| 137 | 60 | 77 | ك | من 28 إلى 37 سنة | | |
| 33,01 | 14,46 | 18,55 | % | | | |
| 90 | 38 | 52 | ك | من 38 إلى 47 سنة | | |
| 21,69 | 9,16 | 12,53 | % | | | |
| 17 | 5 | 12 | ك | من 48 سنة فما فوق | | |
| 4,10 | 1,20 | 2,89 | % | | | |
| 415 | 150 | 265 | ك | المجموع | | |
| 100,00 | 36,14 | 63,86 | % | | | |
| السن | | الجنس | | اختبار كا ² | | |
| 12,528 | | 4,233 | | قيمة اختبار كا ² | | |
| 4 | | 1 | | درجة الحرية df | | |
| 0,014 | | 0,040 | | مستوى الدلالة sig | | |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج spss₂₅.

يمثل هذا الجدول الهوية التي يستخدمها أفراد العينة في حساباتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدلالة الجنس والسن، وقد أبرزت نتائج "كاي تربيع كا²" وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في نوع الهوية المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة $p=0.040$ ، وهي أصغر من مستوى الدلالة عند 0.05، فالإناث هم أكثر استخداما للهوية الافتراضية من الذكور بنسبة 21,93% مقابل 14,22% للذكور، وتجنب الإناث الكشف عن هويتهم الحقيقية قد يكون مدفوعا بعدة

أسباب كوجود مخاوف أمنية تتعلق أساسا بتعرضهن للمضايقات أو التمييز بسبب جنسهن أو آرائهن، أو هروبا من الضغوط الاجتماعية أو للحفاظ على أكبر قدر من الحماية والخصوصية، كما قد تفضل الإناث استخدام أسماء مستعارة في المجتمعات التي يهيمن عليها الجنس الآخر لتجنب التهميش والاستبعاد والتعليقات السلبية.

ونجد أن متغير الفئة العمرية أيضا عامل مؤثر في نوع الهوية التي يستخدمها أفراد العينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة $p=0.014$ ، وهي أصغر من مستوى الدلالة عند 0.05، وبالتالي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات، وقد كانت الفئة العمرية من 18 إلى 27 سنة هي أكثر استخداما للهوية الحقيقية وتمثيلا لها بنسبة 27,47%، وتعزى هذه النتيجة إلى أن هذه المرحلة هي مرحلة بناء الشخصية، واستخدام الهويات الحقيقية يسمح لهم بتكوين صورة واضحة عن ذواتهم والتعبير عن أنفسهم بشكل أفضل، من خلال مشاركة تفاصيل حياتهم الشخصية في محاولة لتعزيز الثقة بالنفس ونيل القبول والتقدير والاندماج الاجتماعي.

الجدول رقم (19): يوضح الهوية المستخدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من قبل أفراد العينة حسب متغيري المستوى التعليمي والوضعية المهنية.

| هل تستخدم في حساباتك عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ | | | النسبة | | |
|---|-----------------|-----------------|-----------|-------------|------------------|
| المجموع | الهوية الحقيقية | الهوية الحقيقية | المتغيرات | | |
| 0 | 0 | 0 | ك | ابتدائي | المستوى التعليمي |
| ,00 | ,00 | ,00 | % | | |
| 23 | 10 | 13 | ك | متوسط | |
| 5,54 | 2,41 | 3,13 | % | | |
| 129 | 49 | 80 | ك | ثانوي | |
| 31,08 | 11,81 | 19,28 | % | | |
| 219 | 76 | 143 | ك | جامعي | |
| 52,77 | 18,31 | 34,46 | % | | |
| 44 | 15 | 29 | ك | دراسات عليا | |
| 10,60 | 3,61 | 6,99 | % | | |
| 415 | 150 | 265 | ك | المجموع | |
| 100,00 | 36,14 | 63,86 | % | | |

| | | | | | |
|-----------------|-------|------------------|---|-----------------------------|-------------------------|
| 94 | 25 | 69 | ك | طالب | الوظيفة أو المهنة |
| 22,65 | 6,02 | 16,63 | % | | |
| 112 | 40 | 72 | ك | موظف | |
| 26,99 | 9,64 | 17,35 | % | حكومي | |
| 86 | 37 | 49 | ك | أعمال حرة | |
| 20,72 | 8,92 | 11,81 | % | | |
| 123 | 48 | 75 | ك | بطل (دون | |
| 29,64 | 11,57 | 18,07 | % | عمل) | |
| 415 | 150 | 265 | ك | المجموع | |
| 100,00 | 36,14 | 63,86 | % | | |
| الوضعية المهنية | | المستوى التعليمي | | اختبار كا ² | |
| 5,928 | | 1,003 | | قيمة اختبار كا ² | |
| 3 | | 3 | | درجة الحرية df | |
| 0,115 | | 0,801 | | مستوى الدلالة sig | |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج spss₂₅.

يمثل هذا الجدول الهوية التي يستخدمها أفراد العينة في حساباتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير المستوى التعليمي والوضعية المهنية، وقد أثبتت نتائج "كاي تربيع" عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي ونوع الهوية التي يستخدمها المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة $p=0,801$ ، وهي أكبر من مستوى الدلالة عند 0.05، وبالتالي فهي غير دالة إحصائياً.

كما أظهرت نتائج "كاي تربيع" فيما يخص الوضعية المهنية عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المهنة أو الوظيفة ونوع الهوية التي يستخدمها المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة $p=0.115$ ، وهي أكبر من مستوى الدلالة عند 0.05، وبالتالي فهي غير دالة إحصائياً.

المحور الثاني: خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأساليب التفاعل معه من طرف المستخدمين.

الجدول رقم (20): يوضح مفهوم خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة.

| مفهوم خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي | | النسبة |
|---|---------|---|
| النسبة | التكرار | المفهوم |
| 25,19% | 259 | خطاب يهدف إلى تشويه صورة الآخر والخط من قيمته |
| 18,97% | 195 | عدم تقبل الآخر والرأي الآخر المختلف عنك |
| 12,45% | 128 | الإساءة إلى شخص أو مجموعة بسبب خصال أو أوصاف شخصية بهم أو بناء على إعاقتهم أو مرضهم |
| 14,30% | 147 | الإساءة إلى شخص أو مجموعة بسبب انتماءاتهم العرقية أو الإثنية أو الطائفية أو الدينية |
| 15,08% | 155 | خطاب يقوم على العنصرية وإقصاء الآخرين وتهميشهم اجتماعيا |
| 14,01% | 144 | خطاب تحريضي يتضمن الدعوة إلى إشاعة الفوضى والعنف بأنواعه |
| 100,00% | 1028 | المجموع |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS₂₅.

بينت النتائج الموضحة في الجدول بأن المبحوثين لا يملكون تصورا واحدا فقط حول مفهوم خطاب الكراهية والتمييز، حيث كشفت النتائج التي جاءت متقاربة جدا عن تعددية في التصورات لدى معظم المبحوثين الذين أجابوا أكثر من إجابة، غير أن أفراد العينة وبنسبة 25,19% أجمعوا على أن خطاب التمييز والكراهية يتمثل في خطاب يهدف إلى تشويه صورة الآخر والخط من قيمته كمفهوم شائع، بينما يشمل أيضا وبنسبة 18,97% من إجابات المبحوثين عدم تقبل الآخر والرأي الآخر المختلف عنك، وأجاب 15,08% منهم بأنه خطاب يقوم على العنصرية وإقصاء الآخرين وتهميشهم اجتماعيا، وينسب

مقاربة من يعتبرونه إساءة إلى شخص أو مجموعة بسبب انتماءاتهم العرقية أو الإثنية أو الطائفية أو الدينية، وكذا من يرون فيه خطابا تحريزيا يتضمن الدعوة إلى إشاعة الفوضى والعنف بأنواعه بنسبة قدرت بـ 14,30% و 14,01% على التوالي، وأخيرا بنسبة 12,45% الإساءة إلى شخص أو مجموعة بسبب خصال أو أوصاف شخصية بهم أو بناء على إعاقاتهم أو مرضهم.

"إن هذه التصورات حول خطاب الكراهية تعكس من جهة إدراكا ووعيا من قبل المبحوثين على أن هذا المحتوى المرتبط بالكراهية يفتقر إلى أي قبول أو تأييد من قبلهم، كما تتضمن رؤيتهم لخطاب الكراهية بأشكال وأوصاف متعددة، واتخاذها أشكالا تعبيرية واسعة النطاق، وتخفيه تحت عبارات وصيغ مبطنة تصعب من مهمة التعرف عليه ورسم صور ثابتة عنه تدرج ضمن مشاعر الكراهية والتحريض"¹، ومن جهة أخرى فإن التباين وتعدد الآراء بين المبحوثين نحو مفهوم خطاب الكراهية يعكس الاختلاف العالمي حول تعريفه ووضع أسس موحدة له في المواثيق الدولية والمحلية والنزاع الواسع حول أبعاده وارتباطه بمفاهيم ومصطلحات مشابهة، وصعوبة الكشف عنه وتحديد طبيعته المتغيرة والمتخفية لا سيما عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فضلا عن أن خطاب الكراهية في مفهومه العام يضم بشكل من الأشكال كل ما سبق ذكره، حيث تُعرّف "استراتيجية وخطة عمل الأمم المتحدة بشأن خطاب الكراهية" خطاب الكراهية بأنه "أي نوع من التواصل، الشفهي أو الكتابي أو السلوكي، الذي يهاجم أو يستخدم لغة ازدرائية أو تمييزية بالإشارة إلى شخص أو مجموعة على أساس الدين أو الانتماء الإثني أو الجنسية أو العرق أو اللون أو النسب أو النوع الاجتماعي أو أحد العوامل الأخرى المحددة للهوية".²

ويمكننا أن نضيف في هذا الصدد أن الاختلافات الثقافية والمنطلقات القيمية والمعتقدات الدينية والخلفيات الاجتماعية من شأنها أن تجعل مفهوم هذا الخطاب يضيق ويتسع لدى الأفراد، ويرتبط بالسياقات والمواقف التي عايشوها، فالأفراد الذين تعرضوا على سبيل المثال لأنماط معينة من خطابات الكراهية قد يكون تفسيرهم لمفهومها مختلفا بناء على خبراتهم أو تجاربهم أو انتماءاتهم الفكرية أو الثقافية أو العقديّة، كما قد يختلف مفهوم هذا الخطاب بين الأفراد تبعا لصعوبة الفصل بين حرية التعبير والرأي، وما يعتبر مجرد نقد، وما يعد خطابا للكراهية وتحريضا عليها، لكن الشيء الأكيد أن ضبط مفهومه يتطلب مقاربات متعددة ويستلزم مراعاة السياق المحلي وإحلال التوازن مع حرية الرأي والفكر.

¹ يوسف بلعباس، مرجع سابق، ص 342.

² United Nations, Understanding hate speech, <https://www.un.org/en/hate-speech/understanding-hate-speech/what-is-hate-speech>, (02 may 2024, h09:58)

إن هذه النتائج التي توصلنا إليها تتفق مع دراسة Dana Warmesley، والتي جاءت بعنوان «الكشف عن خطاب الكراهية والمتحدثين عن الكراهية والمجموعات المستقطبة في وسائل التواصل الاجتماعي عبر الأنترنت» والتي أكدت فيها أن "خطاب الكراهية ظاهرة يصعب تعريفها وليست متجانسة، كما أن تصنيفاتنا لخطاب الكراهية تميل إلى عكس تحيزاتنا الذاتية"، كما أكد ناصر سعود الرحامنة في دراسته بأن: "مفاهيم خطاب الكراهية لدى المبحوثين اختلفت وتعددت، وجاء في مقدمتها تشويه الحقائق أو تكذيبها، وعدم القبول بالاختلاف مع الآخرين"، كما اتفقت هذه النتائج مع الدراسة التي أعدتها الباحثة هبة محمد شفيق عبد الرزاق والتي توصلت إلى أن "خطاب الكراهية يمثل بالنسبة للمبحوثين خطاب يهدف إلى تشويه صورة شخص أو مؤسسة والتقليل من شأنهم، ويحتوي على نبرة تهديد واستعلاء ويحرض على مشاعر أو سلوك يعبر عن الكره والتمييز والاضطهاد"، أما دراسة صخر أحمد الخصاونة وسهل علي العتوم فقد وجدت أن خطاب الكراهية "يتمثل في مجموعة واسعة من خطابات أو كلمات مهينة جدا تحرض على العنصرية الدينية والجنسية، وتحرض على النزاعات والصراعات المبنية على أساس اللون أو العرق أو الطائفة واحتقار عادات وتقاليد الآخرين"، واتفقت أيضا مع دراسة خديجة بريك وآية حيدوسي التي توصلت فيها إلى أنه: "لا يوجد رأي متفق عليه حول مفهوم خطاب الكراهية فهو بالنسبة للمبحوثين كل ما هو مختلف عما يعتقدون وكراهية الاختلاف مع الآخر والنظر إليه باحتقار ودونية".

الجدول رقم (21): يوضح مفهوم خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة حسب متغيرات الجنس، السن، المستوى التعليمي، ومنطقة الانتماء.

| خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو: | | | | | | | المتغيرات النسبة | | |
|--|----------------------------|--------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------|---------------------|------|-------|
| المجموع | خطاب تحريضي يتضمن... | خطاب يقوم على العنصرية.. | الإساءة إلى شخص أو مجموعة... | الإساءة إلى شخص أو مجموعة... | عدم تقبل الآخر والرأي | خطاب يهدف إلى تشويه... | | | |
| 480 | 69 | 69 | 78 | 62 | 91 | 111 | ك | ذكر | الجنس |
| 46,69 | 6,71 | 6,71 | 7,59 | 6,03 | 8,85 | 10,80 | % | | |
| 548 | 75 | 86 | 69 | 66 | 104 | 148 | ك | أنثى | |
| 53,31 | 7,30 | 8,37 | 6,71 | 6,42 | 10,12 | 14,40 | % | | |

| | | | | | | | | | | |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---|-------------------|------------------|--|
| 1028 | 144 | 155 | 147 | 128 | 195 | 259 | ك | المجموع | | |
| 100,00 | 14,01 | 15,08 | 14,30 | 12,45 | 18,97 | 25,19 | % | | | |
| 28 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 8 | ك | أقل من 18 سنة | السن | |
| 2,72 | ,29 | ,29 | ,39 | ,49 | ,49 | ,78 | % | | | |
| 369 | 43 | 50 | 42 | 54 | 79 | 101 | ك | من 18 إلى 27 سنة | | |
| 35,89 | 4,18 | 4,86 | 4,09 | 5,25 | 7,68 | 9,82 | % | | | |
| 344 | 54 | 55 | 53 | 39 | 63 | 80 | ك | من 28 إلى 37 سنة | | |
| 33,46 | 5,25 | 5,35 | 5,16 | 3,79 | 6,13 | 7,78 | % | | | |
| 235 | 36 | 40 | 43 | 19 | 39 | 58 | ك | من 38 إلى 47 سنة | | |
| 22,86 | 3,50 | 3,89 | 4,18 | 1,85 | 3,79 | 5,64 | % | | | |
| 52 | 8 | 7 | 5 | 11 | 9 | 12 | ك | من 48 سنة فما فوق | | |
| 5,06 | ,78 | ,68 | ,49 | 1,07 | ,88 | 1,17 | % | | | |
| 1028 | 144 | 155 | 147 | 128 | 195 | 259 | ك | المجموع | | |
| 100,00 | 14,01 | 15,08 | 14,30 | 12,45 | 18,97 | 25,19 | % | | | |
| 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | ك | ابتدائي | المستوى التعليمي | |
| 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | % | | | |
| 55 | 8 | 8 | 5 | 8 | 11 | 15 | ك | متوسط | | |
| 5,35 | ,78 | ,78 | ,49 | ,78 | 1,07 | 1,46 | % | | | |
| 299 | 40 | 40 | 37 | 44 | 58 | 80 | ك | ثانوي | | |
| 29,09 | 3,89 | 3,89 | 3,60 | 4,28 | 5,64 | 7,78 | % | | | |
| 556 | 83 | 88 | 86 | 58 | 105 | 136 | ك | جامعي | | |
| 54,09 | 8,07 | 8,56 | 8,37 | 5,64 | 10,21 | 13,23 | % | | | |
| 118 | 13 | 19 | 19 | 18 | 21 | 28 | ك | دراسات عليا | | |
| 11,48 | 1,26 | 1,85 | 1,85 | 1,75 | 2,04 | 2,72 | % | | | |
| 1028 | 144 | 155 | 147 | 128 | 195 | 259 | ك | المجموع | | |
| 100,00 | 14,01 | 15,08 | 14,30 | 12,45 | 18,97 | 25,19 | % | | | |
| 396 | 65 | 64 | 55 | 41 | 76 | 95 | ك | الشرق | | |
| 38,52 | 6,32 | 6,23 | 5,35 | 3,99 | 7,39 | 9,24 | % | | | |
| 163 | 22 | 26 | 25 | 20 | 31 | 39 | ك | الغرب | | |

| | | | | | | | | | |
|----------------|-------|------------------|-------|--------|-------|-------|---|-----------------------------|-------------------|
| 15,86 | 2,14 | 2,53 | 2,43 | 1,95 | 3,02 | 3,79 | % | | منطقة الانتماء |
| 270 | 33 | 39 | 48 | 30 | 56 | 64 | ك | الوسط | |
| 26,26 | 3,21 | 3,79 | 4,67 | 2,92 | 5,45 | 6,23 | % | | |
| 199 | 24 | 26 | 19 | 37 | 32 | 61 | ك | الجنوب | |
| 19,36 | 2,33 | 2,53 | 1,85 | 3,60 | 3,11 | 5,93 | % | | |
| 1028 | 144 | 155 | 147 | 128 | 195 | 259 | ك | المجموع | |
| 100,00 | 14,01 | 15,08 | 14,30 | 12,45 | 18,97 | 25,19 | % | | |
| منطقة الانتماء | | المستوى التعليمي | | السن | | الجنس | | اختبار كا ² | |
| 21,493 | | 9,417 | | 23,099 | | 4,464 | | قيمة اختبار كا ² | |
| 15 | | 15 | | 20 | | 5 | | df درجة الحرية | |
| 0,122 | | 0,855 | | 0,284 | | 0,485 | | مستوى الدلالة sig | |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS₂₅.

يوضح هذا الجدول اختلاف مفهوم خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين حسب متغيرات الجنس، السن، المستوى التعليمي، ومنطقة الانتماء، وفيما يخص نتائج "كاي تربيع" فقد أظهرت عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين هذه المتغيرات ومفهوم خطاب التمييز والكراهية لدى المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت جميع قيم p أكبر من مستوى الدلالة عند 0.05، وبالتالي فهي غير دالة إحصائياً، أي أن كلا من متغيرات الجنس والفئة العمرية والمستوى الدراسي وكذا منطقة الانتماء عوامل غير مؤثرة في تصورات الأفراد عينة الدراسة لمفهوم خطاب التمييز والكراهية، وهو ما اتفق مع ما توصل إليه ناصر سعود الرحامنة "بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05 فأقل) في مفهوم خطاب الكراهية المتداول عبر شبكة الفيسبوك تبعاً لمتغيرات (الجنس، الفئة العمرية، المؤهل الدراسي)"، بينما اختلفت جزئياً مع دراسة حنان بن بليدة التي أظهرت أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمفهوم خطاب الكراهية في موقع فايسبوك تعزى لمتغير الجنس، في حين توجد فروق لكل من متغيري المستوى الدراسي والسن، لكونهما مرتبطان بالخبرة السابقة ودرجة الوعي والفهم والتحليل، خاصة أن خطاب الكراهية غالباً ما يحمل رسائل كامنة يصعب تفكيكها، ولا يمكن لأي فرد أن يدركه إلا إذا كان على درجة عالية من الوعي والخبرة".

الجدول رقم (22): يوضح نتائج ترتيب أفراد العينة لوسائل التواصل الاجتماعي حسب نشرها لخطاب التمييز والكراهية.

| هل ترى حسب رأيك أن خطاب التمييز والكراهية منتشر بشكل أكبر عبر: | | | | | | | | | | | | | | | | المرتبّة الوسيلة |
|--|-----|------------|-----|------------|-----|------------|-----|------------|----|------------|-----|------------|-----|------------|-----|-------------------------|
| المرتبّة 8 | | المرتبّة 7 | | المرتبّة 6 | | المرتبّة 5 | | المرتبّة 4 | | المرتبّة 3 | | المرتبّة 2 | | المرتبّة 1 | | |
| % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| 2,65 | 11 | ,24 | 1 | ,72 | 3 | 1,45 | 6 | 5,30 | 22 | 8,19 | 34 | 17,35 | 72 | 64,10 | 266 | فيسبوك |
| 4,58 | 19 | 2,89 | 12 | 7,23 | 30 | 12,29 | 51 | 23,37 | 97 | 20,48 | 85 | 22,89 | 95 | 6,27 | 26 | يوتيوب |
| ,72 | 3 | 4,34 | 18 | 1,69 | 7 | 7,71 | 32 | 19,52 | 81 | 32,05 | 133 | 27,47 | 114 | 6,51 | 27 | إنستغرام |
| 12,29 | 51 | 8,67 | 36 | 10,36 | 43 | 26,02 | 108 | 19,04 | 79 | 11,08 | 46 | 8,19 | 34 | 4,34 | 18 | إكس |
| 3,13 | 13 | 3,37 | 14 | 6,51 | 27 | 17,35 | 72 | 13,98 | 58 | 20,72 | 86 | 20,0 | 83 | 14,94 | 62 | تيكتوك |
| 19,28 | 80 | 21,2 | 88 | 31,81 | 132 | 17,11 | 71 | 5,78 | 24 | ,96 | 4 | 1,45 | 6 | 2,41 | 10 | تلغرام |
| 16,14 | 67 | 34,7 | 144 | 23,86 | 99 | 10,60 | 44 | 9,40 | 39 | 3,37 | 14 | 1,45 | 6 | ,48 | 2 | سناپشات |
| 41,20 | 171 | 24,58 | 102 | 17,83 | 74 | 7,47 | 31 | 3,61 | 15 | 3,13 | 13 | 1,20 | 5 | ,96 | 4 | واتساب |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS25.

يوضح الجدول أعلاه نتائج ترتيب وسائل التواصل الاجتماعي حسب نشرها لخطاب التمييز والكراهية، ونشير قبل تحليل بيانات هذا الجدول إلى أننا نهدف من خلال هذا النمط من الأسئلة إلى رصد وتوضيح آراء واتجاهات المبحوثين بناء على ترتيبهم لمجموعة من الخيارات حسب أولوياتها وأهميتها بالنسبة إليهم أو وفقا لمعيار التفضيل أو التأثير، وعليه نلاحظ من خلال الجدول بأن موقع فيسبوك احتل الصدارة بنسبة 64,10%، يليه كل من الأنستغرام والتكتوك في المرتبة الثالثة بنسبة 32,05%، و20,72% على التوالي، ليحل موقع يوتيوب رابعا بنسبة 23,37، ثم موقع إكس في المرتبة الخامسة بنسبة 26,02%، وفي المراتب الأخيرة حل كل من تلغرام وسنابشات وواتساب بنسب 31,81%، و34,7%، و41,20% على الترتيب.

ويمكن أن نرجع سبب انتشار خطاب الكراهية والتمييز عبر فيسبوك بشكل أكبر عن غيره من المنصات بالاستناد إلى عدة عوامل أبرزها الانتشار الواسع لهذا التطبيق في الجزائر (وهو ما أثبتته الإحصاءات، ونتائج الجدول رقم -11-) إضافة إلى المزايا والخصائص التي يتمتع بها من سهولة الاتصال وبساطة الاستخدام وتقنيات النشر، والمجانية وتنوع الخدمات والمضامين ومناسبتها لمختلف

الفئات العمرية، كما أثبتت العديد من الأبحاث والدراسات أن له دورا محوريا في التأثير على جمهور المستخدمين، سيما خلال الأحداث السياسية أو في أوقات الأزمات أين تنتشر الأخبار الكاذبة والمضللة وتزداد النزاعات والخطابات التحريضية، دون إغفال قدرة المستخدمين على التخفي واستخدام الهويات الافتراضية، وهو ما أشار إليه د. محمد الأمين بن خيرة* الذي أكد على أن "المتتبع لمواقع التواصل الاجتماعي يرى أن أكثرها استخداما الفيسبوك، ويرجع ذلك لسهولة الاستخدام وكذا سهولة التواصل ببيانات مزيفة، كما أن الفيسبوك لا يفرض على المستخدم ادراج معلوماته الشخصية، دون إغفال الاستخدام المجاني له، وهي الميزة التي قد لا توفرها مواقع أخرى"، هذا ويرى د. بلال موزاي* أن السبب يكمن في "كون موقع الفيسبوك فضاء لا يراقب بشدة هذا الخطاب مقارنة بغيره كاليوتيوب مثلا مما يرجح أيضا فكرة انتشاره فيه أكثر"، في إشارة إلى أن سوء الاستخدام، وضعف الرقابة، وصعوبة ضبط حجم المحتوى، وعدم وجود سياسات صارمة للمواجهة جعلت هذه المواقع بيئة خصبة لانتشار هذه الخطابات، وهذا ما ذهبت إليه أيضا د. جودي خرفية* إلى أن "كثافة الاستخدام والانتشار العامل الأول لتنامي خطابات الكراهية والتمييز، وفيسبوك يعتبر أكبر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما، فمنطقيا سيكون الموقع الأكثر استقطابا لخطابات الكراهية، أما العامل الثاني في تصورها فهو غياب الردع القانوني لمكافحة انتشار خطابات الكراهية والتمييز".

وهو ما جاء متسقا مع دراسة حنان بن بليدة التي توصلت فيها إلى أن "عينة الدراسة تستخدم الفيسبوك بصفة دائمة، وأنه توجد علاقة ارتباط ما بين النشر عبره وتغذية خطاب الكراهية، ذلك يعود لكونه فضاء للنشر الحر دون وجود قيود وقوانين وقيم ضابطة، إضافة إلى كونه مدعم بالوسائط التي تعزز المنشورات كالنص المرفق بصورة أو فيديو أو الهاشتاق وذلك لتحقيق تأثير أكبر في الجماهير"، واتفقت جزئيا مع دراسة هبة محمد شفيق عبد الرزاق التي أوضحت فيها أن "الفيسبوك"، "الواتس آب"، و"اليوتيوب" كانت في مقدمة الوسائل التي تستخدم لبحث المحتوى الذي يحرض على خطاب الكراهية لسهولة إخفاء الهوية الحقيقية للطرف المحرض"، مع وجود اختلاف في موقع الواتساب (جاء في المرتبة الأخيرة في دراستنا) والذي يرجع أساسا إلى اختلاف المجتمع البحثي والسياق الزماني والمكاني بين

* مقابلة مع محمد الأمين بن خيرة، أستاذ محاضر ب-، تخصص علم اجتماع جريمة وانحراف، جامعة الجبالي بوعنامة خميس مليانة -عين الدفلى-، (01 أبريل 2025، سا 18:23).

* مقابلة مع بلال موزاي، أستاذ محاضر أ-، تخصص علوم سياسية، جامعة محمد لمين دباغين -سطيف، (13 مارس 2025، سا 22:00).

* مقابلة مع خرفية جودي، أستاذ محاضر أ-، اتصال وعلاقات عامة، المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام -الجزائر-، (13 مارس 2025، 22:30).

الدراستين، وهذا أيضا ما توصلت إليه دراسة **مرو رياض أبوظريس** بأن "موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك احتل المرتبة الأولى باعتباره أكثر المواقع التي ينتشر فيها خطاب الكراهية في المجتمع الأردني، أما دراسة **يوسف بلعباس** فقد أكد فيها أن "هناك تفاعلا نشيطا بين المستخدمين، وأن مضامين الفيسبوك زادت من مناقشاتهم حول مواضيع خطابات الكراهية".

في المقابل وبالرغم من أن موقع فيسبوك حاز على المركز الأول، إلا أنه ليس الوحيد، حيث أشارت النتائج إلى أن كل من منصات الأنستغرام، التيك توك، واليوتيوب يساهمون أيضا في نشر الخطابات التمييزية والتحريضية، ونرى أن ترتيب المبحوثين لأكثر المواقع نشرًا لخطاب التمييز والكراهية يعود بالدرجة الأولى إلى طبيعة استخدامهم لموقع دون آخر وليس بالضرورة لكونه منتشرًا فيه، وهو ما اتجه إليه **د. سلامي اسعيداني*** الذي يرى أن ترتيب المبحوثين للمواقع الأكثر نشرًا لخطاب التمييز والكراهية يتأثر بأنماط استخدامهم الشخصية لكل منصة، وليس بالضرورة بمعدل انتشار هذه الخطابات فيها بشكل موضوعي، فالمستخدم الذي يقضي وقتًا أطول على فيسبوك، على سبيل المثال، قد يكون أكثر عرضة لملاحظة هذا النوع من الخطابات عليه مقارنةً بمواقع أخرى لا يستخدمها بنفس الكثافة".

كما أشار في ذات السياق، إلى أن طبيعة كل منصة تختلف من حيث خوارزميات التفاعل، وطريقة عرض المحتوى، وأنواع المستخدمين النشطين فيها، مما قد يؤثر على إدراك الأفراد لمدى انتشار خطاب الكراهية، وهو ما يتفق مع النتيجة التي توصلت إليها **Jena Jendrowski** في دراستها بأن "مجموعات الكراهية مرتبطة بشبكات من الحسابات عبر خوارزميات تساهم في نشر المعلومات والخطابات البغيضة والمحرضة والتي تبنى وتتشكل عبر الأنترنت بدلا من مشاركة القرب المكاني".

* مقابلة مع سلامي اسعيداني، أستاذ محاضر -أ-، تخصص اتصال استراتيجي، جامعة محمد بوضياف -المسيلة-، (24 مارس 2025، سا 18:00).

الجدول رقم (23): يوضح أكثر القوالب التي تستغل لنشر خطابات التمييز والكراهية حسب آراء أفراد العينة.

| النسبة القبال | ماهي أكثر القوالب التي تستغل لنشر خطابات التمييز والكراهية؟ | |
|-------------------------|---|-------|
| | ك | % |
| الكتابات النصية | 105 | 25,30 |
| مقاطع فيديو | 166 | 40,00 |
| الصور والرسوم | 26 | 6,27 |
| التعليقات على المنشورات | 118 | 28,43 |
| المجموع | 415 | 100 |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج spss₂₅.

إن خطاب الكراهية والتمييز يعتبر أداة تحفيزية للمشاعر السلبية وتوجيهها وإثارتها وهي تتخذ عبر مواقع التواصل الاجتماعي عدة أشكال وقوالب، وهو ما يبرزه هذا الجدول الذي يمثل أكثر القوالب التي تستغل لنشر خطابات التمييز والكراهية، وأظهرت النتائج أن مقاطع الفيديو احتلت الصدارة وذلك بنسبة 40,00%، ويعزى ذلك إلى الرواج الكبير للمحتوى المرئي عبر مختلف المنصات التواصلية، حيث تشهد هذه المضامين حسب مصادر وتقارير تطورات كبيرة وتحتل الصدارة في استهلاك المحتوى، مع تفضيل 60% من المستهلكين لمقاطع الفيديو القصيرة*، مثل تطبيق تيك توك TikTok وخدمات إنستغرام ريلز Instagram Reels ويوتيوب شورتس YouTube Shorts التي تعد أهم ثلاث منصات لنشر وتسويق مقاطع الفيديو القصيرة.

إن سيطرة الفيديو على المحتوى الرقمي، تعود لأسباب متعددة أهمها خصائص الفيديو التي تجمع بين الحواس المتلقية من السمع والبصر، وبين تقنيات الصوت والصورة والحركة في آن واحد، كما تتميز بسهولة نقل المعلومات والسرعة في تلقيها وتبسيطها، فضلاً عن دوره بزيادة التأثير ومعدلات الظهور وارتفاع نسبة التفاعلية والموثوقية وثباته في أذهان المشاهدين لفترة أطول، خاصة أن الشريحة العظمى

* وفقاً لتقرير HubSpot State of Marketing، لمزيد من التفاصيل، يمكن الاطلاع على التقرير الكامل لـ [HubSpot State of Marketing](https://www.hubspot.com/state-of-marketing) 2024.

من المتصفحين يفضلون مشاهدة المحتوى بنسبة تصل لأربعة أضعاف اهتمامهم بقراءته أو أقل من ذلك عن سماعه، الأمر الذي يدعم المقولة الرائجة أن "الفيديو هو ملك المحتوى"¹.

إن ما يجعل مقاطع الفيديو وسيلة وأداة فعالة في انتشار خطاب التمييز والكراهية عطفًا على ما سبق ذكره من خواص، هو انتشارها السريع بين أوساط الجمهور وفي وقت قصير، خصوصًا إذا كان ما تقدمه مثيرًا للجدل أو لمشاعر العداوة والعنصرية والتمييز، فخوارزميات بعض المنصات تعزز هذا النوع من المحتوى الذي يلقي تفاعلًا كبيرًا وتسهم في نشره ومشاركته على نطاق واسع، وبالتالي فهذه الوسائط المرئية لها القدرة على خلق واقع بديل أكثر واقعية، يجعلها أكبر تأثيرًا وفعالية لاستثارة المشاعر السلبية كالخوف أو الغضب، وهي المشاعر التي تُستغل غالبًا في نشر الكراهية والأفكار الضارة والمتطرفة والغير بناءة.

والى جانب مقاطع الفيديو وبما لا يقل خطورة عنها، جاء التعليق على المنشورات في المرتبة الثانية كأكثر الأشكال التي يتجلى فيها الخطاب المحرض على الكراهية والتمييز بنسبة 28,43%، فجميع مواقع التواصل الاجتماعي تتيح لمستخدميها خاصية التفاعلية عن طريق توفير مساحات للنقاش والتعبير عن الآراء وتبادل الأفكار ووجهات النظر، لكنها سرعان ما تتحول إلى حلبة صراع لا يتقبل فيها أحد الرأي الآخر أو ما يمكن أن نسميه "بالتفاعل السلبي" أين تزيد نسبة التفاعل مع التعليقات المسيئة أكثر من غيرها، لاسيما إذا كان المحتوى الذي يتم التعليق عليه يمس قضايا مجتمعية حساسة ومضمونا مثيرا للجدل والفرقة والتناحر، ومما يزيد الطينة بلة هو إخفاء الهوية لدى المستخدمين وعدم المواجهة المباشرة، بما يعطيهم حرية دون قيود أو خوف من العواقب أو المتابعات القانونية.

وبنسبة قريبة من التعليقات حلت ثالثًا الكتابات النصية بنسبة 25,30%، وتكون بصفة مركزة في التطبيقات التي تعتمد التفاعل النصي مثل تغريدات منصة أكس ومنشورات الفيسبوك، والتي يغلب عليها في أحيان كثيرة التعميم والتنميط واستخدام لغة وعبارات ترسخ ردود فعل عنيفة وتحرض ضد فئات معينة من المجتمع، وتتناقل أخبارًا كاذبة وحقائق مشوهة لتبرير الكراهية، وهو ما من شأنه أن يغذي النزاعات الداخلية والبنية المجتمعية ويشجع على العنف، خصوصًا بوجود بعض المجموعات المغلقة التي تغيب

¹ عبد الرحمن محمود، الفيديو "ملك المحتوى" في 2021.. إليكم كيفية صناعته بشكل ناجح"، من موقع شبكة الصحفيين الدوليين، عبر الرابط: <https://ijnet.org/ar/story> (10 أبريل 2025، سا 12:21).

الرأي المخالف، وتقل بها الرقابة بما يعزز الآراء الهدامة والمتطرفة، أو الصفحات والحسابات التي تخدم أجندة وإيديولوجيات معينة وتهدف إلى تحقيق منافع سياسية أو طائفية أو غيرها.

وخلت أخيرا الصور والرسوم بنسبة 6,27%، وبالرغم من نسبتها الضئيلة نوعا ما فإن تأثيرها كبير في توضيح المعنى المراد إيصاله للجمهور إلى جانب الكتابات النصية في بعض الأحيان ومنفردة في أحيان أخرى، والتي تشمل الصور الحقيقية، الصور المعدلة، الصور التعبيرية والكاريكاتورية، الميمات (Memes) ... الخ، ويكون تأثيرها أعمق من النصوص فهي تحمل رموزا بصرية تجذب انتباه المتلقين وتؤثر على استيعابهم وإدراكهم للمواضيع المختلفة، ويكثر استخدامها للسخرية من جماعة معينة أو فئة محددة أو أشخاص بعينهم أو حتى هيئات وإظهارهم بسمات سلبية أو الإشارة إليهم بتلميحات عنصرية أو التقليل من شأنهم أو معاناتهم، أو حتى التعديل والتلاعب بالصور بهدف الاستغلال العاطفي أو التخويف أو تأجيج الرأي العام وإثارة الفتنة بين أفراد المجتمع الواحد.

هذا وجاءت هذه النتائج مخالفة لما توصلت إليه دراسة يوسف بلعباس، حيث وجد أن الفيسبوك يقدم خطاب الكراهية في شكل منشورات -كتابات حائطية- في المرتبة الأولى، ثم الصور، تليها بنسبة متساوية فيديوهات الشخصيات الرسمية ومقاطع فيديو شخصية" وهذا يعود إلى طبيعة الموقع محل الدراسة والذي تمثل في موقع فيسبوك، أين تعد الكتابات الحائطية الأكثر توظيفا من قبل المستخدمين، مقارنة بدراستنا التي شملت جميع المواقع دون تحديد، أما دراسة صلاح الدين عمراوي ويوسف مقعاش فقد توصلت إلى نتائج متسقة مع دراستنا حيث وجدت "أن موقع فيسبوك وفر ميزات تقنية متعددة وبتكلفة زهيدة وفعالية وذات جودة عالية، ويتم من خلاله توظيف مقاطع الفيديو والصور والتعليقات والنصوص من قبل نشطاء الفايسبوك الموجهين لصناعة خطاب الكراهية".

الجدول رقم (24): يوضح أنواع خطابات التمييز والكراهية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

حسب آراء أفراد العينة.

| ماهي أكثر أنواع خطابات التمييز والكراهية تداولاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ | | النسبة نوع الخطاب |
|---|-------|----------------------|
| ك | % | |
| 101 | 24,34 | خطاب سياسي |

| | | |
|-------|-----|--|
| 21,20 | 88 | خطاب ديني |
| 26,99 | 112 | خطاب ثقافي (الاختلافات الثقافية، اللغوية، العادات والتقاليد) |
| 8,92 | 37 | خطاب قائم على أساس التمييز الإثني والعنقي |
| 9,16 | 38 | خطاب قائم على أساس الانتماء الجغرافي والمناطق |
| 9,40 | 39 | خطاب قائم على أساس الجندر (ذكر، أنثى) |
| 100 | 415 | المجموع |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج spss25.

يشير الجدول أعلاه إلى أنواع خطابات التمييز والكراهية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويتبين من خلاله أن الخطاب الثقافي احتل المرتبة الأولى بنسبة قاربت 27%، ويعزى ذلك إلى أن العناصر المشكلة للثقافة في عمومها تنسحب على جميع مكونات المجتمع، وبالتالي يشمل هذا النوع من خطابات الكراهية الاختلافات في الخصائص الثقافية بين الأفراد والمجموعات وتهميشها وإقصائها، الاختلافات اللغوية واحتقار اللهجات، التمييز من خلال تباين العادات والتقاليد المتعلقة باللباس، عادات الأكل، المناسبات والاحتفالات، تشويه التراث والرموز الثقافية... الخ، وأيضا تمتد لتشمل الثقافات الفرعية، القيم والمعتقدات والأعراف الاجتماعية ومختلف الرمزيات ذات الدلالة والطابع الثقافي، وبما أن الجزائر بلد يتميز بالتنوع العنقي والتعدد اللغوي والثقافي الذي يكرس الهوية الوطنية، والمستمد أساسا من التأثيرات التاريخية وتعاقب الحضارات، فإن ترسيخ هذه الممارسات العنصرية والتمييزية يساهم في تعزيز الفقرة وتقويض التعايش الإيجابي بين أفراد المجتمع الواحد.

هذا وأجاب 24,34% من أفراد العينة بأن الخطاب السياسي كثير التداول أيضا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهو الخطاب الذي يستخدم لغة عدائية وزدرائية ضد أفراد أو جماعات أو هيئات والتحريض عليها بدافع سياسي أو لتحقيق مكاسب ومصالح سياسية، وقد تبرز مظاهره على شكل دعايات مغرضة من قبل أشخاص عاديين أو معارضين، أو من خلال التهجم على شخصيات مؤثرة أو لها ثقلها الاجتماعي والسياسي، أو تخوينها واتهامها بالفساد، أو التعبئة السياسية والدعوة إلى إثارة الفوضى والعنف وما إلى ذلك، وبالإسقاط على الواقع السياسي في الجزائر وسياقاته فهذه الأخيرة تعيش تحديات كبيرة على

الصعيدين الداخلي والخارجي، فداخليا تواجه الجزائر ضغوطات ناجمة عن محاولة الدولة من جهة فرض نوع من التوازن في النظام والسياسات المتبعة في عدة ميادين، لا سيما بعد التحولات التي شهدتها الجزائر بعد الحراك الشعبي وقيام نظام جديد، والضغوطات الاقتصادية والاجتماعية والمطلبية الدائمة بالإصلاحات من جهة أخرى، وعلى الصعيد الخارجي تقف الجزائر في مواجهة أزمات جيوسياسية وعلاقات متوترة مع فرنسا ودول الجوار، وبعض الجهات المتربصة بها والتي تمارس التضليل وتزييف الوقائع، "كما تنمو وتزدهر هذه الممارسات المستندة للقبلية والعروشية والانتماءات الحزبية الضيقة خلال الحملات الانتخابية، فتقوم التيارات السياسية المختلفة باستثمار كافة أشكال الإثارة المسيية، لتحريك الكتل الناعبة في تخوم وهوامش المجتمع، حيث يقوم الخطاب السياسي باستحضار مفاهيم مشحونة ظاهرها تنويري تنموي، على شاكلة: يجب وضع حد للتهميش، منطقتنا محقورة ... مهمشة ... وكوادرها مقصيين... إلخ، ويمارس هذا الخطاب نوع من الغلبة والسطوة الثقافية على الأفراد والجماعات، ويحرك فيهم دوافع انفعالية ضيقة الأفق"¹، وهو ما يستحوذ بطبيعة الحال على النقاشات عبر الفضاءات الافتراضية، أين تتصاعد الخطابات العدائية والتحريضية وتبادل الاتهامات بين الأطراف المتناحرة والمتصارعة، والتي تقودها أحيانا جهات منظمة تأجج الانقسامات الداخلية وتفاقم الاستقطاب السياسي وتهدد الوحدة الوطنية.

وينسب مقارنة حل الخطاب الديني ثالثا بنسبة 21,20%، "وهو ذلك النمط من الكراهية الذي يتصل بالمجال الديني ويتحدد به، إما من جهة الباعث والمنطلق، أو من جهة المعنى والتفسير، أو من جهة الرؤية والموقف"²، وتتعدد أشكاله ومظاهره عبر مواقع التواصل الاجتماعي فقد يتضمن خطابا يهدف إلى تدنيس مقدسات أو رموز دينية، أو تحريضا مباشرا والدعوة إلى اضطهاد جماعة أو طائفة أو أصحاب مذهب أو طريقة معينة (حيث توجد بعض الأقليات في الجزائر كالأحمدية والشيعة والإباضية، وبعض الطوائف المسيحية، والطرق الصوفية إلى غير ذلك)، وهو ما يراه د. سعد عبد السلام* حيث أكد أن "الخطاب الديني من أكثر أنواع خطابات التمييز والكراهية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لوجود طوائف ومذاهب مختلفة لا حصر لها، سواء كانت تحت مسميات إسلامية أو غير إسلامية"، وبالرغم من أن الجزائر بلد متجانس دينيا إلا أن العداء الديني يتجسد داخل التيار الديني نفسه، وذلك

¹ الجمعي حجام، مرجع سابق، ص 13.

² نورة مرياي وأحمد أمين فورار، " تجليات خطاب الكراهية الدينية في الإعلام الغربي: قناة "فرانس 24" الفضائية أنموذجا - دراسة تحليلية -"، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 9، العدد 4 (ديسمبر 2024)، ص 530.
* مقابلة مع سعد عبد السلام، أستاذ التعليم العالي، تخصص علم النفس والفلسفة، جامعة زيان عاشور-الجلفة-، (01 أبريل 2025، سا 9:00).

بحسب د. بلال موزاي بسبب "تعدد مصادر المعارف الدينية التي يتلقاها المواطن خاصة في السنوات الأخيرة مع انتشار الخطاب الديني الرقمي (الفتاوى)، وبسبب ضعف أدوات التنشئة كالمساجد و المدارس والزوايا في تجديد هذا الخطاب"، بالإضافة إلى الاختلافات في الفهم والتفسير بين التيارات المحافظة والمعتدلة والمتشددة، فاستغلال الدين حسب د. سلامي اسعيداني في القضايا السياسية والاجتماعية وتضخيم هذه الخلافات بفعل منصات التواصل الاجتماعي مما يجعلها ساحة للخلاف والجدل قد يتحول إلى صراع فكري وأيديولوجي تتخلله خطابات إقصاء، تمييز، وكراهية، ويؤيد د. يوسف بلعباس* هذا الطرح حيث يرى أن الدين يتخذ طابعا تأويليا وهوياتيا في الفضاء الرقمي، ويستخدم كوسيلة للهيمنة الرمزية أو المعارضة، خصوصا عندما يتقاطع مع السياسة والثقافة، وهو الأمر الذي سمح حسب رأيه بإعادة إنتاج التمايزات داخل الدين الواحد (تيارات سلفية، صوفية، عقلانية...)، وكل طرف يطرح تصورا يُقْصِي الآخر، كما نجد من جهة أخرى أن تأثير الخطابات الدينية العالمية، وتفاعل المستخدمين مع المحتوى الخارجي، يعزّز النقاشات المتوترة حول قضايا دينية معينة، حتى في غياب التنوع المذهبي أو الطائفي داخل البلد.

وعطفا على ما سبق يمكن القول أن ثلاثية "الدين والسياسة والثقافة" من أبرز المحاور التي تشكل القيم والهوية وتؤثر في تطور المجتمع ككل، وبالتالي فإن أي توتر أو جدل حولها قد يؤدي إلى تصاعد خطابات التمييز والكراهية، فالدين والسياسة والثقافة حسب د. سلامي اسعيداني غالبًا ما تكون مجالات للاستقطاب الحاد، حيث تتداخل الأيديولوجيات والمعتقدات وأنماط التفكير والسلوك، مع المصالح الفردية والجماعية، مما يجعل النقاشات حولها عاطفية ومتشجعة تُنتج نزاعات فكرية قد تتحول إلى خطابات إقصائية أو تحريضية، وهو ما وجدته د. جودي خرفية في أبحاثها حيث أكدت أن "خطابات الكراهية والتمييز تشترك جميعا في إقامة علاقة هرمية بين السياسة والدين والثقافة باعتبارها أكثر المجالات ذات الحساسية، فضلا على كونها تمثل ركيزة أساسية في هوية الإنسان، ويعتقد د. بلال موزاي "أن الأمر له علاقة بكونها تشكل حقل الهوية لمجتمع لا يزال مرتبطا عصبويا عبر تفضيل الولاءات الضيقة الدينية أو اللغوية أو الثقافية على الانتماء على أسس المواطنة".

ومن جهة أخرى وبعبدا عن هذا الطرح قد يرتبط نوع خطاب الكراهية السائد في مواقع التواصل الاجتماعي أيضا بطبيعة المحتوى الذي يتعرض له الأفراد، والصفحات التي يتابعها المبحوثين وتتسق مع

* مقابلة مع يوسف بلعباس، أستاذ محاضر ب-، تخصص علم اجتماع الاتصال، جامعة أحمد زبانة - غليزان-، (11 أبريل 2025، سا 20:00).

اهتماماتهم وتشدد تركيزهم نحو قضايا وموضوعات بعينها، لا سيما إذا كانت هذه القضايا ذات صلة بهذه الخطابات والتي تلقى تفاعلا وتداولاً واسعاً بين رواد هذه المنصات، ويرى د. يوسف بلعباس "أن انتشار أنواع من خطابات الكراهية ليس مجرد انعكاس لاهتمامات المستخدمين، بل هو نتيجة منطقية لبنية اجتماعية وسياسية تعمل على تكريس الاستقطابات والخلافات الأيديولوجية، بما فيها توظيف الفضاء الرقمي لخدمة هذه الأغراض، مما يعزز التجمعات الافتراضية للأفراد ذوي الأفكار المتشابهة، وهو ما ينعكس بشكل متزايد على الواقع ويزيد من حدة الخطابات المتعصبة".

وحل الخطاب الجندي رابعا بنسبة 9,40%، فالجزائر كما في العديد من البلدان الأخرى تنتشر بها الخطابات القائمة على النوع الاجتماعي والهوية الجنسانية، ليس اتجاه المرأة فقط بل اتجاه الرجال أيضا الذين لا يعكسون الصور النمطية والوظائف التقليدية للرجل أو المختلفون في الآراء والتوجهات من قبل بني جنسه أو من قبل الجنس الآخر، وإن كان بدرجة أقل من المرأة التي تتعرض لمختلف أصناف المضايقات والانتهاكات وهجمات الكراهية، باستخدام العبارات الساخرة والألفاظ المهينة والمحتويات الجنسية والصور والرموز الغير لائقة، والتي تصل أحيانا إلى حد تهديد وتبرير العنف اتجاههن، وهو ما يعزز شعورهن بعدم الأمان في الفضاء الرقمي فقد أثبتت دراسة لهيئة الأمم المتحدة للمرأة^١، بأن العديد من النساء اللاتي تعرضن لشكل من أشكال العنف على الأنترنت انتقلت خارج إطاره أيضا، ويمكن أن نرجع سبب ذلك إلى الأفكار المجتمعية التي تركز دونية المرأة في المجتمعات العربية عموما ومجتمعنا الجزائري خصوصا، أو التي ترى في تحررها وممارستها لبعض الأدوار في حياتنا المعاصرة خطرا يهدد النواة الأولى للمجتمع وهي الأسرة في محاولة لإعادتها إلى إطارها المعهود.

وجاءت النتائج مقاربة لكل من الخطاب المناطقي، الخطاب الإثني والعرقي وحصلت على نسب 9,16%، و8,92% على التوالي، فقد أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في إذكاء الخطاب المناطقي أو القائم على أساس الانتماء الجغرافي في الجزائر ومن أشكاله العنصرية الجهوية داخل الدولة (كالشرق، الغرب، الوسط، الشمال، الجنوب) أو التمييز من خلال كون المنطقة حضرية أو ريفية، أو التحيز ضد سكان والسخرية منهم بسبب عاداتهم أو لهجاتهم أو التمايز والتفاوت في التنمية الاقتصادية والخدمات وفرص العمل بين هذه المناطق، أو تعميم الصور النمطية السلبية حول البعض منها، أما فيما يخص

^١ هيئة الأمم المتحدة للمرأة، العنف ضد المرأة في الفضاء الرقمي: رؤى من دراسة متعددة الأقطار في الدول العربية، التقرير كاملا عبر الرابط:

https://arabstates.unwomen.org/sites/default/files/Field%20Office%20Arab%20States/Attachments/Publications/2021/11/Summary_Keyfindings_Final_AR.pdf

الخطاب الإثني والعرقي وبالرغم من أنه حل أخيراً إلى أن الجزائر تعد بلداً متعدد الإثنيات والهويات (عرب، أمازيغ، شاونية، قبائل، ميزابيون، توارق، وغيرهم)، والذي تحول بفعل الشبكات الاجتماعية إلى صراع هوياتي، وقد تعود أسباب هذه النوعية من الخطابات إلى الحقبة الاستعمارية ومخلفاتها واستخدامها كأداة تحريض، أو السياسات التنموية التي ركزت على مناطق وولايات دون أخرى، أو التوترات والانقسامات الإثنية بين العرب والأمازيغ على سبيل المثال لا الحصر، نضيف إلى ذلك تضخيم الإعلام والمنصات الاجتماعية لهذه الصراعات وزيادة حدة الخطاب العنصري وغيرها من العوامل، والتي تلقي بتداعياتها السلبية على الأفراد والمجتمع ككل، وتغذي شعور الأفراد بغياب العدالة وتغشي الظلم الاجتماعي، وكذا العزلة والتهميش واتساع الفجوة بين سكان هذه المناطق وبين الإثنيات المختلفة، وإعاقة عملية اندماجهم داخل المجتمع، بما يؤدي إلى الانقسام ويشكل خطراً على السلم المجتمعي.

إن النتائج التي توصلنا إليها والمتعلقة بأنواع خطابات الكراهية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تتفق جزئياً مع الدراسات السابقة، حيث تتسق معها من حيث الأنواع الأكثر شيوعاً وتختلف معها نسبياً من حيث ترتيب هذه الخطابات، ومنها دراسة **مرو رياض أبوظريس** "التي توصلت فيها إلى أن المنشورات التي تحوي تحريضاً قائماً على العنصرية وعلى أساس العرق أو الدين أو الجنس هي من أبرز أشكال خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع الأردني"، وفي الدراسة التي أعدها **صلاح الدين عمراوي ويوسف مقعاش** توصلوا إلى أن "خطابات الكراهية المنتشرة في موقع الفيسبوك تتعدد وتبني على أساس اللون والجنس والإثنيات، أو على أساس الإعاقة، أو اللغة واللهجة أو التوجه السياسي أول الأصل القومي والطائفي"، أما **يوسف بلعباس** فقد وجد أن "أكثر أنواع خطابات الكراهية في الفيسبوك هي خطابات دينية تليها الخطابات السياسية، ثم الخطاب الاجتماعي والخطاب الرياضي، وأخيراً الخطاب الترفيهي، وأن أكثر هذه الخطابات استفزازاً هي التمييز الديني، يليه التمييز العرقي، ثم التمييز الإثني، ثم التمييز السياسي، وحل في المرتبة الأخيرة التمييز على أساس اللون"، أما دراسة **صخر أحمد الخصاونة وسهل علي العتوم** فقد توصلت إلى أن "معظم أفراد العينة يرون أن الاختلاف في الآراء والمواقف هي أكثر أنواع خطاب الكراهية تكريساً بين رواد مواقع التواصل الاجتماعي، يليه اختلاف الأديان والمذاهب، ثم الخطاب الديني والطائفي، يليه خطاب الاختلافات العرقية، وأخيراً خطاب الاختلافات اللغوية".

الجدول رقم (25): يوضح آراء أفراد العينة حول أنواع خطابات التمييز والكراهية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغيرات الجنس، المستوى التعليمي، ومنطقة الانتماء.

| ما هي أنواع خطابات التمييز والكراهية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ | | | | | | | النسبة المتغيرات | | | |
|---|-----------|-------------|-----------------|------------|-----------|------------|-------------------------|-------------|------------------|--|
| المجموع | خطاب جندي | خطاب مناطقي | خطاب إثني وعرقي | خطاب ثقافي | خطاب ديني | خطاب سياسي | | | | |
| 191 | 14 | 14 | 12 | 46 | 48 | 57 | ك | ذكر | الجنس | |
| 46.02 | 3.37 | 3.37 | 2.89 | 11.08 | 11.57 | 13.73 | % | | | |
| 224 | 25 | 24 | 25 | 66 | 40 | 44 | ك | أنثى | | |
| 53.98 | 6.02 | 5.78 | 6.02 | 15.90 | 9.64 | 10.60 | % | | | |
| 415 | 39 | 38 | 37 | 112 | 88 | 101 | ك | المجموع | | |
| 100.00 | 9.40 | 9.15 | 8.91 | 26.99 | 21.21 | 24.34 | % | | | |
| 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | ك | ابتدائي | المستوى التعليمي | |
| 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | % | | | |
| 23 | 1 | 4 | 3 | 4 | 5 | 6 | ك | متوسط | | |
| 5.54 | 0.24 | 0.96 | 0.72 | 0.96 | 1.20 | 1.45 | % | | | |
| 129 | 11 | 13 | 12 | 33 | 28 | 32 | ك | ثانوي | | |
| 31.08 | 2.65 | 3.13 | 2.89 | 7.95 | 6.75 | 7.71 | % | | | |
| 219 | 21 | 16 | 21 | 62 | 45 | 54 | ك | جامعي | | |
| 52.77 | 5.06 | 3.86 | 5.06 | 14.94 | 10.84 | 13.01 | % | | | |
| 44 | 6 | 5 | 1 | 13 | 10 | 9 | ك | دراسات عليا | | |
| 10.60 | 1.45 | 1.20 | 0.24 | 3.13 | 2.41 | 2.17 | % | | | |
| 415 | 39 | 38 | 37 | 112 | 88 | 101 | ك | المجموع | | |
| 100.00 | 9.40 | 9.15 | 8.91 | 26.99 | 21.21 | 24.34 | % | | | |
| 159 | 13 | 13 | 11 | 45 | 30 | 47 | ك | الشرق | منطقة الانتماء | |
| 38.31 | 3.13 | 3.13 | 2.65 | 10.84 | 7.23 | 11.33 | % | | | |
| 64 | 6 | 10 | 5 | 20 | 9 | 14 | ك | الغرب | | |
| 15.42 | 1.45 | 2.41 | 1.20 | 4.82 | 2.17 | 3.37 | % | | | |
| 105 | 9 | 7 | 12 | 23 | 32 | 22 | ك | الوسط | | |

| | | | | | | | | | |
|----------------|------|------|------------------|-------|-------|-------|-----------------------------|---------|--|
| 25.30 | 2.17 | 1.69 | 2.89 | 5.54 | 7.71 | 5.30 | % | | |
| 87 | 11 | 8 | 9 | 24 | 17 | 18 | ك | الجنوب | |
| 20.96 | 2.65 | 1.93 | 2.17 | 5.78 | 4.10 | 4.34 | % | | |
| 415 | 39 | 38 | 37 | 112 | 88 | 101 | ك | المجموع | |
| 100.00 | 9.40 | 9.15 | 8.91 | 26.99 | 21.21 | 24.34 | % | | |
| منطقة الانتماء | | | المستوى التعليمي | | الجنس | | اختبار كا ² | | |
| 15.329 | | | 11.320 | | 4.161 | | قيمة اختبار كا ² | | |
| 15 | | | 15 | | 5 | | درجة الحرية df | | |
| 0.428 | | | 0.730 | | 0.527 | | مستوى الدلالة sig | | |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS₂₅.

يوضح الجدول آراء عينة الدراسة حول أنواع خطابات التمييز والكراهية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغيرات الجنس، المستوى التعليمي، ومنطقة الانتماء، وأشارت نتائج كاي تربيع، إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في رأيهم حول أنواع خطابات التمييز والكراهية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما دلت عليه قيمة $p=0.527$ عند درجة الحرية $df=5$ وهي أكبر من مستوى الدلالة عند 0.05، أي أنها غير دالة إحصائية، كما لا توجد فروق بين أفراد العينة في رأيهم حول أنواع خطابات التمييز والكراهية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعزى إلى المستوى التعليمي حيث كانت قيمة $p=0.730$ ، وهي أكبر من مستوى الدلالة عند 0.05، كما بينت النتائج أن منطقة الانتماء عامل غير مؤثر في رأي المبحوثين حول أنواع خطابات التمييز والكراهية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة $p=0.428$ ، وهي أكبر من مستوى الدلالة عند 0.05، وبالتالي فهي غير دالة إحصائية.

وربما يمكننا أن نرجع عدم وجود تباين واختلاف في الآراء تبعا لهذه المتغيرات، إلى طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي وخوارزمياتها وآليات عملها، التي تفرض محتوا متشابها لمستخدميها لا سيما المحتوى الذي يثير جدلا وتفاعلا كبيرا، كما أن طبيعة القضايا التي يتابعونها مثل القضايا السياسية والاجتماعية والدينية، التي تهم جميع الأفراد وتمس مصالحهم قد تثير ردود فعل متماثلة، بغض النظر عن جنسهم أو مستواهم التعليمي أو منطقة انتمائهم.

الجدول رقم (26): يوضح نتائج ترتيب أفراد العينة لأشكال خطاب التمييز والكراهية الأكثر تداولاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

| ما هي أشكال خطاب التمييز والكراهية الأكثر تداولاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ | | | | | | | | | | | | المرتبة الأشكال |
|--|-----|-----------|-----|-----------|-----|-----------|----|-----------|-----|-----------|-----|--|
| المرتبة 6 | | المرتبة 5 | | المرتبة 4 | | المرتبة 3 | | المرتبة 2 | | المرتبة 1 | | |
| % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| 7,71 | 32 | 7,95 | 33 | 18,80 | 78 | 18,31 | 76 | 16,87 | 70 | 30,36 | 126 | التمييز والعنصرية |
| 3,37 | 14 | 9,64 | 40 | 14,70 | 61 | 18,31 | 76 | 25,30 | 105 | 28,67 | 119 | السب والإهانة والشتيم |
| 4,82 | 20 | 6,02 | 25 | 12,53 | 52 | 21,45 | 89 | 29,64 | 123 | 25,54 | 106 | السخرية والاستهزاء |
| 9,88 | 41 | 27,95 | 116 | 25,06 | 104 | 18,31 | 76 | 14,22 | 59 | 4,58 | 19 | الاستعلاء على الآخر والازدراء والتحقير |
| 24,34 | 101 | 30,36 | 126 | 15,66 | 65 | 13,98 | 58 | 8,43 | 35 | 7,23 | 30 | عرض أفكار ومفاهيم متطرفة |
| 49,88 | 207 | 18,07 | 75 | 13,25 | 55 | 9,64 | 40 | 5,54 | 23 | 3,61 | 15 | التهديد والتحريض على العنف |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS25.

يتضح لنا من خلال نتائج الجدول الذي يجسد أشكال خطاب التمييز والكراهية الأكثر تداولاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي، أن التمييز والعنصرية حاز على المرتبة الأولى بنسبة 30,36%، وقد تتخذ هذه العنصرية الصيغة الظاهرية أو المبطنة وتتضمن استبعاد وإقصاء أشخاص أو مجموعات بناء على عرقهم أو جنسهم أو ثقافتهم أو لغتهم أو انتمائهم السياسي أو المذهبي أو بناء على وضعهم الاجتماعي والاقتصادي، يليها في المرتبة الثانية ألفاظ وعبارات السب والإهانة والشتيم بنسبة 28,67%، حيث تتحول وتنتقل الخلافات من العالم الحقيقي ويتم تجسيدها في العالم الافتراضي، أين يعتمد المستخدمون على تعزيز أفكارهم ومواقفهم المتطرفة اتجاه فئات معينة وإقصائها، باستخدام هذه العبارات وتبادل الشتائم والإهانات واللغة البذيئة، وتوظيفها كوسيلة متممة لجذب الانتباه وإثارة الجدل أو تعويضاً عن التهميش والشعور بالضعف في المواقف والمواجهات المباشرة وانعدام الحلول في الحياة الواقعية، ثم جاءت السخرية

والاستهزاء ثالثا بنسبة 25,54% وتعتبر السخرية نمطا تعبيريا يستخدمه الجزائريون بكثرة للتعبير عن الأوضاع الاجتماعية والسياسية ... ولتميرير الرسائل المراد إيصالها، غير أن هذه السخرية في مواقع التواصل الاجتماعي غدت في كثير من الأحيان تخرج عن سياقها ويعاد إنتاجها في قالب غير منضبط ومفعم بالكراهية يمثل استهزاء تحت ستار وذريعة الفكاهة والضحك، هذا وحاز عرض أفكار ومفاهيم متطرفة على نسبة 7,23%، ثم جاءت عبارات الاستعلاء على الآخر والازدراء والتحقير في المرتبة الخامسة بنسبة 4,58%، وأخيرا التهديد والتحريض على العنف بنسبة 3,61%، وترتبط هذه الأشكال من الخطابات بالعنف الذي يحدث من خلال اللغة وتتجسد من خلال جملة من المعاني والتصورات والرؤى في قوالب عدة تدخل في صلب التعبيرات التواصلية لفظية كانت أو خطية أو حتى في طابعها المنتج على شكل صور، والتي يكون لها عميق الأثر في تحريض الأفراد وشحن انفعالاتهم ومشاعرهم¹.

إن هذا التدني واللاأخلاقية في النقاش والحوار مع الآخر المختلف في الرأي أو التوجه السياسي، الديني، الثقافي، اللغوي ... الخ، يحيل إلى عدة أبعاد وعوامل متداخلة منها النفسية، الاجتماعية، التكنولوجية ...، فالأفراد عادة ما يحاولون التعبير عن شعورهم بالإحباط النفسي والغضب المتراكم بفعل الأوضاع المجتمعية أو المشكلات الشخصية، فكانت الفضاءات الافتراضية ضالّتهم ومتنفسا لهم ومستجيبا لحاجتهم في التعبير عن آرائهم وأفكارهم دون قيود أو شروط، في فضاء حر يفقد إلى الآليات الرقابية والقانونية الفعالة والكفيلة بردع هذه المحتويات نظرا لصعوبة ضبطها وتحديد مصادرها، كما ساعد على انتشار هذه الأشكال الهويات المزيفة والأسماء المستعارة والحسابات الوهمية، التي شجعت هذا الخطاب العدائي بفعل القدرة على التملص من العقاب، مما يجعلهم يلجؤون إلى خطاب الإهانة والسخرية والتحقير تجاه المخالفين وتهديدهم والتحريض عليهم، دون إغفال الطبيعة التقنية للمواقع التواصلية والتي تتميز بالتفاعل النصي السريع وغياب لغة الجسد، بما يؤدي إلى سوء التقدير والفهم وزيادة ردود الفعل العنيفة والسلوكات العدوانية، بالإضافة إلى شيوع ثقافة التعبير العدائي لدى الجمهور الجزائري وغياب ثقافة الحوار البناء واحترام التنوع والاختلاف، وهو ما يعكس وجود خلل وانقسامات فكرية وإيديولوجية قد ترجع امتداداتها إلى الصراع الهوياتي والتاريخي الطويل للجزائر، فضلا عن حالة الاحتقان في الشارع أو المجتمع الجزائري بفعل الأزمات السياسية أو الاقتصادية أو الصحية وغيرها، كالبطالة وعدم وجود فرص عمل، غلاء المعيشة، غياب العدالة الاجتماعية ... الخ.

¹ يسمينة بن عمار، "تمثيلات العنف الرمزي عبر الفضاءات الرقمية لدى الشباب الجزائري -دراسة سيميولوجية لمضامين الفيسبوك-" (أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر -بسكرة-)، ص 224.

كما يعود المشكل حسب د. محمد بن خيرة بالإضافة إلى غياب ثقافة الحوار البناء إلى ضعف المستوى التعليمي والثقافي، بحيث أن الممارس لهذه التصرفات المنحرفة قد يصطدم في نقاشه مع من يواجهه بالأدلة والبراهين، ما يجعله يلجأ إلى الإهانات والشتم للتغطية على النقص الذي يعاني منه"، وبالرغم من أن أغلب المبحوثين في دراستنا وبأكثر من نصف تعداد العينة يمتلكون مستوى تعليمي جيد (مستوى جامعي بنسبة 52,77%)، فإن د. بلال موزاي يرجع السبب إلى "طبيعة المناهج الدراسية التي يتلقاها الفرد الجزائري في جميع الأطوار، وهي مناهج تشجع على التلقين والتكرار وتغذي أسلوب الأوامر كأداة للتواصل بين المعلم والمتعلم، مما يخلق لنا فرد لا يقبل الاختلاف ولا يفكر بعقلانية ومسؤولية في الفضاء العمومي وهذا ينعكس بالضرورة على طبيعة الحضور الرقمي الذي لا يلغي الواقع في النهاية"، وهو ما ذهب إليه أيضا د. يوسف بلعباس حيث "لا يرى أن المستوى التعليمي يعكس بالضرورة مستوى الوعي الرقمي أو الأخلاقي والذي يظهر في الحوار والدرشة في المنصة، وفي اعتقاده أن التعليم لا يلغي الميول العاطفية أو التحيزات القيمية، بل يعمل على تعزيزها في بعض الحالات إذا كان الأفراد يفتقرون إلى مهارات التفكير النقدي والتواصل الفعال، كما أكد أن الطبيعة التفاعلية لمنصات التواصل الاجتماعي هي التي تحفز الاستجابة العاطفية السريعة بدلاً من التفكير العقلاني، مما يؤدي إلى انتشار لغة العنف اللفظي، خاصة في ظل عدم وجود ضوابط اجتماعية مباشرة كالتي تحكم التفاعل في الحياة الواقعية".

وفي هذا السياق اتفقت دراستنا مع دراسة Dana Warmesley التي توصلت فيها إلى أن "التغريدات الأعلى احتمالا لكونها خطاب كراهية تحتوي على الكلمات واللغة المتحيزة في كثير من الأحيان، وتشمل العديد من الإهانات العنصرية أو العرقية أو الجنسية المعادية لأصناف معينة من الأشخاص، وأضافت أن الأساليب المعجمية هي طرق فعالة لتحديد المصطلحات التي يُحتمل أن تكون مسيئة ولكنها غير دقيقة في تحديد خطاب الكراهية"، وكذا دراسة يوسف بلعباس التي خلصت إلى "وصف الشباب الجامعي خطاب الكراهية بأنه خطاب سخرية واستهزاء، عنصرية، كراهية سب وشتم، وكذا خطاب يحرض على العنف، بينما رفض جلهم وصفه بأنه شكل من أنواع التعبير"، واتفقت أيضا مع نتائج دراسة صلاح الدين عمراوي ويوسف مقعاش والتي توصلتا فيها إلى أن "معظم المبحوثين أكدوا على أن صيغ خطاب الكراهية المنتشرة في موقع الفايسبوك في الجزائر كالافتراء والسب، من أهم الأسباب والنقاط التي أدت إلى تفاقم خطاب الكراهية في المجتمع عبر هذه المواقع".

الجدول رقم (27): يوضح طبيعة تفاعل أفراد العينة مع المنشورات المعبرة عن الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

| طبيعة التفاعل | | النسبة |
|---|---------|---|
| ما طبيعة تفاعلك مع المنشورات المعبرة عن الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ | | |
| النسبة | التكرار | |
| 25,6% | 212 | أكتفي بالتصفح فقط |
| 25,9% | 215 | أتجاهل المنشور |
| 9,5% | 79 | أتفاعل باستخدام الرموز الغاضبة |
| 7,8% | 65 | أتفاعل بالتعليق منتقدا محتوى المنشور |
| 4,0% | 33 | أشارك المنشورات بهدف التوعية |
| 18,7% | 155 | أقوم بحظر الشخص أو إلغاء المتابعة للصفحة |
| 8,4% | 70 | أقوم بالتبليغ عن الحسابات والمجموعات التي تبث خطاب الكراهية |
| 100,0% | 829 | المجموع |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS₂₅.

يوضح هذا الجدول طبيعة تفاعل أفراد العينة مع المنشورات المعبرة عن الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومن خلال النتائج التفصيلية له نجد أن أغلب المبحوثين يتجاهلون المنشور بنسبة 25,9%، يليه الذين أجابوا بأنهم يكتفون بالتصفح فقط بنسبة 25,6%، فيما يقوم 18,7% منهم بحظر الشخص أو إلغاء المتابعة للصفحة، أما المبحوثين الذين يتفاعلون باستخدام الرموز الغاضبة فقد بلغت نسبتهم 9,5%، وأجاب 8,4% منهم بأنهم يقومون بالتبليغ عن الحسابات والمجموعات التي تبث خطاب الكراهية، يليه المبحوثون الذين يتفاعلون بالتعليق منتقدين محتوى المنشور بنسبة 7,8%، وأخيرا من يشاركون المنشورات بهدف التوعية وكانت نسبتهم 4,0%.

من خلال هذه النتائج نرى أن أكثر من نصف العينة تقريباً (51.5%) لا تتخذ أي موقف فعال تجاه هذه المنشورات، حيث أجاب معظمهم بأنهم لا يتصفحون هذه المنشورات نهائياً سواء كانت نصوص

أو صور أو فيديوهات وبالتالي فهم يرفضون التعرض لهذا المحتوى ويتجاهلونه، أما اللذين يكتفون بالتصفح فقط فهم يقومون بمشاهدة محتوى المنشور ولكن دون التفاعل الإيجابي أو رد فعل مثل الإعجاب أو التعليق أو المشاركة أو الإبلاغ والمواجهة، وقد يعكس هذا التصفح السلبي والتجاهل وعدم التفاعل تجنباً للدخول في صراعات ونقاشات تعبر عن أفكارهم المعارضة للمحتوى الذي يحض على الكراهية، والتي قد تثير جدالاً غير مرغوب فيه وتتحول إلى رد فعل عنيف وهجوم عدائي تتخلله الإهانات واللغة البذيئة، في إدراك لخطورة خطاب الكراهية الذي يمكن أن يتأجج وينفلت ويعرض صاحبه للمسائلة أو المتابعة القانونية، لا سيما عند طرح القضايا ذات الحساسية السياسية أو الأمنية أو المتعلقة بالاستقرار الداخلي، كما يمكن تفسير هذا الانسحاب تعوداً على هذا النوع من الخطابات، فالتعرض المتكرر لخطاب الكراهية (خاصة كثيفوا الاستخدام لهذه المواقع) يسبب التبدل العاطفي ويقلل من رغبة الأفراد في التصدي له ومواجهته، فوفقاً لنظرية "التطبيع مع العنف الرمزي" (لبيار بورديو)، "يصبح الخطاب العدائي جزءاً من المشهد اليومي، ويطبّع عبر التكرار المستمر لهذه الممارسات الرمزية فيفقد قدرته على إثارة ردود فعل قوية، ومن ثم لا نرى لدى الناس أي رفض أو مقاومة لهذا العنف المعنوي والرمزي، على الرغم من آثاره الخطيرة نفسياً ومجتمعياً وثقافياً وسياسياً واقتصادياً".¹

وبالمقابل فإن مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها فضاءات مفتوحة تخفض من شعور الأفراد بالمسؤولية الاجتماعية، وتعزز رغبتهم البقاء على الحياد في بعض الأحيان، فضلاً عن إحساسهم بعدم جدوى التفاعل أو الإبلاغ عن المحتوى المسيء لعدم وجود الاستجابة المرجوة من قبل إدارة الموقع أو التشكيك في فعاليته، كما أن الكثير منهم لا يعرفون كيفية وآليات الإبلاغ عن هذه المنشورات أو بسبب الخوف من التبعات -كما أشرنا مسبقاً-، وفي هذا الصدد أكد د. محمد الأمين بن خيرة على "غياب ثقافة التبليغ، وأن بعض مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي قد يتجاهلون بعض المنشورات، ولا يقومون بالتعليق عليها بهدف الهروب من السب والشتم الذي قد يطالهم"، ويفسر د. سلامي اسعيداني هذا الانسحاب من زوايا متعددة، "فهو يعكس خليطاً من نقص الوعي الرقمي، والخوف من العواقب، وضعف الشعور بالمسؤولية الاجتماعية، وفي ظل غياب الرقابة والمتابعة القانونية، يصبح هذا السلوك أكثر وضوحاً"، ويراه د. بلال موزاي مرتبطاً أكثر بالاستقالة الجماعية، لأن الجزائري يعتقد أن التدخل في مثل هذه القضايا قد يورطه في مشاكل شخصية وهو ما يمكن أن نسميه بأزمة مواطنة"، بينما يعتقد د. يوسف

¹ علي أسعد وطفة، بيداغوجيا الرمز والعنف الرمزي في منظور بيير بورديو، من موقع وطفة متاح عبر الرابط: <https://watfa.net/archives/11386> (17 أبريل 2025، سا 19:41)

بلعباس أن الانسحاب أو تجنب مواجهة خطابات التمييز والكراهية لا يعني بالضرورة نقص الوعي، بل قد يكون استراتيجية ذكية لتجنب التورط أو ضعف الثقة في الرقابة والحماية القانونية، وهو يعبر بصورة عامة عن الخوف من العواقب الشخصية كالتعرض للتمييز أو التهديد والمضايقات، ومع ذلك فإن غياب التفاعل قد يكرس انتشار هذه الخطابات من خلال منحها شرعية غير مباشرة".

وبالمقابل وبالرغم من ضعف التفاعل الإيجابي مع المنشورات التي تحرض على الكراهية والتمييز، إلا أننا لا يمكن إغفال أن أزيد من 48% من أفراد العينة يتفاعلون مع هذه المنشورات سواء من خلال حظر الشخص أو إلغاء المتابعة، أو التفاعل باستخدام الرموز الغاضبة، أو القيام بالتبليغ عن الحسابات والمجموعات التي تبث خطاب الكراهية، أو التفاعل بالتعليق ومشاركة المنشورات بهدف التوعية، ويمكننا أن نستدل من مختلف أشكال هذا التفاعل على درجة الوعي بخطورة التمييز والكراهية عبر هذه المنصات وضرورة التصدي له ومواجهته، من خلال الحظر أو الإبلاغ عن هذه المضامين قصد حذفها من قبل إدارة الموقع كحل سريع وفعلي لتجنب المحتوى المسيء والحد من التعرض له، أو التعليق الذي قد يكون بدافع الاحتجاج أو التعبير عن الرفض وانتقاد المحتوى، أو بدافع التأكيد على الانتماء لجماعة إثنية أو دينية أو مذهب أو طائفة أو حتى أفكار واتجاهات معينة، كما قد يميل بعض الأفراد إلى مشاركة المنشورات كوسيلة فعالة للاستنكار ومجابهة الأفكار المتطرفة وإرساء قواعد الخطاب المضاد.

وقد جاءت هذه النتائج متسقة مع دراسة **Jozef Miskolci, Lucia Kovacova, and Edita Rigova** والتي توصلت إلى أن "تقليل التفاعل من خلال التعبيرات الإيجابية المنشورة في منصات التواصل الاجتماعي يؤدي إلى إنتاج عدد أقل من المشاركات الإيجابية والمزيد من المشاركات السلبية والعكس صحيح، فالعدوى العاطفية قد تغير مشاعر مستخدمي فيسبوك الآخرين خارج التفاعل الشخصي، وهي النتيجة التي تشير إلى أن التفاعل مهم بطرق مختلفة وقد يغير سلوكهم بشكل كبير على منصات الشبكات الاجتماعية" واتفقت جزئياً مع دراسة كل من **يوسف بلعباس** التي خلص فيها إلى أن "نسبة كبيرة من الشباب لا يتفاعلون مع المحتويات التي تحض على الكراهية، بينما لا يستخدمون هويتهم الحقيقية بل هويات رقمية وهمية أثناء التفاعل أو المشاركة في خطابات الكراهية على الفيسبوك"، ودراسة **هبة محمد شفيق عبد الرزاق** التي توصلت فيها إلى أن "غالبية أفراد العينة عند تعرضهم لمحتوى يحرض على خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي فإنهم يقومون بحظر الشخص المحرض أولاً، ويليه تجاهل المنشور، فيما جاء السلوك المتعلق بإخبار السلطات المختصة في المرتبة الأخيرة، وهو ما يؤكد

على وجود وعي ضعيف من جانب المبحوثين بالسلوك الإيجابي الذي يجب اتخاذه عند التعرض لخطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، من خال إخبار السلطات أو الإبلاغ عن الصفحة"، هذا وتوصلت دراسة **حنان بن بليدة** إلى أنه "توجد علاقة ارتباط ما بين التفاعل عن طريق المشاركة والتعليق والاعجاب وتغذية خطاب الكراهية، ما يؤدي لنشوب مشادات كلامية بين المستخدمين تسهم في إثارة الصراعات والقضايا الخلافية".

الجدول رقم (28): يوضح طبيعة تفاعل أفراد العينة مع المنشورات المعبرة عن الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغيري المستوى التعليمي والهوية المستخدمة.

| ما طبيعة تفاعلك مع المنشورات المعبرة عن الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ | | | | | | | | النسبة المتغيرات | | |
|---|--------------------------------------|-----------------------------------|------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------|------------------|-------------------|-------------------------|-------------|------------------|
| المجموع | أقوم بالتبليغ عن الحسابات والمجموعات | أقوم بحظر الشخص أو إلغاء المتابعة | أشارك المنشورات بهدف التوعية | أفاعل بالتعليق منتقدا محتوى المنشور | أفاعل باستخدام الرموز الغاضبة | أتجاهل المنشورات | أكتفي بالتصفح فقط | | | |
| 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | ك | ابتدائي | المستوى التعليمي |
| 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | % | | |
| 43 | 2 | 7 | 3 | 1 | 3 | 7 | 20 | ك | متوسط | |
| 5,19 | ,24 | ,84 | ,36 | ,12 | ,36 | ,84 | 2,41 | % | | |
| 258 | 16 | 44 | 18 | 20 | 29 | 68 | 63 | ك | ثانوي | |
| 31,12 | 1,93 | 5,31 | 2,17 | 2,41 | 3,50 | 8,20 | 7,60 | % | | |
| 439 | 44 | 85 | 8 | 38 | 39 | 114 | 111 | ك | جامعي | |
| 52,96 | 5,31 | 10,25 | ,97 | 4,58 | 4,70 | 13,75 | 13,39 | % | | |
| 89 | 8 | 19 | 4 | 6 | 8 | 26 | 18 | ك | دراسات عليا | |
| 10,74 | ,97 | 2,29 | ,48 | ,72 | ,97 | 3,14 | 2,17 | % | | |
| 829 | 70 | 155 | 33 | 65 | 79 | 215 | 212 | ك | المجموع | |
| 100,00 | 8,44 | 18,70 | 3,98 | 7,84 | 9,53 | 25,93 | 25,57 | % | | |
| 538 | 49 | 105 | 23 | 38 | 53 | 136 | 134 | ك | حقيقية | الهوية |
| 64,90 | 5,91 | 12,67 | 2,77 | 4,58 | 6,39 | 16,41 | 16,16 | % | | |

| | | | | | | | | | | |
|------------------|------|-------|------|------------------|------|-------|-------|-----------------------------|----------|-----------|
| 291 | 21 | 50 | 10 | 27 | 26 | 79 | 78 | ك | افتراضية | المستخدمة |
| 35,10 | 2,53 | 6,03 | 1,21 | 3,26 | 3,14 | 9,53 | 9,41 | % | | |
| 829 | 70 | 155 | 33 | 65 | 79 | 215 | 212 | ك | المجموع | |
| 100,00 | 8,44 | 18,70 | 3,98 | 7,84 | 9,53 | 25,93 | 25,57 | % | | |
| الهوية المستخدمة | | | | المستوى التعليمي | | | | اختبار كا ² | | |
| 3,553 | | | | 30.460 | | | | قيمة اختبار كا ² | | |
| 6 | | | | 18 | | | | درجة الحرية df | | |
| 0,737 | | | | 0.033 | | | | مستوى الدلالة sig | | |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS₂₅.

يشير هذا الجدول إلى طبيعة تفاعل أفراد العينة مع المنشورات المعبرة عن الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغيري المستوى التعليمي والهوية المستخدمة، وأظهرت نتائج اختبار كاي تربيع وجود علاقة ذات دلالة إحصائية لطبيعة تفاعل أفراد العينة مع المنشورات المعبرة عن الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير المستوى التعليمي وبالتالي فعامل التعليم مؤثر في طريقة تفاعلهم مع هذه الخطابات، وهو ما أكدت عليه نتائج "كاي تربيع"، حيث كانت قيمة $p=0,033$ عند درجة حرية $df=18$ وهي أكبر من مستوى الدلالة عند 0.05 بمعنى أنها دالة إحصائية، فقد يمتلك الأفراد ذوو المستوى التعليمي المرتفع مهارات علمية تسمح لهم باتخاذ قرار وطريقة التفاعل من عدمه بوعي وإدراك، بينما يخضع ذوو التعليم المنخفض إلى التأثيرات العاطفية وربما ضعف قدرتهم على التعبير والمواجهة أو معرفتهم بطرق التبليغ، غير أنه لا توجد علاقة بين طبيعة تفاعل أفراد العينة مع المنشورات المعبرة عن الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ونوع الهوية المستخدمة من قبلهم للولوج إلى هذه المواقع وهو ما أكدت عليه نتائج "كاي تربيع"، حيث كانت قيمة $p=0.737$ عند درجة حرية $df=6$ وهي أكبر من مستوى الدلالة عند 0.05 بمعنى أنها غير دالة إحصائية، فالأفراد بغض النظر عن هويتهم سواء كانت حقيقية أو افتراضية فإن سياقات هذه الخطابات وأبعادها ودوافعهم واتجاهاتهم حولها هي ما يحدد طبيعة وطريقة تفاعلهم معها.

الجدول رقم (29): يوضح نتائج ترتيب أفراد العينة للمروجين لخطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

| من هم برأيك المروجون والمسوقون لخطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ | | | | | | | | | | | | | | المرتبة الفئة المروجة |
|---|-----|-----------|----|-----------|----|-----------|----|-----------|----|-----------|----|-----------|----|----------------------------------|
| المرتبة 1 | | المرتبة 2 | | المرتبة 3 | | المرتبة 4 | | المرتبة 5 | | المرتبة 6 | | المرتبة 7 | | |
| ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | |
| مستخدمون عاديون | 56 | 13,49 | 37 | 8,92 | 54 | 3,01 | 63 | 15,18 | 44 | 0,60 | 65 | 5,66 | 96 | 3,13 |
| شخصيات شهيرة | 40 | 9,64 | 68 | 16,39 | 57 | 3,73 | 54 | 13,01 | 75 | 8,07 | 55 | 3,25 | 66 | 5,90 |
| مؤثرون وصناع محتوى | 117 | 28,19 | 71 | 17,11 | 77 | 8,55 | 63 | 15,18 | 42 | 0,12 | 30 | 7,23 | 15 | 3,61 |
| إعلاميون وصحفيون | 30 | 7,23 | 40 | 9,64 | 69 | 6,63 | 65 | 15,66 | 70 | 6,87 | 84 | 20,24 | 57 | 3,73 |
| معارضون سياسيون | 25 | 6,02 | 61 | 14,70 | 56 | 3,49 | 72 | 17,35 | 72 | 7,35 | 68 | 6,39 | 61 | 4,70 |
| المراقبون | 37 | 8,92 | 76 | 18,31 | 55 | 3,25 | 60 | 14,46 | 63 | 5,18 | 70 | 6,87 | 54 | 3,01 |
| مستخدمون غير معروفون | 110 | 26,51 | 62 | 14,94 | 47 | 1,33 | 38 | 9,16 | 49 | 1,81 | 43 | 0,36 | 66 | 5,90 |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج spss25.

تشير بيانات الجدول إلى ترتيب المروجين والمسوقين لخطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب رأي المبحوثين، وطبقا لنتائج الجدول نجد أن المؤثرين وصناع محتوى حازوا على المرتبة الأولى بنسبة 28,19%، تلاها المستخدمين الغير معروفون بنسبة 26,51%، وفي المرتبة الثانية المراقبون بنسبة 18,31%، والمعارضون السياسيون في المرتبة الرابعة بنسبة 17,35%، وحلت الشخصيات الشهيرة خامسا بنسبة 18,07، والإعلاميون والصحفيون سادسا بنسبة 20,24%، وسابعا وأخيرا المستخدمون العاديون بنسبة 23,13%.

تعج مواقع التواصل الاجتماعي اليوم بصناع المحتوى الذين ينشطون في مختلف المجالات، والذين أصبحوا قادة الرأي الجدد والأكثر تأثيرا عبر هذه المنصات، من خلال قدرتهم على الوصول إلى جماهير عريضة من المتابعين والتأثير عليهم وبناء جسور التواصل معهم، "فالفرد بطبيعته دائم البحث عما يلبي رغباته ويتلاءم واهتماماته وتوجهاته ومن يعبر عنها، وبذلك تتولد ثقة بين المؤثر ومتابعيه من خلال تقديمه لمحتوى ما، بطريقة جذابة بما يحدث تأثيرا واضحا على الأفكار وحتى السلوك، وبالتالي فإن القدرة

التي يتميز بها صناع المحتوى في الإقناع وكسب تأييد جمهورهم، هي التي تجعلهم قادرين على تمرير رسائل كراهية بمختلف أشكالها اتجاه شخصيات أو أقلية أو شرائح معينة أو نشر أفكار ومفاهيم متطرفة"¹

وصرحت المديرية العامة لليونسكو أودري أزولاي في هذا الصدد بأن: "صناع المحتوى الرقمي أصبحوا جزءاً مهماً من منظومة المعلومات، حيث يتفاعلون مع ملايين الأشخاص في مجالات ثقافية، اجتماعية، وسياسية، لكنهم يواجهون تحديات تتعلق أساساً بالتضليل وخطاب الكراهية عبر الإنترنت"، وكشفت دراسة أجرتها منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة اليونسكو^{*}، بأن التثبت من الحقائق ليس ممارسة شائعة بين صناع المحتوى قبل مشاركتها، وهو ما يجعلهم فريسة للمعلومات المضللة وخطاب الكراهية"² وعليه فإنهم يشكلون أدوات لنشر التضليل والتحريض على الكراهية، واتساع رقعة انتشاره، وفرص ظهوره لدى متابعيهم وغيرهم، بفعل التفاعل الكبير حول المحتوى المثير للجدل من جهة وخوارزميات مواقع التواصل من جهة أخرى، دون إغفال أن الكثير من صناع المحتوى يسعون إلى إثارة الجدل من أجل جذب المشاركين وزيادة التفاعل والانتشار لمحتواهم، وتحقيق الشهرة باستخدام اللغة البذيئة والخطاب المحرض على الكراهية والتمييز والعنصرية، ونعت منافسيهم أو حتى متابعيهم بمختلف الصفات والنعوت التي تحط من قدرهم وكرامتهم، وهو ما يجعل هؤلاء المؤثرين من أكبر الفاعلين في صناعة خطاب الكراهية والتمييز عبر منصات التواصل الاجتماعي، في ظل ضعف الرقابة والفرغ القانوني المتعلق بهذه الممارسات على مستوى البيئة الرقمية في الجزائر، وهو ما أكدت عليه د. خرفية جودي حيث صرحت بأن "أغلب صناع المحتوى يكرسون الرداءة والتفاهة والانحلال الأخلاقي في المجتمع، وأن بقاء هؤلاء المؤثرين خلف هذا النوع من الخطابات العنصرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتكرارها، يجعل من اللغة العدوانية والمحتوى التحريضي أمراً مألوفاً ومقبولاً اجتماعياً وهو ما يزيد من خطورته وانعكاساته السلبية".

¹ فايزة بن نواعي وعمر ناصر باي، "المؤثرون الرقميون عبر مواقع التواصل الاجتماعي وخطاب الكراهية"، مجلة أقلام، المجلد 3، العدد 2 (نوفمبر 2024)، ص ص 93، 94.

^{*} وهي دراسة استقصائية تحت مسمى "وراء الشاشات" وتعد التحليل العالمي الأول من نوعه والذي يسلط الضوء على دوافع صناع المحتوى الرقمي وممارساتهم، والتحديات التي يواجهونها، وشملت الدراسة 500 مؤثر في 45 دولة، أجريت بالتعاون مع فريق بحثي متخصص من جامعة بولينغ غرين ستيت في الولايات المتحدة.

² الأمم المتحدة، "ثلاثا صناع المحتوى لا يتحققون من الحقائق قبل النشر، لكنهم يتطلعون للتعلم"، من موقع اليونسكو متاح عبر الرابط: <https://news.un.org/ar/story/2024/11/1137016> (19 أبريل 2025، ص 20:51)

وكانت المرتبة الثانية من نصيب المستخدمين الغير معرفين أو مجهولي الهوية الذين يستخدمون أسماء مستعارة ولا يفصحون عن معلوماتهم الشخصية الحقيقية كالاسم واللقب، الجنس، مكان الإقامة ... إلى غير ذلك، وهم منتشرون بكثرة في كل المنصات التواصلية التي تتيح إنشاء حسابات متعددة دون الحاجة إلى هويات حقيقية، مما يشجع بعض الأفراد على استغلال هذه الميزة ويجعلهم أكثر جرأة في نشر المحتوى المسيء والتحريض على الكراهية تحت ستار المجهولية وأسماء مستعارة، دون خوف من تجاوز الحدود الأخلاقية والملاحظات القانونية، وهي النتيجة التي اتفقت مع دراسة هبة محمد شفيق عبد الرزاق التي خلصت فيها إلى "اتفاق غالبية أفراد العينة من المبحوثين على تعرضهم لخطاب الكراهية من قبل «أشخاص مجهولي الهوية» وذلك بنسبة 63.8%، وهو ما يؤكد أن مواقع التواصل الاجتماعي كفيسبوك، واتس آب، ويوتيوب كانت في مقدمة الوسائل التي تستخدم لبث المحتوى الذي يحرض على خطاب الكراهية، لسهولة إخفاء الهوية الحقيقية للطرف المحرض".

أما عندما يتعلق الأمر بالمستخدمين ذوو الفئات العمرية الأصغر وذات الحساسية الأكبر ونقص هذا المراهقين الذين لا تتوافر لديهم أسباب الحماية والحصانة والنضج المعرفي الكافي، لتمحيص المضامين الخطيرة وإدراك عواقبها لا سيما أنهم يمرون بمرحلة البحث عن الهوية وإثبات الذات، فهم أكثر عرضة للتضليل العاطفي وانسياقا وراء الشائعات والأخبار المثيرة للجدل دون تمحيص، وهو ما يجعل قابلية التأثر لديهم بالمحتويات المتطرفة كبيرة جدا، مما يولد بالمقابل عنفا رمزيا مضادا لتفريغ شحناتهم الانفعالية أو إحباطهم من الواقع أو العزلة والتهميش أو مشاكل أسرية أو غيرها، عن طريق ممارسة العداء واستخدام الأسلوب الهجومي، لإثبات وجودهم عبر مختلف الفضاءات التواصلية المتاحة، خاصة إذا ما اقترن هذا الاستخدام بفترات زمنية طويلة من التصفح.

وحل المعارضون السياسيون رابعا من بين المروجين لخطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر، فالاختلاف الحاد بين السلطة والمعارضة قد يدفع بعض المعارضين إلى استثمار هذه الوسائل واستغلالها في تبني خطاب متطرف، لكسب تأييد أكبر قدر من الجمهور وتعبئتهم ضد السلطة (لا سيما المعارضين السياسيين بالخارج)، كما قد يلجأ المعارضون إلى هذه النوعية من الخطابات عندما يفشل الحوار البناء أو لإحساسهم بالتهديد، وبالتالي اتخاذ طريقة التهجم على الأطراف الأخرى وتلفيق التهم لهم وتشويههم لإضعافهم وإخضاعهم، في ظل افتقار الفرد للمعلومات والحقائق الصحيحة بما يؤدي إلى نشر الفتنة والكراهية والجهوية وتهديد الانسجام الوطني، كما أن بعض المعارضين يقدمون

محتواهم خدمة لمصالحهم الضيقة أو لأجندات سياسية وإيديولوجية أو لجهات أو دول معينة، بهدف تأجيج الرأي العام حول قضايا معينة وزعزعة استقرار الدولة، وأظهرت نتائج دراسة **عمرأوي صلاح الدين ويوسف مقعاش** أن "المعارضين بالخارج والأنظمة السياسية الخارجية من أكثر الفئات التي تساهم في نشر خطاب الكراهية والإشارة إليه عبر موقع فيسبوك، تليها العمالة للخارج، ووسائل الإعلام الداخلية والخارجية، والأحزاب السياسية، والقادة السياسيين والإعلاميين، وصناع القرار، وصناع المحتوى الإعلامي، والمشاهير".

كما أن الشخصيات الشهيرة والإعلاميين والصحفيين لهم نصيب في إثارة الكراهية والعنصرية بين أبناء المجتمع الواحد وفي علاقتهم مع الآخرين من المجتمعات والدول الأخرى، باعتبارهم قادة أو نماذج مؤثرة يمتلكون قاعدة جماهيرية واسعة، وقدرة كبيرة على الإقناع، بفعل الموثوقية والمصداقية التي يتمتع بها هؤلاء عند جمهورهم، وقدرتهم على التواصل الفعال معهم وتحفيزهم، وهو ما يجعلهم يستغلون هذا للتسويق لخطاب التمييز والكراهية تحت غطاء الرأي الحر، وقلب الحقائق وتغذية الحقد والنظرة الاستعلائية وافتعال الصراعات، بل والسعي إلى تبريرها وتعزيز حضورها، وما يجعل الأمر أكثر خطورة هو أن بعض المشاهير والصحفيين يتلقون دعماً من جهات سياسية أو اقتصادية تستخدمهم لنشر أفكار معينة تخدم أجنداتهم الخاصة، وعليه وعطفاً على ما سبق يمكن القول أن التأثير المتوقع لخطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، يتوقف على هوية الأشخاص المروجين لها ومدى شعبيتهم لدى الجمهور وقدرتهم على الإقناع، وعلى وجه الخصوص مراكزهم الاجتماعية ومدى السلطة والنفوذ الذي يتمتعون به، وتأثيره في بيئة الجمهور التي يوجه إليها الخطاب، إذ لا يمكن لأي خطاب أن يبلغ مداه في التأثير ما لم يكن قائله ذو منزلة وسلطة مؤثرة في المجتمع¹، وهو ما توصلت إليه دراسة **خديجة بريك وآية حيدوسي** التي خلصت إلى أن "مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في نشر خطاب الكراهية عبر منصاتها المختلفة، كما أن المستخدمين يتأثرون بهوية صاحب المنشور الداعي للعنصرية والتطرف بدرجة كبيرة، فكلما كان صاحب المنشور معروفاً كلما كان لمنشوره وزن وشهرة خصوصاً إذا كان المصدر سياسياً أو إعلامياً".

¹ أركانبي هادي عباس البديري، مرجع سابق، ص 493.

الجدول رقم (30): يوضح نتائج ترتيب أفراد العينة للفئات المستهدفة بخطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

| المرتبة الفئة المستهدفة | من هي برأيك الفئات المستهدفة بخطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------|---|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|------|-----------|-------|-----------|-------|
| | المرتبة 1 | | المرتبة 2 | | المرتبة 3 | | المرتبة 4 | | المرتبة 5 | | المرتبة 6 | | المرتبة 7 | |
| | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % |
| الأشخاص العاديون | 97 | 23,37 | 38 | 9,16 | 29 | 6,99 | 45 | 10,84 | 55 | 3,25 | 53 | 2,77 | 98 | 23,61 |
| السياسيون والمسؤولون | 76 | 18,31 | 61 | 14,70 | 68 | 6,39 | 69 | 16,63 | 51 | 2,29 | 62 | 4,94 | 28 | 6,75 |
| المؤثرون وصناع المحتوى | 88 | 21,20 | 110 | 26,51 | 80 | 9,28 | 60 | 14,46 | 45 | 0,84 | 19 | 4,58 | 13 | 3,13 |
| المشاهير | 63 | 15,18 | 98 | 23,61 | 90 | 21,69 | 68 | 16,39 | 55 | 3,25 | 30 | 7,23 | 11 | 2,65 |
| ذوي الإعاقات والاحتياجات الخاصة | 16 | 3,86 | 19 | 4,58 | 29 | 6,99 | 37 | 8,92 | 62 | 4,94 | 81 | 9,52 | 171 | 41,20 |
| اللاجئون الأجانب | 34 | 8,19 | 35 | 8,43 | 58 | 3,98 | 69 | 16,63 | 72 | 7,35 | 105 | 25,30 | 42 | 10,12 |
| المرأة | 41 | 9,88 | 54 | 13,01 | 61 | 4,70 | 67 | 16,14 | 75 | 8,07 | 65 | 5,66 | 52 | 2,53 |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج spss₂₅.

يوضح هذا الجدول نتائج ترتيب الفئات المستهدفة بخطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأظهرت النتائج أن السياسيين والمسؤولون حلوا في المرتبة الأولى وتحصلوا على نسبة 18,31%، وفي المرتبة الثانية المؤثرون وصناع المحتوى بنسبة 26,51%، ثم المشاهير بنسبة 23,61%، وفي المرتبة الخامسة المرأة بنسبة 18,07%، يليها اللاجئون والأجانب سادساً بنسبة 25,30%، وأخيراً جاء كل من ذوي الإعاقات والاحتياجات الخاصة والمستخدمين العاديين بنسبة 41,20% و 23,61% على التوالي.

ويمكن أن نرجع كون السياسيين والمسؤولين من أكثر الفئات المستهدفة بخطاب التمييز والكراهية عبر هذه المواقع إلى طبيعة السياسة التي لا طالما شكلت مادة دسمة للنقاش، باعتبارها مجالاً تنافسياً يستقطب العديد من الآراء والأفكار المتعارضة من جهة، وباعتبار هؤلاء الشخصيات السياسية الذين يشغلون مناصب في الحكومة مؤثرين على عملية صنع القرار السياسي في المجتمع، مما يجعلهم هدفاً

لانتقادات حادة قد تتحول إلى خطابات مسيئة، خاصة في أوقات الأزمات وفترات اللاإستقرار، كما تجدر الإشارة إلى أن الواقع السياسي في الجزائر يشهد أزمة ثقة بين الحاكم والمحكوم أي بين عامة الشعب والطبقة السياسية، خاصة بعد التحولات والأحداث الأخيرة في المشهد السياسي الجزائري، مما يدفعهم إلى إلقاء اللوم عليهم واعتبارهم مسؤولين عن مشاكلهم والتحريض ضدهم كنوع من المحاسبة الشعبية، وبالمقابل يمكن أن تتغاضى الدولة أو تشجع على هذا النوع من الخطاب إذا كان موجهاً ضد معارضيها ويتناسب ومصالحها تحت غطاء السعي إلى تحقيق الأمن والوحدة الوطنية.

كما غالباً ما يتعرض صناع المحتوى للكراهية بسبب طرحهم لأفكار معينة أو آراء شخصية أو سياسية أو اجتماعية مثيرة للجدل، خاصة في القضايا الحساسة كالدين، السياسة، أو بعض الطابوهات الاجتماعية، ما يجعلهم معرضين لهجمات من متابعيهم، وقد يكون هذا الهجوم نتيجة طبيعية للشهرة والظهور العام أو من قبل البعض الذين يرون نجاحهم في استقطاب هذا الكم من المتابعين غير مُبرر، خاصة عندما يتعلق الأمر بمحتويات تافهة تكرر الرداءة والانحلال القيمي والأخلاقي وما أكثرها في المشهد الرقمي اليوم، وقد بينت نتائج دراستنا إلى أن المؤثرين وصناع المحتوى من أكبر المسوقين لخطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرهم استهدافاً في ذات الوقت حسب إجابات المبحوثين، ويشير د. يوسف بلعباس في هذا السياق "أنهم يلعبون دوراً مزدوجاً في ديناميكيات الخطاب الرقمي، فمن جهة، يسعى البعض منهم إلى إثارة الجدل وجذب التفاعل من خلال تبني مواقف متطرفة أو مثيرة للانقسام، مما قد يؤدي إلى نشر خطاب الكراهية بشكل غير مباشر، ومن جهة أخرى يكونون عرضة للاستهداف من قبل المستخدمين الذين يختلفون معهم أيديولوجياً أو ثقافياً، وفي اعتقاده تتماشى هذه الظاهرة مع نظرية الاستخدام والإشباع، حيث يُوظف المحتوى الإعلامي لإثارة العواطف والتفاعلات التي تعزز مكانة المؤثرين، حتى لو كان ذلك عبر خطاب الكراهية لجذب التفاعل، مما يدفعهم لاستخدام خطاب يتضمن بشكل مبطّن تمييزاً أو تهكماً على الآخر، لكنهم في ذات الوقت عرضة للانتقاد بسبب الشخصية، والمبالغة في التعبير، وتجاوزهم للخطوط الرمزية الجماعية، وهكذا يتحولون إلى ضحية ومنتج محتوى في نفس الوقت، في بيئة رقمية افتراضية تحكمها النجومية الرقمية وسرعة تداول المحتوى".

وكلما زادت شهرة الأفراد وظهورهم عبر مواقع التواصل زادت احتمالية تعرضهم لخطاب الكراهية والتمييز، وهو ما ينطبق على المشاهير كالممثلين، الفنانين، الرياضيين، رجال العلم والدين ... الخ، اللذين يتميزون بالظهور الكبير عبر المنصات التواصلية، ما يجعلهم دوماً في مواجهة موجات من التهكم

والسخرية وتشويهها لسمعتهم وهدفاً للتعليقات السلبية والمسيئة، والتي قد تتجاوز حدود ما يقدمونه ويعكسونه عبر أعمالهم إلى حياتهم الشخصية، من ناحية أخرى قد تتبنى الشخصية الشهيرة مواقف سياسية أو اجتماعية حول قضايا معينة تجعلها هدفاً سهلاً للتعرض للكراهية والتعليقات العنصرية.

وفيما يتعلق بالخطاب الموجه ضد المرأة، يمكن أن نرجع ذلك إلى الصور النمطية والقلب المعد لها مسبقاً والذي يحاول المجتمع عبر هذه المنابر المستحدثة حصرها فيه وتحجيم طموحاتها ومحاولة كبح رغبتها الملحة في الخروج من هذا القلب الذي تطبعه في الأغلب الهيمنة الذكورية السائدة¹، وفي هذا الصدد أثبتت دراسة استقصائية أجراها المكتب الإقليمي لهيئة الأمم المتحدة للدول العربية، في أبريل 2020، أن "الفضاء الرقمي لا يعتبر آمناً للنساء في العالم العربي، وقد أوضحت الدراسة بأن أزيد من نصف النساء المستخدمات قد تعرضن للعنف الرقمي، وعبرن عن عدم شعورهن بالأمان بسبب التحرش عبر هذه الفضاءات"، ومن أشكال خطابات الكراهية ضد المرأة في الفضاء الرقمي، وفق لما ذكرته منظمة الأمم المتحدة: المطاردة أو الملاحقة المستمرة عبر الإنترنت والتي قد تستمر خارجه، الابتزاز باستخدام المحتوى الجنسي، نشر المعلومات الشخصية الحساسة، التمر والمضايقة الإلكترونية، الإثارة أو التحريض على العنف، والتحرش الجنسي الإلكتروني²، وكل هذه العوامل مجتمعة تؤدي إلى خلق بيئة سامة تُسهّل استهداف المرأة، مما يُعمّق هذه التأثيرات السلبية والتمييزية ويُضعف مشاركتها في الفضاء الرقمي، والمراتب الأخيرة حصل عليها كل من اللاجئين والأجانب، ذوي الإعاقات والاحتياجات الخاصة، والمستخدمين العاديين على الترتيب، ويمكن القول في هذا السياق أنهم يتمتعون بقدر أقل من الحماية سواء الشخصية أو الاجتماعية أو القانونية، بسبب وضعهم أو صعوبة الدفاع عن أنفسهم، أو لكونهم أقلية في المجتمع، وهو ما يكرس النظرة الدونية اتجاههم، ويعرضهم للاستبعاد ويتسبب في عزلهم وتهميشهم، وتقيد وجودهم على شبكات التواصل الاجتماعي وأنماط استخدامهم لها.

¹ يسمينة بن عمار ونجيب بخوش، تمثلات العنف الرمزي الموجه ضد المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي: مقاربة سيميولوجية للدلالات الرمزية عبر صفحات الفيسبوك الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، المجلد 8، العدد 3 (ديسمبر 2021)، ص 354.

² صوت لدعم حقوق المرأة، "في اليوم الدولي لمكافحة خطاب الكراهية.. النساء لا يشعرن بالأمان في عالم الإنترنت"، من موقع صوت متاح عبر الرابط: <https://soutwomen.org/%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D9%8A%D9%88%D9%85> (22 أبريل 2025، ص 11:44).

الجدول رقم (31): يوضح الدوافع التي تقود أفراد العينة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لبث ونشر خطاب التمييز والكراهية.

| الدوافع | | النسبة |
|---|---------|----------------------------------|
| برأيك ما هي الدوافع التي تقود الأفراد لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لبث ونشر خطاب التمييز والكراهية؟ | | |
| النسبة | التكرار | |
| 10,2% | 140 | العزلة والانغلاق |
| 16,2% | 221 | التعصب والتطرف |
| 12,5% | 171 | الانتقام والتنفيس عن الغضب |
| 17,1% | 234 | عدم القدرة على المواجهة المباشرة |
| 10,5% | 144 | شعور الفرد بالظلم والتمييز |
| 17,2% | 235 | الشهرة والرغبة في الظهور |
| 16,2% | 221 | التنشئة الاجتماعية الخاطئة |
| 100,0% | 1366 | المجموع |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS25.

نلاحظ من خلال الجدول المقدم تداخل وتعدد الدوافع التي تقود الأفراد لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لبث ونشر خطاب التمييز والكراهية حيث كانت النتائج متقاربة إلى حد بعيد وجاءت موزعة كالتالي: أولاً دافع الشهرة والرغبة في الظهور بنسبة 17,2%، يليه بفارق بسيط عدم القدرة على المواجهة المباشرة بنسبة 17,1%، وتقاسم كل من التنشئة الاجتماعية الخاطئة، والتعصب والتطرف المرتبة الثالثة بنسبة 16,2% لكليهما، ثم دافع الانتقام والتنفيس عن الغضب بنسبة 12,5%، يليه شعور الفرد بالظلم والتمييز بنسبة 10,5%، وأخيراً العزلة والانغلاق بنسبة 10,2%.

تُعد الشهرة وحب الظهور من العوامل الرئيسية التي تدفع بعض الأفراد إلى استخدام خطاب التمييز والكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يبالغ الكثير من مستخدمي هذه المواقع بنشر محتوى هم على يقين بأنه سيجذب التعليقات السلبية والإهانات والنقد اللاذع نتيجة محتواه غير المقبول اجتماعياً، سعياً إلى تحقيق الشهرة سواء كانت بشكل إيجابي أو سلبي، وقد يرجع هذا الهوس بحب الظهور إلى مراحل الطفولة الأولى كوجود مشاكل أسرية تؤدي إلى اضطراب الثقة بالذات وتقديرها، أو التعرض للرفض والتمتر من قبل الأصدقاء والأقران في مرحلة المراهقة، أو مختلف الصدمات التي قد تسبب خللاً

على الصعيد النفسي، ينتج عنه التعطش للشهرة وحبّ الظهور¹، كما قد يسعى الناس وراء الشهرة لإخفاء إحباطات أو اضطرابات يعيشونها أو تحقيقاً لآلية الربح السريع وتحصيل مكاسب مادية، أو هروباً من الانعزال والانغلاق الذي يحاصرهم في حياتهم الواقعية ليجدوا في المنصات التواصلية بديلاً لتعويض علاقات اجتماعية افتراضية، للشعور بالقبول والانجاز من خلال القدرة على جمع أكبر عدد من الإعجابات والتعليقات والتفاعل الكبير، مما يغطي مشاعر النقص المكبوتة، كما قد يلجأ كثيرون إلى أسلوب الإساءة ومهاجمة الغير، وتبني آراء وأفكار تتنافي قيم وعادات المجتمع، لخلق البلبلة وجذب الانتباه والانتشار الواسع، من أجل التميز في فضاء مزدحم وصعب المنافسة لاستجداء الشهرة ولو على حساب التخلي على المبادئ والقيم والإضرار بالمجتمع.

على صعيد آخر، وعلى النقيض تماماً ينشر العديد من المستخدمين خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لعدم قدرتهم على المواجهة المباشرة، ورغبة منهم في إخفاء هوياتهم الحقيقية وعدم الكشف عنها، فالمواجهات على أرض الواقع تتطلب ردود فعل مباشرة ومهارات للتواصل ويخضع فيها الأفراد إلى ضغوطات اجتماعية وأخلاقية، بينما توفر البيئة الافتراضية غطاء لهذه الممارسات العدائية والعنصرية دون خوف من العواقب والتملص من المسؤولية والمساءلة، "كما أنه وفي غياب المواجهة المباشرة، يُصبح خطاب الكراهية عبر المنصات الرقمية وسيلة لتعويض الشعور بالضعف وتغذية النزعة العدوانية في الإطار المجتمعي، عبر الانتماء إلى جماعات افتراضية ترعى العنف والكراهية وتؤطره داخلها وفق دوافع أيولوجية مختلفة، مما يؤثر على تطوّر السلوك العدواني عند الإنسان، فقد يكون الفرد متردداً في الممارسات العدوانية إذا كان منعزلاً، ولكن اكتسابهم للهوية الجماعية يشجعهم على هذه الممارسات وفق أفكار مختلفة، وهو الأمر الذي يضيف للعنف بُعداً اجتماعياً لا ينفصل عن البعد النفسي"²، وهي النتيجة التي تتوافق مع دراسة **Matthew Barnidge** وآخرون والمعنونة بـ: «التعرض المتصور لخطاب الكراهية وتجنبه في بيئات التواصل المختلفة» حيث توصلت إلى أن "مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي يتعرضون لخطاب الكراهية في بيئات وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة أكثر مما يفعلون أثناء التواصل وجهاً لوجه".

¹ ربما كسر، " حب الظهور والسعي إلى الشهرة.. آفة العصر النفسي"، من موقع صباح الخير متاح عبر الرابط:

<https://sabahelkheyr.com/?p=4031> (22 أبريل 2025، سا 19:15)

² سامح عودة، "القهر الاجتماعي.. لماذا يصبح الإنسان كائناً عنيفاً؟"، من موقع الجزيرة الإلكترونية متاح عبر الرابط:

<https://www.aljazeera.net/midan/intellect/sociology/2017/6/29/> (24 أبريل 2025، س 11:13).

"بينما ليس هناك حاجة للتأكيد على دور التنشئة الاجتماعية في بسط الوعي لدى الإنسان منذ الصغر بأهمية التواصل الحضاري بين الأفراد والجماعات والثقافات، فمن خلالها يتعلم الفرد ويتربى على مختلف أنماط السلوك، كما يتم تمرير مختلف التصورات والمواقف تجاه الذات والآخر، وقيم الاعتراف والتعارف والحوار والمواطنة والتي تصبح الموجهات الأساسية لسلوكه داخل مجتمعه"¹ وتتم عن طريق الأسرة، المدرسة، جماعات الرفاق، المؤسسات الدينية، والمؤسسات الإعلامية، وبالمقابل فإن التنشئة الاجتماعية الخاطئة تُسهم في توجيه الأفراد نحو تبني وبث خطاب التمييز والكراهية، ويمكن تفسير ذلك من خلال التنشئة التي تقوم على الانحياز والصور النمطية التي تُعزز التمييز أو التحريض ضد جماعات أو فئات معينة (جنس، عرق، دين ...)، أو التنشئة في بيئات لا تشجع الحوار والنقاش كوسيلة لإدارة وتجاوز الخلافات، كما أن أنماط التنشئة الخاطئة والسلبية كالقسوة والإهمال والحرمان العاطفي أو السخرية والتحقير من شأنه أن يولد لدى الفرد سلوكيات عدائية اتجاه الآخرين كرد فعل للدفاع عن النفس، وهي النتيجة التي جاءت متسقة مع ما توصلت إليه مرو رياض أبوظريس حيث أكدت بأن "التنشئة الاجتماعية للفرد والمبنية على العصبية والتمييز من أهم العوامل المساهمة في تعزيز مفاهيم الكراهية لديه، الأمر الذي يحثه على بث هذه الخطابات على مواقع التواصل الاجتماعي".

والعلاقة بين التنشئة الاجتماعية والتعصب والتطرف علاقة معقدة ووثيقة، حيث تلعب التنشئة الاجتماعية بالإضافة إلى عديد الأسباب الوسيطة دوراً أساسياً في تشكيل اتجاهات الفرد وقيمه، بما في ذلك ميله نحو الاتجاهات المتعصبة والمتطرفة، فالتعصب هو الجمود العقائدي والانغلاق الفكري والتشدد وضده التسامح والتعايش مع الآخر، يمثله أفراد متطرفون وذو فكر محدود، وهو أحد أهم أسباب وجذور خطاب الكراهية وهذا ما يجعل منه ظاهرة اجتماعية مرضية تلقي بظلالها على الأفراد والمجتمعات على حد سواء، وتضع هذه الأخيرة في مواجهة حروب طائفية وصراعات داخلية ونتائج سلبية خطيرة على كافة الأصعدة السياسية، الثقافية، والاجتماعية ... الخ، فالاتجاهات التعصبية تؤدي إلى ممارسة العديد من السلوكيات العدائية المتطرفة والغير سوية مثل التمييز والكره والنبذ ومس كرامة الآخرين، وهو ما يولد ويشعل فتيل الكراهية وخطاباتها التي تحرض بدورها على العنف بمختلف مستوياته وأشكاله.

كما يعد دافع الانتقام والتنفيس عن الغضب الذي حل رابعا من العوامل النفسية والاجتماعية القوية التي تدفع الأفراد إلى تبني أو بث خطاب الكراهية عبر الوسائط الجديدة، ومن الأسباب المؤدية إليه

¹ مولاي أحمد صابر، "التنشئة الاجتماعية والحد من ثقافة الكراهية"، من موقع مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث متاح عبر الرابط: <https://www.mominoun.com/articles/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%86%D> (24 أبريل 2025، سا 15:37).

الشعور بالإحباط "وينظر "لولارد" و"ميلر" للإحباط كاستجابة فطرية للعنف والعدوان لدى الإنسان ومنها شعور الكراهية، فإذا مُنِع الفرد من تحقيق أهدافه الضرورية ستكون له ردود فعل عدوانية مباشرة أو غير مباشرة"¹، وهو ما يتفق مع دراسة **حنان بن بليدة** التي توصلت فيها إلى "أنه كثيرا ما يتم استخدام موقع فيسبوك بدافع التعبير عن الاحباط من الواقع، والذي يؤدي لبث رسائل عدائية وممارسة سلوكيات عنيفة تساهم في تغذية خطاب الكراهية"، أي أن الغضب المكبوت مع تراكمه يدفع إلى محاولة التنفيس عن طريق استخدام أساليب عنيفة وممارسات سلبية تولد العداوة والكراهية لتعويض الشعور بالعجز، والذي غالبا ما يكون نتيجة لشعور الفرد بالظلم والتهميش من جهة والعزلة والانغلاق من جهة أخرى، واللذان تحصلا على نسبة 10,5% و 10,2% على الترتيب، فغياب العدالة الاجتماعية والتهميش والعزلة من أبرز صور الاستبعاد الثقافي والاجتماعي الذي يمنع فئات معينة، ويقصي مجموعات عرقية، أو طبقية، من المشاركة المتساوية في الحقوق المدنية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية، ما يؤدي إلى الاغتراب واختلال في العلاقات وصعوبة اندماج هؤلاء وانخراطهم في المجتمع، وعدم تكيفهم مع محيطهم، فضلا عن تراجع قيم التضامن والتساند بين أبناء المجتمع الواحد، بما يضعف بنيته الداخلية ويجعله ضعيفا أمام الأزمات سواء الداخلية أو الخارجية.

الجدول رقم (32): يوضح الدوافع التي تقود أفراد العينة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لبث

ونشر خطاب التمييز والكراهية حسب متغيرات السن، الجنس، والمستوى التعليمي.

| الدوافع التي تقود الأفراد لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لبث ونشر خطاب التمييز والكراهية | | | | | | | | المتغيرات النسبة | | |
|--|----------------------------|--------------------------|------------------------|-------------------------|-------------------|----------------|------------------|---------------------|---------|-------|
| المجموع | التنشئة الاجتماعية الخاطئة | الشهرة والرغبة في الظهور | الشعور بالظلم والتهميش | عدم القدرة على المواجهة | الانتقام والتنفيس | التعصب والتطرف | العزلة والانغلاق | | | |
| 625 | 100 | 99 | 70 | 100 | 75 | 108 | 73 | ك | ذكر | الجنس |
| 45,75 | 7,32 | 7,25 | 5,12 | 7,32 | 5,49 | 7,91 | 5,34 | % | | |
| 741 | 121 | 136 | 74 | 134 | 96 | 113 | 67 | ك | أنثى | |
| 54,25 | 8,86 | 9,96 | 5,42 | 9,81 | 7,03 | 8,27 | 4,90 | % | | |
| 1366 | 221 | 235 | 144 | 234 | 171 | 221 | 140 | ك | المجموع | |
| 100,00 | 16,18 | 17,20 | 10,54 | 17,13 | 12,52 | 16,18 | 10,25 | % | | |
| 20 | 4 | 3 | 1 | 3 | 3 | 1 | 5 | ك | أقل من | السن |

¹ محمد أمين بن جيلالي، مرجع سابق، ص 176.

| | | | | | | | | | | | |
|------------------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|-----------------------------|----------------|---------------------|--|
| 1,46 | ,29 | ,22 | ,07 | ,22 | ,22 | ,07 | ,37 | % | 18سنة | | |
| 541 | 89 | 94 | 55 | 97 | 64 | 80 | 62 | ك | من 18 | | |
| 39,60 | 6,52 | 6,88 | 4,03 | 7,10 | 4,69 | 5,86 | 4,54 | % | إلى27سنة | | |
| 437 | 72 | 77 | 46 | 78 | 49 | 73 | 42 | ك | من 28 | | |
| 31,99 | 5,27 | 5,64 | 3,37 | 5,71 | 3,59 | 5,34 | 3,07 | % | إلى37سنة | | |
| 307 | 45 | 54 | 34 | 47 | 44 | 56 | 27 | ك | من 38 | | |
| 22,47 | 3,29 | 3,95 | 2,49 | 3,44 | 3,22 | 4,10 | 1,98 | % | إلى47سنة | | |
| 61 | 11 | 7 | 8 | 9 | 11 | 11 | 4 | ك | من48سنة | | |
| 4,47 | ,81 | ,51 | ,59 | ,66 | ,81 | ,81 | ,29 | % | فما فوق | | |
| 1366 | 221 | 235 | 144 | 234 | 171 | 221 | 140 | ك | المجموع | | |
| 100,00 | 16,18 | 17,20 | 10,54 | 17,13 | 12,52 | 16,18 | 10,25 | % | | | |
| 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | ك | ابتدائي | المستوى التعليمي | |
| 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | % | | | |
| 58 | 10 | 11 | 8 | 7 | 6 | 8 | 8 | ك | متوسط | | |
| 4,25 | ,73 | ,81 | ,59 | ,51 | ,44 | ,59 | ,59 | % | | | |
| 388 | 59 | 63 | 46 | 66 | 51 | 56 | 47 | ك | ثانوي | | |
| 28,40 | 4,32 | 4,61 | 3,37 | 4,83 | 3,73 | 4,10 | 3,44 | % | | | |
| 776 | 133 | 136 | 73 | 129 | 97 | 135 | 73 | ك | جامعي | | |
| 56,81 | 9,74 | 9,96 | 5,34 | 9,44 | 7,10 | 9,88 | 5,34 | % | | | |
| 144 | 19 | 25 | 17 | 32 | 17 | 22 | 12 | ك | دراسات عليا | | |
| 10,54 | 1,39 | 1,83 | 1,24 | 2,34 | 1,24 | 1,61 | ,88 | % | | | |
| 1366 | 221 | 235 | 144 | 234 | 171 | 221 | 140 | ك | المجموع | | |
| 100,00 | 16,18 | 17,20 | 10,54 | 17,13 | 12,52 | 16,18 | 10,25 | % | | | |
| المستوى التعليمي | | | السن | | | الجنس | | اختبار كا ² | | | |
| 12,613 | | | 17,429 | | | 6,014 | | قيمة اختبار كا ² | | | |
| 18 | | | 24 | | | 6 | | درجة الحرية df | | | |
| 0,814 | | | 0,830 | | | 0.422 | | مستوى الدلالة sig | | | |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج spss₂₅.

يبين الجدول الدوافع التي تقود الأفراد لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لبث ونشر خطاب التمييز والكراهية حسب متغير الجنس والسن والمستوى التعليمي، وأوضحت نتائج كاي تربيع أنه لا توجد فروق بين الذكور والإناث في الدوافع التي تقود الأفراد لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لبث ونشر خطاب التمييز والكراهية، وهو ما دلت عليه قيمة $p=0.422$ عند درجة حرية $df=6$ وهي أكبر من مستوى الدلالة عند 0.05 بمعنى أنها غير دالة إحصائياً، كما لا توجد فروق في الدوافع التي تقود الأفراد لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لنشر خطاب التمييز والكراهية تعزى لمتغير السن أو الفئة العمرية، حيث كانت قيمة $p=0.830$ وهي أكبر من مستوى الدلالة عند 0.05، وأظهرت نتائج كاي تربيع أيضاً عدم وجود علاقة بين المستوى التعليمي للمبحوثين ودوافع استخدام بث ونشر خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة $p=0.814$ وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0.05، أي أننا نستنتج أنه لا يوجد ارتباط مباشر بين كل من الجنس، السن، المستوى الدراسي وتنوع دوافع بث خطاب الكراهية والتمييز والتحريض عليه عبر المنصات التواصلية، بل تعتمد على تداخل سياقات اجتماعية ونفسية وسياسية متعددة.

الجدول رقم (33): يوضح رأي أفراد العينة حول مدى استخدامهم خطاباً يدعوا للكراهية والتمييز عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

| هل تعتقد أنك قد استخدمت خطاباً يدعوا للكراهية والتمييز عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنفسك دون إدراكه؟ | | النسبة الإجابة |
|--|---------|-------------------|
| النسبة | التكرار | |
| 4,58 | 19 | نعم |
| 78,80 | 327 | لا |
| 16,63 | 69 | ربما |
| 100,00 | 415 | المجموع |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS25.

إن خطاب التمييز والكراهية خطاب عدائي وجد في بيئة الأنترنت أرضاً خصبة لتناميه وانتشاره، وغالباً ما يبثه ويغديه أفراد بعينهم أو جماعات معينة ضد أفراد وجماعات أخرى، وعليه قمنا بطرح سؤال في دراستنا يتمحور أساساً حول مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في بث الخطاب

المعرض على الكراهية، وتوصلنا إلى نتائج مفادها أن 78,80% من أفراد العينة لم يستخدموا خطابا يدعوا للكراهية والتمييز عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأجاب 16,63% منهم بأنهم ربما يكونون قد استخدموا خطابا يدعوا للكراهية والتمييز عبر هذه المواقع، في حين أكد 4,58% بأنهم فعليا استخدموا مواقع التواصل الاجتماعي لبث خطاب يحرض على الكراهية والتمييز، ويمكننا من خلال هذه النتائج أن نقدم تفسيرين، التفسير الأول يمكن أن يمثل مدي الوعي الاجتماعي والأخلاقي لدى عينة الدراسة والذي يتجسد في امتناعهم عن بث هذا الخطاب والتزامهم بقيم الحوار وتقبل الآخر، في إدراك لخطورته وعواقبه وانعكاساته أو تجنباً للوقوع في المشاكل والمسائل القانونية، كما يمكن أن نرد ذلك إلى قلة التعرض للمحتوى المسيء تبعاً لطبيعة الصفحات والمجموعات والمواقع التي يتابعها المبحوثون ويشاركون فيها، وبالتالي لا يضطرون للتفاعل مع هذه المضامين ولا التعليق أو الرد عليها، وهو ما يتفق مع النتيجة التي خلص إليها يوسف بلعباس في دراسته، حيث أوضح أن "جل أفراد العينة أجابوا بأنهم لا يشاركون في نشر خطابات الكراهية، وهو ما ينم عن ثقافة عالية ووعي بالمسؤولية الاجتماعية والقانونية والأخلاقية في نبذ كل أشكال التعصب والتطرف والعنف والكراهية في المجتمع".

وفي تفسير آخر يستهدف خطاب الكراهية في حالات كثيرة الأفراد لعدة دوافع وأسباب قد تتعلق بالهوية اللغوية أو الثقافية أو الجنسية أو الدينية ... وغيرها، ويظهر هذا الخطاب في أشكال متعددة، ويتم نشره والتعبير عنه بشكل مباشر أو بشكل غير مباشر، "بحيث لا يمكن للمتلقي البسيط كشف وتشخيص الكراهية التي تكمن وراء هذه الخطابات، إذ يكون محبوكا بحرفية عالية ولا تستخدم مصطلحات الكراهية في المفردات والجمال المباشرة بل تستخدم فيه المقارنات ذات الإيحاء للكراهية وإدانة الآخر¹، وهو ما يدفعنا للقول أن المبحوثين قد يجهلون طبيعة هذه الخطابات ولا يستطيعون وضع حدود فاصلة بين ما هو

خطاب عدائي ومسيء وبين ما يعتبرونه ممارسة لحرية التعبير والرأي، وهو ما اتفق مع دراسة خديجة بريك وآية حيدوسي التي بينت أن "هناك خلط واضح بين حرية التعبير وبين التعدي على حرية وخصوصيات الآخر عن طريق بث خطاب الكراهية، وبرجع ذلك إلى مدى وعي المبحوثين بالتمايز الكبير بين مساحة الحرية التي تتيحها المواقع التواصلية في إبداء الرأي والتعبير، وبين ما يمارس من تحدي صارخ على الحريات العامة والخاصة بدعوى ممارسة هذه الحرية"، وهو ما أكدته د. يوسف بلعباس الذي يرى أن "العديد من المستخدمين لا يدركون الحدود بين حرية التعبير وخطاب الكراهية،

¹ مصطفى ياسين طه، مرجع سابق، ص 286.

فالعديد من الأفراد يمارسون سلوكيات تمييزية دون وعي بها، خاصة عندما تكون ضمن خطابات ساخرة أو نقدية ذات طابع استهزائي، فالكثير من المستخدمين لا يدرك أن السخرية أو التعميم على فئة ما قد تعتبر تمييزاً مبنياً على الهوية"، وتري د. سامية جفال* "أن هذه النسبة ليست حقيقية، والسبب هو أن هذه الفئة فعلاً تجهل طبيعة الخطابات ومضامينها والأهداف التي تسعى إليها"، ولعل إجابة أكثر من 16% من المبحوثين بأنهم ربما يكونون قد استخدموا خطاباً يدعوا للكراهية والتمييز عبر هذه المواقع، يؤكد الارتباك لديهم في فهم خطاب الكراهية وتجلياته في البيئة الرقمية ومختلف أشكاله وتمظهراته، وهو ما ذهب إليه أيضاً د. سلامي اسعيداني الذي يجد أن "الكثير من مستخدمي المواقع التواصلية لا يدركون أن بعض تعليقاتهم أو منشوراتهم قد تُصنّف كخطاب كراهية أو تمييز، فقد يعتبرون السخرية أو التتمر مجرد مزاح، كما قد يخلطون بين حرية التعبير والتحريض أو الإقصاء، أو أنهم لا يدركون أن بعض المصطلحات التي يستخدمونها تحمل دلالات عنصرية أو تمييزية، إضافة إلى هذا يعتقد أن الأفراد من الناحية الاجتماعية والنفسية، عندما يُسألون عن سلوك قد يُعتبر سلبياً أو غير أخلاقياً، فإنهم غالباً ما يميلون إلى إنكار مشاركتهم فيه، إما بدافع الظهور بصورة إيجابية أو لعدم إدراكهم الكامل لتصرفاتهم".

الجدول رقم (34): يوضح رأي أفراد العينة حول مدى استخدامهم خطاباً يدعوا للكراهية والتمييز عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغيرات الجنس، منطقة الانتماء، ونوع الهوية.

* مقابلة مع سامية جفال، أستاذ التعليم العالي، تخصص، إعلام واتصال، جامعة محمد خيضر - بسكرة-، (10 ماي 2025، سا 22:30).

| هل تعتقد بأنك قد استخدمت خطابا يدعو للكراهية والتمييز عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنفسك دون إدراكه؟ | | | | النسبة | | | |
|---|-------|----------------|------|-----------|----------|-----------------------------|--|
| | | | | المتغيرات | | | |
| المجموع | ربما | لا | نعم | | | | |
| 191 | 41 | 136 | 14 | ك | ذكر | الجنس | |
| 46,02 | 9,88 | 32,77 | 3,37 | % | | | |
| 224 | 28 | 191 | 5 | ك | أنثى | | |
| 53,98 | 6,75 | 46,02 | 1,20 | % | | | |
| 415 | 69 | 327 | 19 | ك | المجموع | | |
| 100,00 | 16,63 | 78,80 | 4,58 | % | | | |
| 159 | 16 | 132 | 11 | ك | الشرق | منطقة الانتماء | |
| 38,31 | 3,86 | 31,81 | 2,65 | % | | | |
| 64 | 18 | 45 | 1 | ك | الغرب | | |
| 15,42 | 4,34 | 10,84 | ,24 | % | | | |
| 105 | 21 | 80 | 4 | ك | الوسط | | |
| 25,30 | 5,06 | 19,28 | ,96 | % | | | |
| 87 | 14 | 70 | 3 | ك | الجنوب | | |
| 20,96 | 3,37 | 16,87 | ,72 | % | | | |
| 415 | 69 | 327 | 19 | ك | المجموع | | |
| 100,00 | 16,63 | 78,80 | 4,58 | % | | | |
| 265 | 33 | 219 | 13 | ك | هوية | هوية الحساب | |
| 63,86 | 7,95 | 52,77 | 3,13 | % | حقيقية | | |
| 150 | 36 | 108 | 6 | ك | هوية | | |
| 36,14 | 8,67 | 26,02 | 1,45 | % | افتراضية | | |
| 415 | 69 | 327 | 19 | ك | المجموع | | |
| 100,00 | 16,63 | 78,80 | 4,58 | % | | | |
| هوية الحساب | | منطقة الانتماء | | الجنس | | اختبار كا ² | |
| 9,230 | | 14.559 | | 13,424 | | قيمة اختبار كا ² | |
| 2 | | 6 | | 2 | | درجة الحرية df | |
| 0.010 | | 0.025 | | 0,001 | | مستوى الدلالة sig | |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS₂₅.

يوضح هذا الجدول تبني أفراد العينة خطاب الكراهية والتمييز عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس ومنطقة الانتماء ونوع الهوية المستخدمة، وبينت نتائج "كاي تربيع كا²" وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في استخدام خطاب يدعو للكراهية والتمييز عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة $p=0.001$ ، عند درجة حرية $df=2$ وهي أصغر من مستوى الدلالة عند 0.05، فمن خلال الجدول نلاحظ أن الإناث أقل ميلاً للتعبير عن خطاب الكراهية وبثه عبر هذه المنصات من الذكور وذلك بنسبة 46,02% للإناث مقابل 32,77% للذكور، كما أن الذكور هم أكثر من أجاب بأنهم قد استخدموا فعلياً أو ربما استخدموا خطاباً يدعو للكراهية والتمييز عبر مواقع التواصل الاجتماعي، واتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه مرو رياض أبوظريس في دراستها التي كشفت أن "الذكور في مرحلة الشباب وذوو المستوى التعليمي هم أكثر الفئات عرضة وبثاً لخطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي"، ويعزى ذلك إلى الاختلافات البيولوجية والتربوية والنفسية والاجتماعية بينهما، حيث يكون الذكور أكثر تحراً وأكثر ميلاً عموماً إلى العنف والعوانية كوسيلة لإثبات الذات أو تعبيراً عن القوة، "بالمقابل فإن طريقة تنشئة النساء منذ الطفولة تجعلهن أكثر تحفظاً من الرجال، ولا يسعين إلى شغل مساحة كبيرة من النقاش، ويزداد هذا التأثير عبر الأنترنت مع انتشار الخطاب المعادي"¹، بالإضافة إلى السياق الاجتماعي والثقافي للمجتمع الذي قد يتسامح أكثر مع خطاب الذكور العدائي، بينما يعاقب الإناث على نفس السلوك بشكل أقسى، مما يدفع الإناث بأن يكن أكثر حذراً وخوفاً من الوصم الاجتماعي، وهرباً من التعرض للمضايقات والضغط أو التمييز بسبب جنسهن أو آرائهن، للحفاظ على أكبر قدر من الحماية والخصوصية عبر هذه الفضاءات.

واعتماداً على نتائج كاي تربيع أيضاً، نجد أن متغير منطقة الانتماء عامل مؤثر في تبني الخطاب المحرض على الكراهية والتمييز عبر مواقع التواصل الاجتماعي من طرف المبحوثين، حيث كانت قيمة $p=0.024$ ، وهي أصغر من مستوى الدلالة عند 0.05، وبالتالي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات، ويمكن أن نرجع هذه الاختلافات إلى العديد من العوامل التاريخية والاجتماعية كأن تعاني بعض المناطق أو الأقليات الموجودة بها من عزلة نسبية، أو تمايز في السياسات الحكومية والاقتصادية

¹ مارك ليفينغستون، "ما الذي يمكن فعله حيال انتشار خطاب الكراهية على الإنترنت؟"، ترجمة: عبد الحفيظ العبدلي، من موقع SWI swissinfo.ch متاح عبر الرابط: <https://www.swissinfo.ch/ara/%D8%AF%D9%8A%D9%85%D9%82%D8%B1%26> (26) أبريل 2025، سا 16:10).

والتنموية التي قد تطل مناطق دون أخرى، بالإضافة إلى التركيبة الاجتماعية والهويات الثقافية المختلفة التي يحتويها المجتمع الجزائري، والتي تولد جوا تنافسيا قد يتحول إلى صراع محلي مناطقي وجهوي تغذيه المنصات الافتراضية وتزيد من حدته وانتشاره.

كما أظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين هوية الحساب الذي يستخدمه المبحوثون عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتبني خطاب المحرض على الكراهية والتمييز، حيث كانت قيمة $p=0.010$ وهي أصغر من مستوى الدلالة عند 0.05، وبالتالي فهي دالة إحصائية، ونجد من خلال النتائج التفصيلية أن المبحوثين الذين أجابوا بأنهم لا يبتون خطابا يدعوا للكراهية والتمييز عبر مواقع التواصل يستخدمون الهويات الحقيقية بنسبة 52,77% مقابل 26,02% من المبحوثين الذين يستخدمون الهويات الافتراضية، حيث أن استخدام الفرد لهويته الحقيقية في مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في زيادة الارتباط بشخصيته الواقعية بما ينمي شعوره بالمسؤولية الأخلاقية، ويجعله أكثر وعياً بسمعته وحذرا في التعبير عن آراءه وأفكاره، مما قد يثنيه عن تبني خطاب متطرف ومحرض على الكراهية، بينما تزيد احتمالية تبني خطاب الكراهية في حالة استخدام الهويات الافتراضية، لأن إخفاء الهوية يمكنهم من تجاوز العواقب القانونية والاجتماعية، ويحقق لهم الانفصال عن ذواتهم الحقيقية بما يضعف التعاطف ويزيد من القابلية للممارسات العدوانية.

الجدول رقم (35): يوضح إذا سبق لأفراد العينة التعرض لخطاب يحرض على التمييز والكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي، وأسباب ذلك.

| هل سبق أن تعرضت لخطاب يحرض على التمييز والكراهية؟ | | | | النسبة | | |
|---|-------|-----|--------|-----------------------------|--------------|-----|
| ك | % | ك | % | الإجابة والأسباب | | |
| 285 | 68.67 | لا | | | | |
| 130 | 31.33 | 111 | 36,88% | آرائك وأفكارك | ذلك بسبب: | نعم |
| | | 28 | 9,30% | توجهاتك السياسية | | |
| | | 72 | 23,92% | توجهاتك الدينية | | |
| | | 45 | 14,95% | انتمائك وهويتك | | |
| | | 28 | 9,30% | هويتك الجنسية (ذكر/أنثى) | | |

| | | | | | | |
|-----|-----|---------------|-----|---------------------|--|--|
| | | 5,65% | 17 | شكلك ومظهرك الخارجي | | |
| | | 100,00% | 301 | المجموع | | |
| 100 | 415 | المجموع الكلي | | | | |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS₂₅.

توصلنا من خلال نتائج الجدول أعلاه بأن النسبة الأكبر من أفراد العينة لم يسبق لها أن تعرضت لخطاب يحرض على التمييز والكراهية اتجاهها على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة 68.67%، وربما قد تعكس هذه النتيجة حقيقة أن العينة ليست مستهدفة بالكراهية بحد ذاتها وإنما غالباً ما تصادف محتوى يحرض على التمييز ضد أشخاص آخرين أو مجموعات أو أقليات أو غيرها، لا سيما أن أغلب المبحوثين لا يتفاعلون مع المنشورات التي تبث وتحرض على الكراهية (حيث أشارت نتائج الجدول رقم (27) بأن أكثر من نصف العينة تقريباً 51.5% لا تتخذ أي موقف فعال تجاه هذه المنشورات)، ويمكن أن نرجع ذلك أيضاً إلى طبيعة النشاط الرقمي من حيث المتابعة والنشر والمشاركة، والمدة المخصصة للتصفح، ونوع المواقع والصفحات التي يشترك فيها المبحوثون.

كما قد لا تعكس هذه النتائج الواقع، ويرتبط الإشكال أساساً بعدم قدرة المبحوثين من التعرف على هذه النوعية من الخطابات سواء تعلقت بمحتوى الخطاب أو سياقه أو مصدره، "خطاب الكراهية الذي يعد نوعاً من أفعال الكلام، قد يكون في حالات كثيرة تهديداً أو تحريضاً على العنف أو مقروناً بقوة الفعل الغير المشروع، ومنه يؤخذ الحكم على الخطاب وطبيعته من منظور¹، سياق الخطاب أو المحيط الاجتماعي والسياسي والثقافي السائد عند بثه ونشره، بالإضافة إلى قائل الخطاب أو مصدره ومركزه في المجتمع سواء كان قائد سياسي أو اجتماعي أو جماعة أو هيئة معينة، والأهم من ذلك "مضمون الخطاب ومحتواه وطريقة توصيف المعنى المراد تبليغه والسلوكيات التي ينطوي عليها، إلى جانب الفئة الموجه إليها هذا الخطاب سواء تم ذكرها مباشرة أو الإشارة إليها بطريقة غير مباشرة، ومن ثم عواقبها المحتملة"²، وقد قال د. يوسف بلعباس في هذا الشأن أن "العديد من الأفراد لا يدركون الأنماط المختلفة لهذه الخطابات، فهم يعتبرون العبارات التمييزية جزءاً من النقاش الطبيعي أو الفكاهة، مما يؤدي إلى تطبيع خطاب الكراهية داخل المجتمع الرقمي، وبالتالي فالمسألة تتعلق بمدى قدرتهم على تمييز وفهم الخطابات الضمنية، فخطاب الكراهية قد لا يكون مباشراً دائماً، بل يتمظهر في رموز، استعارات، أو نكت، كما أن

¹ سعد عبد السلام، "خطاب الكراهية كنمط حياة غربية: عولمة القيم عبر مواقع وسائل التواصل"، مرجع سابق، ص 23.

² وافي حاجة، مرجع سابق، ص 74.

نمط التكرار والاعتیاد على أنواع كثيرة من خطابات التمييز والكراهية تقلل من حساسية الأفراد تجاه هذه الخطابات"، بينما ترى د. خرفية جودي بأن "كلا الاحتمالين يحملان جانبا من الصحة، لأن هناك ضبابية وزئبقية في تحديد ماهية خطابات الكراهية، فضلا على أن انتشارها يستدعي تحديد السياق الزمني والمكاني لها"، وهو ما جاء متسقا مع دراسة هبة محمد شفيق عبد الرازق التي أكدت فيها على "عدم وجود وعي كامل من جانب الشباب الجامعي عينة الدراسة بأبعاد خطاب الكراهية واستراتيجياته"

هذا وأجاب 31.33% من أفراد العينة بأنهم تعرضوا لخطاب يحرض على التمييز والكراهية اتجاههم على مواقع التواصل الاجتماعي، وكان ذلك بسبب آرائهم وأفكارهم بنسبة 36.88%، ثم بسبب توجهاتهم الدينية بنسبة 23.92%، ثم بسبب انتمائهم وهويتهم بنسبة 14.95%، تلتها الأسباب المتعلقة بالتوجهات السياسية والهوية الجندرية بنفس النسبة والتي قدرت بـ 9.30%، وأخيرا الشكل والمظهر الخارجي بنسبة 5.65%، ويمكن أن نستدل من خلال هذه النتيجة على ضعف ثقافة الحوار بين المستخدمين الجزائريين اللذين قد يستهدفون الآخرين لمجرد اختلاف الرأي والفكر، وهو ما يجعل هذه الاختلافات تتحول إلى مواجهات شخصية بدلا من نقاشات موضوعية، وبالتالي يحل التعصب والجمود بدل النضج الفكري، ورفض الاختلاف بدل تقبل التعدد والتنوع الثقافي، لا سيما في مناقشة قضايا حساسة وذات أهمية مجتمعية كالقضايا الدينية أو السياسية أو الهوية، "وما زاد صعوبة التواصل هو التطور التقني في عالم أصبح فيه كل فرد يرى ويعلم بكل شيء، حيث الاختلافات اللسانية والفلسفية والسياسية والثقافية والدينية، وهذا ما عزز التمييز والعنصرية الافتراضية وجعل التواصل مع المختلفين أمرا عسيرا، حيث يصعب إقامة علاقات مع أفراد لا يتشاركون نفس الاهتمامات والتوجهات والانتماءات"¹.

كما غالبا ما تستخدم الخطابات الدينية للهجوم على الآخر المخالف باعتبار أن النقاش حول الدين دائما ما يكون محركا للعواطف لارتباطه بالهوية الثابتة لدى الأفراد، وهو ما يفسر ارتفاع نسبة المبحوثين اللذين تعرضوا لخطاب الكراهية بسبب توجهاتهم الدينية، وقد ينم هذا عن القراءة المتطرفة للمفاهيم الدينية، أو بسبب اختلاف الفهم والتفسير بين المصادر والمذاهب المتعددة، أو احتدام الجدل حول بعض الممارسات والعادات التي تركز على معتقدات دينية متأصلة، كما قد يعكس خطاب الكراهية المبني على الانتماء والهوية، وكذا التوجهات السياسية والجندرية وجود صراعات اجتماعية وسياسية ومذهبية ونفسية

¹ أمينة بصافة، مرجع سابق، ص 69.

وثقافية وعولمية بين أفراد المجتمع الواحد، هذه الصراعات تنتقل من الفضاء المادي الحقيقي إلى الفضاء الرقمي أين يتم تغذية الشعور بالحق والكراهية تجاه المجتمع وثقافته وقيمه والعناصر المكونة له.

المحور الثالث: دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار خطاب التمييز والكراهية.

الجدول رقم (36): يوضح أسباب انتشار خطاب التمييز والكراهية بين أفراد العينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

| في اعتقادك ما هي أسباب انتشار خطاب التمييز والكراهية بين رواد مواقع التواصل الاجتماعي؟ | | النسبة |
|--|---------|---|
| النسبة % | التكرار | الأسباب |
| 32,53 | 135 | غياب ثقافة الحوار وعدم احترام التباين في الآراء والمواقف حول القضايا المختلفة |
| 24,10 | 100 | تراجع أو اختلاف القيم الاجتماعية والأخلاقية |
| 10,36 | 43 | غياب الحقائق وانتشار المعلومات المضللة والأخبار الكاذبة |
| 12,29 | 51 | نقص الوعي وغياب التحصين الفكري للأفراد |
| 11,57 | 48 | غياب الرقابة وضعف القوانين والتشريعات الرادعة |
| 9,16 | 38 | ظهور وانتشار جماعات وتنظيمات متطرفة فكريا أو سياسيا أو دينيا |
| 100.00 | 415 | المجموع |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS25.

إن خطاب الكراهية والتمييز ليس مجرد خطاب عابر، بل هو خطاب هجومي يتضمن مستوى متدني من التعبير عن التمييز الفعلي والعدوانية والانشقاق، ويمثل نافذة تعكس التوترات القائمة، وتطل على التباينات العميقة الجذور التي نحتاج إلى فهم عوامل تشكلها والتعامل معها، والحديث عن هذه الظاهرة في الفضاء الرقمي وسياقات تأثيرها على الأفراد والجماعات والسيطرة عليهم وتوجيههم، يقودنا إلى محاولة استيعاب هذا الخطاب من خلال فهم الأسباب الكامنة وراء بروزه، وديناميكيات وأشكال انتشاره¹، ونستعرض من خلال الجدول أعلاه جملة من الأسباب التي تقف وراء انتشار خطاب التمييز والكراهية بين رواد مواقع التواصل الاجتماعي حسب آراء المبحوثين، وتوضح نتائجها التفصيلية أن غياب ثقافة الحوار وعدم احترام التباين في الآراء والمواقف حول القضايا المختلفة هو أهم الأسباب التي تسهم في تفشي هذا الخطاب وذلك بنسبة 32,53%، حيث تنشأ الكراهية وتتوغل في المجتمعات عموماً والمجتمع الجزائري خصوصاً لغياب ثقافة تقبل الآخر باختلافاته وآرائه، والاعتماد على الانطباعات العاطفية بدلاً من المنطق والحجج الموضوعية، وافتقاد مهارات الحوار البناء القائم على النقد الإيجابي، وقد وجدنا من خلال نتائج الجدول (رقم 24) أن أكثر خطابات الكراهية شيوعاً هي الخطابات الثقافية، الدينية، والسياسية، والتي غالباً ما تشهد على أهميتها وارتباطها بالمقومات الأساسية للهوية نقاشاً محتدماً وتثير تجاذبات وتصلبات في المواقف والآراء، ينتج عنها مؤيدين ومعارضين لهذه القضايا، حيث يستमित كل طرف في الدفاع عن رأيه مما يدفع البعض إلى استخدام لغة تحقيرية أو تشويهية ضد الآخر لإثبات صحة أفكاره وقوة موقفه والانجرار نحو الصراع، بدلاً من البحث عن أرضية مشتركة وحلول تجد لها سبيلاً إلى الواقع والمنطق السليم، بشكل يُعزز عزم التفاهم والفرقة الانقسام

ومن بين الأسباب كذلك التي أجاب عليها أفراد العينة تراجع أو اختلاف القيم الاجتماعية والأخلاقية والتي حلت ثانياً بنسبة 24,10%، وتعدّ هذه القيم محدداً رئيساً للسلوك الإنساني، ومكوناً هاماً من مكونات ثقافة المجتمع، وهي معايير عامة تتعلق بالأخلاق والمبادئ ومركزات ضابطة للتفاعل الاجتماعي، باعتبارها الخصائص أو الصفات المرغوب فيها لدى أفراد المجتمع، والتي تتحدد انطلاقاً من ثقافته ومعتقداته وقيمه، وتتجلى في العديد من الصور كالتعاون والتعاقد والتكافل بين الأفراد، وتعدّ هذه القيم أساساً في تقوية الروابط الاجتماعية والحفاظ على استقرار وتماسك المجتمع، وقد أسهم تراجع دور الأسرة وأسس التربية السليمة، الاختلافات الثقافية والاجتماعية، ضعف الوازع الديني، والتأثيرات السريعة

¹ خيرة العبدى، مرجع سابق، ص 155.

للتكنولوجيا الحديثة والأدوار التي باتت تلعبها مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير أساليب الاتصال والتواصل وتراجع القيم المجتمعية والتضامن، وازداد معه التركيز على النزعة والمصالح الفردية، مما قلل من الشعور بالمسؤولية تجاه الآخرين، وأصبحت النزعة العدوانية سائدة كخطاب داخل المجتمع لا سيما في عالم افتراضي كان الحاضنة الخصبة التي عززت المحتوى السلبي وساعدت على انتشاره على نطاق واسع، ويمكننا القول أن خطاب الكراهية انعكاس لأزمة قيم في المجتمع، كانت وسائل التواصل الجديدة أحد أهم أسباب تناميها، ومواجهته تتطلب إصلاحًا ثقافيًا وأخلاقيًا قبل أن تكون إجراءات تقنية أو قانونية.

ويتعلق السبب الثالث بنقص الوعي وغياب التحصين الفكري للأفراد والذي حاز على نسبة 12,29%، حيث أكد مختصون أهمية التحصين الفكري لمواجهة تحديات العصر والتيارات الثقافية السلبية وتعزيز الجانب الاجتماعي والصحة النفسية والعلاقات الإيجابية، وضرورة حماية الأفراد من المؤثرات الخارجية التي تسهم في تفكيك وخلخلة النسيج الاجتماعي¹، وبالتالي فإن غياب هذه المهارات يعني عدم امتلاك القدرة على تحليل المعلومات نقدًا وتمييز الخطاب الضار من البناء وهو ما يزيد من تأثيراته السلبية وعواقبها، ويجعل الأفراد عرضة للتطرف الفكري وتبني آراء متشددة دون تمحيص، بما يضعف قدرتهم على مواجهة تأثير هذه الخطابات التحريضية.

ويضاف إلى هذه الأسباب غياب الرقابة وضعف القوانين والتشريعات الرادعة والتي حازت على نسبة 11,57%، ويندرج هذا الإجراء ضمن مسؤولية الدولة بالدرجة الأولى، والتي تدخل ضمن النهج الوقائي وأساليب الحماية، ويُرجع كثيرون هذا إلى ضعف آليات الرقابة على المحتوى المسيء عبر وسائل ومنصات التواصل الاجتماعي، والذي سمح بانتشار الخطاب العدائي دون مساءلة أو متابعة من طرف الجهات المختصة، وكما لاحظنا في النتائج السابقة ضعف الوعي بهذا الخطاب من قبل المستخدمين وعدم القدرة على إدراك مختلف صوره وتجلياته، وسياقات عرضه ونشره، وكيفية مواجهته والإبلاغ عنه، بشكل يصعب دور الآليات الرقابية في تحديده ومتابعته ورصد الأشخاص الذين يبتونه والمروجين له والمستهدفين به، أما من فيما يرتبط بتطبيق القوانين والتشريعات حول خطاب الكراهية فهي غير كافية لمواجهة هذا الخطاب، أو غير مطبقة بشكل صارم، وهو ما يتصل بأسباب متعددة كمطلب الإرادة السياسية وكذا عدم إدراك المواطنين لحقوقهم بشكل جيد، إضافة للغموض الذي يكتنف النصوص

¹ عهود الجيلانية، "مختصون: التحصين الفكري ضرورة لحماية الأسرة من تيارات العولمة والتغريب"، من موقع عمان اليوم متاح عبر الرابط: <https://www.omandaily.com/na/اليوم/مختصون-التحصين-الفكري-ضرورة-لحماية-الأسرة-من-تيارات-العولمة-والتغريب> (30)

التشريعية وغياب الصرامة المفاهيمية¹، فكما ذكرنا آنفا لا يوجد مفهوم مقبول ومتفق عليه دوليا ولا على المستوى المحلي لخطاب التمييز والكراهية، فضلا عن الخلط بينه وبين فئات أخرى من الخطابات المتسمة بالإثارة أو الحقد أو الإساءة، زيادة على ذلك فإن عدم شمول الأنظمة القانونية دوليا وإقليميا ووطنيا لآليات تشريعية واضحة بشأن محتوى وعناصر حظر الدعوة إلى الكراهية، يمكن أن يؤدي إلى تطبيق سيئ للقانون، وهذا العجز في مواجهة مد خطاب التمييز والكراهية والحد منه قانونيا يؤدي بطبيعة الحال إلى تنامي واستحاله²، وقد اتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه **خديجة بريك** وآية **حيدوسي** في دراستهما حيث خلصتا إلى أنه "من بين أسباب خطابات الكراهية هو ضعف أو انعدام القوانين المنظمة، والرقابة والمساءلة على ما ينشر عبر الفضاء الإلكتروني، وغياب الوسائل التكنولوجية لمتابعة مرتكبي هذه الجرائم الإلكترونية".

وحل خامسا من بين الأسباب غياب الحقائق وانتشار المعلومات المضللة والأخبار الكاذبة بنسبة 10,36%، حيث غالبا ما يتم عبر مواقع التواصل الاجتماعي تزيف الحقائق أو اجترائها وتشويهها، من خلال عرض الأحداث والوقائع أو القصص الإخبارية بطريقة سلبية ودعمها بالمعلومات المزيفة، والوسائط المختلفة كالصور، ومقاطع الفيديو المفبركة، واللعب على حبل العاطفة بهدف زرع العداء وإشغال فتيل الفتنة والانقسام بين أبناء المجتمع، أو دفع مجموعة ضد مجموعة أخرى، أو تحريض فئة ضد فئة أخرى، "فمستخدمي هذه المواقع وبسبب طبيعتها المرنة يجدون أنفسهم محاصرين داخل فقاعة من المعلومات المشوهة والرسائل التحريضية ضمنية كانت أو مباشرة، ويبلغ هذا الخطاب ذروة خطورته عندما يصل إلى مجموعات وأفراد مستعدين عاطفيا وفكريا لتحويل هذا العداء إلى واقع في شكل جرائم كراهية وعنف حقيقية، وهو ما سمي بالحرائق الرقمية التي ذكرها (تقرير المخاطر الصادر عن منتدى الاقتصاد الدولي)، والذي يشير إلى أي شائعة أو معلومة خاطئة أو رسالة كراهية تنتشر من خلال شبكات التواصل الاجتماعي والتي تعزز الآراء والأحكام المسبقة بل ويمتد تأثيرها إلى الممارسة الفعلية على أرض الواقع"³

ومع انتشار وسائل التواصل الاجتماعي أيضا أصبح ضعف التحقق من المعلومات ممارسة شائعة، أين يتم تداول الأخبار دون التأكد من مصداقيتها، مما يسهل نشر الشائعات والمعلومات المغلوطة من جهة، وكنتيجة لنقص الوعي والتحصين الفكري من جهة أخرى، خاصة في أوقات اللاإستقرار والأزمات

¹ محمد أمين بن جيلالي، مرجع سابق، ص ص 174، 175.

² عاطف عبد الله عبد ربه، مرجع سابق، ص ص 259، 260.

³ خلود سلام صالح، مرجع سابق، ص 81.

الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والصحية التي تزيد من القلق الاجتماعي، مما يجعلها بيئة خصبة لنشر الشائعات والخطابات التحريضية، وهو ما توصلت إليه دراسة صلاح الدين عمراوي ويوسف مقعاش والتي أكدت فيها "أن الأسباب التي أدت إلى تنامي وتفاقم خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر، هي انتشار الأخبار الكاذبة وضعف القوانين الردعية لهذه الظاهرة، وضعف آليات الرقابة".

هذا واحتل ظهور وانتشار جماعات وتنظيمات متطرفة فكريا أو سياسيا أو دينيا المرتبة الأخيرة بنسبة 9,16%، وبالرغم من عدم حصوله على أغلبية الآراء عينة الدراسة إلى أنه يشكل أحد الأسباب الأكثر خطورة، "وتتمثل في استغلال الجماعات المتطرفة لتطبيقات هذه الشبكات لبث أفكارهم وحشد التأييد لمواقفهم، وسهولة الوصول إلى الجمهور المستهدف أو فئات معينة منه، كالسياسيين والمجموعات العرقية والدينية وفئات شبابية، لا سيما مع إمكانية التخفي وراء أسماء مستعارة والهروب من المتابعة القانونية"¹، إن هذه النتيجة تقودنا إلى التساؤل حول مدى تأثير هذه الجماعات والتنظيمات على خطاب التمييز والكراهية في الجزائر عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ وهل الجزائر بالفعل بمنأى عن هذا التأثير؟ ويجب د. سلامي اسعيداني في هذا الصدد بأنه "لا يمكن القول أن الجزائر بمنأى تام عن تأثير الجماعات المتطرفة، فالعوامل الإقليمية والدولية تشير إلى أن هذه المنصات باتت ساحة رئيسية لنشر الفكر المتطرف واستقطاب الأفراد، وترويج خطابات الكراهية والانقسام، غير أن هناك بعض العوامل التي قد تحدّ من تأثيرها أبرزها الوعي الشعبي الذي جسد حساسية تجاه هذه الخطابات بفعل تجربة الجزائر مع هذه التنظيمات، إضافة إلى غياب بيئة خصبة للتطرف، حيث لا تعاني الجزائر حاليًا من أزمات طائفية أو انقسامات دينية عميقة يمكن أن تستغلها هذه الجماعات بسهولة، وأكدت د. سامية جفال أن التجربة القاسية التي مرت بها الجزائر في التسعينات جعلتها فعلا بمنأى عن الجماعات والتنظيمات المتطرفة فكريا، وأعطتها حصانة فكرية تجاه كل خطاب يدعو إلى الكراهية والتفرقة والتمييز، والأحداث الأخيرة خير دليل على ذلك"، وذهب د. يوسف بلعباس في نفس الاتجاه حيث يرى أن "أن الجزائر وحسب الكثير من المؤشرات ليست في منأى عن التأثيرات الفكرية للتنظيمات المتطرفة، إذ يمكنها استهداف الفئات الهشة فكريا واستغلالها عرقيا أو دينيا أو سياسيا أو ثقافيا عبر استراتيجيات الإقناع والتجنيد غير المباشر، وهو ما قد يضاعف الخطر ويزيد من قدرته على التغلغل دون مقاومة، لكنها تمتلك بيئة

¹ محمد أحمد فياض، مرجع سابق، ص 177.

اجتماعية وسياسية أقل استجابة لمثل هذه الخطابات بسبب التجربة التاريخية مع الإرهاب في التسعينيات، والقول بأن الجزائر بمنأى عنها يُعدّ تبسيطاً مغللاً، ربما لا تملك تلك الجماعات تأثيراً مباشراً، لكننا لا يمكن أن نتجاهل دورها في ترويج أيديولوجيات رمزية تخترق الشبكات الاجتماعية من خلال سرديات المظلومية أو الهوية المهددة، وهو ما يحصل في الكثير من الصفحات والمجموعات ذات الهوية المجهولة".

الجدول رقم (37): يوضح أسباب انتشار خطاب التمييز والكراهية بين رواد مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغيرات الجنس، السن، والمستوى التعليمي.

| أسباب انتشار خطاب التمييز والكراهية بين رواد مواقع التواصل الاجتماعي | | | | | | | المتغيرات النسبة | | |
|--|-------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------|--|---|--|-------------------------|------------------|-------|
| المجموع | ظهور وانتشار جماعات وتنظيمات متطرفة | غياب الرقابة وضعف القوانين والتشريعات | نقص الوعي وغياب التحصين الفكري | غياب الحقائق وانتشار المعلومات المضللة | تراجع أو اختلاف القيم الاجتماعية والأخلاقية | غياب ثقافة الحوار وعدم احترام التباين في الآراء والمواقف | | | |
| 191 | 23 | 16 | 23 | 26 | 42 | 61 | ك | ذكر | الجنس |
| 46.02 | 5.54 | 3.86 | 5.54 | 6.27 | 10.12 | 14.70 | % | | |
| 224 | 15 | 32 | 28 | 17 | 58 | 74 | ك | أنثى | |
| 53.98 | 3.61 | 7.71 | 6.75 | 4.10 | 13.98 | 17.83 | % | | |
| 415 | 38 | 48 | 51 | 43 | 100 | 135 | ك | المجموع | |
| 100,00 | 9.15 | 11.57 | 12.29 | 10.36 | 24.10 | 32.53 | % | | |
| 11 | 0 | 1 | 0 | 0 | 2 | 8 | ك | أقل من 18 سنة | السن |
| 2.65 | 0.00 | 0.24 | 0.00 | 0.00 | 0.48 | 1.93 | % | | |
| 160 | 7 | 20 | 21 | 15 | 47 | 50 | ك | من 18 إلى 27 سنة | |
| 38.55 | 1.69 | 4.82 | 5.06 | 3.61 | 11.33 | 12.05 | % | | |
| 137 | 19 | 18 | 16 | 14 | 30 | 40 | ك | من 28 إلى 37 سنة | |
| 33.01 | 4.58 | 4.34 | 3.86 | 3.37 | 7.23 | 9.64 | % | | |
| 90 | 12 | 7 | 10 | 13 | 19 | 29 | ك | من 38 | |

| | | | | | | | | | | |
|------------------|------|--------|-------|-------|-------|-------|-----------------------------|----------------|---------------------|--|
| 21.69 | 2.89 | 1.69 | 2.41 | 3.13 | 4.58 | 6.99 | % | إلى 47سنة | | |
| 17 | 0 | 2 | 4 | 1 | 2 | 8 | ك | من 48سنة | | |
| 4.10 | 0.00 | 0.48 | 0.96 | 0.24 | 0.48 | 1.93 | % | فما فوق | | |
| 415 | 38 | 48 | 51 | 43 | 100 | 135 | ك | المجموع | | |
| 100,00 | 9.15 | 11.57 | 12.29 | 10.36 | 24.10 | 32.53 | % | | | |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | ك | ابتدائي | المستوى التعليمي | |
| 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | % | | | |
| 23 | 4 | 5 | 1 | 1 | 4 | 8 | ك | متوسط | | |
| 5.54 | 0.96 | 1.20 | 0.24 | 0.24 | 0.96 | 1.39 | % | | | |
| 129 | 6 | 13 | 17 | 15 | 37 | 41 | ك | ثانوي | | |
| 31.08 | 1.45 | 3.13 | 4.10 | 3.61 | 8.92 | 9.88 | % | | | |
| 219 | 22 | 25 | 29 | 21 | 50 | 72 | ك | جامعي | | |
| 52.77 | 5.30 | 6.02 | 6.99 | 5.06 | 12.05 | 17.35 | % | | | |
| 44 | 6 | 5 | 4 | 6 | 9 | 14 | ك | دراسات عليا | | |
| 10.60 | 1.45 | 1.20 | 0.96 | 1.45 | 2.17 | 3.37 | % | | | |
| 415 | 38 | 48 | 51 | 43 | 100 | 135 | ك | المجموع | | |
| 100,00 | 9.15 | 11.57 | 12.29 | 10.36 | 24.10 | 32.53 | % | | | |
| المستوى التعليمي | | السن | | | الجنس | | اختبار كا ² | | | |
| 15.714 | | 24.526 | | | 1.719 | | قيمة اختبار كا ² | | | |
| 15 | | 20 | | | 5 | | درجة الحرية df | | | |
| 0.401 | | 0.218 | | | 0.886 | | مستوى الدلالة sig | | | |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS₂₅.

يشير الجدول إلى أسباب انتشار خطاب التمييز والكراهية بين رواد مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغيرات الجنس، السن، والمستوى التعليمي، وفيما يتضح من نتائج كاي تربيع، فقد ثبت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث حول رأيهم في أسباب انتشار خطاب التمييز والكراهية بين رواد مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما دلت عليه قيمة $p=0.886$ عند درجة الحرية $df=5$ وهي أكبر من مستوى الدلالة عند 0.05، بمعنى أنها غير دالة إحصائياً، كما نجد أن متغير السن عامل غير مؤثر في رأي أفراد العينة حول أسباب انتشار خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث

كانت قيمة $p=0.218$ ، وهي أكبر من مستوى الدلالة عند 0.05، وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين هذه المتغيرات، أما بالنسبة للمستوى التعليمي فقد أظهرت النتائج عدم وجود علاقة أيضا ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي ورأي المبحوثين حول أسباب انتشار خطاب التمييز والكراهية في هذه الفضاءات، حيث كانت قيمة $p=0.401$ ، وهي أكبر من مستوى الدلالة عند 0.05، وبالتالي فهي غير دالة إحصائيا، وهذا ما يعني أن العوامل الديموغرافية والخصائص الفردية لا تؤثر بشكل كبير على كيفية إدراك الأفراد لأسباب خطاب الكراهية، وأن هناك إجماع نسبي حول الأسباب والعوامل الرئيسية والمشاركة لانتشار هذه الخطابات وتناميها في البيئة الرقمية.

الجدول رقم (38): يوضح كيفية مساهمة البيئة الاجتماعية والظروف المحيطة بها في تكريس خطاب التمييز والكراهية.

| العوامل | كيف تساهم البيئة الاجتماعية والظروف المحيطة بها في تكريس خطاب التمييز والكراهية؟ | |
|---|--|---------|
| | النسبة | التكرار |
| غياب العدالة وتفشي الظلم والإقصاء الاجتماعي | 27,94% | 299 |
| الصراعات والتوترات الدينية | 19,07% | 204 |
| الضغوط الاقتصادية | 24,30% | 260 |
| التغيرات والتحويلات على الساحة السياسية في الجزائر، وممارسة التضليل والاستقطاب السياسي وقوتها التحريضية | 11,21% | 120 |
| فترات اللاإستقرار والأزمات الصحية، السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية ... الخ | 9,63% | 103 |
| السياق التاريخي الطويل للحرب الاستعمارية والعشرية السوداء والإرهاب. | 7,85% | 84 |
| المجموع | 100,00% | 1070 |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS25.

يبين هذا الجدول كيف تساهم البيئة الاجتماعية والظروف المحيطة بها في تكريس خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأوضحت النتائج أن غياب العدالة وتقشي الظلم والإقصاء الاجتماعي كانت من أهم الظروف المؤثرة وذلك بنسبة 27,94%، تلتها الضغوط الاقتصادية بنسبة 24,30%، ثم الصراعات والتوترات الدينية بنسبة 19,07%، وحل رابعا التغيرات والتحولات على الساحة السياسية في الجزائر، وممارسة التضليل والاستقطاب السياسي وقوتها التحريضية بنسبة 11,21%، جاء بعدها فترات اللإستقرار والأزمات الصحية، السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية ... الخ بنسبة 9,63%، وأخيرا السياق التاريخي الطويل للحرب الاستعمارية والعشرية السوداء والإرهاب التي رسبت انعكاسات ضارة على المجتمع الجزائري والتي حصلت على 7,85%.

احتل غياب العدالة وتقشي الظلم والإقصاء الاجتماعي المرتبة الأولى من بين العوامل والظروف التي تساهم في تكريس خطاب التمييز والكراهية، وهي النتيجة التي اتفقت مع دراسة صلاح الدين عمراوي ويوسف مقعاش والتي توصل فيها الباحثان إلى أن "العوامل التي أدت إلى تنامي وتقاسم خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر، هي غياب المساواة في الحقوق والواجبات والحريات"، ويعد الظلم الاجتماعي وغياب العدالة داخل المجتمع من بين المحركات الدافعة للسلوكات الانحرافية، وهو ما يوضحه روبرت ميرتون في النظرية اللامعيارية (Anomie Theory)، حيث يحدث انعدام المعايير أو التفكك الاجتماعي حسب "نتيجة التناقضات بين الأهداف التي يحددها البناء الثقافي وبين ما يقره المجتمع من أساليب لتحقيق تلك الأهداف، وبالتالي كلما كان هناك توازن بين هذين العنصرين تقل أو تتعدم معدلات الانحراف، وبقدر ما يختل ذلك التوازن ينتشر السلوك المنحرف لدى الأفراد بما في ذلك خطاب الكراهية، وتتحقق حالة التوازن بين الأهداف المشروعة والوسائل المحددة اجتماعيا عندما تكون هذه الأخيرة في متناول الجميع"¹، فالظروف الاجتماعية الغير متساوية بين أفراد المجتمع والتهميش والإقصاء يولد لديهم الشعور بالظلم والحرمان مقارنة بالآخرين، وبالتالي يلجؤون لاستخدام خطاب الكراهية كآلية تعويضية لتحقيق مكاسب رمزية وترميم الشعور بالقوة أو التفوق عندما تكون الوسائل المشروعة غير متاحة، وهو ما تعزز وانتشر بشكل كبير في البيئة الرقمية التي تعد بيئة داعمة له، وهو ما يؤكد د. يوسف بلعباس حيث يرى أن "هناك علاقة وثيقة بين التمييز الاجتماعي والتمييز الرقمي، أين يُستخدم

¹ حسين بن علي بن عبد الله الشبيخي، "اللامعيارية ومفهوم الذات والسلوك الانحرافي لدى المنحرفين والغير منحرفين في مدينة الرياض" (مذكرة ماجستير في العلوم الاجتماعية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية - الرياض -، 2003)، ص ص 50، 51.

الفضاء الافتراضي كمنفذ للتعبير عن الإحباطات المرتبطة بالإقصاء الاجتماعي في الواقع الحقيقي، فالأفراد الذين يشعرون بالظلم قد يعبرون عن ذلك من خلال خطابات عدائية في الفضاء الافتراضي تجاه الفئات التي يعتبرونها مسؤولة عن تهمة، مما يؤدي إلى ترسيخ دوامة من الكراهية والتمييز المتبادل، لذا فإن التهميش الاجتماعي قد يتحول إلى خطاب عدائي في الفضاء الرقمي، ويمكن أن يستخدم للتنفيس أو الاستعراض الرمزي، فالعالم الافتراضي لا يعتبر حتماً قطيعة للواقع أو انفصالاً عنه، بل يعدّ امتداداً له أين يعاد إنتاج السلطة، والعنف، والمظلومية بطريقة رمزية".

وبالحديث عن الضغوط الاقتصادية فعندما يتخذ الاقتصاد مساراً سلبياً على غرار ارتفاع معدلات البطالة وانعدام فرص العمل، الغلاء وانخفاض المستوى المعيشي والعجز المالي عن تحقيق التوازن بين الاحتياجات والدخل، أو ربما الأزمات الاقتصادية التي قد تتعرض لها الدولة وتتسحب على جميع المواطنين، من شأنه أن يسبب قلقاً عاماً وإحباطاً يؤدي بدوره إلى تصدع بنية المجتمع والأسرة، فعدم الاكتفاء المادي والمشاكل الاقتصادية يدفع الأفراد تحت الضغط إلى ارتكاب سلوكيات وممارسات سلبية وانحرافية ببعديها المادي والمعنوي كآلية انتقامية ضد المجتمع أو كاستجابة طبيعية عن الإحباط والقلق النفسي، كما أن التنافس على الموارد وطرق تقسيم الثروة والسياسات التنموية الغير عادلة تسهم في تعزيز الانقسام الطبقي وتوسيع الفجوة بين فئات وشرائح المجتمع المختلفة مما يخلق بيئة خصبة للكراهية بين المجموعات الاجتماعية، واستخدام هذا الخطاب في المنصات الافتراضية والذي يكون موجهاً في أحيان كثيرة كأدوات لتحويل الغضب الشعبي بعيداً عن جذور المشاكل الحقيقية.

أما فيما يخص دور الصراعات والتوترات الدينية في تكريس خطاب التمييز والكراهية فهو موضوع بالغ الأهمية والتأثير على عدة أصعدة، لارتباطه الوثيق والمباشر بكافة أشكال الممارسات السياسية والاجتماعية والثقافية والأخلاقية، وكما أسلفنا الذكر فإن الجزائر بلد ذات أغلبية مسلمة سنية حيث تفرض الدولة نموذج إسلام معتدل وتسيطر على الخطاب الديني عبر وزارة الشؤون الدينية والأوقاف، وتفرض رقابة على المساجد والدعاة لمنع التطرف أو الخطاب المتشدد -حسبها-، ومع ذلك فهذا لا يمنع وجود بعض الصراعات والتوترات بين التيارات الإسلامية المختلفة أو بين الاتجاه المتحرر والمحافظة، كما تسجل بعض التيارات الدعوية والأقليات الدينية والمذهبية والطرق الصوفية حضورها التاريخي في الجزائر منذ القدم، وتبقى دائماً في مواجهة هذا النموذج الإسلامي السائد الذي قد يحد من نشاط بعض هذه التيارات الدينية، وهو ما يقود العديد من الأطراف إلى اللجوء إلى المنابر التواصلية الجديدة للتعبير والدفاع عن ما

يعتبرونه مقدسا لارتباطه بثوابت الهوية، والذي غالبا ما قد ينحاز ليجسد العداء لأتباع التيارات أو المذاهب المختلفة واستبعادهم أو تبرير العنف ضدهم.

على صعيد آخر تُستخدم الاختلافات الدينية كأداة للاستقطاب السياسي أو تأليب مجموعة ضد أخرى، وتعد التيارات المتحررة عاملاً مؤثراً في إنشاء هذا الصراع والتي تستمد أفكارها من العلمانية التي تحاول إنشاء الدولة الليبرالية الحديثة التي تعدّ بهدم التراتبية الدينية بهدف خلق كيان سياسي يتساوى فيه جميع الأعضاء أمام القانون¹، وينطبق هذا الكلام على الدعوات الإسلامية التي فضلت دخول المعترك السياسي لإيمانها بأن الدين والسياسة متصلان وبأن الفصل بينهما يعني اتهام الإسلام بالانعزالية وإقامة الدين وفصله عن الدولة، وينسحب هذا الكلام على الدعوات الإسلامية التي ابتعدت عن معترك السياسة ولكنها استوت مع سابقتها في إبهات صورة الإسلام والحيد عن هدي السنة²، وهو الأمر الذي أدى بمساعدة الفضاوات الافتراضية إلى تكريس الصراع الذي يتخذ طابعا وجوديا مقدسا، يزيد من بناء الحواجز بين الأفراد، وتغذية التحيز والتطرف، وتعزيز الانقسام الهوياتي والاجتماعي تحت ذرائع دينية.

كما تؤدي التغيرات والتحولت على الساحة السياسية في الجزائر، وممارسة التضليل والاستقطاب السياسي وقوتها التحريضية، فضلا عن فترات اللاإستقرار والأزمات الصحية، السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية ... الخ وتفاعل هذه العوامل مع بعضها إلى بيئة خصبة لخطاب الكراهية، حيث أن الانقسام الحاد والتباعد في المواقف اتجاه القضايا السياسية والاجتماعية أو بين النشطاء والأحزاب، يعمل على تعزيز العداء بين المجموعات والتشكيلات السياسية وتساعد الخطاب العدائي بين مؤيدي النظام والمعارضين والذي لا يتوقف عند الجبهة الداخلية بل يمتد إلى إلقاء اللوم على جهات وأيدي خارجية لتأجيج الصراع ضد دول وأطراف أخرى.

وتنتقل هذه الذهنية وممارسات الكراهية إلى الفضاء الشبكي، لا سيما في أوقات الأزمات والاضطرابات، حيث لعبت الظروف التي مرت بها الجزائر في السنوات الأخيرة خصوصا منذ انطلاق الحراك الشعبي سنة 2019 وتبعاته، ثم بداية الجائحة العالمية لفيروس كورونا والمشكلات الاقتصادية

¹ صبا محمود، "الاختلاف الديني في عصر علماني: تقرير الأقلية"، من موقع حكمة متاح عبر الرابط: <https://hekma.org/13473-2> (02 ماي 2025، سا 22:00).

² محمد بوالروايح، "في نقد السلفية والصوفية والإخوانية المعاصرة"، من موقع الشروق أونلاين متاح عبر الرابط: <https://www.echoroukonline.com/%D9%81%D9%8A-%D9%86%D9%82%D8%AF> (02 ماي 2025، سا 21:54).

التي والتها¹، مروراً بالعديد من الحوادث ربما كان أكثرها تأثيراً على الرأي العام قضية مقتل جمال بن إسماعيل في منطقة القبائل أثناء حرائق صيف 2021، والتوترات المتعلقة بالقضية الأمازيغية التي كانت قضية ثقافية وتحولت إلى مطلب سياسي تتبناه جمعيات وتنظيمات والتي ما فتئت تعود إلى الساحة وتطفوا على السطح كلما ارتبطت بمثيرات معينة تشعل شرارتها، كان آخرها تصريح لمؤرخ جزائري عبر قناة عربية بأن الأمازيغية مشروع أيديولوجي فرنسي-صهيوني، الأمر الذي أثار جدلاً وتفاعلاً واسعاً بين الجزائريين في هذه المنصات واعتبره كثيرون تحريضاً عرقياً ومساساً بمقومات الهوية الوطنية، ومع محاولة أطراف متعددة الاستثمار في الأزمات خدمة لأجندة سياسية وإيديولوجية داخلية وخارجية، تتسبب عودة هذه النقاشات دائماً بشكل أو بآخر في خلق خطاب متحيز وموجة من التمييز والكراهية تحت على الفرقة والانقسام، وتهدد النسيج الاجتماعي عبر هذه المنصات الاجتماعية.

وفي ذات الصدد وغير بعيدة عنه لا يمكننا إغفال السياق التاريخي الطويل للحرب الاستعمارية والعشرية السوداء والإرهاب التي رسبت انعكاسات ضارة على المجتمع الجزائري، وبالرغم من أهمية هذا العامل إلا أنه احتل المرتبة الأخيرة من بين العوامل التي تركز خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والتي يمكن تفسيرها بأن غالبية أفراد العينة لم يعيشوا تلك الفترات الدامية من تاريخ الجزائر لانتمائهم إلى الفئات العمرية الأصغر، ويمكن إرجاع جذور الكراهية في السياق الجزائري إلى التاريخ الاستعماري الطويل، فالمظالم الاجتماعية والثقافية والهوياتية المدمرة، والسياسات العنصرية التمييزية الممنهجة والقائمة على شعارات فرق تسد، خلفت تشوهات ثقافية في بنية التفكير الفردية والجماعية والذهنية للعقل الجزائري في جميع أبعاده، وهو ما أدى إلى ظهور وتشكل كيانات اجتماعية وسياسية بمنطلقات جهوية ومناطقية، وبخلفيات عرقية وهوياتية تنمو وتتغذى من الفكر العنصري والتمييزي والاستعلائي، كوقود للكراهية لكبح وإضعاف أي مشروع مجتمعي، يفضي إلى تحقيق أي توافق سياسي يهدف إلى بناء دولة الحق والقانون ومأسسة الدولة وترشيد نهجها في البناء والتحديث².

وعطفاً على كل ما تم سرده آنفاً فإن كل هذا يؤكد حسب د. خرفية جودي "أن الوضع الاجتماعي والأزمات التي يعيشها الإنسان تؤثر على انتشار خطابات الكراهية، ويمتد هذا الأمر إلى العالم الافتراضي حيث يعتبر الكثيرون أنهم ضمن مساحات للتعبير بحرية عن آرائهم، وتتحول هذه الآراء مع

¹ بلال موزاي، مرجع سابق، ص 86.

² الجمعي حجام، مرجع سابق، ص ص 13، 14.

الضغوط والأزمات النفسية وحالات الغضب إلى خطابات تحريضية وعنصرية، وهو ما يؤكد الترابط الوثيق بين الواقع الاجتماعي والعالم الافتراضي الذي يحتضن مختلف الانفعالات النفسية والتصدعات الاجتماعية ويسهم في تأزيمها وتعميقها"، وهو ما أكدته دراسة **Jena Jendrowski** التي خلصت فيها إلى أن الكراهية تنتقل من الفضاء المادي إلى الكراهية في الفضاء الافتراضي، إذ أصبحت منصات التواصل الاجتماعي تمكن المشاركين من خلالها في مجموعات الكراهية، نشر الأفكار والمعتقدات المتحيزة، والتعبئة للقاءات والاحتجاجات والتجمعات"، وهي النتيجة التي توصلت إليها دراسة **صخر أحمد الخصاونة وسهل علي العتوم** حيث أكد الباحثان فيها على أن "الشخص يتأثر بسلوكيات مجتمعه ويتفاعل معها ويؤثر بدوره على المجتمع بتكريس هذه السلوكيات، 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 الكراهية بمختلف أنواعها ضمن مجتمعه تصبح من طبيعته نشر مثل تلك الخطابات".

الجدول رقم (39): يوضح كيفية مساهمة البيئة الاجتماعية والظروف المحيطة بها في تكريس خطاب

التمييز والكراهية حسب متغيرات الجنس، السن، والمستوى التعليمي.

| تساهم البيئة الاجتماعية والظروف المحيطة بها في تكريس خطاب التمييز والكراهية من خلال: | | | | | | | المتغيرات النسبة | | |
|--|---------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------|----------------------|-------------------------------------|---------------------------------------|---------------------|----------|-------|
| المجموع | السياق التاريخي الطويل... | فترات اللاإستقرار والأزمات... | التغيرات والتحولات على ... | الضغوط الاقتصادية | الصراع الديني بين التيار..... | غياب العدالة وتفشي الظلم.... | | | |
| 499 | 44 | 46 | 59 | 110 | 107 | 133 | ك | ذكر | الجنس |
| 46,64 | 4,11 | 4,30 | 5,51 | 10,28 | 10,00 | 12,43 | % | | |
| 571 | 40 | 57 | 61 | 150 | 97 | 166 | ك | أنثى | |
| 53,36 | 3,74 | 5,33 | 5,70 | 14,02 | 9,07 | 15,51 | % | | |
| 1070 | 84 | 103 | 120 | 260 | 204 | 299 | ك | المجموع | |
| 100,00 | 7,85 | 9,63 | 11,21 | 24,30 | 19,07 | 27,94 | % | | |
| 23 | 2 | 0 | 2 | 6 | 6 | 7 | ك | أقل من | |
| 2,15 | ,19 | ,00 | ,19 | ,56 | ,56 | ,65 | % | 18سنة | |
| 391 | 21 | 41 | 43 | 100 | 67 | 119 | ك | من 18 | |
| 36,54 | 1,96 | 3,83 | 4,02 | 9,35 | 6,26 | 11,12 | % | إلى27سنة | |

| | | | | | | | | | | |
|------------------|------|------|--------|-------|-------|-------|-----------------------------|----------------|---------------------|--|
| 363 | 35 | 35 | 46 | 78 | 70 | 99 | ك | من 28 | السن | |
| 33,93 | 3,27 | 3,27 | 4,30 | 7,29 | 6,54 | 9,25 | % | إلى 37سنة | | |
| 244 | 22 | 19 | 27 | 61 | 54 | 61 | ك | من 38 | | |
| 22,80 | 2,06 | 1,78 | 2,52 | 5,70 | 5,05 | 5,70 | % | إلى 47سنة | | |
| 49 | 4 | 8 | 2 | 15 | 7 | 13 | ك | من 48سنة | | |
| 4,58 | ,37 | ,75 | ,19 | 1,40 | ,65 | 1,21 | % | فما فوق | | |
| 1070 | 84 | 103 | 120 | 260 | 204 | 299 | ك | المجموع | | |
| 100,00 | 7,85 | 9,63 | 11,21 | 24,30 | 19,07 | 27,94 | % | | | |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | ك | ابتدائي | المستوى التعليمي | |
| ,00 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 | % | | | |
| 55 | 5 | 6 | 5 | 15 | 9 | 15 | ك | متوسط | | |
| 5,14 | ,47 | ,56 | ,47 | 1,40 | ,84 | 1,40 | % | | | |
| 310 | 18 | 26 | 29 | 85 | 63 | 89 | ك | ثانوي | | |
| 28,97 | 1,68 | 2,43 | 2,71 | 7,94 | 5,89 | 8,32 | % | | | |
| 587 | 49 | 57 | 69 | 135 | 112 | 165 | ك | جامعي | | |
| 54,86 | 4,58 | 5,33 | 6,45 | 12,62 | 10,47 | 15,42 | % | | | |
| 118 | 12 | 14 | 17 | 25 | 20 | 30 | ك | دراسات عليا | | |
| 11,03 | 1,12 | 1,31 | 1,59 | 2,34 | 1,87 | 2,80 | % | | | |
| 1070 | 84 | 103 | 120 | 260 | 204 | 299 | ك | المجموع | | |
| 100,00 | 7,85 | 9,63 | 11,21 | 24,30 | 19,07 | 27,94 | % | | | |
| المستوى التعليمي | | | السن | | الجنس | | اختبار كا ² | | | |
| 9,774 | | | 20,968 | | 6,871 | | قيمة اختبار كا ² | | | |
| 15 | | | 20 | | 5 | | درجة الحرية df | | | |
| 0,834 | | | 0,399 | | 0,230 | | مستوى الدلالة sig | | | |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS₂₅.

يشير الجدول كيفية مساهمة البيئة الاجتماعية والظروف المحيطة بها في تكريس خطاب التمييز والكراهية من خلال آراء المبحوثين حسب متغيرات الجنس، السن، والمستوى التعليمي، وفيما يتضح من نتائج كاي تربيع، فقد ثبت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث حول رأيهم في كيفية

مساهمة البيئة الاجتماعية والظروف المحيطة بها في تكريس خطاب التمييز والكراهية، وهو ما دلت عليه قيمة $p=0.230$ عند درجة الحرية $df=5$ وهي أكبر من مستوى الدلالة عند 0.05، بمعنى أنها غير دالة إحصائياً، كما نجد أن متغير السن عامل غير مؤثر في رأي أفراد العينة حول كيفية مساهمة البيئة الاجتماعية والظروف المحيطة بها في تكريس خطاب التمييز والكراهية، حيث كانت قيمة $p=0.399$ ، وهي أكبر من مستوى الدلالة عند 0.05، وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين هذه المتغيرات، أما بالنسبة للمستوى التعليمي فقد أظهرت النتائج عدم وجود علاقة أيضاً ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي ورأي المبحوثين حول كيفية مساهمة البيئة الاجتماعية والظروف المحيطة بها في تكريس خطاب التمييز والكراهية عبر هذه المواقع، حيث كانت قيمة $p=0.834$ ، وهي أكبر من مستوى الدلالة عند 0.05، وبالتالي فهي غير دالة إحصائياً، وتؤكد هذه النتائج عدم ارتباط الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة بمختلف شرائحهم وخلفياتهم بتقييمهم لتأثير المحيط الاجتماعي وظروفه المختلفة في نشر خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، أو أنها تخضع لتأثير عوامل أخرى أقوى قد تتعلق بالتجارب الشخصية أو التأثيرات النفسية ... أو غيرها.

الجدول رقم (40): يوضح الأساليب الأكثر استخداماً في الترويج لخطابات التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

| الأساليب النسبة | | ما هي أكثر الأساليب استخداماً في الترويج لخطابات التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ |
|--|--------|---|
| الأساليب | النسبة | التكرار |
| المبالغة وتضخيم الأحداث لتشويه الحقائق وإشاعة الخوف بين المستخدمين | 26,44% | 280 |
| نشر القضايا الخلافية والأخبار التي تثير الانقسامات الداخلية وتحرض على الفرقة والعداء | 18,98% | 201 |
| توظيف اللغة التحريضية واستخدام الأسلوب الهجومي والعدائي | 16,05% | 170 |
| الاعتماد على أسلوب تكرار | 19,74% | 209 |

| | | |
|---------|------|---|
| | | المنشورات الدالة على الكراهية وتداولها بشكل يومي |
| 18,79% | 199 | استمالة العواطف بدل استخدام الحجج والبراهين التي تخاطب الفكر والعقل |
| 100,00% | 1059 | المجموع |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS25.

يوضح هذا الجدول أكثر الأساليب استخداما في الترويج لخطابات التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتشير نتائج الجدول إلى تعدد وتنوع هذه الأساليب، حيث أجاب المبحوثون أن المبالغة وتضخيم الأحداث لتشويه الحقائق وإشاعة الخوف بين المستخدمين تعتبر من بين أكثر الأساليب استخداما والتي حلت أولا بنسبة 26,44%، تلاها الاعتماد على أسلوب تكرار المنشورات الدالة على الكراهية وتداولها بشكل يومي ثانيا بنسبة 19,74%، وبعدها بنسب متقاربة نشر القضايا الخلافية والأخبار التي تثير الانقسامات الداخلية وتحرض على الفرقة والعداء، ثم استمالة العواطف بدل استخدام الحجج والبراهين التي تخاطب الفكر والعقل بنسبة 18,98% و 18,79% على الترتيب، وفي المرتبة الأخيرة توظيف اللغة التحريضية واستخدام الأسلوب الهجومي والعدائي بنسبة 16,05%.

يتم تضخيم الأحداث والمبالغة في تصويرها لتشويه الحقائق وإشاعة الخوف بين المستخدمين كآلية للتأثير النفسي وإثارة القلق الجماعي والخوف كشعور طبيعي لدى الأفراد لتضخيم حدة التهديدات وإضعاف التفكير العقلاني ورفع القابلية لتقبل الأفكار المتطرفة والعدائية، فقد كان ولا زال هذا الأسلوب من التقنيات التي يتم توظيفها للتأثير على الجمهور والرأي العام وتوجيهه لتحقيق أهداف معينة، "فهو يملك سلطة تأثير لمن يستعمله بدهاء في توجيه مخاوف الجماهير نحو اتجاهات محسوبة، بما يعين على سلب إرادتها والتحكم بانفعالاتها"¹، ثم ما لبث أن تسرب التخويف والترهيب وتشويه الوقائع إلى الخطاب اليومي عبر الصفحات الافتراضية ليتحول إلى ظاهرة اجتماعية لا سيما عندما يتعلق بأمور وقضايا وثيقة الصلة بالسياسة، حيث يتم توظيف هذه الاستراتيجيات لتشيت الانتباه أو كسب المؤيدين أو لابتكار عدو وهمي يسهل نشر الكراهية ضده، أو تصوير مجموعة ما كتهديد يبرر كراهيتها، أو المبالغة في تقدير

1 حسام شاكر، "سلطة الخوف ومسالك التخويف"، من موقع الجزيرة متاح عبر الرابط:

<https://www.aljazeera.net/blogs/2019/7/9/%D8%B3%D9%84%D8%B7%D8%A9> (04 ماي 2025، سا 12:02).

مخاطر أشخاص بعينهم أو جماعات أو هيئات أو دول لتبرير خطاب الكراهية وجعله مقبولا اجتماعيا، وخلصت دراسة صلاح الدين عمراوي ويوسف مقعاش في هذا السياق أنه "من بين العوامل التي تغذي خطاب الكراهية عبر الفايسبوك هو تحريف الحقيقة وتغييرها، التركيز على مواضيع ثانوية تتعلق بالكراهية وتجاهل منشورات تدعو إلى وحدة الصف، والتحيز في السياق الفكري".

"إن صناعة الخوف وإثارته هي الوصول بالمتلقي إلى حالة من القلق والإحساس بعدم الأمان، وعدم القدرة على تبني قرار بشكل سليم، جراء التعرض إلى محتويات يتم فيها تضخيم الأحداث والتلاعب بها وتشويه الحقائق وتزييف مصادر المعلومات"¹، والتي غالبا ما تكون استراتيجية مُخطّطا لها لخدمة أجندات سياسية أو اقتصادية واستغلال مخاوف الجمهور أوقات الأزمات، وبهذه الطريقة يُقدّم خطاب الكراهية والعنصرية والتمييز ويغلف بمخاوف وجودية تحت ذريعة حماية المجتمع والدفاع عن الهوية بما يعطي شرعية زائفة لهذا الخطاب.

ويُعد التكرار اليومي للمنشورات التي تحتوي على خطابات الكراهية أو التحريض عليها أسلوبًا فعالاً في تطبيع الكراهية وترسيخها لدى الأفراد، مما يؤدي إلى تعميق الانقسامات المجتمعية وزيادة خطر العنف، فالخواص التي تمتلكها مواقع التواصل الاجتماعي مثل التكرار والمشاركة تسمح بتكرار المحتويات وتداولها من قبل عدد لا نهائي من المستخدمين، سواء في نفس الموقع أو في عدة مواقع مع إمكانية التفاعل معها والتعليق عليها، فإذا كانت هذه المنشورات تحتوي على مدلولات عنصرية أو تمييزية أو تحريضية، فإن وجودها باستمرار وتكرار عرضها والتعرض إليها عبر هذه المنصات يؤدي إلى التعود عليها وتبنيها الآلي واللاداعي، وخلق اتجاهات وانطباعات زائفة تجعل الأفراد يدركونها كحقيقة حتى لو كانت عكس ذلك تماما، ضف إلى ذلك أن أغلب الشبكات الاجتماعية تعمل من خلال خوارزمياتها على دعم المحتوى المثير للجدل ونشره على نطاق واسع وسرعة تداوله، "كما أن بقاء محتوى خطاب الكراهية على مواقع التواصل لمدة طويلة في أشكال مختلفة عبر العديد من المنصات التي يمكن أن يتكرر الترابط بينها يزيد من فرص الانتشار والتأثير، فكلما طال بقاء محتوى من المحتويات عبرها، كلما زادت خطورة الضرر الذي يمكن أن يمس الضحايا وزاد من تقوية مرتكبيه"²، وهي النتيجة التي اتفقت مع دراسة حنان بن بليدة حيث توصلت إلى أن موقع فيسبوك ينقل العديد من المضامين والرسائل الخفية التي تؤثر على

¹ نجيب بخوش وسعاد سراي، "وسائل الإعلام وصناعة الخوف: عندما يصبح التخويف أداة لتحقيق الأمن الاجتماعي"، مجلة الناقد للدراسات السياسية، المجلد 6، العدد 1 (أفريل 2022)، ص 260.

² خيرة العبدى، مرجع سابق، ص 153.

آراء الجماهير وتوجهاتهم على المدى البعيد، ويغرس فيهم الكراهية نتيجة تكرار تعرضهم للمنشورات العدائية، ويتحكم في عقولهم ويجعلها تتبنى الآراء والأفكار وفق ما يتعرض له، وهو ما ينتج لنا عقل متجمد ومتعصب رافض للآخر المختلف.

وأما بالنسبة لنشر القضايا الخلافية والأخبار التي تثير الانقسامات الداخلية وتحرض على الفرقة والعداء، فمواقع التواصل الاجتماعي تعتمد على اختلاق الخلافات بين المستخدمين، وتعمل على تضخيمها واستغلال نقاط الضعف بما يعمل على كسر أي توافق في المجتمع، وقد اهتم الباحثون كثيرا بهذه الإشكالية من منطلق ربط مثل هذه الممارسات بالمؤامرات وسياسات النخب العسكرية والسياسية والأمنية، والشبكات المالية والاقتصادية، والتي غالبا ما يكون الهدف من ورائها تغذية التعصب الفكري وخلق الانقسامات الداخلية والنعرات الطائفية والنزاعات المجتمعية¹.

كما تستخدم أيضا ضمن الأساليب استمالة العواطف بدل استخدام الحجج والبراهين التي تخاطب الفكر والعقل، فخطاب الكراهية يوصف بأنه خطاب ذو لغة انفعالية يحفز المشاعر، عن طريق بث قصص أو صور أو كلمات مؤثرة لنشر أفكار محرضة على الكراهية أو الاضطهاد أو العنف، والسعي إلى تبريرهم من خلال استهداف وجدان المتلقين واستعطافهم، وهو ما يسهل ويحدث تأثيرات سريعة وردود فعل مباشرة مقارنة بعرض الحقائق الموضوعية والحجج العقلية التي تحتاج تفكيرا ووعيا ومستوا تعليميا وثقافيا لفهمها، كما يتميز هذا النوع من الخطابات ذات المحتوى العاطفي بالتفاعل الكبير خاصة في القضايا ذات الأهمية المجتمعية، وهو ما يساهم بشكل أو بآخر في تضليل الجماهير، واستغلال مشاعرهم، وإضعاف قدراتهم على التحليل النقدي، مما يسهل التلاعب والتأثير في الرأي العام برمته، وحل أخيرا توظيف اللغة التحريضية واستخدام الأسلوب الهجومي والعدائي، والذي يتضمن غالبا خطابا عنصريا يستخدم السخرية والتحقير واللغة البذيئة والمهينة، لتشويه صورة الآخرين والخط من قيمتهم وكرامتهم، والإساءة إليهم بسبب انتماءاتهم العرقية أو الإثنية أو الطائفية أو الدينية، والتي تعمل على إقصائهم وتهميشهم اجتماعيا والتحريض على العنف ضدهم على أرض الواقع.

الجدول رقم (41): يوضح العوامل المساعدة التي جعلت مواقع التواصل الاجتماعي منصة للترويج

لخطاب التمييز والكراهية حسب متغير نوع الهوية.

¹ رضوان بوجمعة، مرجع سابق، ص ص 15، 16.

| ما هي العوامل المساعدة التي جعلت مواقع التواصل الاجتماعي منصة للترويج لخطاب التمييز والكراهية؟ | | | | | | العوامل المساعدة | | |
|--|----------------------------------|-----------------------|--|---|--|-----------------------------|----------|------------------|
| المجموع | غياب الرقابة والمتابعة القانونية | فردية وسرية الاستخدام | التخفي خلف الحسابات المزيفة والهويات الوهمية | قدرة هذه المواقع على الإقناع لجمعها بين مختلف الوسائط | سهولة الوصول إلى المعلومات وحرية الرأي والتعبير دون قيود أو شروط | نوع الهوية | | |
| 716 | 149 | 68 | 197 | 118 | 184 | ك | حقيقية | الهوية المستخدمة |
| 63,64 | 13,24 | 6,04 | 17,51 | 10,49 | 16,36 | % | | |
| 409 | 83 | 45 | 113 | 69 | 99 | ك | افتراضية | |
| 36,36 | 7,38 | 4,00 | 10,04 | 6,13 | 8,80 | % | | |
| 1125 | 232 | 113 | 310 | 187 | 283 | ك | المجموع | |
| 100,00 | 20,62 | 10,04 | 27,56 | 16,62 | 25,16 | % | | |
| 0,877 | | | | | | قيمة اختبار كا ² | | |
| 4 | | | | | | درجة الحرية df | | |
| 0,928 | | | | | | مستوى الدلالة sig | | |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS₂₅.

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي بيئة خصبة لانتشار وتنامي مختلف أشكال وأنواع الخطابات العنصرية والتمييزية القائمة على الكراهية الجنسية أو اللغوية أو الثقافية أو السياسية أو الدينية ... وغيرها، وقد ساعد على تناميها في هذه الفضاءات الرقمية مجموعة من العوامل التي فرضتها وحفزتها البيئة التقنية وخصوصياتها التكنولوجية في الغالب، وهو ما حاولنا استكشافه من خلال هذا الجدول الذي توصلنا من خلال نتائجه التفصيلية إلى أن التخفي خلف الحسابات المزيفة والهويات الوهمية هو أكثر العوامل المساعدة التي جعلت مواقع التواصل الاجتماعي منصة للترويج لخطاب التمييز والكراهية وذلك بنسبة 27,5%، فمجهولية المصدر عموما تشكل تحديا كبيرا للتعامل مع المحتوى المسيء والمحرر على الكراهية والإساءة ومختلف أشكال العنف اللفظي والجسدي ونشر الفتنة لأغراض مغرضة على مواقع التشبيك الاجتماعي، "فغياب الرقابة والقيود، وعدم الكشف عن الهوية بل واستخدام عدد لا نهائي من الحسابات المزيفة تحت أسماء مستعارة أو هويات غير حقيقية، جعل مرتكبي خطاب الكراهية أكثر راحة

في التعبير عن المشاعر والأفكار السلبية والمتطرفة التي بإمكانك أن تقرأها بشكل يومي عبر صفحات هذه المواقع، لأن هوياتهم المجهولة تبدد مخاوفهم من الاضطرار إلى التعامل مع أي عواقب لأفعالهم¹، ويرى خبراء الأمن السيبراني أن نشر الإشاعات والمحتوى المحرف والأخبار الكاذبة والمعلومات المغلوطة من أبرز أساليب هذه الحسابات وأخطر تهديداتها، إضافة إلى التضليل الإعلامي من خلال توجيه الرأي العام نحو وجهات نظر معينة، عبر استغلال الاختلافات الفكرية أو العرقية أو السياسية لزعزعة الاستقرار وتقنيك النسيج الاجتماعي، كما أنها تستخدم تقنيات متطورة، مثل الذكاء الاصطناعي، لإنشاء حسابات وهمية تحاكي الحسابات الحقيقية بشكل دقيق، وتعتمد على تحليل البيانات الشخصية للمستخدمين لاستهدافهم بمحتوى مُضلل يؤثر في سلوكهم وقراراتهم، فضلا عن أنها تُستغل في عمليات الاحتيال الإلكتروني، ما يزيد من تعقيد التحديات التي تواجهها المجتمعات في العصر الرقمي²، لا سيما عندما تتحول هذه الحسابات إلى مجموعات منظمة تدار بشكل آلي من قبل جهات حكومية أو مبرمجين، والتي غالبا ما تكون وثيقة الصلة بالصراعات السياسية والأزمات التي تحول هذه المواقع إلى معارك افتراضية يصل مداها إلى احتقان الأوضاع واختلالها في العالم الواقعي، وتعتمد ميكانيزمات عملها على الانتشار الواسع من خلال النشر وإعادة النشر، والتعليق وتكرار التعليقات المهاجمة لشخص أو مجموعة أو دولة، منتحلة هويات مختلفة بمساعدة الخوارزميات المتقدمة والروبوتات الإلكترونية.

هذا وانفتحت دراستنا مع النتائج التي خلصت إليها دراسة **Jozef Miskolci, Lucia Kovacova, and Edita Rigova** حيث استنتج الباحثون فيها أن "الجوانب التكنولوجية لمنصات التواصل الاجتماعي تلعب دورا حاسما في تحديد تواتر خطاب الكراهية، فالتصميم الهيكلي لفيسبوك أو يوتيوب نفسه يسهم في إنشاء مجتمعات من المستخدمين ذوي الآراء المتشابهة، أو اقتراح صفحات تحتوي على مواد تحريضية تبعا لتوجهاتهم، وبالتالي هناك بعض المساحة للنظر في المزيد من الاستراتيجيات لمكافحة خطاب الكراهية إلى جانب إغلاق ملفات تعريف معينة، مثل إعادة تصميم الطريقة التي تعمل بها بشكل أساسي".

وأجاب 25,16% من أفراد العينة أن سهولة الوصول إلى المعلومات وحرية الرأي والتعبير دون قيود أو شروط ساهمت في انتشار الخطابات المحرّضة على الكراهية والعداء عبر الشبكات الاجتماعية،

¹ خيرة العبدى، مرجع سابق، ص 153.

² ليث المومني، "حرب المعلومات الرقمية .. الحسابات الوهمية أداة للتضليل والانقسام"، من موقع وكالة الأنباء الأردنية متاح عبر الرابط: <https://www.petra.gov.jo/Include/InnerPage.jsp?ID=307849&lang=ar&name=news> (05 ماي 2025، ص 11:25).

حيث أصبحت هذه الأخيرة بديلاً عن الإعلام التقليدي وشكلت ملاذاً للعديد من المستخدمين للنقاش والتفاعل الحر والتعبير عن الاتجاهات والأفكار المتعلقة بمختلف القضايا والأحداث التي تثير اهتماماتهم وتمس مصالحهم، غير أن غياب الضبط والتوجيه، أتاح للكثيرين استغلال هذا الفضاء الذي يكرس حرية الرأي والتعبير من طرف بعض الجهات والأفراد والجماعات، لنشر أفكار ومعتقدات تسيء للآخرين وتعمل على إقصائهم وتهميشهم، وتدعو إلى التحريض العنصري ضدهم لأي سبب من الأسباب، ومنه التأصيل للعنف بكافة أشكاله، مهدداً بتناميه وانتشاره الأمن الإنساني عامة، في تعارض واضح وجلي مع مبدأ الحرية الذي يعد منطلقاً خاطئاً لهذه الممارسات الشاذة والهدامة.

ولقد غدى هذا الدور والانعكاسات والتأثيرات السلبية غياب الرقابة والمتابعة القانونية والتي حلت ثالثاً بنسبة 20,62% حسب إجابات المبحوثين، "حيث تلاشى مفهوم الرقابة ببعديها السلطوي والاجتماعي، وارتفع مستوى الحريات الفردية والجماعية، مع استحضار الذات والتعبير عنها كشكل وجودي جديد، يعوض التغييب القسري للوجود وللذات الثقافية والفكرية، في الفضاءات الاتصالية التقليدية، التي هيمنت عليها الدولة وهيكلها المؤسساتية، وأخضعتها لترساناتها القانونية، وهو ما يحفز الأفراد والجماعات لرفع مفعول الكبت والافصاح عن أفكارهم وآرائهم ومعتقداتهم، دون رقابة ولا تفكير عقلائي في الكثير من الأحيان، لكن هذا الانفجار في الحريات والعشوائية التعبيرية، وضعف الآليات الرقابية وطرق المتابعات القانونية وصعوبتها، نتج عنه سوق اتصالية فوضوية"¹، جعلت من الكراهية والمحتوى المضلل والمسيء أبرز سماتها.

كما تعتبر قدرة هذه المواقع على الإقناع لجمعها بين مختلف الوسائط، بالإضافة إلى خواص التفاعلية والتشاركية، وأيضاً فردية وسرية الاستخدام من بين العوامل المساعدة كذلك والتي جعلت مواقع التواصل الاجتماعي منصة للترويج لخطاب التمييز والكراهية وقد حصلنا على نسبة 16,62% و 10,04% على التوالي.

ومن خلال نتائج كاي تربيع توصلنا إلى أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين آراء أفراد العينة حول العوامل المساعدة على الترويج لخطاب التمييز والكراهية في مواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الهوية المستخدمة من قبل المبحوثين، وهو ما دلت عليه قيمة $p=0.928$ عند درجة حرية $df=4$ وهي أكبر من مستوى الدلالة عند 0,05، أي أنه غير دال إحصائياً.

¹ الجمعي حجام، مرجع سابق، ص 13.

المحور الرابع: انعكاسات انتشار خطاب التمييز والكراهية على المستخدمين الجزائريين عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (42): يوضح انعكاسات خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الفردي.

| النسبة الانعكاسات | | يؤدي خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الفردي إلى: |
|----------------------|---------|--|
| النسبة | التكرار | |
| 27,95% | 256 | تهديد الأمان الشخصي والنفسي والحط من الكرامة الإنسانية للمستهدفين |
| 29,69% | 272 | انتشار وتنامي التعصب والفكر المتطرف بين الأفراد |
| 23,80% | 218 | ترسيخ ممارسات عنصرية تزيد من خطر التعرض لأعمال العنف والاعتداءات اللفظية والسلوكية |
| 18,56% | 170 | الشعور بالعزلة والتهميش وإعاقة عملية الاندماج الاجتماعي للأفراد المستهدفين |
| 100,00% | 916 | المجموع |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS25.

يشير هذا الجدول إلى انعكاسات انتشار خطاب التمييز والكراهية على المستوى الفردي للمستخدمين الجزائريين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتبين من خلال النتائج أن انتشار وتنامي التعصب والفكر المتطرف بين الأفراد جاء في المرتبة الأولى بنسبة 29,69%، وفي المرتبة الثانية تهديد الأمان الشخصي والنفسي والحط من الكرامة الإنسانية للمستهدفين بنسبة 27,95%، وحل ثالثا ترسيخ ممارسات عنصرية تزيد من خطر التعرض لأعمال العنف والاعتداءات اللفظية والسلوكية بنسبة 23,80%، وفي المرتبة الأخيرة الشعور بالعزلة والتهميش وإعاقة عملية الاندماج الاجتماعي للأفراد المستهدفين بنسبة 18,56%.

ويعتبر انتشار وتنامي التعصب والفكر المتطرف بين الأفراد سببا مباشرا لخطاب الكراهية ونتيجة له أيضا، كما يعد من بين أخطر الانعكاسات والتأثيرات السلبية لهذه الخطابات والتي وجدت صدًى لها عبر المنصات التواصلية، والتطرف والتعصب هو الانحياز الشديد لأفكار معينة والاستماتة في الدفاع عنها، والتمسك بها وعدم تقبل الرأي الآخر المخالف، والذي ينتج عن الانغلاق والانعزالية وضيق الفكر والأفق والتخلف المعرفي، وتتخذ هذه الظاهرة في المجتمع الجزائري عدة صور وأشكال كالتعصب والتطرف القائم على التشدد الديني والمذهبي، فالغالبية المسلمة لا تتفي وجود تيارات مذهبية أخرى كالسلفية والإخوانية والصوفية والإباضية، وتبني الدولة للنهج الإسلامي المعتدل لا ينفي أيضا توجه كل جماعة أو تيار إلى الدفاع عن منهجه، نجد أيضا التعصب ضد الأقليات العرقية أو الإثنية كالاخلافات الهوياتية واللغوية التي تظهر بين العرب، الأمازيغ، الطوارق والتي تصل إلى حد المطالبة بالانفصال عن الدولة الأم، بالموازاة مع الاختلافات الجهوية والمناطقية والتي تثير تنافسا تاريخيا وتتمويا بين المناطق السكانية والولايات، بالإضافة إلى أشكال أخرى من التعصب والتطرف الفكري، السياسي، الاجتماعي، الرياضي ... الخ، إن سيادة ثقافة الكراهية والتعصب والتطرف وانعكاساتها السلبية، تتعلق بالسياق العام الذي تتواجد به هذه الفضاءات الافتراضية واستخداماتها ومدى وعي الجمهور بآثارها التدميرية، التي تنعكس على الأفراد الذين يتحولون إلى أداة لتقويض مبدأ التسامح والتعايش السلمي، وتصادر حق الأفراد في الاختلاف وتعمل على تشتيتهم، فضلا عن توسيع الفجوات بين الأشخاص والتباعد في العلاقات الاجتماعية، وبالتالي خلق النزاعات وتغذية الخلافات والإخلال بأمن المجتمع، والأخطر من ذلك النزوع نحو العنف وتبني سلوكيات متطرفة، وهي نفس النتيجة التي توصل إليها ناصر سعود الرحامنة حيث وجد في دراسته أن "خطاب الكراهية عبر الفيسبوك قد يؤدي إلى التطرف والتناحر الديني والمذهبي، وبضعف التكافل الاجتماعي بين الناس".

وجاء في المرتبة الثانية تهديد الأمان الشخصي والنفسي والخط من الكرامة الإنسانية للمستهدفين، والشعور بالأمان وتحقيقه يعتلي هرم الحاجات الإنسانية عند ماسلو*، ويتعلق بالتوافق والمصالحة مع الذات من ناحية والتكيف مع الجماعة والشعور بالانتماء إليها والاندماج معها من ناحية أخرى، أما

*هرم أبراهام ماسلو للاحتياجات Maslow's hierarchy of needs هو نموذج نظرية نفسية تدرس تطوّر ونمو الإنسان خلال المراحل المختلفة من حياته، وتناقش هذه النظرية ترتيب حاجات الإنسان ووصف الدوافع التي تحركه، وتتكون من خمس احتياجات رئيسية: الاحتياجات الفسيولوجية، وحاجات الأمان، والاحتياجات الاجتماعية، والحاجة للتقدير، والحاجة لتحقيق الذات: من موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة متاح عبر الرابط: https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AA%D8%B3%D9%84%D8%B3%D9%84_%D9%85%D8%A7%D89 (06 ماي

الكرامة الإنسانية فتنبثق من قيمة الفرد الذاتية وحرية التفكير والاختيار وحقوقه في العدالة والمساواة التي كفلها له الدين والمجتمع والقانون والقيم الأخلاقية، وفقدانها يؤدي حتما إلى انعدام الثقة والقلق الدائم، فالتعرض المستمر والمتكرر عبر مواقع التواصل الاجتماعي للكراهية بأشكالها كالسب والشتن واللغة المهينة، التي تستهدف تحقير الأفراد واستصغارهم وإقصائهم واستبعادهم يقلل من تقدير الأشخاص لأنفسهم ويشعرهم بانعدام الأمان وحتى انعدام السلامة الجسدية، ويعرضهم لضغوط ومشاكل نفسية واجتماعية قد تنجر عنها انحرافات سلوكية.

كما يساعد انتشار خطاب التمييز والكراهية على ترسيخ ممارسات عنصرية تزيد من خطر التعرض لأعمال العنف والاعتداءات اللفظية والسلوكية لدى المستخدمين الجزائريين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وقد شاعت في المجتمع الجزائري العديد من هذه الممارسات التمييزية القائمة على أسس مختلفة بين أبناء المجتمع الواحد، من خلال وصم بعض الفئات المجتمعية وتصويرهم بصورة نمطية سلبية ومشوهة سواء بسبب الهوية الجندرية أو بسبب لون البشرة أو اللغة واللهجة أو المنطقة، أو ضد الأجانب والمهاجرين، لا سيما مع موجات الهجرة واللجوء التي اجتاحت العالم ككل والجزائر على الخصوص كمنطقة عبور أو استقرار، على خلفية الحروب والنزاعات التي مست العديد من الدول ومنها المحيطة بالجزائر جغرافيا على شاکلة المهاجرين الأفارقة، السوريين، اللاجئين السياسيين ... إلى غير ذلك، وجاءت هذه النتيجة متوافقة مع دراسة صلاح الدين عمرواي ويوسف مقعاش التي توصلت إلى أن "لخطاب الكراهية عبر الفايسبوك تأثيرات سلبية على مستخدميه، ومن أكبر تداعياته ترسيخ ممارسات عنصرية".

إن كل ما سبق ذكره يؤدي في الأخير إلى شعور الأفراد المستهدفين بالعزلة والتهميش وإعاقة عملية اندماجهم داخل المجتمع الجزائري، في ظل وجود وتنامي التعصب والفكر المتطرف وترسخ ممارسات عنصرية، حيث يتلقى المستخدمون لمواقع التواصل الاجتماعي المحتويات التي تحت على الكراهية ويتأثرون بها ويتفاعلون معها ويتقبلونها ويمثلونها بشكل ينعكس على قيمهم ورؤيتهم للواقع، ويشكل خطرا حقيقيا على مستوى الأمن الفكري والأخلاقي والثقافي والاجتماعي للمجتمع، مما يؤدي إلى إحداث اضطرابات في النظام الاجتماعي، تهدد التعايش المشترك وتخر كيانه وتضرب وحدته واستقراره وتماسكه، قد تصل إلى حد ارتكاب جرائم خطيرة بدافع الكراهية في أحيان كثيرة، واتفقت هذه النتائج مع ما توصلت إليه كل من خديجة بريك وآية حيدوسي في دراستهما بأن "خطابات الكراهية تنعكس سلبا على القيم الفكرية للفرد والمجتمع، وتعمل على زيادة الميولات نحو العنصرية والعنف والجريمة والاتجاهات

المتطرفة دينيا، مذهبيا، قوميا، ووطنيا، مما يؤدي إلى زعزعة المجتمع والتأثير على توازنه وتماسكه.

الجدول رقم (43): يوضح انعكاسات خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الفردي حسب متغيرات الجنس، السن، والمستوى التعليمي.

| يؤدي خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الفردي إلى: | | | | | النسبة | | | |
|---|--------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------------|-----------|----------|-------|--|
| المجموع | الشعور بالعزلة والتهميش ... | ترسيخ ممارسات عنصرية تزيد ... | انتشار وتنامي التعصب والفكر | تهديد الأمان الشخصي والنفسي ... | المتغيرات | | | |
| 421 | 74 | 101 | 134 | 112 | ك | ذكر | الجنس | |
| 45,96 | 8,08 | 11,03 | 14,63 | 12,23 | % | | | |
| 495 | 96 | 117 | 138 | 144 | ك | أنثى | | |
| 54,04 | 10,48 | 12,77 | 15,07 | 15,72 | % | | | |
| 916 | 170 | 218 | 272 | 256 | ك | المجموع | | |
| 100,00 | 18,56 | 23,80 | 29,69 | 27,95 | % | | | |
| 25 | 5 | 4 | 10 | 6 | ك | أقل من | السن | |
| 2,73 | ,55 | ,44 | 1,09 | ,66 | % | 18سنة | | |
| 349 | 68 | 79 | 96 | 106 | ك | من 18 | | |
| 38,10 | 7,42 | 8,62 | 10,48 | 11,57 | % | إلى27سنة | | |
| 302 | 57 | 74 | 87 | 84 | ك | من 28 | | |
| 32,97 | 6,22 | 8,08 | 9,50 | 9,17 | % | إلى37سنة | | |
| 201 | 33 | 52 | 69 | 47 | ك | من 38 | | |
| 21,94 | 3,60 | 5,68 | 7,53 | 5,13 | % | إلى47سنة | | |
| 39 | 7 | 9 | 10 | 13 | ك | من48سنة | | |
| 4,26 | ,76 | ,98 | 1,09 | 1,42 | % | فما فوق | | |
| 916 | 170 | 218 | 272 | 256 | ك | المجموع | | |
| 100,00 | 18,56 | 23,80 | 29,69 | 27,95 | % | | | |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | ك | ابتدائي | | |
| ,00 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 | % | | | |
| 45 | 11 | 9 | 11 | 14 | ك | متوسط | | |

| | | | | | | | |
|------------------|-------|-------|-------|-------|---|-----------------------------|---------------------|
| 4,91 | 1,20 | ,98 | 1,20 | 1,53 | % | | المستوى التعليمي |
| 273 | 51 | 64 | 80 | 78 | ك | ثانوي | |
| 29,80 | 5,57 | 6,99 | 8,73 | 8,52 | % | | |
| 502 | 97 | 120 | 149 | 136 | ك | جامعي | |
| 54,80 | 10,59 | 13,10 | 16,27 | 14,85 | % | | |
| 96 | 11 | 25 | 32 | 28 | ك | دراسات | |
| 10,48 | 1,20 | 2,73 | 3,49 | 3,06 | % | عليا | |
| 916 | 170 | 218 | 272 | 256 | ك | المجموع | |
| 100,00 | 18,56 | 23,80 | 29,69 | 27,95 | % | | |
| المستوى التعليمي | | السن | | الجنس | | اختبار كا ² | |
| 5,342 | | 7,965 | | 2,116 | | قيمة اختبار كا ² | |
| 9 | | 12 | | 3 | | درجة الحرية df | |
| 0,804 | | 0,788 | | 0,549 | | مستوى الدلالة sig | |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج spss₂₅.

يشير الجدول إلى انعكاسات خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الفردي من خلال آراء الباحثين حسب متغيرات الجنس، السن، والمستوى التعليمي، ومن خلال نتائج كاي تربيع، يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء أفراد العينة حول انعكاسات خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الفردي تعزى لمتغير الجنس، وهو ما دلت عليه قيمة $p=0.549$ عند درجة الحرية $df=3$ وهي أكبر من مستوى الدلالة عند 0.05، بمعنى أنها غير دالة إحصائية، كما لا توجد علاقة بين متغير السن وآراء أفراد العينة حول انعكاسات خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الفردي، حيث كانت قيمة $p=0.788$ ، وهي أكبر من مستوى الدلالة عند 0.05 ودرجة حرية $df=12$ ، وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بينها، وأظهرت النتائج فيما يتعلق بالمستوى التعليمي عدم وجود علاقة أيضا ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي وآراء أفراد العينة حول انعكاسات خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الفردي، حيث كانت قيمة $p=0,804$ ، وهي أكبر من مستوى الدلالة عند 0.05، وبالتالي فهي غير دالة إحصائية.

الجدول رقم (44): يوضح انعكاسات خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى المجتمعي.

| يؤدي خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى المجتمعي إلى: | | | | النسبة الانعكاسات | | | |
|---|--|--|---|-----------------------------|---------|----------------|--|
| المجموع | تهديد وحدة المجتمع وتماسكه وإضعاف بنيته الداخلية | ضعف التعاون والتكافل الاجتماعي والعمل الخيري بين أفراد المجتمع | تأجيج الصراعات والنزاعات وانتشار الفتن بين أبناء المجتمع الواحد وتمزيق الروابط الاجتماعية | | | | |
| 199 | 112 | 76 | 11 | ك | الشرق | منطقة الانتماء | |
| 29,92 | 16,84 | 11,43 | 1,65 | % | | | |
| 120 | 49 | 31 | 40 | ك | الغرب | | |
| 18,05 | 7,37 | 4,66 | 6,02 | % | | | |
| 198 | 80 | 48 | 70 | ك | الوسط | | |
| 29,77 | 12,03 | 7,22 | 10,53 | % | | | |
| 148 | 58 | 42 | 48 | ك | الجنوب | | |
| 22,26 | 8,72 | 6,32 | 7,22 | % | | | |
| 665 | 299 | 197 | 169 | ك | المجموع | | |
| 100,00 | 44,96 | 29,62 | 25,41 | % | | | |
| 60,157 | | | | قيمة اختبار كا ² | | | |
| 6 | | | | درجة الحرية df | | | |
| 0,000 | | | | مستوى الدلالة sig | | | |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج spss₂₅.

توضح نتائج هذا الجدول الانعكاسات المجتمعية السلبية لخطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويرى أغلب الباحثين ونسبة 39.08% أن تهديد وحدة المجتمع وتماسكه وإضعاف بنيته الداخلية من أبرز هذه التحديات على المستوى المجتمعي، بعدها مباشرة تأجيج الصراعات والنزاعات وانتشار الفتن بين أبناء المجتمع الواحد وتمزيق الروابط الاجتماعية بنسبة 35,16%، أما ضعف التعاون والتكافل الاجتماعي والعمل الخيري بين أفراد المجتمع فقد حل في المرتبة الأخيرة بنسبة

25,75%.

"خطاب الكراهية يعمل على تحفيز العداوات والبغضاء بين أبناء المجتمع الواحد، بما يكلف المجتمع والدولة انعكاسات أمنية وسياسية واقتصادية خطيرة، كما يؤدي إلى ضرب النسيج الاجتماعي ونشر الكراهية والبغضاء، ويتسبب في الانقسام داخل المجتمع ويصل إلى حد الاقتتال بين أبنائه"¹، كما أن تأجيج الصراعات والنزاعات وانتشار الفتن بين أفراد المجتمع الواحد وتمزيق الروابط الاجتماعية، يحول المجتمع إلى مجموعات متنافرة تغطي عليها مشاعر الاستقطاب وعدم الانتماء والفرقة والانقسام، فينشغل أفرادها بصراعاتهم الداخلية بدلا من مواجهة التحديات الخارجية، وهو ما يضعف المجتمع ويجعله مهزوزا أمام الأزمات والأخطار المحدقة به، والتي تؤدي في نهاية المطاف لا محالة إلى إضعاف بنيته الداخلية وإفقاده القدرة على مواجهة التحديات المشتركة.

كما يعتبر ضعف التعاون والتكافل الاجتماعي والعمل الخيري بين أفراد المجتمع من التأثيرات السلبية أيضا، وكنتيجة للحواجز النفسية والاجتماعية التي تبنيها الخطابات العدائية التمييزية والعنصرية بين الأفراد، فعندما يشعر هؤلاء أو جزء منهم بالتهميش والإقصاء أو غياب العدالة فإن هذا يوسع الفجوات الطبقية والاقتصادية والاجتماعية، ويضعف رغبتهم في التعاون والتساند، ويخفض دافعهم للانخراط في مبادرات خيرية، فالتكافل الاجتماعي ينبنى على التعاطف وروح التضامن والعطاء، وهي قيم تتأثر بطبيعة الحال بالمناخ الاجتماعي العام السائد في المجتمع والعلاقات التي تربط بينه، وتجدر الإشارة في هذا الصدد أن هذا العامل احتل المرتبة الأخيرة من بين التأثيرات الاجتماعية، ويعزى ذلك بالأساس إلى أن التعاون والتكافل الاجتماعي والعمل الخيري لا يسعى فقط لتمكين الفئات الضعيفة والمهمشة وتأهيلهم، بل هي مظهر من مظاهر النهج الإسلامي ومن القيم الأساسية المرتبطة بالثوابت الدينية والمقاصد الشرعية، التي لا زال الأفراد يتمسكون بها بالرغم من الأمراض التعصبية وتطبيع الكراهية التي تتخر وحدة المجتمع وتماسكه.

لقد اتفقت هذه النتائج مع أغلب نتائج الدراسات السابقة حيث يرى ناصر سعود الرحامنة بأن "شبكات التواصل الاجتماعي تعمل على إثارة الفتن بين مكونات المجتمع وتؤدي إلى الفرقة والتناحر، كما أنها تفقد المجتمع تماسكه الداخلي فيصبح ضعيفا أمام الأزمات"، وخلص صخر أحمد الخصاونة وسهل علي العتوم أن "انتشار خطاب الكراهية يثير الفتن بين مكونات المجتمع، الأمر الذي يؤدي إلى فقدانه لتماسكه الداخلي، وقتل روح الإبداع وانتشار التطرف بين الشباب"، كما اتفقت مع دراسة صلاح الدين

¹ بدر بن سليمان العامر، مرجع سابق، ص 10.

عمراوي ويوسف مقعاش أين توصلا في النتائج أن "لخطاب الكراهية عبر الفايبروك تأثيرات سلبية على مستخدميهم، تتمثل في إثارة الفتن، وتأجيج الصراعات، والتناحر الديني والمذهبي بين أبناء الوطن الواحد، وانتشار العنف والانحراف والتطرف، ما ينجر عنه إضعاف بنية المجتمع داخليا، والعجز عن مواجهة الأزمات خارجيا".

ويتضح من خلال النتائج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المنطقة التي ينتمي إليها المبحوثين ورأيهم حول التأثيرات التي تحدثها خطابات التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى المجتمعي، وهو ما دلت عليه نتائج "كاي تربيع"، حيث كانت قيمة $p=0.000$ عند درجة حرية $df=6$ وهي أصغر من مستوى الدلالة عند 0.05، وربما تعزى هذه النتيجة إلى أن رصد التباينات بين المبحوثين الذين ينتمون إلى مناطق مختلفة، قد يحدث نتيجة اختلاف الإدراك العام للخطاب وسياقاته الاجتماعية والثقافية من جهة، وارتباطها بالخصوصيات الجهوية أو بسبب انقسامات تاريخية أو هوياتية من جهة أخرى.

الجدول رقم (45): يوضح الانعكاسات السلبية لخطاب التمييز والكراهية وعلاقته بالعنف داخل المجتمع.

| المرتبة الانعكاسات | | في اعتقادك هل تؤدي الانعكاسات السلبية لخطاب الكراهية على المجتمع إلى: | | | | | | | | | |
|--|-----|---|-----|-----------|-----|-----------|-----|-----------|-----|-----------|---|
| | | المرتبة 1 | | المرتبة 2 | | المرتبة 3 | | المرتبة 4 | | المرتبة 5 | |
| | | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % |
| الإساءة اللفظية | 199 | 47,95 | 74 | 17,83 | 57 | 13,73 | 44 | 10,60 | 41 | 9,88 | |
| المضايقات والتهديدات | 74 | 17,83 | 168 | 40,48 | 80 | 19,28 | 72 | 17,35 | 21 | 5,06 | |
| الاعتداء الجسدي وإلحاق الضرر على الأفراد | 50 | 12,05 | 86 | 20,72 | 140 | 33,73 | 106 | 25,54 | 33 | 7,95 | |
| جرائم القتل | 54 | 13,01 | 51 | 12,29 | 48 | 11,57 | 73 | 17,59 | 189 | 45,54 | |
| عمليات تخريبية وإلحاق ضرر بالممتلكات | 38 | 9,16 | 36 | 8,67 | 90 | 21,69 | 120 | 28,92 | 131 | 31,57 | |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS25.

يوضح الجدول أعلاه ترتيب أفراد العينة للانعكاسات السلبية لخطاب التمييز والكراهية وعلاقته بالعنف داخل المجتمع، حيث أبرزت النتائج أن الإساءة اللفظية احتلت المرتبة الأولى بنسبة 47.95%، ثم المضايقات والتهديدات بنسبة 40.48%، يليها الاعتداء الجسدي وإلحاق الضرر على الأفراد ثالثاً بنسبة 33.73%، وحازت العمليات التخريبية وإلحاق ضرر بالمتلكات على المرتبة الرابعة بنسبة 28.92%، وفي المرتبة الأخيرة جرائم القتل بنسبة قدرت بـ 45.54%، وهي النتائج التي اتفقت جزئياً مع كل من دراسة مرو رياض أبوظريس التي خلصت فيها إلى "وجود دور لمواقع التواصل الاجتماعي في بث خطاب الكراهية وانتشار العنف في المجتمع الأردني يتمثل بارتفاع حالات الانتحار، جرائم القتل والتحريض على العمليات التخريبية"، وكذا دراسة صخر أحمد الخصاونة وسهل علي العتوم التي توصلت فيها إلى أن "المواقع التواصل الاجتماعي دور في نشر خطاب الكراهية، كما أنها تعمل على نشر العنف المجتمعي اللفظي والسلوكي بين روادها، وتهويل المشكلات الاجتماعية.

ويعتبر خطاب الكراهية والتمييز من أهم العوامل المولدة للعنف داخل المجتمع، وتعرف منظمة الصحة العالمية العنف بأنه "الاستعمال المتعمد للقوة البدنية أو القدرة سواء بالتهديد أو الاستعمال الفعلي لها من قبل الشخص ضد نفسه، أو ضد شخص آخر، أو ضد مجموعة أو مجتمع، بحيث يؤدي أي منهما إلى حدوث أو احتمال حدوث إصابة أو موت أو إصابة نفسية أو سوء النمو أو الحرمان"¹، وتقع الدعوة المباشرة أو الضمنية للعنف في المستوى القوي أو القاسي من مستويات خطاب الكراهية حسب تصنيف SOVA، ويمكن أن نلمس وجود العنف داخل المجتمع عبر عدة صور وأن يتمظهر في عدة أشكال، كأن يتمثل العنف في الإساءات اللفظية، وهي عنف رمزي غير مباشر تشمل الخطابات التحقيرية، واللغة البذيئة كالسب والشتم والتشهير، والعبارات المهينة والكلمات الجارحة التي تحط من كرامة الأشخاص وتسيء إليهم، وقد تكون خطابات يومية يتناقلها الأفراد فيما بينهم، أو خطابات منظمة من قبل جهات محددة تحمل دعاوى تحريضية أو عنصرية، وقد يكون هذا النوع من أنواع العنف أقل وضوحاً ويقف عند حدود الكلام لكنه يمارس على نطاق واسع ويحدث تأثيرات عميقة وأضرار نفسية للأفراد المستهدفين.

كما يمكن أن تتطور هذه الملاحظات والمشادات الكلامية لتتحول إلى مضايقات وتهديدات قد تكون على المستوى الفردي أو الجماعي، وتتجر هذه المضايقات عن سوء المعاملة وتكون مقصودة ومستمرة

¹ بسنت أحمد لبيب، "خطاب الكراهية والعنف في وسائل الإعلام"، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، العدد 4 (2023)، ص 577.

وههدفها الترهيب، وقد تكون المضايقات نفسية كالإذلال والتخويف والسيطرة، أو التمييز على أساس اقتصادي، أو مضايقات جنسية كالتحرش والإساءات الجسدية، والتي يمكن أن تتطور إلى حد التهديدات التي تنذر بإلحاق أذى أو إيقاع خطر محقق بشخص ما أو جماعة، والتي قد تكون بدوافع سياسية مثلاً ضد نشطاء أو صحفيون أو رؤساء أحزاب أو معارضون أو حتى أشخاص عاديون، أو اقتصادية أو أمنية أو اجتماعية إلى غير ذلك، وهذه الممارسات قد تصل إلى حد الاعتداء الجسدي وإلحاق الضرر المادي والبدني على الأفراد سواء بالضرب أو الجرح في الأماكن العامة أو المؤسسات التعليمية والعمالية أو حتى داخل الأسرة، ومن شأنه إثارة صدمات نفسية وعاهات مستديمة على المستوى الفردي، وإشاعة الخوف وانعدام الأمن على المستوى المجتمعي، وهو سلوك عدائي وانتهاك خطير للحقوق الأساسية للأفراد والتي تكفلها القوانين الوطنية والدولية.

وتشمل هذه الاعتداءات أيضاً عمليات تخريبية وإلحاق ضرر بالممتلكات، حيث ينتشر هذا النوع من العنف بصفة كبيرة في الثقافة الشعبية بين الجزائريين، الذين عادة ما يلجؤون للتعبير عن غضبهم واحتجاجهم حول أوضاع معينة بإثارة الفوضى، عبر تخريب الممتلكات والمرافق العامة وإتلاف حتى الممتلكات الخاصة، مما يتسبب في خسائر مادية ومالية ضخمة، وحين يتفاقم خطاب الكراهية في الفضاء الإلكتروني فلا يتوقف عند هذا القدر، بل يمتد ليصل إلى ارتكاب جرائم القتل التي قد تكون بدافع التحيز ضد العرق أو الجنس أو اللغة أو الانتماء السياسي أو الديني ... ، وهو ما يولد في نهاية المطاف دوامة من العنف ترسخ ثقافة الكراهية والخوف والأمن بين مكونات المجتمع وتزعزع استقراره وتماسكه.

ويرى د. سلامي اسعيداني بأن "الترتيب الذي أشارت إليه نتائج الدراسة يبدو منطقياً جداً، حيث تتطور انعكاسات خطاب الكراهية من أشكال غير مادية مثل الإساءة اللفظية والمضايقات، إلى مظاهر أكثر خطورة مثل العنف الجسدي والجرائم الخطيرة، وهذا التدرج يعكس طبيعة التصعيد التي يبدأ بالكلمات، ثم تتحول إلى أفعال متزايدة العنف نتيجة للتحريض المستمر أو التحفيز العاطفي السلبي"، ويضيف د. يوسف بلعباس بأن "العنف يتصاعد من الإساءة اللفظية إلى عنف رمزي ومادي يصل إلى الاعتداءات الجسدية، حينما يجد أرضاً خصبة تتجاوب معه وتعينه على التكرار، حيث أن مدة استخدام المنصات ونوعية الصفحات المتابعة تؤثر بشكل مباشر على التفاعلات، فيصبح المستخدمون النشطون داخل مجموعات مغلقة أو محتوى قائم على التحيز أكثر عرضة للتطرف المعرفي والسلوكي، أي أن

التصعيد اللفظي يتحول إلى ممارسات فعلية عندما يجد طريقه إلى العالم الواقعي"، وتؤكد د. جودي خرفية بأنه "كلما كان هناك اشباع نفسي بخطابات الكراهية والتحريض والمرتبطة بمدة الاستخدام ودرجة انتشار خطابات الكراهية وطبيعة الصفحات (هناك صفحات تتيح إقصاء الآخرين) ازدادت حدة ردود الفعل الناتجة عن التشبع بخطابات الكراهية".

وبالنسبة للعلاقة التي تربط خطاب التمييز والكراهية ومستويات العنف في المجتمع، وفي ضوء نظرية الغرس الثقافي فإن تعرض المستخدمين لرسائل التحريض على العنف والكراهية من خلال التعرض المكثف لصور ونماذج متكررة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، يساهم في ترسيخ هذه الأفكار ويحولها إلى ممارسات وسلوكيات، حيث أن التعرض المطول لخطاب الكراهية والمحتوى السلبي واللغة المهينة والتحريضية عبر هذه المحتويات، يجعل المتصفحين لها يتأثرون بما ينشر عبر صفحاتها، مما ينعكس على إدراكهم للأحداث والوقائع المختلفة المرتبطة بهذه المحتويات السلبية، ويزيد من قدرتها على تشكيل آرائهم وأفكارهم ومعتقداتهم حولها وخلق بيئة معادية في أرض الواقع، ومع تكرارها وتأثيرها المتراكم والممتد يعتقد المستخدمون أنها الوجه الحقيقي والصورة الفعلية لتجسد الكراهية بأشكالها المختلفة في العالم الواقعي المحيط بهم، ومنه تصبح الشبكات الاجتماعية بديلاً للعالم الفعلي، والتي يتصرفون بموجبها في العالم الحقيقي، وهو ما يؤدي إلى تحول العداء من صراع فكري إلى صراع فعلي مع ذوات الأشخاص ووجودهم، وتطبيع المواقف والممارسات التمييزية، والتي قد يتم ترجمتها على شكل تصرفات وسلوكيات سلبية، كالتعصب والتطرف أو التهميش والإقصاء المجتمعي، أو استخدام العنف بأنواعه اللفظي والجسدي والذي قد يصل إلى حد جرائم القتل.

المحور الخامس: مواجهة خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (46): يوضح مدى معرفة أفراد العينة عن العقوبات القانونية المترتبة عن بث خطاب

التمييز والكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

| هل لديك معرفة سابقة عن العقوبات القانونية المترتبة عن بث خطاب التمييز والكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي؟ | | النسبة |
|--|--------|---------|
| التكرار | النسبة | الإجابة |
| 158 | 38,07 | نعم |
| 257 | 61,93 | لا |
| 415 | 100,00 | المجموع |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS25.

من خلال نتائج هذا الجدول، نجد أن أغلبية أفراد العينة وبنسبة 61.93% ليس لديهم معرفة سابقة عن العقوبات القانونية المترتبة عن بث خطاب التمييز والكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي، في حين أجاب 38.07% بأنهم يعرفون العقوبات القانونية المترتبة عن بث هذا الخطاب، وقد عملت المنظومة التشريعية الجزائرية في هذا الصدد على تطوير القوانين من أجل محاربة التمييز وخطاب الكراهية، بدءاً من الانضمام إلى الاتفاقيات الدولية وانتهاءً باستصدار قانون رقم 20-05 المتعلق بالوقاية من التمييز وخطاب الكراهية، والذي أفرد المشرع الجزائري بين بنوده آليات ردعية تكفل حماية المستهدفين منه، وقد تضمن هذا القانون نصوصاً حول حماية ضحايا التمييز وخطاب الكراهية من خلال المواد 16 إلى 19، والأحكام الجزائية التي تبين العقوبات المقررة لذلك، من المادة 30 إلى غاية المادة 42، وبناءً على نص القانون فقد تم التأكيد على استفادة ضحايا التمييز والكراهية من المساعدة القضائية والحماية، أما بالنسبة للعقوبات المرتبطة بمرتكبي جرائم التمييز والكراهية فقد اختلفت وتباينت تبعاً لمضمون الخطاب، الجهة التي أصدرته، صفة الضحية، والوسائل المستخدمة في نشر الخطاب، "وأورد المشرع جملة من العقوبات على صور التمييز ومظاهره أو المشاركة فيه أو التشجيع عليه، ويُمكن تصنيف هاته الجرائم في أربعة مظاهر: التمييز وخطاب الكراهية أو التحريض عليه أو الدعوة إليه، الدعوة إلى العنف في جرائم التمييز، تشكيل التنظيمات التي تدعو للتمييز أو تشجيعها وتمويلها، وتفعيل

التمييز إلكترونياً أو إعلامياً أو تجارياً"¹، وقد تراوحت العقوبات بين السجن لمدة تتراوح ما بين 6 أشهر إلى 10 سنوات وغرامات مالية تصل في أقصاها إلى مليار سنتيم حسب نوع الجريمة، كما أشار المشرع إلى هذه الممارسات عبر وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي في المواد 31، 34، 35 والتي أكد فيها أن العقوبات تشمل استعمال تكنولوجيات الإعلام والاتصال في نشر التمييز وخطاب الكراهية والترويج له أو التحريض عليه.²

وبالرغم من استحداث هذه القوانين وتفعيلها من قبل المشرع الجزائري إلا أن السواد الأعظم من الجزائريين ليس لديهم معرفة بهذه العقوبات، ويتم ذلك بالدرجة الأولى وعطفاً على ما تم التوصل إليه من خلال نتائج الدراسة، عن نقص الوعي لا سيما أن هذا الخطاب ذو مفهوم فضفاض ويتخذ أشكالاً تعبيرية متعددة ويتخفى تحت رمزيات مختلفة، وهو ما يبرر أيضاً النسبة الضئيلة من المبحوثين (8,4% من أفراد العينة) اللذين أجابوا بأنهم يقومون بالتبليغ عن الحسابات والمجموعات التي تبث خطاب الكراهية، فعدم إبلاغ المستخدمين أو الضحايا عن هذا الخطاب يعزى إلى عدم إدراكهم بأنه جريمة كراهية يعاقب عليها القانون، فضلاً عن اعتقادهم بأن بيانات التواصل الاجتماعية غير خاضعة للرقابة وتتسم بانعدام المساءلة، خصوصاً مستخدمي الهويات المزيفة والأسماء المستعارة التي تشجع بدورها حرية التعبير المطلقة دون ضابط أو قيد أو شرط، كما لا يمكننا إغفال أن هناك ضعف في التوعية القانونية، والتي تعكس فجوة بين الدولة كنظام قانوني، ومستوى الإدراك المجتمعي لهذه الظاهرة في المنصات التواصلية وتداعياتها على أرض الواقع.

كما يمكن أن تكون طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي المتغيرة والسريعة التطور، وكذا حادثة استصدار وسن هذه القوانين سبباً في الجهل بها، وبالحديث عن التجربة الجزائرية في متابعة مروجي خطاب الكراهية والتمييز في الشبكات الاجتماعية، نفذت الجزائر العديد من المتابعات القضائية والتي تركزت في الغالب على الشخصيات الشهيرة عبر هذه الفضاءات أو صناعات المحتوى أياً كان نوعه والذين يطلق عليهم مصطلح "المؤثرين"، ونذكر هنا على سبيل المثال لا الحصر المتابعة القضائية للكاتب رابح ظريف بعد إهانة الشهيد عبان رمضان عبر منشور له في موقع فيسبوك، إيداع نعيمة صالح وهي رئيسة حزب السجن بسبب عرض منشورات تنفي البعد الأمازيغي للهوية الجزائرية وتحرض على الكراهية

¹ خالد ضو، "الأحكام الجزائية لجرائم التمييز وخطاب الكراهية في التشريع الجزائري ضمن القانون 20-05"، مجلة التمكين الاجتماعي، المجلد 3، العدد 4 (ديسمبر 2021)، ص 118.

² للاطلاع على القانون رقم 20-05 المتعلق بالوقاية من التمييز وخطاب الكراهية متاح عبر الرابط: <https://www.joradp.dz/FTP/jo-arabe/2020/A2020025.pdf>

ضد منطقة القبائل، أيضا تم إيداع صانعة المحتوى وحيدة قروج السجن، بتهمة الاعتداء على مدير أعمالها والتشهير به عبر تصوير مشاهد الضرب وبنّها على مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى العديد من القضايا الأخرى ضد ناشطين ومدونين بتهمة توجيه خطاب الكراهية والتمييز ضد أشخاص أو جماعة أو منطقة أو على خلفية أحداث رياضية، سياسية ... الخ.

وقد أشارت مرو رياض أبو ظريس في دراستها إلى أن "معظم المشتكى عليهم ليس لديهم معرفة سابقة حول العقوبات القانونية المترتبة على بث هذا الخطاب على مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يفسر بغياب الجهات الحكومية عن نشر الثقافة القانونية لدى الأفراد، إضافة إلى تقصير الوسائل الإعلامية في تسليط الضوء على خطاب الكراهية وما يترتب على بثه والتبليغ عنه".

الجدول رقم (47): يوضح مدى معرفة أفراد العينة عن العقوبات القانونية المترتبة عن بث خطاب التمييز والكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغيرات الجنس، السن، والمستوى التعليمي.

| هل لديك معرفة سابقة عن العقوبات القانونية المترتبة عن بث خطاب التمييز والكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي؟ | | | المتغيرات | | |
|--|-------|-------|-----------|------------------|-------|
| | | | النسبة | | |
| المجموع | لا | نعم | | | |
| 191 | 110 | 81 | ك | ذكر | الجنس |
| 46,02 | 26,51 | 19,52 | % | | |
| 224 | 147 | 77 | ك | أنثى | |
| 53,98 | 35,42 | 18,55 | % | | |
| 415 | 257 | 158 | ك | المجموع | |
| 100,00 | 61,93 | 38,07 | % | | |
| 11 | 5 | 6 | ك | أقل من 18 سنة | السن |
| 2,65 | 1,20 | 1,45 | % | | |
| 160 | 89 | 71 | ك | من 18 إلى 27 سنة | |
| 38,55 | 21,45 | 17,11 | % | | |
| 137 | 91 | 46 | ك | من 28 إلى 37 سنة | |
| 33,01 | 21,93 | 11,08 | % | | |
| 90 | 59 | 31 | ك | من 38 | |

| | | | | | | |
|------------------|-------|-------|-------|-----------------------------|---------------------|--|
| 21,69 | 14,22 | 7,47 | % | إلى 47سنة | | |
| 17 | 13 | 4 | ك | من 48سنة | | |
| 4,10 | 3,13 | ,96 | % | فما فوق | | |
| 415 | 257 | 158 | ك | المجموع | | |
| 100,00 | 61,93 | 38,07 | % | | | |
| 0 | 0 | 0 | ك | ابتدائي | المستوى التعليمي | |
| ,00 | ,00 | ,00 | % | | | |
| 23 | 18 | 5 | ك | متوسط | | |
| 5,54 | 4,34 | 1,20 | % | | | |
| 129 | 80 | 49 | ك | ثانوي | | |
| 31,08 | 19,28 | 11,81 | % | | | |
| 219 | 134 | 85 | ك | جامعي | | |
| 52,77 | 32,29 | 20,48 | % | | | |
| 44 | 25 | 19 | ك | دراسات عليا | | |
| 10,60 | 6,02 | 4,58 | % | | | |
| 415 | 257 | 158 | ك | المجموع | | |
| 100,00 | 61,93 | 38,07 | % | | | |
| المستوى التعليمي | | السن | الجنس | اختبار كا ² | | |
| 3,141 | | 7,164 | 2,822 | قيمة اختبار كا ² | | |
| 3 | | 4 | 1 | درجة الحرية df | | |
| 0,370 | | 0,127 | 0,093 | مستوى الدلالة sig | | |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS₂₅.

يوضح هذا الجدول مدى معرفة المبحوثين عن العقوبات القانونية المترتبة عن بث خطاب التمييز والكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس، السن، والمستوى التعليمي، وأشارت نتائج كاي تربيع، إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس واحتمالية معرفتهم عن العقوبات القانونية المترتبة عن بث خطاب التمييز والكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما دلت عليه قيمة $p=0.093$ عند درجة الحرية $df=1$ وهي أكبر من مستوى الدلالة عند 0,05، بمعنى أنها غير دالة إحصائيا، كما نجد أن متغير السن عامل غير مؤثر في معرفة أفراد العينة عن العقوبات القانونية المترتبة

عن بث خطاب التمييز والكراهية عبر ذات المواقع حيث كانت قيمة $p=0.127$ ، وهي أكبر من مستوى الدلالة عند 0.05، وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين هذه المتغيرات، أما بالنسبة للمستوى التعليمي فقد أظهرت النتائج عدم وجود علاقة أيضاً ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي للمبحوثين ومعرفتهم عن العقوبات القانونية المترتبة عن بث خطاب التمييز والكراهية على الشبكات الاجتماعية، حيث كانت قيمة $p=0.370$ ، وهي أكبر من مستوى الدلالة عند 0.05، وبالتالي فهي غير دالة إحصائياً، وبالتالي يمكن القول أن الأسباب السابقة الذكر (والموضحة في الجدول رقم 46) هي أسباب منطقية تتحكم في معرفة أفراد عينة الدراسة عن العقوبات القانونية المترتبة عن بث خطاب التمييز والكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي، بعيداً عن الخصائص الديموغرافية للمبحوثين.

الجدول رقم (48): يوضح نتائج ترتيب الجهات والأطراف التي يجب عليها التصدي لخطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

| حسب رأيك من هي الجهات والأطراف التي يجب عليها التصدي لخطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ | | | | | | | | | | المرتبة جهة التصدي |
|--|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-------------------------------|
| المرتبة 1 | | المرتبة 2 | | المرتبة 3 | | المرتبة 4 | | المرتبة 5 | | |
| ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | |
| 221 | 53,25 | 66 | 15,90 | 35 | 8,43 | 48 | 11,57 | 45 | 10,84 | المؤسسات القضائية |
| 19 | 4,58 | 81 | 19,52 | 109 | 26,27 | 121 | 29,16 | 85 | 20,48 | مؤسسات المجتمع المدني |
| 43 | 10,36 | 120 | 28,92 | 122 | 29,40 | 89 | 21,45 | 41 | 9,88 | المؤسسات الإعلامية |
| 51 | 12,29 | 84 | 20,24 | 95 | 22,89 | 101 | 24,34 | 84 | 20,24 | مؤسسات الضبط الاجتماعي |
| 81 | 19,52 | 64 | 15,42 | 54 | 13,01 | 56 | 13,49 | 160 | 38,55 | شركات مواقع التواصل الاجتماعي |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS25.

يوضح هذا الجدول ترتيب الجهات والأطراف التي يجب عليها التصدي لخطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتشير النتائج حسب آراء عينة الدراسة بأن المؤسسات القضائية احتلت المرتبة الأولى بنسبة 53.25%، وحلت المؤسسات الإعلامية في المرتبة الثالثة بنسبة 29.40%، وفي المرتبة الرابعة كل من مؤسسات المجتمع المدني ومؤسسات الضبط الاجتماعي بنسبة 29.16% و 24.34% على الترتيب، وشركات مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الخامسة والأخيرة بنسبة 38.55%.

وتلعب المؤسسات القضائية دورا فعالا ومركزيا في التصدي لخطاب التمييز والكراهية، بحيث تضمن من خلال احترام مبدأ سيادة القانون وحماية حقوق الأفراد، تحقيق العدالة والمساواة والتعايش السلمي بين أفراد المجتمع، فمتى ما حققت الدولة العدل بين مواطنيها عن طريق هياكلها ومؤسساتها القانونية كلما استطاعت تعزيز ثقة المجتمع في المنظومة القضائية، وشق طريقها نحو بناء مجتمع سليم ومستقر ينبذ مختلف أشكال الكراهية والعداء والعنصرية، وأقدمت الجزائر في مساعيها لمجابهة خطاب التمييز والكراهية إلى استصدار قوانين وتشريعات وإقرار آليات تتيح الحق للضحية وتعاقب الجاني، "فأكدت في دستورها الصادر سنة 2020 بحق المساواة للجميع ومنع التفرقة لأي سبب كان، وفي قانون العقوبات جرمت العديد من الأفعال والممارسات التي تتسبب في الإساءة إلى الغير، فحددت عقوبات لجرائم السب والشتم والتعدي على حرمة الحياة الخاصة، كما قدم المشرع الجزائري اهتمامه بالجرائم المرتكبة في البيئة الرقمية من خلال تمكين الضحية من تقديم شكوى في حالة التعرض لشكل من أشكال الكراهية عبر إحدى وسائل التواصل الاجتماعي، وهو ما تم التطرق إليه في القانون 04-09 المتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها، وتمثل أحدث إطار تشريعي في القانون رقم 20-05 والخاص بالوقاية من التمييز وخطاب الكراهية، والذي أقر عقوبات ضد مرتكبي هذه الممارسات (ذكرنا معلوماته التفصيلية في الجدول رقم 46)، بالإضافة إلى استحداث آليات للوقاية من هذا النوع من الجرائم، من بينها "التسرب الإلكتروني" الذي يمكّن ضباط الشرطة القضائية من تحري متابعة المروجين لخطاب الكراهية في الفضاء الافتراضي"¹.

ويرى أفراد العينة أن المؤسسات الإعلامية كذلك عليها الجزء الأكبر أيضا من المسؤولية في التصدي لخطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويتعلق الأمر في هذا السياق بالممارسة الإعلامية من حيث السياسات التحريرية أو الأداء المهني للصحفيين العاملين في المجال، وضرورة ربطها بالمسؤولية الاجتماعية، لا سيما في زمن اختلطت فيه الدعاية بالحقيقة، وتغلبت الإثارة على القيم الخيرية الأساسية، وضجت المنابر الإعلامية بمعالجات غلب عليها التحيز السياسي وتضارب المصالح، الأمر الذي فرض إشكاليات أخلاقية كبيرة كانت سببا في أحيان كثيرة في تنمية صراعات عنصرية وطائفية وإنكاء نار الفتنة والفرقة، في عصر طغت عليه الفضاءات الافتراضية التي كان لها تداعياتها على العمل الإعلامي وأثرت بشكل أو بآخر على طرق وأدوات عمله، إن هذه التأثيرات تستدعي

¹ فريد صحراوي، مرجع سابق، ص ص 7، 8.

العودة إلى القواعد الأساسية للمهنة إذا ما فرضنا أن وسائل الإعلام مطالبة بتقديم نموذج واستراتيجية متكاملة وفعالة ومتوازنة، تحافظ على حرية الرأي والتعبير من جهة، وتعمل على نبذ كل أشكال التمييز والكراهية من جهة أخرى، ولتفعيل دور المؤسسات الإعلامية في محاربة هذه الخطابات يجب:

- وضع سياسات تحريرية واضحة وتحديد معايير للنشر وفرض رقابة قبلية على كل ما سيتم نشره.
- توعية الصحفيين وتدريبهم وتزويدهم بالمعارف والمهارات للتعامل مع خطاب الكراهية، كالتحلي بالقدرة على اكتشاف مصادر الأخبار المشبوهة والمضللة وطرق التحقق منها.
- تجنب الأفكار المتطرفة وتضخيم الأحداث والوقائع أو تزييفها أو تحريفها.
- توظيف الخطاب المضاد ودعم القصص والسرديات الإيجابية التي تعزز التضامن والتعايش.
- إصدار موثائق شرف مهنية تعزز الأخلاقيات والقيم الأساسية للصحافة والعاملين فيها.
- قيام المؤسسات الإعلامية ببرامج توعوية تثقيفية حول مخاطر خطابات التمييز والكراهية، وكيفية التعامل معها والإبلاغ عنها.

كما أن مجابهة خطاب الكراهية يتطلب تعزيز جهود **منظمات المجتمع المدني** باعتبارها منظمات تطوعية غير حكومية وغير ربحية، تمارس أنشطة متعددة في مجالات عدة، وتهدف إلى تنمية وترقية المجتمعات مثل الجمعيات الخيرية، المنظمات العاملة في مجال حقوق الإنسان، النقابات المهنية والعمالية، والمؤسسات الثقافية، والتي قد تكون ذات بعد وطني وأحيانا دولي، ويرتكز دورها أساسا في تنظيم الحملات التوعوية التثقيفية لفهم خطابات التمييز والكراهية بمختلف أشكاله وتمظهراته في البيئة الرقمية، وكيفية التعامل معه وطريقة مواجهته أو الإبلاغ عنه، والعمل على نشر الخطاب المضاد وثقافة الحوار البناء والتسامح، بالإضافة إلى التعاون مع جهات مختصة لاستحداث طرق مبتكرة لضبط المحتوى المسيء والمحرض عبر الأنترنت والشبكات الاجتماعية، وبإلقاء نظرة على نشاط هذه المؤسسات في الجزائر لم تظهر لنا في نتائج البحث أي جمعيات أو منظمات تعنى بشكل مباشر بمواجهة خطاب الكراهية، غير أن بعض التقارير تشير إلى أن الجزائر تتعاون مع هيئات دولية كمنظمة الأمم المتحدة ومنظمة اليونسكو التي هي عضوة فيها، وأيضا مع جهود جمعيات محلية وإقليمية ودولية تُشّط مبادرات وتدعم استراتيجيات وخطط عمل للحد من انتشاره والرامية إلى تعزيز قيم التسامح وثقافة التعدد والعيش المشترك.

كما يمثل **الضبط الاجتماعي** أحد أهم النظم المرتبطة بتحديد أنماط السلوك في المجتمع، من خلال مؤسساته المختلفة والتي تتمثل أساسا في الأسرة، المدرسة، المسجد، ووسائل الإعلام، فالحياة الاجتماعية

تتطلب الخضوع لضوابط وقواعد معينة تحكم المسالك القيمية والسلوكية للأفراد، عبر آليات متعددة تعزز القيم المجتمعية الإيجابية وتحد من انتشار الأفكار المتطرفة والسلوكيات الضارة، وعليه فإن تفعيل هذه الآليات من شأنها دفع الأفراد إلى رفض التمييز والكراهية تلقائياً، من خلال الأسرة ودورها في التنشئة الاجتماعية وتلقين المبادئ الأساسية التي تساهم في الوقاية من الأمراض الاجتماعية والسلوكيات المنحرفة، أيضاً المناهج الدراسية والتي يمكن تزويدها بمواد تعليمية تنمي مهارات التفكير الناقد وترشيد استخدام الوسائل التكنولوجية والمواقع الشبكية وتوعية الطلاب بالشكل الآمن لاستخدامها، إضافة إلى الخطاب الديني ودوره في تشكيل الوعي الاجتماعي وترسيخ قيم الإسلام السمحة كإحقاق العدل، التسامح، التعاون، احترام الآخر وحرية الاختلاف، وكذلك محاربة ودحض التفسيرات والتأويلات المغلوطة والمضللة للنصوص الدينية التي تُستخدم لنشر الكراهية.

إن استراتيجية مواجهة خطاب التمييز والكراهية لا تكتمل إلى بمشاركة شركات مواقع التواصل الاجتماعي مثل شركات فيسبوك وإنستغرام (Meta)، إكس، تيك توك ... وغيرها، التي بادرت بدورها إلى إصدار سياسات لمحاربة وحظر التمييز وخطاب الكراهية عبر منصاتها، ومحاولة تطوير أساليب التعرف عليه والتبليغ عنه وسرعة التصدي له، وعملت في هذا الصدد على التعاون مع الحكومات والمنظمات، "حيث وافقت على مدونة قواعد السلوك الخاصة بالمفوضية الأوروبية بشأن مكافحة خطاب الكراهية غير القانوني عبر الإنترنت، والتي تهدف إلى التأكد من سرعة تعامل الشركات السابقة الذكر مع طلبات إزالة وحذف المحتوى الدال على الكراهية، والتي تمثل جهداً كبيراً لتعزيز التعاون والترابط بين الجهود القانونية وغير القانونية في فضاء خطاب الكراهية"¹، كما اتجهت هذه الشركات مؤخراً إلى استخدام آليات التنظيم الذاتي والخوارزميات والذكاء الاصطناعي في مواجهتها لخطاب الكراهية والحد من انتشاره، من خلال تحديد الرموز والمصطلحات والتعبيرات التي تصنف كخطاب كراهية واللغة ذات الصلة، لمعالجة هذا النوع من الخطابات مع الحفاظ على حرية التعبير، وسعت إلى إدخال تعديلات على نظام خطاب الكراهية في عملها لمنع وإزالته وتعطيل الوصول إليه.²

وعطفاً على ما تم سرده، وبالرغم من أن نتائج الدراسة وآراء الباحثين تركزت حول أن المؤسسات القضائية هي الجهة الأساسية التي يجب عليها التصدي لخطاب الكراهية، إلا أن الواقع العملي يؤكد على أن التكامل بين عمل هذه المؤسسات مجتمعة هو ما يضمن مجابهة خطاب الكراهية

¹ أنتونيلا بيريني وآخرون، مرجع سابق، ص 7.

² خيرة العبدى، مرجع سابق، ص ص 164، 165.

والتمييز على المدى القريب والبعيد، "ويؤيد د. يوسف بلعباس خيار التكامل المؤسسي الشبكي، فالتعامل مع خطاب الكراهية يحتاج إلى مقارنة تكاملية بين القانون، الإعلام، المجتمع المدني، والتعليم، والاعتماد على المؤسسة القضائية كآلية قانونية ردعية وحدها فقط رغم أهميتها يمثل مقارنة أمنية وقانونية ضيقة، في حين أن خطاب الكراهية هو ظاهرة اتصالية معقدة تتطلب مقارنة شاملة متعددة المستويات، بحيث لا تتحمل جهة واحدة العبء، بل تُنسج آلية تشاركية ذات طابع وقائي، تربوي، قانوني، وتقني، إذ أن القضاء لا يستطيع بمفرده أن يوقف سيل الكراهية، بل يحتاج إلى بيئة مجتمعية مؤهلة ثقافيا وسوسولوجيا لمقاومة هذه الظاهرة"، كما يرى د. محمد بن خيرة أن مكافحة هذه الظواهر هي مسؤولية مجتمعية مشتركة، ولا تقتصر على مؤسسة فقط، فالبناء الاجتماعي يتحقق بتكافل كل الفواعل الاجتماعية"، ويرى أيضا د. بلال موزاي أن "المسألة مرتبطة بتكامل المرافعة بين الجهات الرسمية واشتغال تنظيمات المجتمع المدني والجامعات ووسائل الإعلام في نشر ثقافة المواطنة الرقمية، مؤكدا على عدم الاستناد على الردع فقط لأنه يخلق نوع من الانفصام في السلوك الواقعي والرقمي للمواطن"، بينما ترى د. سامية جفال أنه "بالإضافة للضبط القانوني والذي لا مناص منه وهو وقتي وظرفي، لا بد أن نؤسس في مناهجنا التعليمية محتوى يضطلع بتربية الأجيال على المحبة والتسامح والمساواة، وأن يعزز بطرائق وآليات في كيفية التعامل مع الوسائط والمنصات المختلفة وهو ما يعرف بالتربية الإعلامية".

وانتقلت دراستنا مع دراسة ناصر سعود الرحامنة التي توصل فيها إلى أن "مؤسسات المجتمع المدني وخاصة المؤسسات الدينية والإعلامية تسهم في محاربة الفكر المتطرف، وذلك من خلال نشر ثقافة الاحترام المتبادل، وممارسة أنشطة في المجتمع لمحاربة الكراهية"، بالإضافة إلى دراسة صلاح الدين عمراوي ويوسف مقعاش التي خلص الباحثان في نتائجها أن "الآليات الواجب اتباعها لمواجهة خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هي إرساء معالم قانون لمكافحة التمييز خطاب والكراهية اتجاه مستخدمي الفضاء الرقمي، فرض الرقابة وحث وتفعيل مهام هيئات المجتمع المدني، واحتواء المؤثرين وتوجيههم (القادة، المشاهير، صناع المحتوى ...).

الجدول رقم (49): يوضح الآليات الواجب العمل بها للحد من انتشار خطاب التمييز والكراهية عبر

مواقع التواصل الاجتماعي.

| الآليات | | النسبة |
|---|---------|--------|
| ما هي الآليات التي ترى أنه من الواجب العمل بها للحد من انتشار خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ | | |
| النسبة | التكرار | |

| | | |
|---------|------|---|
| 24,47% | 267 | الضبط القانوني وسن نصوص وتشريعات لمكافحة التمييز وخطاب الكراهية |
| 28,78% | 314 | فرض الرقابة على المحتوى الرقمي |
| 17,97% | 196 | حملات توعوية بخطورة خطاب الكراهية وانعكاساته السلبية على الفرد والمجتمع |
| 16,68% | 182 | التربية الإعلامية وتنمية مهارات التواصل والتلقي الناقد |
| 12,10% | 132 | تفعيل دور المجتمع المدني |
| 100,00% | 1091 | المجموع |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS25.

يوضح الجدول أعلاه الآليات الواجب العمل بها للحد من انتشار خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين، وإذ يعتبر هذا السؤال امتدادا للسؤال السابق المتعلق بالجهات والأطراف التي يجب عليها التصدي لخطاب التمييز والكراهية عبر الشبكات التواصلية، فإنه يركز على الآليات العملية التي يجب أن تتبناها مختلف الأطراف والجهات المعنية، والتي تشمل الوسائل والإجراءات المتبعة في المواجهة الفعلية لهذه الخطابات على أرض الواقع، وقد جاءت موزعة حسب آراء المبحوثين على الترتيب كما يلي: فرض الرقابة على المحتوى الرقمي أولا بنسبة 28,78%، الضبط القانوني وسن نصوص وتشريعات لمكافحة التمييز وخطاب الكراهية بنسبة 24,47%، حملات توعوية بخطورة خطاب الكراهية وانعكاساته السلبية على الفرد والمجتمع بنسبة 17,97%، التربية الإعلامية وتنمية مهارات التواصل والتلقي الناقد بنسبة 16,68%، وأخيرا تفعيل دور المجتمع المدني بنسبة 12,10%.

وكما تركزت إجابات معظم أفراد العينة في الجدول السابق (رقم 48) حول الدور المحوري للمؤسسات القضائية، فإنهم يرون كذلك أن فرض الرقابة والمتابعات القانونية وسن النصوص التشريعية من أبرز الآليات الواجب اتباعها لردع مروجي خطابات التمييز والكراهية، وتعتمد الحكومات عموما والجزائر خصوصا في هذا الصدد على مزيج من الإجراءات والآليات الرقابية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتتوزع بين أساليب الردع المتعلقة بالتقانة التكنولوجية من جهة ووضع قوانين لمراقبة وتنظيم المحتوى المسيء والردع على الكراهية من جهة أخرى، ولا يتأتى هذا إلا من خلال التعاون بين مختلف الأطراف والحكومات والدول، وتضافر الجهود مع شركات التواصل الاجتماعي نفسها، من خلال عدة

آليات أبرزها عملية الحجب الكلي أو الجزئي لمواقع التواصل الاجتماعي، والعمل على منع وصول المستخدمين إليها أو حتى الوصول إلى مواد وموضوعات أو كلمات مفتاحية أو هاشتاقات بعينها (الهاشتاغ هو وسم يستخدم لتصنيف الموضوعات والمحتويات)، بالإضافة إلى تقييد الوصول أو الظهور لبعض الحسابات أو التشويش وصعوبة التواصل والتفاعل معها أو من خلالها.

وتلجأ الحكومات وبعض الجهات والأطراف الأخرى إلى تقييد المحتوى في أوقات وفترات معينة خلال الأزمات أو الاحتجاجات أو التوترات، أو للغطية على حدث معين أو قضية محددة أو التقييد الجغرافي، أو بفعل الضغوط والتأثيرات المجتمعية، أو ما يمكن اعتباره تهديدا أمنيا أو مساسا بمقومات الهوية، أو محتوا يشجع على العنف والجريمة، وتختلف شدة الرقابة ودرجاتها من دولة إلى أخرى، ومن نظام سياسي إلى آخر، وعهدت الجزائر في هذا السياق أيضا إلى استصدار القوانين التي من شأنها مجارة تطور ظاهرة الكراهية وتمدها عبر الفضاءات الافتراضية عبر قانون مكافحة خطاب الكراهية، وتوسيع صلاحيات القضاء فيما يتعلق بانتهاك هذه القوانين والضوابط في البيئة الرقمية وتجرمها وتتبع أثر مرتكبيها وتقديمهم للعدالة، فضلا عن المتابعات القانونية والملاحقات القضائية للمستخدمين والمدونين وصناع المحتوى، كما يمكن اللجوء إلى حلول وبدائل أخرى مثل وضع تصنيفات عمرية أو تحذيرات على المحتوى الحساس، أو حتى إنشاء مواقع وتطبيقات محلية خاضعة للرقابة الكاملة للدولة كما فعلت بعض الدول مثل الصين، وبالرغم من تعدد هذه الإجراءات والآليات سواء التكنولوجية أو القانونية إلى أنها لم تثبت نجاعتها وفعاليتها بعد في ظل التطور التقني السريع والمستمر، وفي مواجهة بعض الصعوبات والتحديات التي تقف عائقا أمام الردع الفعال، وتجعل هذه الحلول قاصرة أمام تنامي خطابات التمييز والكراهية واتساع رقعة انتشاره، وهو ما تم توضيحه وتبسيط الضوء عليه في الجدول رقم (51).

وبالإضافة إلى الأساليب القانونية يرى أفراد العينة من أنه لا بد من تنظيم حملات توعية بخطورة خطاب الكراهية وانعكاساته السلبية على الفرد والمجتمع، وتوفير معلومات كافية حول مظهراته وأشكاله وأساليب التعامل معه والحد من تأثيراته السلبية، من خلال استخدام مختلف الوسائل المتاحة التقليدية والحديثة، ويتم تنظيم الحملات من قبل وسائل الإعلام، المراكز المتخصصة، المنظمات الدولية والإقليمية والمحلية، الجمعيات، أو عبر إنجاز دورات تدريبية، إصدار دلائل ووثائق للتعريف بخطاب الكراهية وشرح طريقة المواجهة والتصدي له لتشكيل إطار مرجعي يتماشى مع القوانين الدولية ويضمن حقوق الأفراد ويحميهم من تداعياته على النسيج الاجتماعي، وكذلك تخصيص أيام وطنية وعالمية والتي تستغل للتوعية

بخطورة الكراهية والتمييز وما يتصل بها من ممارسات، والتحذير من مؤشرات تحولها للفوضى والعنف وسبل مكافحتها وتنظيم فعاليات لنشر خطاب الحوار والتسامح، وتعزيز المبادرات الرامية للتوعية والتثقيف حول كل ما يتعلق بالظاهرة على المستويين المحلي والعالمي، "مثل اليوم العالمي لمكافحة الكراهية والذي حددته منظمة الأمم المتحدة في 18 جوان من كل سنة، أيضا اليوم الدولي للقضاء على التمييز العنصري، اليوم الدولي لإحياء ذكرى ضحايا العنف القائمة على أساس الدين أو المعتقد، اليوم الدولي لمنع جرائم الإبادة الجماعية وتكريم ضحاياها، اليوم العالمي لحقوق الإنسان ... وغيرها، ضف إلى ذلك خطط العمل لمكافحة التضليل الإعلامي، ومكافحة العنصرية، حملة #لا للكراهية ... الخ"¹، دون إغفال المبادرات العربية والمغربية وحتى المحلية مضافة إلى بعض الجهود المجتمعية الفردية التي تصب في ذات السياق وكلها تتدرج ضمن الحملات التوعوية، وهنا يتجلى الدور الحيوي للمجتمع المدني في تعزيز هذه المبادرات وتنظيمها لمواجهة خطاب التمييز والكراهية، ودعم انخراط المجتمع بكافة أطيافه في التصدي لها وتقديم المساندة اللازمة للفئات المستهدفة والمتضررة بهذا الخطاب، والدعوة إلى سن القوانين والسهر على تنفيذها، إحقاقا لنوع من العدالة الاجتماعية وتطبيقا لمبدأ التعايش السلمي.

كما أننا بحاجة ماسة إلى تنمية مهارات التواصل والتلقي الناقد عن طريق التربية الإعلامية والتي حلت رابعا من بين الآليات، وبالرغم من أن أغلب أفراد العينة لم يضعوها ضمن الأولويات من خلال إجاباتهم فإن لها أهمية كبيرة في محاربة الخطاب العدائي والتمييز والعنصرية عبر هذه الفضاءات الجديدة، وتكريس الوعي الإعلامي، وترسيخ المشاركة الإيجابية للأفراد كاستراتيجية فعالة على المدى البعيد، والتربية الإعلامية "هي عملية تثقيف الفرد في إطار تنشئة إعلامية نقدية تحليلية تقييمية، تسهم في تنمية المهارات المعلوماتية وامتلاك المعرفة التقنية، التي تقوم على ترشيد استخدام وتصفح الشبكات الرقمية والاجتماعية، بجانب اكتساب القدرة على تقييم دقة المعلومات وتنمية مهارات التفكير الناقد لمحتوياتها، من أجل تأمين المستخدم من مخاطر الفضاء الرقمي من ناحية وإنتاج ومشاركة المحتوى الإعلامي بطريقة مسؤولة من قبل المستخدم من ناحية أخرى"²، وأمام مختلف الإشكاليات والمخاطر التي يشكلها انتشار خطابات التمييز والكراهية عبر الشبكات الاجتماعية فإن الدور الذي ستؤديه التربية الإعلامية بالغ الأهمية إذا ما تم إدراجها كمادة أساسية ضمن المنظومة التعليمية في جميع الأطوار

¹ الأمم المتحدة، اليوم الدولي لمكافحة خطاب الكراهية، من موقع منظمة الأمم المتحدة، متاح عبر الرابط: <https://www.un.org/ar/observances/countering-hate-speech> (18 جوان 2025، سا 15:43).

² العربي بوعمامة، مرجع سابق، ص ص 170، 171.

الدراسية، من أجل تقديم نموذج متوازن هدفه التركيز على تنشئة وتربية الأجيال القادمة على تعددية ثقافية، تسمح بتقبل الاختلاف والتشجيع على احترام التنوع، وتكريس مبدأ الحوار والتسامح، ومحاولة القضاء على التعصب والفكر المتطرف ومصادره، كما تعمل التربية الإعلامية على تدريب المستخدمين على الاستخدام الرشيد للإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، بمعنى اكسابهم الكفاءات النقدية والتحليلية التي تسمح لهم بالتعامل مع مختلف المحتويات وتحليل رسائلها المشفرة والمقصود منها وتلك المحرصة على الكراهية والعنف، وكذا المهارات للكشف عن آليات خطاب الكراهية وأساليب التسويق له وصناعته، وتحري الدقة لتجنب التضليل والأخبار الزائفة التي تزيد من حدة الخلافات والنزاعات وتأججها في فضاءات الميديا الجديدة، وبالتالي يمكن القول أن التربية الإعلامية هي أسلوب وآلية وقائية للحد من الانتشار الواسع والمخيف لخطاب التمييز والكراهية عبر تشكيل مناعة فكرية، ونشر وتعميم الوعي المجتمعي بالظاهرة وطرق مكافحتها، والتي تتطلب إرادة حكومية لتنفيذها وتطبيقها على أرض الواقع.

الجدول رقم (50): يوضح آراء أفراد العينة حول إمكانية مواجهة مدّ خطاب الكراهية عبر مواقع

التواصل الاجتماعي.

| هل تعتقد أن مواقع التواصل الاجتماعي بإمكانها مواجهة مدّ خطاب الكراهية؟ | | | | النسبة | |
|--|-----|-------|-----|--|--------------|
| | | | | الإجابة والآليات | |
| % | ك | % | ك | | |
| 19.04 | 79 | لا | | | |
| 80,96 | 336 | 19,40 | 148 | استخدام الخطاب المضاد، أي تقديم محتوى ينبذ العنف والكراهية والأفكار المتطرفة ويدعو للتسامح والاعتدال | نعم من خلال: |
| | | 28,70 | 219 | استغلال مواقع التواصل لتنظيم حملات توعية بخطورة خطاب التمييز والكراهية، ونشرها على نطاق واسع | |
| | | 22,94 | 175 | إنشاء وحدات لرصد ومتابعة كل أشكال التمييز والكراهية في مواقع التواصل ومحاربة الأخبار الكاذبة | |
| | | 28,96 | 221 | إلزام شركات التواصل الاجتماعي على فرض | |

| | | | | | |
|------|-----|---------|-----|--------------------------------|--|
| | | | | الرقابة على محتواها ومستخدميها | |
| | | 100,00 | 763 | المجموع | |
| %100 | 415 | المجموع | | | |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS25.

تشير نتائج الجدول الذي يوضح آراء عينة الدراسة حول قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على مواجهة مدّ خطاب الكراهية أن الأغلبية العظمى من المبحوثين وبنسبة 80,96% أجابوا بنعم، مقابل 19,04% من المبحوثين اللذين يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي ليس بإمكانها مواجهة خطاب الكراهية، وترى النسبة الأكبر من أفراد العينة التي أجابت بـ"نعم"، أن مواقع التواصل الاجتماعي بإمكانها مواجهة مد خطاب الكراهية من خلال إلزام شركات التواصل الاجتماعي على فرض الرقابة على محتواها ومستخدميها وذلك بنسبة 28,96%، يليها وبنسبة متقاربة جدا بلغت 28,70% استغلال مواقع التواصل لتنظيم حملات توعية بخطورة خطاب التمييز والكراهية ونشرها على نطاق واسع، ثم إنشاء وحدات لرصد ومتابعة كل أشكال التمييز والكراهية في مواقع التواصل ومحاربة الأخبار الكاذبة بنسبة 22,94%، وأخيرا استخدام الخطاب المضاد، أي تقديم محتوى ينبذ العنف والكراهية والأفكار المتطرفة ويدعو للتسامح والاعتدال بنسبة 19,40%.

ويقر برنامج عمل ديربان* في هذا السياق بالحاجة إلى استخدام تكنولوجيات المعلومات والاتصالات الجديدة، بما في ذلك الأنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي للإسهام في مكافحة العنصرية والتمييز العرقي والكراهية وما يتصل بذلك من تعصب، حيث بإمكانها أن تساعد على تشجيع التسامح واحترام كرامة الإنسان ومبادئ المساواة وعدم التمييز، ويبرز برنامج العمل أيضا إمكانية تفعيل استخدام تكنولوجيات المعلومات والاتصالات الجديدة، في إنشاء شبكات للتثقيف والتوعية وتعزيز الاحترام الشامل لحقوق الإنسان وكذلك احترام قيمة التنوع الثقافي، بما يجعلها نهجا فعالا في محاربة العنصرية والكراهية ومنعها.¹

حيث سارعت هذه الشركات بسن سياسات استخدام خاصة بها ومن بين التدابير والإجراءات التي

* برنامج عمل ديربان هو خريطة إرشادية توضح الكيفية والخطوات التي يتعين اتخاذها لإنهاء العنصرية، والتمييز العنصري، وكره الأجانب، وما يتصل بذلك من تعصب، للاطلاع على نص الوثيقة عبر الرابط:

https://www.ohchr.org/sites/default/files/Documents/Publications/Durban_text_ar.pdf

¹ علي سنوسي وخيرة صافة، "أخلفة استعمال وسائط الإعلام والاتصال للتصدي لنزاعات التطرف والعنف وخطاب الكراهية في إطار المبادرات الدولية والتشريعات الوطنية"، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، المجلد 6، العدد 2 (ديسمبر 2021)، ص 10.

يتم اتخاذها في بيئة الأنترنت لمحاربة خطاب الكراهية والحد من انتشاره، إلزام شركات التواصل الاجتماعي على فرض الرقابة على محتواها ومستخدميها باعتبارها فضاء عاما مؤثرا، "وتوجد عدة مستويات من مراقبة محتوى مواقع التواصل الاجتماعي، تبدأ بإدارات تلك المواقع نفسها، فهي التي تمتلك سلطات رقابية واسعة على المحتوى المنشور عبر صفحات وحسابات مستخدميها، وهي الرقابة التي تمارسها وفق شروط وسياسات الاستخدام التي يلزم الموافقة عليها إجباريا وبصورة مسبقة، والتي تختلف بدورها من موقع إلى آخر إلا أنها تتفق إجمالا على الحق في مراجعة المحتوى، ورفض أو حذف أي مضمون أو حساب يخالف سياساتها الآنية أو المستقبلية ودون الالتزام بتقديم إخطار مسبق، مروراً بتمكين المستخدمين من التبليغ عن المحتوى الذي يرونه مسيئاً أو مخالفاً، أو لا يرغبون في وجوده لأسباب يحددونها، ثم المراقبة التي تمارسها أطراف خارجية حكومية أو غير حكومية، لأهداف متنوعة سياسية وأمنية واقتصادية ومجتمعية"¹

وبينما يرى البعض أن هذه الرقابة باتت ضرورة ملحة في ظل الاستخدامات غير المشروعة لهذه المواقع واستغلالها للإساءة إلى الآخرين بسبب انتماءاتهم العرقية أو الإثنية أو الطائفية أو الدينية، أو الدعوة إلى إشاعة الفوضى والعنف بأنواعه، يرى البعض الآخر أن فرض هذه الأنواع الرقابية على محتوى شبكات التواصل الاجتماعي يضع هذه الأخيرة في قفص الاتهام بين دعم حرية الرأي والفكر والتعبير التي قامت عليها هذه المنصات، وبين الاضطرار إلى مراقبة هذه المحتويات ومصادرة هذه الآراء التي أصبحت تخضع في كثير من الأحيان لضغوط خارجية جعلتها تحت الاستغلال السياسي والأمثلة على ذلك كثيرة.

وبدلاً من ذلك ترى نسبة كبيرة من المبحوثين أن أفضل الأساليب لمواجهة خطاب التمييز والكراهية عبر هذه الفضاءات هي استغلال مواقع التواصل الاجتماعي لتنظيم حملات توعية بخطورة هذا الخطاب، ونشرها على نطاق واسع، مستغلة بذلك أكثر الخصائص التي تميز هذه المنصات وهي الشبوع والذبوع والانتشار الجغرافي الواسع، بالإضافة إلى أن تكرار عرض المنشورات وبقائها على المواقع التواصلية لمدة طويلة يزيد من إمكانية تداولها ومشاركتها، كما أن تدعيمها بمختلف الوسائط (نصوص، صور، فيديوهات، روابط) من شأنه أن يعزز قدرتها على الإقناع والتأثير، وتساهم الحملات والبرامج التوعوية في التعريف بماهية خطاب الكراهية والأشكال التي يمكن أن يظهر من خلالها في بيئة الشبكات الاجتماعية،

¹ فاطمة الزهراء عبد الفتاح، آليات وضوابط "مراقبة" مواقع التواصل الاجتماعي، من موقع المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة متاح عبر الرابط: <https://futureuae.com/ar/Mainpage/Item/2515> (10 ماي 2025، سا 10:05).

والأساليب والذرائع التي يتخفى من خلالها، مع التخويف من انعكاساتها السلبية والتأكيد على ضرورة المشاركة والمساهمة في محاربتها والحد من انتشار كل ما يقوض السلام والأمن الشخصي والمجتمعي ويحول المجتمع إلى بؤر للصراع والنزاع والفرقة والعداء، كما يجب أن تركز هذه الحملات والقائمين عليها جهودها على خلق وعي جماعي وتحصين الأفراد فكريا وزرع ثقافة التسامح والاعتدال وقبول الآخر عن طريق استخدام وتوظيف الخطاب المضاد.

في حين يرى البعض الآخر من المبحوثين أن الحل يكمن في إنشاء وحدات لرصد ومتابعة كل أشكال التمييز والكراهية في مواقع التواصل ومحاربة الأخبار الكاذبة، ويتعلق الأمر هنا أساسا بالرقابة والمتابعة التي تفرضها الحكومات على هذه المنصات سواء بمساعدة شركات التواصل الاجتماعي نفسها، من خلال اتفاقات حول إتاحة معلومات وبيانات مستخدمين وصفحات معينة أو حتى اللجوء إلى سياسة الحجب الجزئي أو الكلي، أو باعتماد الدولة أو الحكومة على آليات وتقنيات خاصة بمراقبة المحتوى مثل إنشاء مراصد ووحدات لمتابعة المحتوى الدال على الكراهية والعنصرية، أو الصفحات والمجموعات المروجة للأفكار الهدامة التي ترهن استقرار تلك الدول، لكن آليات الرقابة هاته أصبحت تسيل الكثير الحبر حول أبعادها الأخلاقية ومدى اختراقها لخصوصية الأفراد وحتى الدول، نظير رصد عدة تجاوزات تطرح استهجمات كثيرة حول مشروعيتها وضوابط وحدود استخدامها.

وبالرغم من أن نسبة قليلة من عينة الدراسة أجابت بأفضلية استخدام الخطاب المضاد والأمن، أو تقديم محتوى ينبذ العنف والكراهية والأفكار المتطرفة ويدعو للتسامح والاعتدال، إلا أنه من الآليات والأساليب المهمة جدا في ترسيخ أسس الحوار البناء والتواصل الإيجابي، في مواجهة الأفكار المتشددة والسامة التي تؤدي إلى التعصب والتطرف والجنوح إلى العنف، لا سيما أن كل الأطراف بإمكانها تبني هذا الخطاب المعتدل مثل وسائل الإعلام بوجهيها التقليدي والحديث، مؤسسات المجتمع المدني، المدارس والجامعات ... الخ، فالعمل على تغيير الأفكار ومعالجتها يساهم في معالجة السلوكيات الخاطئة والانحرافية، وهو ما يسمح بدعم الانسجام والتآزر وتحقيق المصلحة العامة.

وتختلف النتائج التي توصلنا إليها جزئيا مع دراسة خديجة بريك وآية حيدوسي التي أظهرت أن "التركيز على فكرة تقبل واحترام الآخر ونشر ثقافة الحوار البناء كأسلوب للنقاش عبر مواقع التواصل الاجتماعي يعد من بين أهم الحلول المقترحة لتلافي الآثار السلبية لخطاب الكراهية".

الجدول رقم (51): يوضح آراء أفراد العينة حول التحديات والصعوبات التي تقف عائقاً أمام مواجهة خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

| التحديات | النسبة | |
|--|---------|---------|
| | النسبة | التكرار |
| الغموض الذي يكتنف طبيعة خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل ومظاهره، وصعوبة تحديد أشكاله وأساليبه | 13,12% | 140 |
| كثرة الحسابات الوهمية والمزيفة وصعوبة متابعتها ورصدها | 32,61% | 348 |
| عدم كفاية النصوص القانونية والتعارض بين استصدارها وتطبيقها الفعلي | 18,09% | 193 |
| نقص الوعي وعدم إبلاغ الضحية المستهدفة عن تعرضها لخطاب الكراهية والتمييز العنصري | 23,15% | 247 |
| اعتماد شركات التواصل الاجتماعي على الاكتشاف الآلي لتحديد خطاب الكراهية والتمييز، مما يجعله عرضة للخطأ وانتهاك حرية المستخدمين في التعبير | 13,03% | 139 |
| المجموع | 100,00% | 1067 |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS₂₅.

إن مواجهة ظاهرة التمييز والكراهية عبر الوسائط الجديدة تتطلب استراتيجيات شاملة تشترك فيها مختلف الدول والمؤسسات القانونية والتعليمية والهيئات والمنظمات والوسائل الإعلامية، وتتنوع الأساليب والوسائل لمعالجة هذا الخطاب على المستوى التربوي والتعليمي والفكري والإعلامي والسياسي، غير أن كل هذه الحلول نظراً لحداثة التجربة والتطور السريع للتقنيات الحديثة وطرق التواصل، ما تزال تواجه العديد من التحديات والصعوبات التي تقف عائقاً أمام مواجهة خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والجدول أعلاه يشير إلى أهم هذه التحديات والصعوبات، ونلاحظ من خلاله أن كثرة الحسابات الوهمية والمزيفة وصعوبة متابعتها ورصدها من أبرز التحديات حسب إجابات 32,61% من

المبحوثين، فمواقع التواصل الاجتماعي تتيح للأفراد استخدامها بهويات غير حقيقية وبأسماء ومعلومات مزيفة، ما يمنحها مساحات أكبر في التعبير عن المشاعر السلبية التي تغذي التمييز والتحيز الخفي، والأمر الذي يجعلها تحدياً حقيقياً هو الأعداد الهائلة لهذه الحسابات وصعوبة إن لم نقل استحالة حصرها، بالإضافة إلى تعقيد عمليات كشفها ومتابعتها، وقد تُستخدم في هذا الصدد عدة تقنيات حديثة كخوارزميات المنصات ذاتها أو أدوات الذكاء الاصطناعي والتي تعتمد في أغلبها على رصد نشاط هذه الحسابات (تفاعل محدود، عدد أصدقاء قليل أو معدوم، البلاغات ضد الحساب، معلومات مشبوهة)، غير أن الوصول إلى هذه الحسابات وحظرها لا يعني الوصول إلى هوية أصحاب هذه الحسابات الذين دوماً ما يجدون أساليب أخرى أكثر تطوراً، للتحايل على هذه الأدوات والهروب من المسائل القانونية خصوصاً عند تدخل الجهات الأمنية.

وتعتمد الجهات المعنية أيضاً في مواجهتها لخطاب التمييز والكراهية على تبليغات المستخدمين، غير أن نقص الوعي وعدم إبلاغ الضحية المستهدفة عن تعرضها لخطاب الكراهية والتمييز العنصري يشكل تحدياً كبيراً وهذا ما أكدته أفراد العينة الذين أيدوا هذا الطرح بنسبة 23,15%، وقد أشرنا في وقت سابق من هذا البحث عن نقص وعي الجمهور بهذه الخطابات وتجلياتها عبر الفضاءات الرقمية، فهي تختلف وتتلون حسب النوع والوسيط الذي يحملها، كما أن المستخدمين يفتقدون إلى المهارات التي تسمح لهم بالتعرف على هذا الخطاب المتخفي في أحيان كثيرة، والذي يتطلب نضجاً فكرياً وعدم الخوف من تبليغ الجهات المختصة عن الحسابات والمواقع التي تنشر خطاب الكراهية تجنباً للوقوع في المشاكل والمسائل القانونية، إن صمت الضحية وعدم إبلاغها عن التعرض لهكذا خطابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي يهدر حقها وفرصتها في الدفاع عن نفسها، أو اتخاذ إجراء قانوني أو حتى الحصول على دعم نفسي واجتماعي وإرشادي، ويعرض غيرها من الضحايا لمثل هذه التجاوزات والممارسات الانحرافية ويؤدي إلى استفحال هذه الظاهرة وانتشارها نظراً لغياب الرادع.

ومن بين التحديات والعوائق أيضاً عدم كفاية النصوص القانونية والتعارض بين استصدارها وسنها وتطبيقها الفعلي والتي حصلت على نسبة 18,09%، فقد حظي خطاب التمييز والكراهية باهتمام كبير من الناحية التشريعية والقانونية التي أكدت من جهة على الحق في حرية التعبير والعدالة والمساواة، وتجريم كل ما يحد من هذه الحرية أو يُعرض أصحابها للنزب أو الكره أو أي نوع من أنواع التحريض من جهة أخرى، ومن بين المعاهدات والاتفاقيات الدولية التي نصت على ذلك: الإعلان العالمي لحقوق

الإنسان، العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية، اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز العنصري، اتفاقية منع جريمة الإبادة الجماعية ... وغيرها، أما على المستوى الوطني سنت الجزائر القانون 20-05 الذي يهدف إلى مجابهة هذه الخطابات وتجريمها وفرض عقوبات على ممارستها، كما أقر ذات القانون إنشاء المرصد الوطني للوقاية من التمييز وخطاب الكراهية ومنحت له صلاحيات واسعة، غير أن تفعيله على أرض الواقع لا زال من المطالب الأساسية لمجابهة عواقب هذه الخطابات ووضع حد لمروجيها، "فضلا عن أنه لا توجد أي إشارة للدور الذي سيقوم به المرصد في ظل البيئة الرقمية، فالمشرع سمح بتوسيع صلاحيات الضبطية القضائية عن طريق السماح لها بمراقبة مرتكبي الجرائم المتعلقة بالتمييز وخطاب الكراهية باستخدام آلية التسرب الإلكتروني، ولكنه أغفل منحه صلاحيات منسجمة مع التحديات الرقمية الحاصلة، وتبقى مسألة فعالية الآلية مرتبطة بنظام العدالة ومدى استقلاليتها لمنع سوء توظيفها وتحقيق الحماية لمن يتكفل بأدائها"¹، وهو ما يوسع الفجوة بين سن القوانين والتشريعات وبين العمل بها، وي طرح عدة تساؤلات حول مدى نجاعتها، ويضعف ثقة الأفراد بالمؤسسات القضائية ودورها الفعال في ردع المتسببين واسترجاع حق الضحايا والمستهدفين، لا سيما في بيئات التواصل الاجتماعي.

هذا وأجاب 13,12% من المبحوثين بأن الغموض الذي يكتنف طبيعة خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومظاهره، وصعوبة تحديد أشكاله وأساليب بثه، شكلت عائقا كبيرا أمام مشروعية تجريمه وحظره القانوني لا سيما تداخله مع حرية الفكر والرأي والتعبير والحدود الفاصلة بينهما، وبالتالي فقد اعتمدت المفوضية السامية لحقوق الإنسان في الأمم المتحدة على خطة عمل الرباط والتي تبنت ستة معايير للفصل بينهما، وتحديد أشكال التعبير المحظور جنائيا، والتي يتم تجريم خطاب الكراهية وفقها وهي كالآتي: سياق الخطاب، قائله، تحديد المقصود منه، مضمونه، مداه، وأخيرا نتائجه"²، وبالرغم من هذا يبقى هذا الخطاب محل جدل في أحيان كثيرة لأسباب السالفة الذكر، لا سيما عندما يتم استغلال هذه المعايير أو التلاعب بها من قبل أطراف تستخدمها للحد من حرية التعبير تحت ذريعة حفظ الأمن والاستقرار.

¹ بلال موزاي، مرجع سابق، ص 89.

² أركانني هادي عباس البديري، مرجع سابق، ص 492.

وأخيرا وبنسبة مقاربة قدرت بـ 13,03% أجاب المبحوثون بأن اعتماد شركات التواصل الاجتماعي على الاكتشاف الآلي لتحديد خطاب الكراهية والتمييز، يجعله أكثر عرضة للخطأ ويخلق إشكالات تسمح بانتهاك حرية المستخدمين في التعبير، فالكشف الآلي يمكن أن يقود إلى التضيق على محتوى لا يحرض على الكراهية أو إزالته، "فهذه الشركات تتبع نهجا غير محدد وغير شامل في نفس الوقت، حيث أنها لا تأخذ بعين الاعتبار السياق الذي يُنشر فيه المحتوى، وهو ما يفرض حاجة ماسة إلى إعادة تقييم السياسات الخاصة بمجابهة خطابات التمييز والكراهية لدمج السياق مع المحتوى، وبالتالي تضيق نطاقها لحظر الحالات الأكثر ضرراً والمنشورة عبر الشبكات الاجتماعية المختلفة، وحماية حرية التعبير في الوقت ذاته¹، وهي النتيجة التي اتفقت مع دراسة Jena Jendrowski التي وجدت فيها أن "الأهداف الموضحة في قواعد تويتر (إكس) تعمل على تقليل خطاب الكراهية إلى الحد الأدنى على منصتها، ومع ذلك، غالبا ما تكون غير فعالة في مراقبة الكميات الهائلة من محتوى خطاب الكراهية في ظل حرصهم -أي المنصة - على إنشاء ومشاركة الأفكار والمعلومات دون حواجز".

الجدول رقم (52): يوضح آراء أفراد العينة حول التحديات والصعوبات التي تقف عائقا أمام مواجهة خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغيرات الجنس، السن، والمستوى التعليمي.

| النسبة | | | | | | | المتغيرات | |
|---|-------------------------|-------------------------|---------------------|--------------------------|-------|----------------------|-----------|-------|
| ما هي أهم التحديات والصعوبات التي تقف عائقا أمام مواجهة خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ | | | | | | الغموض الذي يكتنف... | | |
| المجموع | اعتماد شركات التواصل... | نقص الوعي وعدم إبلاغ... | عدم كفاية النصوص... | كثرة الحسابات الوهمية... | 72 | يكتنف... | ذكر | الجنس |
| 496 | 62 | 111 | 94 | 157 | 72 | ك | | |
| 46,49 | 5,81 | 10,40 | 8,81 | 14,71 | 6,75 | % | أنثى | الجنس |
| 571 | 77 | 136 | 99 | 191 | 68 | ك | | |
| 53,51 | 7,22 | 12,75 | 9,28 | 17,90 | 6,37 | % | المجموع | الجنس |
| 1067 | 139 | 247 | 193 | 348 | 140 | ك | | |
| 100,00 | 13,03 | 23,15 | 18,09 | 32,61 | 13,12 | % | | |

¹ رانيا سليمان سعد الدين، مرجع سابق، ص 3.

| | | | | | | | | | |
|------------------|-------|--------|-------|-------|-------|-----------------------------|----------------|--|---------------------|
| 25 | 5 | 5 | 4 | 9 | 2 | ك | أقل من | | السن |
| 2,34 | ,47 | ,47 | ,37 | ,84 | ,19 | % | 18سنة | | |
| 407 | 54 | 107 | 59 | 134 | 53 | ك | من 18 | | |
| 38,14 | 5,06 | 10,03 | 5,53 | 12,56 | 4,97 | % | إلى27سنة | | |
| 355 | 45 | 80 | 73 | 110 | 47 | ك | من 28 | | |
| 33,27 | 4,22 | 7,50 | 6,84 | 10,31 | 4,40 | % | إلى37سنة | | |
| 237 | 32 | 46 | 50 | 80 | 29 | ك | من 38 | | |
| 22,21 | 3,00 | 4,31 | 4,69 | 7,50 | 2,72 | % | إلى47سنة | | |
| 43 | 3 | 9 | 7 | 15 | 9 | ك | من48سنة | | |
| 4,03 | ,28 | ,84 | ,66 | 1,41 | ,84 | % | فما فوق | | |
| 1067 | 139 | 247 | 193 | 348 | 140 | ك | المجموع | | |
| 100,00 | 13,03 | 23,15 | 18,09 | 32,61 | 13,12 | % | | | |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | ك | ابتدائي | | المستوى التعليمي |
| ,00 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 | % | | | |
| 55 | 7 | 12 | 11 | 18 | 7 | ك | متوسط | | |
| 5,15 | ,66 | 1,12 | 1,03 | 1,69 | ,66 | % | | | |
| 329 | 46 | 70 | 56 | 111 | 46 | ك | ثانوي | | |
| 30,83 | 4,31 | 6,56 | 5,25 | 10,40 | 4,31 | % | | | |
| 572 | 68 | 145 | 104 | 186 | 69 | ك | جامعي | | |
| 53,61 | 6,37 | 13,59 | 9,75 | 17,43 | 6,47 | % | | | |
| 111 | 18 | 20 | 22 | 33 | 18 | ك | دراسات عليا | | |
| 10,40 | 1,69 | 1,87 | 2,06 | 3,09 | 1,69 | % | | | |
| 1067 | 139 | 247 | 193 | 348 | 140 | ك | المجموع | | |
| 100,00 | 13,03 | 23,15 | 18,09 | 32,61 | 13,12 | % | | | |
| المستوى التعليمي | | السن | | الجنس | | اختبار كا ² | | | |
| 7,078 | | 14,284 | | 2,455 | | قيمة اختبار كا ² | | | |
| 12 | | 16 | | 4 | | درجة الحرية df | | | |
| 0,852 | | 0,578 | | 0,653 | | مستوى الدلالة sig | | | |

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS₂₅.

يوضح الجدول آراء عينة الدراسة حول أهم التحديات والصعوبات التي تقف عائقا أمام مواجهة خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس، السن، والمستوى التعليمي، وأشارت نتائج كاي تربيع، إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في رأيهم حول أهم التحديات والصعوبات التي تقف عائقا أمام مواجهة خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما دلت عليه قيمة $p=0.653$ عند درجة الحرية $df=4$ وهي أكبر من مستوى الدلالة عند 0.05، أي أنها غير دالة إحصائيا، كما لا توجد فروق بين الفئات العمرية في رأيهم حول التحديات والصعوبات التي تقف عائقا أمام مواجهة خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث كانت قيمة $p=0.578$ ، وهي أكبر من مستوى الدلالة عند 0.05، كما بينت النتائج أن المستوى التعليمي عامل غير مؤثر في رأي المبحوثين حول أهم التحديات والصعوبات التي تقف عائقا أمام مواجهة خطاب التمييز والكراهية عبر المنصات الاجتماعية، حيث كانت قيمة $p=0.852$ ، وهي أكبر من مستوى الدلالة عند 0.05، وبالتالي فهي غير دالة إحصائيا.

وقد تعود هذه النتائج أساسا إلى التجارب المشتركة للمستخدمين في مواقع التواصل الاجتماعي حول خطاب الكراهية، والتي تجعلهم يتعرضون إلى نفس الإشكالات المرتبطة بهذه الخطابات وبالتالي الوقوف على نفس العوائق والتحديات، والتي تقلص الفروق في الرأي سواء بالنسبة للجنس أو الفئة العمرية أو التعليم.

ثانيا: النتائج العامة للدراسة.

تعتبر النتائج النهائية للدراسة أهم أجزاء البحث العلمي، ومحصلة الجهود البحثية انطلاقا مما تم تقديمه في الجانب التطبيقي، وبالاستناد على الإطار والتراث النظري والأهداف المسطرة وللإجابة على تساؤلات الدراسة، ويمكن تلخيصها من خلال ما يلي:

نتائج محور خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأساليب التفاعل معه من طرف المستخدمين:

1- بينت النتائج أن أفراد العينة لا يملكون تصورا واحدا فقط حول مفهوم خطاب الكراهية والتمييز، حيث كشفت النتائج عن تعددية في التصورات لدى معظم المبحوثين، غير أنهم أجمعوا على أن خطاب التمييز والكراهية يتمثل في خطاب يهدف إلى تشويه صورة الآخر والحق من قيمته كمفهوم شائع، ويشمل أيضا عدم تقبل الآخر والرأي الآخر المختلف عنك، إضافة لكونه خطاب يقوم على العنصرية وإقصاء الآخرين وتهميشهم اجتماعيا، بينما هناك من اعتبره إساءة إلى شخص أو مجموعة بسبب انتماءاتهم العرقية أو الإثنية أو الطائفية أو الدينية، إن هذا التباين وتعدد الآراء بين المبحوثين نحو مفهوم خطاب التمييز والكراهية يعكس الاختلاف العالمي حول تعريفه، وعدم وضع أسس موحدة له في المواثيق الدولية والمحلية والنزاع الواسع حول أبعاده وارتباطه بمفاهيم ومصطلحات مشابهة، وصعوبة الكشف عنه وتحديد طبيعته المتغيرة والمتخفية لا سيما عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويمكننا أن نضيف في هذا الصدد أن الاختلافات الثقافية والمنطلقات القيمية والمعتقدات الدينية والخلفيات الاجتماعية من شأنها أن تجعل مفهوم هذا الخطاب يضيق ويتسع لدى الأفراد، ويرتبط بالسياقات والمواقف التي عايشوها.

2- وضحت النتائج انتشار خطاب الكراهية والتمييز عبر فيسبوك بشكل أكبر عن غيره من المنصات بالاستناد إلى عدة عوامل أبرزها الانتشار الواسع لهذا التطبيق في الجزائر، إضافة إلى المزايا والخصائص التي يتمتع بها، كما أن له دورا محوريا في التأثير على جمهور المستخدمين، سيما خلال الأحداث السياسية أو في أوقات الأزمات، أين تنتشر الأخبار الكاذبة والمضللة وتزداد النزاعات والخطابات التحريضية، دون إغفال قدرة المستخدمين على التخفي واستخدام الهويات الافتراضية، في المقابل وبالرغم من أن موقع فيسبوك حاز على المركز الأول، إلا أنه ليس الوحيد، حيث أشارت النتائج إلى أن كل من منصات الأنستغرام، التيك توك، واليوتيوب يساهمون أيضا في نشر الخطابات التمييزية والتحريضية، ونرى أن ترتيب المبحوثين لأكثر المواقع نشرًا لخطاب التمييز والكراهية يعود بالدرجة الأولى

إلى طبيعة استخدامهم لموقع دون آخر وليس بالضرورة لكونه منتشرا فيه، كما يتأثر بأنماط استخدامهم الشخصية لكل منصة، وليس بالضرورة بمعدل انتشار هذه الخطابات فيها بشكل موضوعي.

3- إن خطاب الكراهية والتمييز يعتبر أداة تحفيزية للمشاعر السلبية وتوجيهها وإثارتها وهي تتخذ عبر مواقع التواصل الاجتماعي عدة أشكال وقوالب، حيث أظهرت النتائج أن مقاطع الفيديو وسيلة وأداة فعالة في انتشار خطاب التمييز والكراهية، ويعزى ذلك إلى الرواج الكبير للمحتوى المرئي عبر مختلف المنصات التواصلية، انتشارها السريع بين أوساط الجمهور وفي وقت قصير، خصوصا إذا كان ما تقدمه مثيرا للجدل أو لمشاعر العداء والعنصرية والتمييز، فخوارزميات بعض المنصات تعزز هذا النوع من المحتوى الذي يلقي تفاعلا كبيرا وتسهم في نشره ومشاركته على نطاق واسع، وبالتالي فهذه الوسائط المرئية لها القدرة على خلق واقع بديل أكثر واقعية، يجعلها أكبر تأثيرا وفعالية لاستثارة المشاعر السلبية كالخوف أو الغضب، وهي المشاعر التي تُستغل غالبا في نشر الكراهية والأفكار الضارة والمتطرفة والغير بناءة.

4- يعتبر الخطاب الثقافي من أكثر خطابات التمييز والكراهية شيوعا عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويعزى ذلك إلى أن العناصر المشكلة للثقافة في عمومها تتسحب على جميع مكونات المجتمع، ويشمل هذا النوع من الخطابات الاختلافات في الخصائص الثقافية بين الأفراد والمجموعات وتهميشها وإقصائها، الاختلافات اللغوية، التمييز من خلال تباين العادات والتقاليد ... وتمتد لتشمل الثقافات الفرعية، القيم والمعتقدات والأعراف الاجتماعية ومختلف الرمزيات ذات الدلالة والطابع الثقافي، وبما أن الجزائر بلد يتميز بالتنوع العرقي والتعدد اللغوي والثقافي الذي يكرس الهوية الوطنية، والمستمد أساسا من التأثيرات التاريخية وتعاقب الحضارات، فإن ترسيخ هذه الممارسات العنصرية والتمييزية يساهم في تعزيز الفرقة وتقويض التعايش الإيجابي بين أفراد المجتمع الواحد.

5- تبين لنا أيضا من خلال نتائج الدراسة أن أكثر أنواع خطابات التمييز والكراهية تداولاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى جانب الخطابات الثقافية هي الخطابات السياسية والدينية، وبهذا يمكن القول أن ثلاثية "الدين والسياسة والثقافة" من أبرز المحاور التي تشكل القيم والهوية وتؤثر في تطور المجتمع ككل، وبالتالي فهي غالبا ما تكون مجالات للاستقطاب الحاد، مما يجعل النقاشات حولها عاطفية وعدائية، وأن أي توتر أو جدل حولها قد يؤدي إلى تصاعد خطابات إقصائية أو تحريضية.

6- حاز التمييز والعنصرية على المرتبة الأولى كأكثر أشكال خطاب التمييز والكراهية تداولاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتتخذ هذه العنصرية الصيغة الظاهرية أو المبطنة وتتضمن استبعاد وإقصاء أشخاص أو مجموعات بناء على عرقهم أو جنسهم أو ثقافتهم أو لغتهم أو انتمائهم السياسي أو المذهبي أو بناء على وضعهم الاجتماعي والاقتصادي، إلى جانب انتشار كل من ألفاظ وعبارات السب والإهانة والشتم، وأيضا السخرية والاستهزاء، ويحيل هذا التدني واللاأخلاقية في النقاش والحوار مع الآخر المختلف إلى شيوع ثقافة التعبير العدائي لدى الجمهور الجزائري وغياب ثقافة الحوار البناء واحترام التنوع والاختلاف، وهو ما يعكس وجود خلل وانقسامات فكرية وإيديولوجية قد ترجع امتداداتها إلى الصراع الهوياتي والتاريخي الطويل للجزائر، فضلا عن حالة الاحتقان في الشارع أو المجتمع الجزائري بفعل الأزمات السياسية أو الاقتصادية أو الصحية وغيرها، إضافة إلى عدة أبعاد وعوامل متداخلة منها النفسية، الاجتماعية، التكنولوجية ... الخ.

7- بينت النتائج أن أكثر من نصف العينة تقريباً لا تتخذ أي موقف فعال تجاه المنشورات الدالة على التمييز والكراهية، حيث أجاب معظمهم بأنهم لا يتصفحون هذه المنشورات نهائياً ويتجاهلون، أو أنهم يكتفون بالتصفح دون التفاعل الإيجابي أو رد فعل مثل الإعجاب أو التعليق أو المشاركة أو الإبلاغ والمواجهة، وقد يعكس هذا التصفح السلبي مزيجاً من نقص الوعي الرقمي، وضعف الشعور بالمسؤولية الاجتماعية، وتجنباً للدخول في صراعات ونقاشات قد تثير جدالاً غير مرغوب فيه وتتحول إلى رد فعل عنيف وهجوم عدائي تتخلله الإهانات واللغة البذيئة، فضلاً عن إحساسهم بعدم جدوى التفاعل أو الإبلاغ عن المحتوى المسيء لعدم وجود الاستجابة المرجوة من قبل إدارة الموقع أو التشكيك في فعاليته، كما أن الكثير منهم لا يعرفون كيفية وآليات الإبلاغ عن هذه المنشورات أو بسبب الخوف من التبعات.

8- يلعب صناع المحتوى دوراً مزدوجاً في بث وتلقي خطاب التمييز والكراهية، حيث يسعون من خلال قدرتهم على الوصول إلى جماهير عريضة من المتابعين والتأثير عليهم، إلى إثارة الجدل من أجل جذب المشاركين وزيادة التفاعل والانتشار لمحتوهم، وتحقيق الشهرة باستخدام اللغة البذيئة والخطاب المحرض على الكراهية والتمييز والعنصرية، مما يجعلهم من أكبر الفاعلين في صناعة خطاب الكراهية والتمييز والمروجين له عبر منصات التواصل الاجتماعي، ومن جهة أخرى يكونون عرضة للاستهداف من قبل المستخدمين الذين يختلفون معهم أيديولوجياً أو ثقافياً، أو بسبب طرحهم لأفكار معينة أو آراء شخصية أو سياسية أو اجتماعية حساسة، أو عندما يتعلق الأمر بمحتويات تافهة تركز الرداءة والانحلال القيمي والأخلاقي.

9- أبرزت النتائج أن السياسيين والمسؤولين من أكثر الفئات المستهدفة بخطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويعزى ذلك إلى طبيعة السياسة التي لا طالما شكلت مادة دسمة للنقاش، باعتبارها مجالا تنافسيا يستقطب العديد من الآراء والأفكار المتعارضة من جهة، وباعتبار هؤلاء الشخصيات السياسية الذين يشغلون مناصب في الحكومة مؤثرين على عملية صنع القرار السياسي في المجتمع، مما يجعلهم هدفا لانتقادات حادة قد تتحول إلى خطابات مسيئة، خاصة في أوقات الأزمات وفترات اللاإستقرار التي تدفع الأفراد إلى إلقاء اللوم عليهم واعتبارهم مسؤولين عن مشاكلهم والتحريض ضدهم كنوع من المحاسبة الشعبية، وبالمقابل يمكن أن تتغاضى الدولة أو تشجع على هذا النوع من الخطاب إذا كان موجها ضد معارضيه ويتناسب ومصالحها تحت غطاء السعي إلى تحقيق الأمن والوحدة الوطنية.

10- تُعد الشهرة وحب الظهور من العوامل الرئيسية التي تدفع بعض الأفراد إلى استخدام خطاب التمييز والكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يبالغ الكثير من مستخدمي هذه المواقع بنشر محتوى غير المقبول اجتماعيا يجذب التعليقات السلبية والإهانات والنقد اللاذع، سعيا إلى تحقيق الشهرة سواء كانت بشكل ايجابي أو سلبي، وعلى النقيض تماما قد ينشر العديد من المستخدمين هذا الخطاب عبر مواقع التواصل لعدم قدرتهم على المواجهة المباشرة، ورغبة منهم في إخفاء وعدم الكشف عن هوياتهم الحقيقية، فالبيئة الافتراضية توفر غطاء لهذه الممارسات العدائية والعنصرية دون خوف من العواقب والمساءلة القانونية، كما تتداخل العديد من الدوافع الأخرى مثل التنشئة الاجتماعية الخاطئة، التعصب والتطرف، الانتقام والتنفيس عن الغضب، شعور الفرد بالظلم والتهميش، وأخيرا العزلة والانغلاق.

11- أجاب معظم أفراد العينة أنهم لم يستخدموا خطابا يدعو للكراهية والتمييز عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويمكننا من خلال هذه النتائج أن نقدم تفسيرين، التفسير الأول يمكن أن يمثلته مدى الوعي الاجتماعي والأخلاقي لدى عينة الدراسة والذي يتجسد في امتناعهم عن بث هذا الخطاب والتزامهم بقيم الحوار وتقبل الآخر، في إدراك لخطورته وعواقبه وانعكاساته أو تجنباً للوقوع في المشاكل والمسائل القانونية، وفي تفسير آخر يمكن القول أن المبحوثين قد يجهلون طبيعة هذه الخطابات ولا يستطيعون كشف وتشخيص الكراهية التي تكمن ورأئها، ووضع حدود فاصلة بين ما هو خطاب عدائي ومسيء وبين ما يعتبرونه ممارسة لحرية التعبير والرأي.

12- توصلنا من خلال نتائج الدراسة بأن النسبة الأكبر من أفراد العينة لم يسبق لها أن تعرضت لخطاب يحرض على التمييز والكراهية اتجاهاها على مواقع التواصل الاجتماعي، وربما قد تعكس هذه النتيجة حقيقة أن العينة ليست مستهدفة بالكراهية بحد ذاتها وإنما غالبا ما تصادف محتوى يحرض على التمييز ضد أشخاص آخرين أو مجموعات أو أقليات أو غيرها، ويمكن أن نرجع ذلك أيضا إلى طبيعة النشاط الرقمي من حيث المتابعة والنشر والمشاركة، والمدة المخصصة للتصفح، ونوع المواقع والصفحات التي يشترك فيها المبحوثون، كما قد لا تعكس هذه النتائج الواقع، ويرتبط الإشكال أساسا بعدم قدرة المبحوثين من التعرف على هذه النوعية من الخطابات سواء تعلقت بمحتوى الخطاب أو سياقه أو مصدره.

13- أجاب أفراد العينة الذين تعرضوا لخطاب يحرض على التمييز والكراهية اتجاهاهم على مواقع التواصل الاجتماعي، بأن ذلك كان بسبب آرائهم وأفكارهم، ثم بسبب توجهاتهم الدينية، ثم بسبب انتمائهم وهويتهم، تلتها الأسباب المتعلقة بالتوجهات السياسية والهوية الجندرية، وأخيرا الشكل والمظهر الخارجي، ويمكن أن نستدل من خلال هذه النتيجة على ضعف ثقافة الحوار بين المستخدمين الجزائريين اللذين قد يستهدفون الآخرين لمجرد اختلاف الرأي والفكر، وهو ما يجعل هذه الاختلافات تتحول إلى مواجهات شخصية بدلا من نقاشات موضوعية، وبالتالي يحل التعصب والجمود بدل النضج الفكري، ورفض الاختلاف بدل تقبل التعدد والتنوع الثقافي.

نتائج محور دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار خطاب التمييز والكراهية:

14- يعتبر غياب ثقافة الحوار وعدم احترام التباين في الآراء والمواقف حول القضايا المختلفة أهم الأسباب التي تسهم في تفشي خطاب التمييز والكراهية، حيث تنشأ الكراهية وتتوغل في المجتمعات عموما والمجتمع الجزائري خصوصا لغياب ثقافة تقبل الآخر باختلافاته وآرائه، والاعتماد على الانطباعات العاطفية بدلا من المنطق والحجج الموضوعية، وافتقاد مهارات الحوار البناء القائم على النقد الإيجابي، ومن بين الأسباب كذلك التي أجاب عليها أفراد العينة تراجع أو اختلاف القيم الاجتماعية والأخلاقية، نقص الوعي وغياب التحصين الفكري للأفراد، غياب الرقابة وضعف القوانين والتشريعات الرادعة، غياب الحقائق وانتشار المعلومات المضللة والأخبار الكاذبة، وأخيرا ظهور وانتشار جماعات وتنظيمات متطرفة فكريا أو سياسيا أو دينيا.

15- احتل غياب العدالة وتفشي الظلم والإقصاء الاجتماعي المرتبة الأولى من بين العوامل

والظروف التي تساهم في تكريس خطاب التمييز والكراهية، ويعد الظلم الاجتماعي وغياب العدالة داخل المجتمع من بين المحركات الدافعة للسلوكات الانحرافية، فالظروف الاجتماعية الغير متساوية بين أفراد المجتمع والتمييز والإقصاء يولد لديهم الشعور بالظلم والحرمان مقارنة بالآخرين، وبالتالي يلجؤون لاستخدام خطاب الكراهية كآلية تعويضية لتحقيق مكاسب رمزية وترميم الشعور بالقوة أو التفوق عندما تكون الوسائل المشروعة غير متاحة، وهو ما تعزز وانتشر بشكل كبير في البيئة الرقمية التي تعد بيئة داعمة له.

16- تساهم الضغوط الاقتصادية، والصراعات والتوترات الدينية كذلك في تكريس خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى التغيرات والتحولات على الساحة السياسية، وممارسة التضليل والاستقطاب السياسي وقوتها التحريضية، لا سيما خلال فترات اللاإستقرار والأزمات الصحية، السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية ... الخ، دون إغفال السياق التاريخي الطويل للحرب الاستعمارية والعشرية السوداء والإرهاب التي رسبت انعكاسات ضارة على المجتمع الجزائري، وهو ما يؤكد الترابط الوثيق بين الواقع الاجتماعي والعالم الافتراضي، فالبيئة المحيطة والأوضاع التي يعيشها الفرد تؤثر على انتشار خطابات الكراهية في الواقع لتمتد إلى البيئة الرقمية.

17- أجاب المبحوثون أن المبالغة وتضخيم الأحداث لتشويه الحقائق وإشاعة الخوف بين المستخدمين تعتبر من بين أكثر الأساليب استخداما في الترويج لخطابات التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يتم تضخيم الأحداث والمبالغة في تصويرها لتشويه الحقائق وإشاعة الخوف بين المستخدمين، كآلية للتأثير النفسي وإثارة القلق الجماعي والخوف كشعور طبيعي لدى الأفراد لتضخيم حدة التهديدات وإضعاف التفكير العقلاني ورفع القابلية لتقبل الأفكار المتطرفة والعدائية، والتي غالبا ما تكون استراتيجية مُخطّطا لها لخدمة أجندات سياسية أو اقتصادية واستغلال مخاوف الجمهور أوقات الأزمات، وبهذه الطريقة يُقدّم خطاب الكراهية والعنصرية والتمييز ويغلف بمخاوف وجودية تحت ذريعة حماية المجتمع والدفاع عن الهوية بما يعطي شرعية زائفة لهذا الخطاب.

18- إن التخفي خلف الحسابات المزيفة والهويات الوهمية هو أكثر العوامل المساعدة التي جعلت مواقع التواصل الاجتماعي منصة للترويج لخطاب التمييز والكراهية، فمجهولية المصدر عموما تشكل تحديا كبيرا للتعامل مع المحتوى المسيء والمعرض على الكراهية والإساءة ومختلف أشكال العنف اللفظي والجسدي ونشر الفتنة لأهداف مغرضة على مواقع التواصل الاجتماعي، كما ساهمت سهولة الوصول إلى المعلومات وحرية الرأي والتعبير دون قيود أو شروط في انتشار هذه الخطابات أيضا، حيث أن غياب

الضبط والتوجيه أتاح للكثيرين استغلال هذا الفضاء الذي يكرس حرية الرأي والتعبير من طرف بعض الجهات والأفراد والجماعات، لنشر أفكار ومعتقدات تسيء للآخرين وتعمل على إقصائهم وتهميشهم، وتدعوا إلى التحريض العنصري ضدهم، ولقد غدى هذا الدور والانعكاسات والتأثيرات السلبية ضعف الآليات الرقابية وطرق المتابعات القانونية.

نتائج محور انعكاسات انتشار خطاب التمييز والكراهية على المستخدمين الجزائريين عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

19- يعتبر انتشار وتنامي التعصب والفكر المتطرف بين الأفراد سببا مباشرا لخطاب الكراهية ونتيجة له أيضا، كما يعد من بين أخطر الانعكاسات والتأثيرات السلبية لهذه الخطابات والتي وجدت صدى لها عبر المنصات التواصلية، وهي تنتج عن الانغلاق والانعزالية وضيق الفكر والأفق والتخلف المعرفي، إضافة إلى تهديد الأمان الشخصي والنفسي والخط من الكرامة الإنسانية للمستهدفين، وترسيخ ممارسات عنصرية تزيد من خطر التعرض لأعمال العنف والاعتداءات اللفظية والسلوكية، وكذا الشعور بالعزلة والتهميش وإعاقة عملية الاندماج الاجتماعي للأفراد المستهدفين، وهو ما يؤدي في الأخير إلى توسيع الفجوات بين الأشخاص والتباعد في العلاقات الاجتماعية وبالتالي خلق النزاعات وتغذية الخلافات والاخلال بالأمن الفكري والأخلاقي والثقافي والاجتماعي للمجتمع، والأخطر من ذلك تبني سلوكيات متطرفة والنزوع نحو العنف.

20- يرى أغلب المبحوثين أن الانعكاسات المجتمعية السلبية لخطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تتمثل في تهديد وحدة المجتمع وتماسكه وإضعاف بنيته الداخلية من جهة وتأجيج الصراعات والنزاعات وانتشار الفتنة بين أبناء المجتمع الواحد وتمزيق الروابط الاجتماعية من جهة أخرى، فخطاب الكراهية يؤدي إلى ضرب النسيج الاجتماعي ويتسبب في الانقسام داخل المجتمع، ويحوّله إلى مجموعات متنافرة تطغى عليها مشاعر الاستقطاب وعدم الانتماء والفرقة والتناحر، فينشغل أفرادها بصراعاتهم الداخلية بدلا من مواجهة التحديات الخارجية، وهو ما يضعف المجتمع ويجعله مهزوزا أمام الأزمات ويفقده القدرة على مواجهة والأخطار المحدقة به.

21- يعتبر خطاب الكراهية والتمييز من أهم العوامل المولدة للعنف داخل المجتمع، ويمكن أن نلمس وجوده عبر عدة صور وأشكال، كأن يتمثل العنف في الإساءات اللفظية، وهي عنف رمزي غير مباشر، قد يكون أقل وضوحا ويقف عند حدود الكلام لكنه يمارس على نطاق واسع ويحدث تأثيرات

عميقة وأضرار نفسية للأفراد المستهدفين، كما يمكن أن تتطور هذه المشادات الكلامية لتتحول إلى مضايقات وتهديدات سواء على المستوى الفردي أو الجماعي، وتكون مقصودة ومستمرة وهدفها التهريب والتخويف والسيطرة، وقد تصل هذه الممارسات إلى حد الاعتداء الجسدي وإلحاق الضرر المادي والبدني على الأفراد وهو سلوك عدائي وانتهاك خطير للحقوق الأساسية للأفراد والتي تكفلها القوانين الوطنية والدولية، وتشمل هذه الاعتداءات أيضا العمليات التخريبية وإلحاق الضرر بالملكيات، حيث ينتشر هذا النوع من العنف بصفة كبيرة في الثقافة الشعبية بين الجزائريين، الذين عادة ما يلجؤون للتعبير عن غضبهم واحتجاجهم حول أوضاع معينة عبر تخريب وإتلاف الممتلكات والمرافق العامة، كما يمتد هذا العنف ليصل إلى حد ارتكاب جرائم القتل بدافع التحيز ضد العرق أو الجنس أو اللغة أو الانتماء السياسي أو الديني ... ، وهو ما يولد في نهاية المطاف دوامة من العنف ترسخ ثقافة الكراهية والخوف واللامن بين مكونات المجتمع وتزعزع استقراره وتماسكه.

نتائج محور مواجهة خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

22- وجدنا من خلال النتائج أن أغلبية أفراد العينة ليس لديهم معرفة سابقة عن العقوبات القانونية المترتبة عن بث خطاب التمييز والكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي، وبالرغم من استحداث قانون رقم 20-05 المتعلق بالوقاية من التمييز وخطاب الكراهية وتنفيذه من قبل المشرع الجزائري، إلا أن السواد الأعظم من الجزائريين لا يدركون بأنها جريمة يعاقب عليها القانون، وينم ذلك بالدرجة الأولى عن نقص الوعي لا سيما أن هذا الخطاب ذو مفهوم فضفاض ويتخذ أشكالا تعبيرية متعددة ويتخفى تحت رمزيات مختلفة، فضلا عن اعتقادهم بأن بيانات التواصل الاجتماعية غير خاضعة للرقابة وتتسم بانعدام المساءلة، كما لا يمكننا إغفال أن هناك ضعف في التوعية القانونية، والتي تعكس فجوة بين الدولة كنظام قانوني، ومستوى الإدراك المجتمعي لهذه الظاهرة في المنصات التواصلية وتداعياتها على أرض الواقع.

23- يرى أفراد العينة أن المؤسسات القضائية تلعب الدور الأهم والمركزي في التصدي لخطاب التمييز والكراهية، بحيث تضمن من خلال احترام مبدأ سيادة القانون تحقيق العدالة والمساواة والتعايش السلمي بين أفراد المجتمع، كما أن المؤسسات الإعلامية كذلك عليها جزء من المسؤولية ويتعلق الأمر في هذا السياق بالممارسة الإعلامية من حيث السياسات التحريرية أو الأداء المهني للصحفيين العاملين في المجال، وضرورة ربطها بالمسؤولية الاجتماعية، إضافة إلى أن سبل المواجهة تتطلب تعزيز جهود منظمات المجتمع المدني ويرتكز دورها أساسا في تنظيم الحملات التوعوية التثقيفية لفهم هذه خطابات بمختلف أشكالها، وكيفية التعامل معها ومواجهتها ونشر الخطاب المضاد، كما يمثل الضبط الاجتماعي

أحد أهم النظم المرتبطة بتحديد أنماط السلوك في المجتمع، من خلال مؤسساته المختلفة فالحياة الاجتماعية تتطلب الخضوع لضوابط وقواعد معينة تعزز القيم المجتمعية الإيجابية وتحد من انتشار الأفكار المتطرفة والسلوكيات الضارة، كما أن استراتيجية مواجهة خطاب التمييز والكراهية لا تكتمل إلا بمشاركة شركات مواقع التواصل الاجتماعي التي بادرت بدورها إلى إصدار سياسات لمحاربة وحظر التمييز وخطاب الكراهية عبر منصاتها، وتطوير أساليب التعرف عليه والتبليغ عنه، وهو ما يؤكد على أن التكامل بين عمل هذه المؤسسات مجتمعة هو ما يضمن مجابهة خطاب الكراهية والتمييز على المدى القريب والبعيد.

24- تركزت إجابات معظم أفراد العينة على أن فرض الرقابة على المحتوى الرقمي من أبرز الآليات الواجب اتباعها لردع مروجي خطابات التمييز والكراهية، وتعتمد الحكومات عموما والجزائر خصوصا في هذا الصدد على مزيج من الإجراءات الردعية والآليات الرقابية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال عدة آليات أبرزها عملية الحجب الكلي أو الجزئي لهذه المواقع، والعمل على منع وصول المستخدمين إليها، أو حتى الوصول إلى مواد وموضوعات أو كلمات مفتاحية أو هاشتاقات بعينها، ويتم تقييد المحتوى في أوقات وفترات معينة خلال الأزمات أو الاحتجاجات أو التوترات، أو للتعطية على حدث معين أو قضية محددة أو التقييد الجغرافي، أو بفعل الضغوط والتأثيرات المجتمعية، أو ما يمكن اعتباره تهديدا أمنيا أو مساسا بمقومات الهوية، أو محتوا يشجع على العنف والجريمة.

25- يرى أغلب المبحوثين أن مواقع التواصل الاجتماعي بإمكانها مواجهة مدّ خطاب الكراهية، من خلال إلزام شركات التواصل الاجتماعي على فرض الرقابة على محتواها ومستخدميها، استغلال مواقع التواصل لتنظيم حملات توعية بخطورة خطاب التمييز والكراهية ونشرها على نطاق واسع، أيضا إنشاء وحدات لرصد ومتابعة كل أشكال التمييز والكراهية في مواقع التواصل ومحاربة الأخبار الكاذبة، واستخدام الخطاب المضاد، أي تقديم محتوى ينبذ العنف والكراهية والأفكار المتطرفة ويدعو للتسامح والاعتدال.

26- توصلنا من خلال النتائج أن كثرة الحسابات الوهمية والمزيفة وصعوبة متابعتها ورصدها، من أبرز التحديات والصعوبات التي تقف عائقا أمام مواجهة خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فالأعداد الهائلة لهذه الحسابات وصعوبة إن لم نقل استحالة حصرها، بالإضافة إلى تعقيد عمليات كشفها ومتابعتها، يجعلها تحديا حقيقيا ويمنحها مساحات أكبر في التعبير عن المشاعر السلبية التي تغذي التمييز والتحيز الخفي، كما أن نقص الوعي وعدم إبلاغ الضحية المستهدفة عن تعرضها لخطاب الكراهية والتمييز العنصري، وكذا عدم كفاية النصوص القانونية والتعارض بين استصدارها وسنها

وتطبيقها الفعلي، من بين التحديات والعوائق أيضا التي تؤدي إلى استفحال هذه الظاهرة وانتشارها.

خاتمة وتوصيات

خاتمة:

بات خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي يشكل خطرا حقيقيا على مستوى الأمن الفكري والأخلاقي والثقافي والاجتماعي للمجتمع الجزائري، وأسهم في تغذية العنف والتوترات، التي تتخذ أبعادا مقلقة قد تصل إلى حد ارتكاب جرائم خطيرة بدافع الكراهية في أحيان كثيرة، وهو الأمر الذي جعل البحث في هذه الظاهرة وتداعياتها أمرا في غاية الأهمية، نظرا لتصاعد وتفشي حدة هذه الخطابات بالموازاة مع الاهتمام البالغ الذي تحظى به مواقع التواصل الاجتماعي والإقبال الكبير على استخدامها من قبل أفراد المجتمع، وعليه استهدفنا من خلال دراستنا الموسومة "بدور مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار خطاب التمييز والكراهية" وبالتطبيق على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر، الخوض بشكل موضوعي ودقيق في مناقشة هذه الظاهرة من جميع أبعادها الاجتماعية، الثقافية، النفسية، والأخلاقية، انطلاقا من ضبط وتحديد المطارحات المفاهيمية لخطاب التمييز والكراهية وأشكاله وأساليبه المختلفة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر وطبيعة تفاعل الجمهور معه، مروراً بتحديد دوافعه وأسبابه، ووصولاً إلى رصد دور المواقع التواصلية في انتشار هذا النوع من الخطابات، ومدى إدراك المستخدمين ووعيهم بانعكاساته على النظام القيمي والنسيج الاجتماعي والثقافي، بالإضافة إلى استكشاف دور المحيط الاجتماعي في تكريس ثقافة العداء لدى رواد وسائل التواصل الاجتماعي، وهو ما يفرض ضرورة إيجاد سبل التصدي له وطرق لمعالجته.

ومن خلال السير وفق إجراءات منهجية دقيقة وفي ضوء نتائج الدراسة الميدانية، توصلنا إلى التأكيد على دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار خطاب التمييز والكراهية، كما توصلنا إلى أن الخطاب الثقافي، السياسي، والديني، من أكثر خطابات التمييز والكراهية شيوعا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، باعتبارها من أبرز المحاور التي تشكل القيم والهوية، والتي غالبا ما تكون مجالات للاستقطاب الحاد، مما يجعل النقاشات حولها عاطفية وعدائية، ويؤدي إلى تصاعد خطابات إقصائية أو تحريضية، كما يعد التمييز والعنصرية، إلى جانب انتشار كل من ألفاظ وعبارات السب والإهانة والشتم، وأيضا السخرية والاستهزاء، كأكثر أشكال خطابات الكراهية تداولاً عبر هذه المواقع، أما فيما يخص أسباب تفشي الخطاب التمييزي والكراهية فقد تمثلت في غياب ثقافة الحوار، اختلاف القيم الاجتماعية والأخلاقية، وكذا نقص الوعي وغياب التحصين الفكري للأفراد، وغالبا ما تستخدم المنصات الاجتماعية المبالغة وتضخيم الأحداث لتشويه الحقائق وإشاعة الخوف بين المستخدمين من ضمن الأساليب الترويجية لهذا الخطاب، وهو ما ينجر عنه تأثيرات سلبية على الفرد والمجتمع، كتنامي التعصب والفكر المتطرف بين الأفراد، وتهديد وحدة المجتمع وتماسكه

وإضعاف بنيته الداخلية وتغذية العنف بأنواعه، وفي الأخير خلصنا إلى أن استراتيجية مواجهة خطاب التمييز والكراهية والحد من انتشاره لن تكون فعالة على المدى القريب والبعيد، إلا بالتكامل بين عمل كل من المؤسسات القضائية، المؤسسات الإعلامية، منظمات المجتمع المدني، مؤسسات الضبط الاجتماعي، وشركات التواصل الاجتماعي مجتمعة.

توصيات الدراسة:

استنادا إلى ما تم استعراضه في هذا البحث العلمي، ومن خلال إحاطتنا وإيماننا بموضوع الدراسة، ووفقا للنتائج التي تحصلنا عليها، تأتي التوصيات كهزمة وصل بين الطرح النظري والتطبيق الفعلي، وعليه قدمنا مقترحات أو حلولاً عملية لمعالجة الظاهرة محل الدراسة، وتعزيز الفائدة الأكاديمية والعملية للنتائج المتوصل إليها ونوجزها فيما يلي:

- بدل جهود أكبر من أجل محاولة تطوير ظاهرة التمييز وخطاب الكراهية في البيئة الرقمية عبر استصدار قوانين وتشريعات تتلاءم وتتناسب مع التطورات التكنولوجية المستمرة، بمشاركة الجهات المختصة وشركات التواصل الاجتماعي.

- العمل على تفعيل المواد القانونية المنصوص عليها في التشريعات الوطنية والاتفاقيات الدولية والسهر على إلزامية تطبيقها.

- تكثيف الحملات التوعوية الهادفة إلى الحد من مخاطر هذه الظاهرة وتأثيراتها السلبية على الفرد والمجتمع، والعمل على نشر الخطاب المضاد وثقافة الحوار البناء والتسامح وتقبل الاختلاف، مع توظيف مختلف الوسائل التكنولوجية الحديثة للوصول إلى أكبر قدر من الأفراد.

- تفعيل دور المؤسسات الإعلامية في محاربة هذه الخطابات من خلال تحديد معايير النشر، والتحقق من مصادر الأخبار، وتدريب الصحفيين وتزويدهم بالمعارف والمهارات للتعامل مع خطاب الكراهية وتجنب نشره، بالإضافة إلى ضرورة وضع موثيق شرف لتعزيز الأخلاقيات المهنية.

- إدراج التربية الإعلامية ضمن الأطوار الدراسية كإجراء وقائي لمحاربة الخطاب العدائي والتمييز والعنصرية عبر هذه الفضاءات الجديدة، وتكريس الوعي الإعلامي، وترسيخ المشاركة الإيجابية للأفراد كاستراتيجية فعالة على المدى البعيد.

- فتح آفاق بحثية جديدة عبر إجراء المزيد من الدراسات والأبحاث التي تعنى بالموضوع مع إخضاع محتويات مواقع التواصل الاجتماعي للفحص والتحليل للكشف عن جذور المشكلة وأسبابها، ومنه البحث عن الحلول لمواجهتها عبر هذه الفضاءات الافتراضية.

قائمة المراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: القواميس والمعاجم.

- 1- ابن منظور، لسان العرب، مج 8. القاهرة: دار الحديث، 2003.
- 2- خليل الجر، لأروس: المعجم العربي الحديث. فرنسا: مكتبة لأروس، 1973.
- 3- ريمون بودون وفرانسوا بوريكو، المعجم النقدي لعلم الاجتماع، ترجمة سليم حداد، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1986.
- 4- سهيل حسيب سماحة، معجم الحي. بيروت: منشورات مكتبة سمير، 1984.
- 5- علي بن هادية، بلحسن البليش، الجيلاني بن الحاج يحيى، القاموس الجديد للطلاب: معجم عربي مدرسي ألفبائي، ط 7. الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب، 1991.
- 6- مجاني الطلاب، ط 5. بيروت: دار المجاني، 2001.
- 7- محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح. بيروت: دار الفكر، 2006.
- 8- محمد فريد محمود عزت، القاموس الموسوعي للمصطلحات الإعلامية. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2001.
- 9- محمد هادي اللحام، محمد سعيد، زهير علوان، القاموس: قاموس لغوي عام، ط 2. بيروت: دار الكتب العلمية، 2007.
- 10- المنجد في اللغة والأعلام، ط 31. بيروت: دار المشرق، 1991.

ثانياً: الكتب.

- 11- إغنيو كاكاياردون وآخرون، مكافحة خطاب الكراهية على الإنترنت. باريس: منشورات اليونيسكو، 2015.
- 12- برهان شاوي، مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته. عمان: دار الكندي، 2014.
- 13- بسام عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الإعلام. عمان: دار أسامة، 2014.
- 14- بسام عبد الرحمن المشاقبة، مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب. عمان: دار أسامة، 2010.
- 15- جوني دانييل، أساسيات اختيار العينة في البحوث العلمية، ترجمة طارق عطية عبد الرحمن. الرياض: معهد الإدارة العامة للطباعة والنشر، 2015.
- 16- حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام. القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2007.
- 17- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1998.

- 18- حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي. عمان: دار أسامة، 2015.
- 19- خطابات الكراهية .. وقود الغضب: نظرة على مفاهيم أساسية في الإطار الدولي. القاهرة: مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، 2016.
- 20- خليدة صديق، مناهج البحث في الإعلام الجديد. عمان: دار الإعصار العلمي، 2016.
- 21- خيرية علي العمري، سبل مواجهة خطاب الكراهية. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، 2021.
- 22- ربحي مصطفى عليان، البحث العلمي: أسسه، مناهجه وأساليبه، إجراءاته. عمان: بيت الأفكار الدولية، 2001.
- 23- رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي: أساسياته النظرية وممارسته العلمية. دمشق: دار الفكر، 2000.
- 24- رحيب يونس كرو الغزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي. عمان: دار دجلة ناشرون وموزعون، 2008.
- 25- رضا عبد الواحد أمين، النظريات العلمية في مجال الإعلام الإلكتروني. منتدى سور الأزيكية، 2007.
- 26- سليمان قوراري وسعاد رحلي، خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي: رؤية فكرية وقانونية. الجزائر: دار الكتاب العربي، 2023.
- 27- سمير محمد حسين، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ. القاهرة: عالم الكتب، 2006.
- 28- شاقا فرانكفورت ناشمياز ودافيد ناشمياز، طرائق البحث في العلوم الاجتماعية: ترجمة ليلي الطويل. دمشق: بتر للنشر والتوزيع، 2004.
- 29- طارق السيد أحمد الخلفي، معجم مصطلحات الإعلام: انجليزي-عربي. مصر: دار المعرفة الجامعية، 2008.
- 30- عامر إبراهيم قنديلجي، منهجية البحث العلمي. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2013.
- 31- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات. عمان: دار الشروق، 2008.
- 32- عبد الخالق محمد علي، خطوات نحو بحث النهج الإعلامي. بيروت: دار المحجة البيضاء للطباعة والنشر والتوزيع، 2010.
- 33- عبد الرحمن بدوي، مناهج البحث العلمي، ط 3. الكويت: وكالة المطبوعات، 1977.

- 34- عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2015.
- 35- عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2012.
- 36- عبد الرزاق محمد الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2016.
- 37- العربي بوعمامة، خطاب الكراهية داخل منصات التواصل الاجتماعي. الجزائر: دار ألفا للوثائق، 2023.
- 38- عقيل حسين عقيل، خطوات البحث العلمي: من تحديد المشكلة إلى تفسير النتيجة. دمشق: دار ابن كثير، 2010.
- 39- علي خليل شقرة، الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014.
- 40- علي محمد خير المغربي، الإعلام والاتصال الجماهيري. الإسكندرية: دار التعليم الجامعي، 2015.
- 41- عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية لعمار بوحوش، ط2. الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب، د.س.
- 42- فوزي شريطي مراد، التدوين الإلكتروني والإعلام الجديد. عمان: دار أسامة، 2015.
- 43- لامية صابر ومحمد غزالي، دراسات في الإعلام الجديد. عمان: مكتبة المجتمع العربي، 2016.
- 44- ماهر عودة الشمايلة، ومحمود عزت اللحام، ومصطفى يوسف كافي، تكنولوجيا الإعلام والاتصال. عمان: دار الإعصار العلمي، 2015.
- 45- محمد الفاتح حمدي، منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال: دروس نظرية وتطبيقات. عمان: دار أسامة، 2017.
- 46- محمد شومان، تحليل الخطاب الإعلامي: أطر نظرية ونماذج تطبيقية. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2007.
- 47- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. القاهرة: عالم الكتب، 2000.
- 48- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط2. القاهرة: عالم الكتب، 2000.
- 49- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3. القاهرة: عالم الكتب، 2003.
- 50- محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتنظيمات. عمان: دار وائل، 1999.

- 51- محمود عبد العزيز يوسف أبو المعاطي، وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها في انتشار خطاب الكراهية: رؤية إسلامية. مؤسسة اعرف دينك للعلوم الشرعية، 2021.
- 52- محي الدين إسماعيل الديهي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين. الإسكندرية: مكتبة الوفاء القانونية، 2015.
- 53- مركز الحرب الناعمة للدراسات، شبكات التواصل الاجتماعي: منصات للحرب الأمريكية الناعمة. بيروت: جمعية المعارف الإسلامية الثقافية، 2016.
- 54- مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2015.
- 55- موريس أنجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية: تدريبات عملية. الجزائر: دار القصة للنشر، 2004.
- 56- مي عبد الله، نظريات الاتصال. بيروت: دار النهضة العربية، 2006.
- 57- نادر عبد الله دسة، الإعلام المجتمعي. عمان: دار الإعمار العلمي، 2016.
- 58- نديم منصوري، العصبية في المجتمع الرقمي. بيروت: منتدى المعارف، 2022.
- 59- وليد حسني زهرة، إني أكرهك: خطاب الكراهية والطائفية في إعلام الربيع العربي. الأردن: مركز حماية وحرية الصحفيين، 2014.
- 60- وليد كاصد الزيدي، الترويج لخطاب الكراهية من خلال وسائل الإعلام والأنترنت. بيروت: منتدى المعارف، 2023.
- 61- ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة. عمان: دار البداية ناشرون موزعون، 2014.

ثالثا: المقالات العلمية.

- 62- إبراهيم سويس، "دور منظمة الأمم المتحدة في مواجهة خطاب الكراهية عبر وسائل الإعلام -قراءة من منظور مبدأ مسؤولية الحماية-"، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 4، العدد 1 (جوان 2021).
- 63- أحمد أمين فورار، "الاتجاه للرقابة على محتوى شبكات التواصل الاجتماعي بين مقتضيات الحفاظ على الأمن القومي والالتزام بضمان الحق في التعبير: مواجهة خطاب الكراهية في الجزائر أنموذجا"، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، المجلد 6، العدد 2 (جويلية 2021).
- 64- أحمد كريم أحمد، "انعكاس خطاب الكراهية في القنوات الفضائية العرقية على الجمهور"، مجلة ميسان للدراسات الأكاديمية، المجلد 21، العدد 42 (جوان 2022).

- 65- أحمد نقي، "المقابلة: الماهية، الأهمية، الأهداف، الأنواع"، مجلة أفانين الخطاب، المجلد 1، العدد 2 (ديسمبر 2021).
- 66- أركاني هادي عباس البدي، "خطاب الكراهية في نطاق القانون الدولي الجنائي"، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 8، العدد 2 (2019).
- 67- بدر بن سليمان العامر، "خطاب الكراهية ومحفزات العنف والتطرف"، دوافع الإرهاب: التحالف الإسلامي العسكري لمحاربة الإرهاب، العدد 2 (فيفري 2023).
- 68- بسنت أحمد لبيب، "خطاب الكراهية والعنف في وسائل الإعلام"، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، العدد 4 (2023).
- 69- جمال الدين مدفوني، "نظرية الاستخدامات والإشباعات من الاتصال الجماهيري إلى الاتصال الرقمي"، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 3، العدد 3 (أكتوبر 2019).
- 70- الجمعي حجام، "الكراهية الرقمية تمثلها وممارستها في الفضاءات الرقمية واستراتيجيات مواجهتها"، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد 2، العدد 4 (ديسمبر 2021).
- 71- حسين بن علي بن عبد الله الشخي، "اللامعيارية ومفهوم الذات والسلوك الانحرافي لدى المنحرفين والغير منحرفين في مدينة الرياض" مذكرة ماجستير في العلوم الاجتماعية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية -الرياض-، 2003.
- 72- خالد ضو، "الأحكام الجزائية لجرائم التمييز وخطاب الكراهية في التشريع الجزائري ضمن القانون 20-05"، مجلة التمكين الاجتماعي، المجلد 3، العدد 4 (ديسمبر 2021).
- 73- خديجة بريك وآية حيدوسي، "خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساته على الشباب الجزائري-دراسة ميدانية-"، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 07، العدد 02 (أفريل 2022).
- 74- خلود سلام صالح، "دور المنصات الإعلامية الإلكترونية في محاربة خطاب الكراهية"، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 11 (ماي 2020).
- 75- خيرة العبدى، "خطاب الكراهية في بيئة المجتمعات الافتراضية: قراءة في العوامل المؤثرة، تجليات وتداعيات الممارسة"، مجلة السياسة العالمية، المجلد 6، العدد 1 (جوان 2022).
- 76- دحمانى فاطمة ودحمانى محمد، "التربية الإعلامية كألية للحد من ظاهرة التتمر الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي"، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد 3، العدد 1 (مارس 2022).
- 77- دولي الصراف، "خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي: سبل المكافحة"، مجلة أوراق السياسات الأمنية، (جوان 2022).

- 78- رانيا سليمان سعد الدين، "وسائل التواصل الاجتماعي ومواجهة خطاب الكراهية"، مجلة آفاق اجتماعية، العدد 2 (أوت 2021).
- 79- رضوان بوجمعة، "خطابات الكراهية في وسائل الإعلام وآليات مواجهتها: القانون الدولي الإنساني والأخلاقيات المهنية"، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 19، العدد 2 (ديسمبر 2020).
- 80- زكرياء حرقاس، "الوقاية من التمييز العنصري وخطاب الكراهية في البيئة المجتمعية للمدينة التفاعلية"، مجلة القانون العام الجزائري والمقارن، المجلد 7، العدد 1 (جوان 2021).
- 81- سعد عبد السلام، "جذور صناعة الكراهية في ثقافة المجتمع المعاصر"، مجلة التميز الفكري للعلوم الاجتماعية، العدد 5 (جانفي 2021).
- 82- سعد عبد السلام، "خطاب الكراهية كنمط حياة غربية: عولمة القيم عبر مواقع وسائل التواصل"، مجلة الاستغراب، (2021).
- 83- سلامي اسعيداني، 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، المجلد 2، العدد 3 (سبتمبر 2021).
- 84- سماح محمد محمدي، "اندماج الشباب والمراهقين في شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيره على إدراكهم للواقع"، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد 3، العدد 24 (جويلية 2020).
- 85- سهام بولوداني، "إشكالية تحديد مفهوم استخدام تكنولوجيا الاتصال: من الامتلاك إلى الانتماء"، مجلة المعيار، المجلد 26، العدد 4 (ماي 2022).
- 86- سيف الدين العجابي وإبراهيم مزعد، "إشكالية تعريف خطاب الكراهية: المظاهر والأسباب والنتائج"، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد 8، العدد 2 (جوان 2023).
- 87- شهرزاد سوفي، "الشباب الجزائري وموقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" -دراسة في مظاهر الاستخدام القيمي واللاقيمي للموقع-"، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، العدد 9 (جوان 2018).
- 88- صخر أحمد الخصاونة وسهل علي العتوم، "دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين"، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الشرعية والقانونية، العدد 29 (جانفي 2020).
- 89- صلاح الدين عمراوي ويوسف مقعاش، "أثر خطاب الكراهية في موقع الفيسبوك على الجمهور -دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر-"، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 09، العدد 01 (مارس 2022).
- 90- عاطف عبد الله عبد ربه، "أثر خطاب الكراهية على السلم والأمن الدوليين"، مجلة جامعة جنوب الوادي الدولية للدراسات القانونية، العدد 4 (2019).

- 91- عبد الكريم علي الدبيسي وزهير ياسين الطاهات، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية"، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 40، العدد 1 (2013).
- 92- عبد الله أحمد علي محمد، "العلاقة بين الدور والمكانة الاجتماعية-دراسة نظرية سوسيولوجية"، مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية، المجلد 5، العدد 2 (ماي 2021).
- 93- عفاف بعون، جميلة بن زاف، "مظاهر التغير السوسيوثقافي للأسرة الجزائرية في ظل الإعلام الجديد"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، (أفريل 2021).
- 94- علي سنوسي وخيرة صافة، "أخلة استعمال وسائط الإعلام والاتصال للتصدي لنزاعات التطرف والعنف وخطاب الكراهية في إطار المبادرات الدولية والتشريعات الوطنية"، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، المجلد 6، العدد 2 (ديسمبر 2021).
- 95- علي فواز طلال العدوان، "مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي وخصائصها وأنواعها"، المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، المجلد 36، العدد 3 (2022).
- 96- فاديا الجهني، "أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية والتوافق الاجتماعي لدى الشباب أثناء الأزمات -دراسة على عينة من طلبة جامعة البعث في سوريا"، مجلة قضايا التطرف والجماعات المسلحة، المجلد 3، العدد 9 (2022).
- 97- فاطمة الزهراء بكوش ومليكة عطوي، "المقابلة والاستبيان في البيئة الرقمية"، مجلة السياسة العالمية، المجلد 6، العدد 1 (جوان 2022).
- 98- فاطمة الزهراء سعداوي، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية وسبل مكافحتها"، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد 4، العدد 1 (مارس 2023).
- 99- فايزة بن نواعي وعمر ناصر باي، "المؤثرون الرقميون عبر مواقع التواصل الاجتماعي وخطاب الكراهية"، مجلة أقلام، المجلد 3، العدد 2 (نوفمبر 2024).
- 100- فريد صحراوي، "مكافحة خطاب الكراهية في البيئة الرقمية دراسة على ضوء القانون 20-05"، دائرة البحوث والدراسات والقانونية والسياسية، المجلد 6، العدد 1 (جانفي 2022).
- 101- فضيل دليو، "اختيار العينات عبر الأنترنت في البحوث الاجتماعية"، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد 6، العدد 2 (أفريل 2023).
- 102- فضيل دليو، "اختيار العينة في البحوث الكيفية"، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد 30، العدد 3 (سبتمبر 2022).
- 103- فضيل دليو، "معايير الصدق والثبات في البحوث الكمية والكيفية"، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 19 (ديسمبر 2014).

- 104- كريمة مزوز، "خطاب الكراهية من خلال وسائل الاعلام وأثره على مسألة حماية المؤسسات الإعلامية زمن النزاعات المسلحة"، مجلة مقاربات، المجلد 4، العدد 3 (مارس 2016).
- 105- لخضر سلامي، "ضحايا الجريمة الإلكترونية عبر مواقع التواصل - الفيسبوك أنموذجاً -"، مجلة دراسات في سيكولوجية الانحراف، المجلد 6، العدد 1 (2021).
- 106- محمد أحمد فياض، "نحو تطوير آليات الخطاب الإعلامي الآمن المضاد للكراهية"، مجلة شؤون اجتماعية، المجلد 36، العدد 143 (2019).
- 107- محمد التوجي وعبد القادر عثمان، "مكافحة التمييز والكراهية في التشريع الجزائري"، مجلة آفاق للأبحاث السياسية والقانونية، المجلد 3، العدد 5 (جوان 2020).
- 108- محمد أمين بن جيلالي، "خطاب الكراهية بين المفهوم والواقع"، مجلة السياسة العالمية، المجلد 6، العدد 1 (جوان 2022).
- 109- محمد شتيه، "السياسة الجنائية في مواجهة خطاب الكراهية عبر موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك: دراسة تحليلية في ضوء التشريع الفلسطيني"، مجلة جامعة العين للأعمال والقانون، العدد 1 (2023).
- 110- محمد صبحي سعيد صباح، "جرائم التمييز والحض على الكراهية والعنف: دراسة مقارنة"، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 1، العدد 2 (جوان 2016).
- 111- محمود تيشوش، صباح غربي، "الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات من المجتمع الافتراضي"، مجلة الحوار الثقافي، المجلد 11، العدد 3 (مارس 2023).
- 112- مسفر بن عبد الله البشر، "دور وسائل الإعلام في مواجهة ثقافة الكراهية"، مجلة الدراسات العقديّة ومقارنة الأديان، المجلد 7، العدد 01 (جوان 2017).
- 113- مصطفى حميد كاظم الطائي، "النظريات المفسرة للعنف وخطاب الكراهية في وسائل الإعلام"، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 19، العدد 02 (ديسمبر 2020).
- 114- مصطفى ياسين طه، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في غرس الكراهية لدى الجمهور العراقي"، مجلة الجامعة العراقية، المجلد 21، العدد 45 (ديسمبر 2019).
- 115- ميمي محمد عبد المنعم توفيق، شبكات التواصل الاجتماعي (النشأة والتأثير)، مجلة كلية التربية- جامعة عين شمس-، العدد 24 (2018).
- 116- نجيب بخوش وسعاد سراي، "وسائل الإعلام وصناعة الخوف: عندما يصبح التخويف أداة لتحقيق الأمن الاجتماعي"، مجلة الناقد للدراسات السياسية، المجلد 6، العدد 1 (أفريل 2022).

- 117- نورة مرياي وأحمد أمين فورار، " تجليات خطاب الكراهية الدينية في الإعلام الغربي: قناة "فرانس 24" الفضائية أنموذجاً - دراسة تحليلية -"، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 9، العدد 4 (ديسمبر 2024)، ص 530.
- 118- هبة محمد شفيق عبد الرزاق، "محددات وعي الشباب المصري بمفهوم خطاب الكراهية واستراتيجياته بوسائل الإعلام الرقمية"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 29 (أفريل 2020).
- 119- وافي حاجة، "خطاب الكراهية بين حرية التعبير والتجريم: دراسة من منظور أحكام القانون والقضاء الدوليين"، المجلة الدولية للبحوث القانونية والسياسية، المجلد 4، العدد 1 (ماي 2020).
- 120- وسام غالي قاسم، "العوامل المؤثرة في نشر خطاب الكراهية بمواقع التواصل الاجتماعي"، مجلة كلية الإمام الكاظم، المجلد 7، العدد 3 (سبتمبر 2023).
- 121- يسمنية بن عمار ونجيب بخوش، تمثيلات العنف الرمزي الموجه ضد المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي: مقارنة سيميولوجية للدلالات الرمزية عبر صفحات الفيسبوك الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، المجلد 8، العدد 3 (ديسمبر 2021).
- 122- يوسف بلعباس، "التفاعلات الرقمية بين الشباب وسياقات انتشار خطاب الكراهية -دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفيسبوك-"، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 09، العدد 02 (جوان 2022).

رابعاً: الرسائل الجامعية.

- 123- أحمد أمين فورار، "دور الاتصال التفاعلي عبر الشبكات الاجتماعية في إقناع الشباب بالمشاركة في النشاط السياسي -دراسة مسحية على اتجاهات عينة من أساتذة الإعلام والاتصال، والعلوم السياسية-" أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2017-2018.
- 124- أميرة ذويب، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم الممارسة الإعلامية في الجزائر -دراسة ميدانية على عينة من صحفيي الإعلام المكتوب-" أطروحة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي -أم البواقي-، 2013-2014.
- 125- أمينة بصافة، "العصبية الافتراضية في شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة اثنوغرافية نقدية على عينة من مستخدمي الفيسبوك" أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2017-2018

- 126- إيمان جفال، "اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو القضايا البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي -دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة العربي التبسي - تبسة -" أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي التبسي -تبسة-، 2021-2022.
- 127- حلا قاسم الزعبي، "تأثير مشاهد العنف في برامج الأطفال التلفزيونية على الأطفال من وجهة نظر أولياء الأمور والمدرسات" رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط -عمان-، 2016.
- 128- حنان بن بليدة، "الفايسبوك وتغذية خطاب الكراهية لدى الشباب الجزائري -دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد خيضر بسكرة-" أطروحة دكتوراه، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر -بسكرة-، 2023-2024.
- 129- حنان بنت شعشوع الشهري، "أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية الفيسبوك وتويتر نموذجا" رسالة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة الملك عبد العزيز، 2011-2012.
- 130- خالد منصر، "دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري" أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باتنة 1، 2017-2018.
- 131- الخامسة رمضان، "استخدام الشبكات الاجتماعية على الأنترنت وانتشار قيم العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي -دراسة مسحية حول جمهور الشبكات الاجتماعية بجامعة بسكرة-" أطروحة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر -بسكرة-، 2011-2012.
- 132- خيرة محمدي، "المقروئية لدى الشباب الجزائري لمصحف الورقية في ظل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي -دراسة مسحية استطلاعية-" أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2018-2019.
- 133- رمزي جاب الله، "القيم المتضمنة في صفحات الفايسبوك وأثرها في السلوك الاجتماعي للشباب الجامعي الجزائري -دراسة ميدانية لعينة من شباب جامعة باتنة 1-" أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باتنة 1، 2017-2018.
- 134- رياض زروقي، "الاستخدامات الترفيهية في شبكات التواصل الاجتماعي -دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفايسبوك-" أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر -بسكرة-، 2020-2021.
- 135- ريان مبارك، "استخدام المؤسسات الجزائرية للشبكات الاجتماعية في مجال العلاقات العامة -دراسة تحليلية ميدانية لاستخدام فروع مجمع اتصالات الجزائر لموقع فايسبوك-" أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة 3، 2016-2017.

- 136- سارة حميدة، "الطفل الجزائري وشبكات التواصل الاجتماعي -دراسة في الاستخدامات والإشباع عبر الفيسبوك-" أطروحة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي -أم البواقي-، 2014-2015.
- 137- شفيق معصم، "الممارسة اللغوية في شبكات التواصل الاجتماعي - دراسة نصية -" أطروحة دكتوراه في علوم اللسان، جامعة أبو القاسم سعد الله -الجزائر-، 2018-2019.
- 138- عبد الرحيم بن بوزيان، "أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل الفضاء العمومي في الجزائر - دراسة تحليلية لعينة من منشورات صفحات الفيسبوك الجزائرية من فيفري إلى ديسمبر 2016-" أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2017-2018.
- 139- عبد الله بن محمد العمرو، "ثقافة الكراهية وصلتها بالثقافتين الإسلامية والغربية"، مجلة العلوم الشرعية، العدد 34 (2015).
- 140- غنية صوالحية، "اعتماد الأساتذة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات: الفيسبوك أنموذجا -دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة تبسة-" أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي التبسي -تبسة-، 2019-2020.
- 141- فريدة صغير عباس، "تفاعل الشباب مع القضايا السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي -دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفيسبوك بولاية عين الدفلى-" أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2019-2020.
- 142- فريدة فلاك، "وسائل الإعلام الجديدة وتشكيل صورة الإسلام والمسلمين -دراسة تحليلية لعينة من مقاطع الفيديو لموقع فيميو-" أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر -بسكرة-، 2019-2020.
- 143- فطوم لحول، "مواقع التواصل الاجتماعي كأداة تسويقية في المنظمات غير الربحية -الجمعيات نموذجًا-" أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، جامعة وهران 2 -وهران-، 2018-2019.
- 144- محمد بوحوالي، واقع الصحافة الإلكترونية الجزائرية في ظل هيمنة شبكات التواصل الاجتماعي "بين التكامل والمنافسة" -دراسة تحليلية" أطروحة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2013-2014.
- 145- محمد جمعة، "أثر مواقع التواصل الاجتماعي على السلوكيات الانحرافية للطلبة الجامعيين -دراسة ميدانية من وجهة نظر طلبة جامعة البويرة-" أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، جامعة يحيى فارس -المدية-، 2021-2022.

146- مرو رياض أبوظريس، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في بث خطاب الكراهية وعلاقته بالعنف في المجتمع الأردني" أطروحة دكتوراه، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة مؤتة 02، 2020.

147- ناسلية رباحي، "دوافع استخدام الشباب الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي -دراسة مسحية على عينة من مستخدمي شبكة الفايستوك-" أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2019-2020.

148- ناصر سعود الرحامنة، "خطاب الكراهية في شبكة الفيسبوك في الأردن دراسة مسحية" رسالة ماجستير، كلية الصحافة والإعلام، جامعة الشرق الأوسط -الأردن-، 2018.

149- نعيمة بوزينة، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على الرأي العام الجزائري -دراسة مسحية لعينة من الشباب الجامعي جامعة الجلفة نموذجاً- أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2016-2017.

150- نوال واضح، "استخدام موقع الشبكة الاجتماعية فيسبوك وعلاقته بظاهرة التعصب لدى الشباب الجزائري - دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي-" أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف -المسيلة-، 2022-2023.

151- يسمينة بن عمار، "تمثيلات العنف الرمزي عبر الفضاءات الرقمية لدى الشباب الجزائري -دراسة سيميولوجية لمضامين الفيسبوك-" أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر -بسكرة-.

خامسا: أوراق المؤتمرات.

152- بريق حسين جمعة الربيعي، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء خطاب الكراهية"، ورقة مقدمة إلى المؤتمر الدولي خطاب الكراهية وأثره في التعايش المجتمعي والسلمين الإقليمي والدولي، (جامعة صلاح الدين العراق، 2019).

153- حسام منصور، "شبكات التواصل الاجتماعي: مدخل نظري لفهم الإيجابيات والسلبيات"، ورقة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الدولي الافتراضي بعنوان: الإعلام الرقمي: المتطلبات وأفاق التغيير، (ليبيا، 25 و 26 أكتوبر 2022).

154- عادل خالدي وسهام بوزيدي، "تمظهرات خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر: دراسة تحليلية على عينة من ميمات الأنترنت - المميز - على صفحات موقع الفايستوك"، ورقة مقدمة إلى الملتقى الدولي خطاب الكراهية وسؤال التسامح في عالم متغير، (ورقة 2022).

- 163- أرقام قياسية في استخدام الإنترنت في الجزائر لعام 2024، من موقع البديل الإلكتروني، متاح عبر الرابط: <https://elbadilabc-ar.dz/records-dutilisation-dinternet-en-algerie-en-2024>، (14 جانفي 2025، 22:16).
- 164- الأمم المتحدة، ثلثا صناع المحتوى لا يتحققون من الحقائق قبل النشر، لكنهم يتطلعون للتعلم، من موقع اليونيسكو، متاح عبر الرابط: <https://news.un.org/ar/story/2024/11/1137016> (19 أبريل 2025، سا 20:51).
- 165- إنستغرام ... مملكة هواة الصور، من موقع شبكة الجزيرة، متاح عبر الرابط: <https://www.aljazeera.net/encyclopedia/2017/5/25/%D8%A5%D9%86>، (14 جانفي 2025، 15:46).
- 166- إيهاب خليفة، ملامح التحول نحو الجيل الجديد للشبكات الاجتماعية، من موقع المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، متاح عبر الرابط: <https://www.futureuae.com/ar/Mainpage/Item/5580/generation-z>، (10 جانفي 2025، 14:17).
- 167- تسلسل ماسلو الهرمي للاحتياجات، من موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة متاح عبر الرابط: https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AA%D8%B3%D9%84%D8%B3%D9%84_%D9%85%D8%A7%D89 (06 ماي 2025، سا 15:37).
- 168- حسام شاكر، "سلطة الخوف ومسالك التخويف"، من موقع الجزيرة متاح عبر الرابط: <https://www.aljazeera.net/blogs/2019/7/9/%D8%B3%D9%84%D8%B7%D8%A9> (04 ماي 2025، سا 12:02).
- 169- خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية. عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع، 2013.
- 170- رشود بن محمد الخريف، «الاستبانة الإلكترونية» ما بين السهولة والجدوى العلمية، موقع جريدة العرب الاقتصادية الدولية، متاح عبر الرابط: https://www.aleqt.com/2019/01/06/article_1519071.html، (18 أبريل 2024، سا 17:21).
- 171- ريما كسر، "حب الظهور والسعي إلى الشهرة.. آفة العصر النفسيّة"، من موقع صباح الخير متاح عبر الرابط: <https://sabahelkheyr.com/?p=4031> (22 أبريل 2025، سا 19:15).

- 172- زكي الميلاد، الكراهية... المعنى والمفهوم، موقع عكاظ الإلكتروني، متاح عبر الرابط: <https://www.okaz.com.sa/Homepage>، (10 ماي 2024، سا 09:45).
- 173- سامح عودة، "القهر الاجتماعي.. لماذا يصبح الإنسان كائنًا عنيفًا؟"، من موقع الجزيرة الإلكتروني متاح عبر الرابط: <https://www.aljazeera.net/midan/intellect/sociology/2017/6/29/> (24 أبريل 2025، س 11:13).
- 174- شيماء الهواري، مفهوم الكراهية في الشرعية الدولية، موقع المركز الديمقراطي العربي، متاح عبر الرابط: <https://democraticac.de/?p=50107>، (10 ماي 2024، سا 15:01).
- 175- صبا محمود، "الاختلاف الديني في عصر علماني: تقرير الأقلية"، من موقع حكمة الإلكتروني، متاح عبر الرابط: <https://hekma.org/13473-2> (02 ماي 2025، سا 22:00).
- 176- صوت لدعم حقوق المرأة، "في اليوم الدولي لمكافحة خطاب الكراهية.. النساء لا يشعرن بالأمان في عالم الإنترنت"، من موقع صوت الإلكتروني، متاح عبر الرابط: <https://soutwomen.org/%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D9%8A%D9%88%D9%85>، (22 أبريل 2025، سا 11:44).
- 177- عبد الرحمن محمود، الفيديو "ملك المحتوى" في 2021.. إليكم كيفية صناعته بشكل ناجح"، من موقع شبكة الصحفيين الدوليين، عبر الرابط: <https://ijnet.org/ar/story> (10 أبريل 2025، سا 12:21).
- 178- علي أسعد وطفة، بيداغوجيا الرمز والعنف الرمزي في منظور بيير بورديو، من موقع وطفة متاح عبر الرابط: <https://watfa.net/archives/11386> (17 أبريل 2025، سا 19:41).
- 179- عهود الجبلانية، "مختصون: التحصين الفكري ضرورة لحماية الأسرة من تيارات العولمة والتغريب"، من موقع عمان اليوم متاح عبر الرابط: <https://www.omandaily.om> (30 أبريل 2025، سا 21:07).
- 180- فاطمة الزهراء عبد الفتاح، آليات وضوابط "مراقبة" مواقع التواصل الاجتماعي، من موقع المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة متاح عبر الرابط: <https://futureuae.com/ar/Mainpage/Item/2515> (10 ماي 2025، سا 10:05).

- 181- فريق موقع بوابة علم الاجتماع، ما هو تعريف الدور؟، موقع بوابة علم الاجتماع، متاح عبر الرابط: <https://www.b-sociology.com/2020/06/blog-post.html>، (07 ماي 2024، سا 21:24).
- 182- كيف تحقق منصة YouTube الربح؟، من موقع يوتيوب، متاح عبر الرابط: [https://www.youtube.com/intl/ar/howyoutubeworks/our-](https://www.youtube.com/intl/ar/howyoutubeworks/our-commitments/sharing-revenue) commitments/sharing-revenue (14 جانفي 2025، 16:36)
- 183- ليث المومني، "حرب المعلومات الرقمية .. الحسابات الوهمية أداة للتضليل والانقسام"، من موقع وكالة الأنباء الأردنية، متاح عبر الرابط: [https://www.petra.gov.jo/Include/InnerPage.jsp?ID=307849&lang=ar&na](https://www.petra.gov.jo/Include/InnerPage.jsp?ID=307849&lang=ar&name=news) me=news (05 ماي 2025، سا 11:25).
- 184- مارك ليفينغستون، "ما الذي يمكن فعله حيال انتشار خطاب الكراهية على الإنترنت؟"، ترجمة: عبد الحفيظ العبدلي، من موقع SWI swissinfo.ch، متاح عبر الرابط: <https://www.swissinfo.ch/ara/%D8%AF%D9%8A%D9%85%D9%82%D8%B1%> (26 أفريل 2025، سا 16:10).
- 185- مجتمع البحث، من موقع مؤسسة النبأ لخدمات الأبحاث التعليمية، متاح عبر الرابط: <https://alnabafoundation.com/%D9%85%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%B9> ، (22 أفريل 2024 سا 15:12).
- 186- محمد بسيوني، "غسيل المعلومات ... محاولة لتفسير الكراهية الإلكترونية عربيا، من موقع مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، متاح عبر الرابط: <https://futureuae.com/ar/Mainpage/Item/2312>، (31 ديسمبر 2024، 11:14).
- 187- محمد بوالروايح، "في نقد السلفية والصوفية والإخوانية المعاصرة"، من موقع الشروق أونلاين متاح عبر الرابط: [https://www.echoroukonline.com/%D9%81%D9%8A-](https://www.echoroukonline.com/%D9%81%D9%8A-%D9%86%D9%82%D8%AF) -%D9%86%D9%82%D8%AF (02 ماي 2025، سا 21:54).
- 188- محمد ولد المنى، ثقافة الكراهية: الروافد والأسباب، مركز الاتحاد للأخبار، الموقع الإلكتروني: <https://www.aletihad.ae/wejhatarticle/73425>، (22 أوت 2024، 19:18).
- 189- مركز ميترو للدفاع عن حقوق الصحفيين، مواقع التواصل الاجتماعي تعتمد الميثاق الأوروبي لمجابهة الكراهية، متاح عبر الرابط:

<https://www.metroo.org/arabic/dreja.aspx?hewal&jmare=599&Jor=1>

(03 ماي 2024، سا 16:18)

190- مقدمة إلى Instagram، متاح عبر الرابط:

https://beconnected.esafety.gov.au/pluginfile.php/69507/mod_resource/content/5/ARA، (14 جانفي 2025، 15:30).

191- موقع "إكس" (تويتر) ... العصفور الأزرق الذي استحوذ عليه إيلون ماسك، الموقع الإلكتروني: <https://www.aljazeera.net/encyclopedia/2015/12/8>، (14 جانفي 2025، 13:51).

192- هيئة الأمم المتحدة للمرأة، العنف ضد المرأة في الفضاء الرقمي: رؤى من دراسة متعددة

الأقطار في الدول العربية، متاح عبر الرابط:

https://arabstates.unwomen.org/sites/default/files/Field%20Office%20Arab%20States/Attachments/Publications/2021/11/Summary_Keyfindings_Final_AR.pdf

سابعاً: المراجع الأجنبية.

193- Alex Cabo Isasi and Ana García Juanatey, Hate speech in social media: a state-of-the-art review, Executive summary, ajuntament de Barcelona, (December 2016).

194- Cultivation Theory: Strengths and Weaknesses, studymasscom.com, web site : <https://studymasscom.com/communication/cultivation-theory-strengths-and-weaknesses/#resonance> (29 may 2024, h 18 :40).

195- Don W. Stacks, Cylor Spaulding, Cultivation Theory, International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition), 2015.

196- Eman Mosharafa, All You Need To Know About: The Cultivation, Global Journal of Human-Social Science, N°08 (2015).

197- Fabyio Villegas, River sampling: What it is, types & examples, web site: <https://www.questionpro.com/blog/river-sampling/> (25 July 2024, 11:48h).

- 198–** Fatima Zahra Drim, «Digital women and entrepreneurship in the social media», Journal of Economic Growth and Entrepreneurship JEGE, Vol.4 No.1, (may 2020).
- 199–** Gagliardone, Iginio, Gal, Danit, Alves, Thiago, Martinez, Gabriela, Countering online hate speech, unesco publishing, paris france, 2015.
- 200–** Jacob Shagbaor Suemo, Omale Gloria Eneh, Terkimbir Nyianshima, «Social media Usership in Benue State and the Proliferation of Hate Speech on the Nigerian Social Media Space», Casir International Journal of Social Sciences and Conflict Management. Rivers State University, Volume 7, Number 2, (2022). United Nations, Understanding hate speech, <https://www.un.org/en/hate-speech/understanding-hate-speech/what-is-hate-speech>, (02 may 2024, h09:58).
- 201–** Jendrowski, Jena, "Networks of Incivility on Twitter: The Changing Geography of Hate Speech in a New Social Media Landscape", thesis in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Science, the faculty of the Graduate School, University at Buffalo, The State University of New York, July 29, 2019.
- 202–** Jenny I. Davis, social media, James Madison University USA, (November 2019).
- 203–** John raacke, jennifer bonds-raacke, «MySpace and Facebook: Applying the Uses and Gratifications Theory to Exploring Friend-Networking Sites», cyberpsychology & behavior, Volume 11, number 2,(2008).
- 204–** karen j. jansen, kevin g. corley, bernard j. jansen, e-survey methodology, idea group inc, 2007.
- 205–** L. J. SHRUM, Cultivation Theory: Effects and Underlying Processes, The International Encyclopedia of Media Effects, (2018).
- 206–** Marc A. Sestir, «This is the Way the World "Friends": Social Network Site Usage and Cultivation Effects », The Journal of Social Media in Society,) , Vol. 9, No. 1, (2020).

- 207–** Mark a. Urista, qingwen dong, kenneth d. Day, «Explaining Why Young Adults Use myspace and Facebook Through Uses and Gratifications Theory», human Communication. A Publication of the Pacific and Asian Communication Association, Vol. 12, No. 2, (2009).
- 208–** Matthew Barnidge ,Bumsoo Kim ,Lindsey A. Sherrill ,Žiga Luknar , Jiehua Zhang, Perceived exposure to and avoidance of hate speech in various communication settings, Telematics and Informatics, Volume 44, November 2019.
- 209–** Miskolci, Jozef, Kovacova, Lucia, and Rigova, Edita, “Countering Hate Speech on Facebook: The Case of the Roma Minority in Slovakia”, Social Science Computer Review ,Volume 38, Issue 2, August 2018.
- 210–** Raziye Nevzat, Reviving Cultivation Theory for Social Media, The Asian Conference on Media, Communication & Film, 2018, Retrieved from: https://papers.iafor.org/wp-content/uploads/papers/mediasia2018/MediAsia2018_42554.pdf
- 211–** Simon Kemp, Digital 2024: Algeria, 23 February 2024, web site : <https://datareportal.com/reports/digital-2024-algeria>, (24 Juillet 2024, 10:03).
- 212–** Simon Kemp, Digital 2024: Algeria, 23 February 2024, web site: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-algeria> , (24 July 2024, 10:03h)
- 213–** Simon Kemp, Digital 2025 : Algeria, 03 March 2025, web site : <https://datareportal.com/reports/digital-2025-algeria>, (13 mars 2025, 12:02)
- 214–** Susan Benesch, Dangerous Speech, In C. Strippel, S.Paasch-Colberg, M. Emmer, & J. Trebbe (Eds.), Challenges and perspectives of hate speech research, Digital Communication Research,2023.
- 215–** The YouTube Team, Our ongoing work to tackle hate, web site : <https://blog.youtube/news-and-events/our-ongoing-work-to-tackle-hate/?sjid=15604571384850695978-EU>, (Jun.05.2019)

- 216–** thomas e. ruggiero, «uses and gratifications theory in the 21st century», mass communication & society, vol. 3, no. 1, 2000.
- 217–** United Nations, Understanding hate speech, <https://www.un.org/en/hate-speech/understanding-hate-speech/what-is-hate-speech>, (02 may 2024, h09:58)
- 218–** Warmesley, Dana, “On the detection of hate speech, hate speakers and polarized groups in online social media”, in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy, to the Faculty of the Graduate School, Cornell University, December 2017.
- 219–** weng marc lim1 & ding hooi ting, »e-shopping: an analysis of the uses and gratifications theory«, modern applied science, vol. 6, no. 5; (may 2012).

الملاحق



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

استمارة استبيان بعنوان:

دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار خطاب التمييز والكراهية
- دراسة مسحية على عينة من المستخدمين الجزائريين -

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه (L. M. D) في علوم الإعلام والاتصال

تخصص إعلام جديد وقضايا المجتمع

إشراف الأستاذ:

د. أحمد أمين فورار

إعداد الطالبة:

نورة مرياي

في إطار إنجاز هذه الدراسة المقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال تخصص إعلام جديد وقضايا المجتمع بجامعة بسكرة، نرجو من سيادتكم المحترمة أن تتكرموا بالإجابة على هذا الاستبيان بدقة وعناية، ونؤكد لكم أن الإجابات التي تدلون بها سرية وموجهة لأغراض علمية بحتة "وشكرا لتعاونكم".

السنة الجامعية: 2025/2024

المحور الأول: السمات العامة والاستخدام.

1. الجنس: ☐ ذكر ☐ أنثى
2. السن: ☐ أقل من 18 سنة ☐ من 18 إلى 27 سنة ☐ من 28 إلى 37 سنة ☐ من 38 إلى 47 سنة ☐ من 48 سنة فما فوق ☐
3. المستوى التعليمي: ☐ ابتدائي ☐ متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐ دراسات عليا ☐
4. الوظيفة أو المهنة: ☐ طالب ☐ موظف حكومي ☐ أعمال حرة ☐ بطل(بدون عمل) ☐
5. المستوى المعيشي: ☐ ضعيف ☐ متوسط ☐ جيد ☐
6. الإقامة: ☐ حضري ☐ شبه حضري ☐ ريفي ☐
7. منطقة الانتماء: ☐ الشرق ☐ الغرب ☐ الوسط ☐ الجنوب ☐
8. ما هي مواقع التواصل الاجتماعي التي تفضل استخدامها؟
☐ فيسبوك ☐ يوتيوب ☐ أنستغرام ☐ أكس (تويتر سابقا) ☐ تيك توك ☐ سنابشات ☐ تلغرام ☐ أخرى تذكر:
9. كم من الوقت تقضي يوميا في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟
☐ أقل من ساعة ☐ من ساعة إلى أقل من ساعتين ☐ من ساعتين إلى ثلاث ساعات ☐ أكثر من ثلاث ساعات ☐
10. هل تستخدم في حساباتك عبر مواقع التواصل:
☐ الهوية الحقيقية ☐ هوية افتراضية (اسم مستعار) ☐

المحور الثاني: خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأساليب التفاعل معه من طرف المستخدمين.

11. خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو: (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- خطاب يهدف إلى تشويه صورة الآخر والخط من قيمته ☐
- عدم تقبل الآخر والرأي الآخر المختلف عنك ☐
- الإساءة إلى شخص أو مجموعة بسبب خصال أو أوصاف شخصية بهم أو بناء على إعاقاتهم أو مرضهم ☐
- الإساءة إلى شخص أو مجموعة بسبب انتماءاتهم العرقية أو الإثنية أو الطائفية أو الدينية ☐
- خطاب يقوم على العنصرية وإقصاء الآخرين وتهميشهم اجتماعيا ☐
- خطاب تحريضي يتضمن الدعوة إلى إشاعة الفوضى والعنف بأنواعه ☐

12. هل ترى (حسب رأيك) أن خطاب التمييز والكراهية منتشر بشكل أكبر عبر: (رتب إجابتك)

- | | | | |
|----------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> فيسبوك | <input type="checkbox"/> يوتيوب | <input type="checkbox"/> إنستغرام | <input type="checkbox"/> منصة أكس |
| <input type="checkbox"/> تيك توك | <input type="checkbox"/> تلغرام | <input type="checkbox"/> سنابشات | <input type="checkbox"/> واتساب |

13. ما هي أكثر القوالب التي تستغل لشر خطاب الكراهية؟

- الكتابات النصية (statut) ☐
- مقاطع الفيديو ☐
- الصور والرسوم ☐
- التعليقات على المنشورات ☐

14. ما هي أنواع خطابات التمييز والكراهية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

- خطاب سياسي ☐
- خطاب ديني ☐
- خطاب ثقافي (الاختلافات الثقافية، اللغوية، العادات والتقاليد) ☐
- خطاب قائم على أساس التمييز الإثني والعنصري ☐
- خطاب قائم على أساس الانتماء الجغرافي والمناطقي ☐
- خطاب قائم على أساس الجندر (ذكر، أنثى) ☐

15. ما هي أشكال خطاب التمييز والكراهية الأكثر تداولاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

- ☐ -التمييز والعنصرية
- ☐ -السب والإهانة والشتم
- ☐ -السخرية والاستهزاء
- ☐ -الاستعلاء على الآخر والازدراء والتحقير
- ☐ -عرض أفكار ومفاهيم متطرفة
- ☐ -التهديد والتحريض على العنف

16. ما طبيعة تفاعلك مع المنشورات المعبرة عن الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي: (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- ☐ -أكتفي بالتصفح فقط
- ☐ -أتجاهل المنشور
- ☐ -أفاعل باستخدام الرموز الغاضبة
- ☐ -أفاعل بالتعليق منتقدا محتوى المنشور
- ☐ -أشارك المنشورات بهدف التوعية
- ☐ -أقوم بحظر الشخص أو إلغاء المتابعة للصفحة
- ☐ -أقوم بالتبليغ عن الحسابات والمجموعات التي تبث خطاب الكراهية

17. من هم برأيك المروجون والمسوقون لخطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ (رتب إجابتك)

- ☐ -مستخدمون عاديون
- ☐ -شخصيات شهيرة
- ☐ -مؤثرون وصناع المحتوى
- ☐ -إعلاميون وصحفيون
- ☐ -معارضون سياسيون
- ☐ -المراهقون
- ☐ -مستخدمون غير معروفون

18. من هي برأيك الفئات المستهدفة بخطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ (رتب إجابتك)

- ☐ -الأشخاص العاديون
- ☐ -السياسيون والمسؤولون داخل الدولة
- ☐ -المؤثرون وصناع المحتوى
- ☐ -المشاهير
- ☐ -ذوي الإعاقات والاحتياجات الخاصة
- ☐ -اللاجئون والأجانب
- ☐ -المرأة

19. برأيك ما هي الدوافع التي تقود الأفراد لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لبث ونشر خطاب التمييز والكراهية: (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- العزلة والانغلاق ☐ - التعصب والتطرف ☐ - الانتقام والتنفيس عن الغضب ☐
- عدم القدرة على المواجهة المباشرة ☐ - شعور الفرد بالظلم والتمييز ☐
- الشهرة والرغبة في الظهور ☐ - التنشئة الاجتماعية الخاطئة ☐

20. هل تعتقد بأنك قد استخدمت خطابا يدعو للكراهية والتمييز عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنفسك دون إدراكه؟

- نعم ☐ - لا ☐ - ربما ☐

21. هل سبق لك أن تعرضت لخطاب يحرض على التمييز والكراهية اتجاهاً على مواقع التواصل الاجتماعي؟

- نعم ☐ - لا ☐

إذا كانت الإجابة بنعم: هل كان ذلك بسبب: (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- آرائك وأفكارك ☐ - توجهاتك السياسية ☐ - توجهاتك الدينية ☐
- انتمائك وهويتك ☐ - هويتك الجنسية (ذكر/أنثى) ☐ - شكلك ومظهرك الخارجي ☐

أخرى تذكر:

المحور الثالث: دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار خطاب التمييز والكراهية.

22. في اعتقادك ما هي أسباب انتشار خطاب التمييز والكراهية بين رواد مواقع التواصل الاجتماعي؟

- غياب ثقافة الحوار وعدم احترام التباين في الآراء والمواقف حول القضايا المختلفة ☐
- تراجع أو اختلاف القيم الاجتماعية والأخلاقية ☐
- غياب الحقائق وانتشار المعلومات المضللة والأخبار الكاذبة ☐

- نقص الوعي وغياب التحصين الفكري للأفراد ☐
 - غياب الرقابة وضعف القوانين والتشريعات الرادعة ☐
 - ظهور وانتشار جماعات وتنظيمات متطرفة فكريا أو سياسيا أو دينيا ☐
23. تساهم البيئة الاجتماعية والظروف المحيطة بها في تكريس خطاب التمييز والكراهية من خلال: (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- غياب العدالة وتقشي الظلم والإقصاء الاجتماعي ☐
 - التوترات والصراعات الدينية ☐
 - الضغوط الاقتصادية (ارتفاع معدلات البطالة- الغلاء وانخفاض المستوى المعيشي) ☐
 - التغيرات والتحوللات على الساحة السياسية في الجزائر، وممارسة التضليل والاستقطاب السياسي وقوتها التحريضية ☐
 - فترات اللاإستقرار والأزمات الصحية، السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية.... الخ ☐
 - السياق التاريخي الطويل للحرب الاستعمارية والعشرية السوداء والإرهاب التي رسبت انعكاسات ضارة على المجتمع الجزائري ☐
24. ما هي أكثر الأساليب استخداما في الترويج لخطابات التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- المبالغة وتضخيم الأحداث لتشويه الحقائق وإشاعة الخوف بين المستخدمين ☐
- نشر القضايا الخلافية والأخبار التي تثير الانقسامات الداخلية وتحرض على الفرقة والعداء ☐
- توظيف اللغة التحريضية واستخدام الأسلوب الهجومي والعدائي ☐
- الاعتماد على أسلوب تكرار المنشورات الدالة على الكراهية وتداولها بشكل يومي ☐
- استمالة العواطف بدل استخدام الحجج والبراهين التي تخاطب الفكر والعقل ☐

25. ما هي العوامل المساعدة التي جعلت مواقع التواصل الاجتماعي منصة للترويج لخطاب التمييز والكراهية؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

-سهولة الوصول إلى المعلومات وحرية الرأي والتعبير دون قيود أو شروط ☐

-قدرة هذه المواقع على الإقناع لجمعها بين مختلف الوسائط (نصوص، صور، فيديو)، بالإضافة إلى خواص التفاعلية والتشاركية ☐

-التخفي خلف الحسابات المزيفة والهويات الوهمية ☐

-فردية وسرية الاستخدام ☐

-غياب الرقابة والمتابعة القانونية ☐

المحور الرابع: انعكاسات انتشار خطاب التمييز والكراهية على المستخدمين الجزائريين عبر مواقع التواصل الاجتماعي

26. يؤدي خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى الفردي إلى: (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- تهديد الأمان الشخصي والنفسي والخط من الكرامة الإنسانية للمستهدفين ☐

- انتشار وتنامي التعصب والفكر المتطرف بين الأفراد ☐

-ترسيخ ممارسات عنصرية تزيد من خطر التعرض لأعمال العنف والاعتداءات اللفظية والسلوكية ☐

-الشعور بالعزلة والتهميش وإعاقة عملية الاندماج الاجتماعي للأفراد والمجموعات المستهدفة ☐

27. يؤدي خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى المجتمعي إلى: (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- تأجيج الصراعات والنزاعات وانتشار الفتن بين أبناء المجتمع الواحد وتمزيق الروابط الاجتماعية ☐

- ضعف التعاون والتكافل الاجتماعي والعمل الخيري بين أفراد المجتمع ☐

-تهديد وحدة المجتمع وتماسكه وإضعاف بنيته الداخلية ☐

28. في اعتقادك هل تؤدي الانعكاسات السلبية لخطاب الكراهية على المجتمع إلى: (رتب إجابتك)

- الإساءة اللفظية ☐ -المضايقات والتهديدات ☐
-الاعتداء الجسدي وإلحاق الضرر على الأفراد ☐ -جرائم القتل ☐
-عمليات تخريبية وإلحاق ضرر بالمتلكات ☐

المحور الخامس: مواجهة خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

29. هل لديك معرفة سابقة عن العقوبات القانونية المترتبة عن بث خطاب التمييز والكراهية على

مواقع التواصل الاجتماعي؟ ☐ نعم ☐ لا

30. حسب رأيك من هي الجهات والأطراف التي يجب عليها التصدي لخطاب الكراهية عبر مواقع

التواصل الاجتماعي؟ (رتب إجابتك)

- المؤسسات القضائية ☐ - مؤسسات المجتمع المدني ☐
- المؤسسات الإعلامية ☐ -مؤسسات الضبط الاجتماعي ☐
-شركات مواقع التواصل الاجتماعي ☐

31. ما هي الآليات التي ترى أنه من الواجب العمل بها للحد من انتشار خطاب التمييز والكراهية

عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- الضبط القانوني وسن نصوص وتشريعات لمكافحة التمييز وخطاب الكراهية ☐
- فرض الرقابة على المحتوى الرقمي ☐
-حملات توعية بخطورة خطاب الكراهية وانعكاساته السلبية على الفرد والمجتمع ☐
-التربية الإعلامية وتنمية مهارات التواصل والتلقي الناقد ☐
- تفعيل دور المجتمع المدني ☐

32. هل تعتقد أن مواقع التواصل الاجتماعي بإمكانها مواجهة مد خطاب الكراهية؟

☐ لا

☐ نعم

إذا كانت الإجابة بـ "نعم" يكون ذلك من خلال: (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- استخدام الخطاب المضاد، أي تقديم محتوى ينبذ العنف والكراهية والأفكار المتطرفة ويدعو للتسامح والاعتدال ☐

- استغلال مواقع التواصل لتنظيم حملات توعية بخطورة خطاب التمييز والكراهية، ونشرها على نطاق واسع ☐

- إنشاء وحدات لرصد ومتابعة كل أشكال الكراهية في مواقع التواصل ومحاربة الأخبار الكاذبة ☐

- إلزام شركات التواصل الاجتماعي على فرض الرقابة على محتواها ومستخدميها ☐

إجراءات أخرى تذكر

33. في اعتقادك ما هي أهم التحديات والصعوبات التي تقف عائقاً أمام مواجهة خطاب التمييز

والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- الغموض الذي يكتنف طبيعة خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل ومظاهره، وصعوبة تحديد أشكاله وأساليب بثه ☐

- كثرة الحسابات الوهمية والمزيفة وصعوبة متابعتها ورصدها ☐

- عدم كفاية النصوص القانونية والتعارض بين استصدارها (سنها) وتطبيقها الفعلي ☐

- نقص الوعي وعدم إبلاغ الضحية المستهدفة عن تعرضها لخطاب الكراهية والتمييز العنصري ☐

- اعتماد شركات التواصل الاجتماعي على الاكتشاف الآلي لتحديد خطاب الكراهية والتمييز، مما يجعله عرضة للخطأ وانتهاك حرية المستخدمين في التعبير ☐



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر - بسكرة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية



عنوان الدراسة:

دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار خطاب التمييز والكراهية
- دراسة مسحية على عينة من المستخدمين الجزائريين -

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه (L. M. D) في علوم الإعلام والاتصال

تخصص إعلام جديد وقضايا المجتمع

إشراف الأستاذ:

د. أحمد أمين فورار

إعداد الطالبة:

نورة مرياي

في إطار إنجاز هذه الدراسة المقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال تخصص إعلام جديد وقضايا المجتمع بجامعة بسكرة، نضع بين أيديكم دليل المقابلة المتعلقة بموضوع الدراسة، ونرجو من سيادتكم المحترمة الإجابة على أسئلتها وتقديم وجهات نظرکم، التي تساعدنا في تدعيم نتائجنا وتفسيرها لوضع هذا البحث في مساره المنهجي الصحيح، وشكرا لتعاونکم.

السنة الجامعية: 2025/2024

ملخص إشكالية الدراسة:

أردنا من خلال هذه الدراسة الخوض بشكل موضوعي ودقيق في مناقشة ظاهرة التمييز والكراهية بجميع أبعادها، انطلاقا من ضبط وتحديد المطارحات المفاهيمية لهذا الخطاب وأشكاله المختلفة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، مروراً بتحديد مسبباته، ووصولاً إلى رصد دور هذه الأخيرة في انتشار هذا النوع من الخطابات وأساليبه وانعكاساته على النظام القيمي والنسيج الاجتماعي والثقافي، بما يفرض ضرورة إيجاد سبل التصدي له وطرق لمعالجته، وذلك بالتطبيق على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر، من خلال رصد الدور الذي تمارسه هذه المواقع في تغذية خطاب التمييز والكراهية، وجمع وتحليل وتفسير البيانات من أفراد عينة الدراسة من المستخدمين الجزائريين لهذه التطبيقات حول الموضوع المطروح، وعليه قمنا بطرح التساؤل الإشكالي التالي: ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار خطاب التمييز والكراهية بين مستخدميها من الجزائريين؟

وانبثق عن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي كالآتي:

1. ما هي مظهرات وأشكال خطاب التمييز والكراهية السائد في مواقع التواصل الاجتماعي بين المستخدمين الجزائريين؟
2. ما طبيعة تفاعل المستخدم الجزائري مع خطابات التمييز والكراهية في مواقع التواصل الاجتماعي؟
3. فيما تتمثل أساليب وأسباب انتشار خطاب التمييز والكراهية بين المستخدمين الجزائريين؟
4. ماهي انعكاسات انتشار خطاب التمييز والكراهية على المستخدمين الجزائريين عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
5. ماهي سبل مواجهة خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين المستخدمين الجزائريين؟

في ضوء ما تقدم وبهدف الإحاطة بموضوع الدراسة وتغطيته من جوانبه المختلفة، تم الاعتماد على المنهج المسحي باستخدام الاستبيان الإلكتروني، كأداة رئيسية لتحقيق أهداف هذه الدراسة على عينة قوامها 415 مبحوث، وقد توصلنا إلى مجموعة من النتائج نعرض عليكم أبرزها، ونرجو من حضرتكم قراءة الأسئلة المرفقة والإجابة عليها بتقديم وجهات نظرکم باعتبارکم خبير في موضوع الدراسة، بغرض الوصول إلى نتائج مفسرة للظاهرة بشكل دقيق ومدرس.

أسئلة المقابلة:

السؤال رقم (01):

أوضحت نتائج الدراسة التي توصلنا إليها أن خطاب التمييز والكراهية منتشر بشكل أكبر عبر موقع فيسبوك الذي احتل المرتبة الأولى، ثم موقع أنستغرام، فموقع يوتيوب، وأن مقاطع الفيديو والتعليقات على المنشورات والصور والرسوم على الترتيب هي أكثر القوالب التي تستغل لنشر هذه الخطابات. ألا ترون أن ترتيب الباحثين لأكثر المواقع نشرًا لخطاب التمييز والكراهية يعود بالدرجة الأولى إلى درجة وطبيعة استخدامهم لموقع دون آخر وليس بالضرورة لكونه منتشرًا فيه؟

.....

.....

السؤال رقم (2):

تبين لنا من خلال نتائج الدراسة أن أكثر أنواع خطابات التمييز والكراهية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الخطابات السياسية والدينية والثقافية، هل يعود ذلك إلى التأثير المتبادل بين ثلاثية "الدين والسياسة والثقافة"، لكونها من أبرز المحاور التي تشكل القيم والهوية وتؤثر في تطور المجتمع ككل؟ أم أنها لا تعدو أن تكون علاقة ارتباط بين نوع خطاب الكراهية السائد في مواقع التواصل وطبيعة الصفحات التي يتابعها الباحثين واهتماماتهم؟

.....

.....

السؤال رقم (03):

أشارت النتائج أن الخطاب الديني من بين أكثر أنواع خطابات التمييز والكراهية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هل من الطبيعي أن تكون القضايا الدينية من أكثر القضايا خلافًا في بلد إسلامي لا يعاني من أقليات دينية ولا طوائف ومذاهب مختلفة؟

.....

.....

السؤال رقم (04):

تم التحقق من خلال الدراسة أن السب والإهانة والشتم، والسخرية والاستهزاء، بالإضافة إلى التمييز والعنصرية من بين أشكال خطاب التمييز والكراهية الأكثر تداولاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كيف تفسرون هذا التدني واللاأخلاقية في النقاش والحوار مع الآخر الذي يختلف عنك في الرأي أو التوجه السياسي، الديني، الثقافي، اللغوي ... الخ، لا سيما أن جل أفراد عينة الدراسة من الجزائريين ينتمون إلى الطبقة المتعلمة والمتقفة؟

.....

.....

السؤال رقم (05):

بينت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين لا يتفاعلون مع المنشورات المعبرة عن الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث صرح البعض منهم بأنهم يتجاهلون المنشور كلية، بينما أقر البعض الآخر بأنهم يكتفون بالتصفح فقط، ما رأيكم في هذا الانسحاب في ظل اعترافهم بغياب الرقابة والمتابعة القانونية، هل هذا دليل على نقص الوعي أم تراجع وتخلي عن المسؤولية الاجتماعية؟

.....

.....

السؤال رقم (06):

أوضحت النتائج المتوصل إليها بأن المؤثرين وصناع المحتوى من أكبر المسوقين لخطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرهم استهدافاً، كيف تفسرون بأن المؤثرين وصناع المحتوى هم المروجون لخطاب التمييز والكراهية عبر هذه المواقع التواصلية والمستهدفون في ذات الوقت حسب إجابات المبحوثين؟

.....

.....

السؤال رقم (07):

أجاب أكثر من 75 بالمئة من المبحوثين بأنهم لم يستخدموا خطابا يدعوا للكراهية والتمييز عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هل ترى فعلا أن هذه النسبة حقيقية، أم أنهم يجهلون طبيعة هذه الخطابات ويعتبرونها ممارسة لحرية التعبير والرأي؟

.....

.....

السؤال رقم (08):

أجابت النسبة الأكبر من أفراد العينة بأنه لم يسبق لها أن تعرضت لخطاب يحرض على التمييز والكراهية اتجاهاها على مواقع التواصل الاجتماعي، هل ترى أن هذه النتائج تعكس الواقع، أم أن المشكل يرتبط أساسا بعدم قدرة المبحوثين على التعرف على هذه النوعية من الخطابات سواء تعلقت بمحتوى الخطاب أو سياقه أو مصدره؟

.....

.....

السؤال رقم (09):

جاء عامل ظهور وانتشار جماعات وتنظيمات متطرفة فكريا أو سياسيا أو دينيا في المرتبة الأخيرة من أسباب انتشار خطاب التمييز والكراهية بين رواد مواقع التواصل الاجتماعي حسب إجابات المبحوثين، هل ترون فعلا أن الجزائر حاليا في منأى عن تأثير هذه التنظيمات، أم أنها لم تجد طريقا وآذانا صاغية للتغلغل وسط الجمهور الجزائري عبر هذه المنصات؟

.....

.....

السؤال رقم (10):

حسب نتائج الدراسة تساهم البيئة الاجتماعية وظروفها ممثلة بغياب العدالة وتفشي الظلم والإقصاء الاجتماعي -بأغلبية إجابات المبحوثين- في تكريس خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل، فهل هذا يؤكد أن الفرد أو الشخص الذي يتعرض للتمييز والتهميش والكراهية بمختلف أنواعها في محيطه الاجتماعي تصبح من

طبيعته نشر مثل تلك الخطابات عبر المنصات الافتراضية؟ وكيف تفسرون هذه العلاقة الوطيدة بين الواقع الاجتماعي والعالم الافتراضي؟

.....
.....

السؤال رقم (11):

لاحظنا من خلال النتائج المحصل عليها أن الانعكاسات السلبية لخطاب الكراهية على المجتمع تتدرج من الإساءة اللفظية بالدرجة الأولى ثم المضايقات والتهديدات، ثم الاعتداء الجسدي وإلحاق الضرر على الأفراد وصولاً إلى العمليات التخريبية وجرائم القتل، انطلاقاً من خبرتكم حول الموضوع هل ترون أن هذا الترتيب منطقي وأن هذه الانعكاسات هي السائدة فعلاً في التعامل مع تبعات العنصرية والكراهية؟ وهل تؤثر مدة استخدام هذه المواقع وطبيعة الصفحات المتابعة على نوعية رد الفعل ودرجته؟

.....
.....

السؤال رقم (12):

أغلب الإجابات التي تحصلنا عليها من خلال الاستبيان وضحت أن المؤسسات القضائية هي الجهة الأساسية التي يجب عليها التصدي لخطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى كل من المؤسسات الإعلامية والمجتمع المدني ومؤسسات الضبط الاجتماعي وشركات مواقع التواصل الاجتماعي التي جاءت تباعاً، هل تؤيدون هذا التوجه الذي يركز على الضبط القانوني والتشريعي ويلقي بكامل المسؤولية على عاتق القضاء، أم ترون أن التكامل بين عمل هذه المؤسسات مجتمعة هو ما يضمن مجابهة خطاب الكراهية والتمييز على المدى البعيد؟

.....
.....

شكراً لتعاونكم

المقابلة رقم (1): مع الأستاذ يوسف بلعباس، دكتور بعلم اجتماع الاتصال جامعة

أحمد زبانه - غليزان -

السؤال رقم (01): أوضحت نتائج الدراسة التي توصلنا إليها أن خطاب التمييز والكراهية منتشر بشكل أكبر عبر موقع فيسبوك الذي احتل المرتبة الأولى، ثم موقع أنستغرام، فموقع يوتيوب، وأن مقاطع الفيديو والتعليقات على المنشورات والصور والرسوم على الترتيب هي أكثر القوالب التي تستغل لنشر هذه الخطابات، ألا ترون أن ترتيب المبحوثين لأكثر المواقع نشرًا لخطاب التمييز والكراهية يعود بالدرجة الأولى إلى درجة وطبيعة استخدامهم لموقع دون آخر وليس بالضرورة لكونه منتشرًا فيه؟

الجواب: قد يتأثر ترتيب المنصات حسب انتشار خطاب التمييز والكراهية بعد عوامل، تعود بالأساس إلى أنماط الاستخدام وسلوكيات المستخدمين في كل منصة، ولا يمكن أن تنحصر فقط بانتشار الظاهرة فيها، والواقع يثبت هذا فمثلاً يعتبر الفيسبوك الأكثر استخداماً في الجزائر، وهو ما يجعل احتمال رصد العديد من خطابات الكراهية فيه أعلى مقارنة بمنصات اجتماعية أخرى، كما ضف إلى ذلك أن طبيعة تفاعل المستخدمين سواء ما يلاحظ في تعليقاتهم عبر مختلف المنشورات وحتى في مجموعات مغلقة تتيح مساحة أوسع لنشر خطاب الكراهية، في المقابل نجد موقع اليوتيوب الذي يعتمد أكثر على المحتوى المرئي حيث تكون فيه خطابات الكراهية مدمجة في الفيديوهات أو التعليقات، وهو الأمر الذي قد يحد من انتشارها مقارنة بفيسبوك، لذا، وبناءً عليه يمكن القول أن التفاعل مع نوع وطبيعة المنصة وطرق بناءها واستخدامها يلعب دوراً أساسياً وجوهرياً في بناء وتشكيل وعي وإدراك الكثير من المستخدمين لمستوى انتشار خطاب التمييز والكراهية.

وهو ما نفسره في إطار نظرية الاستخدامات والإشباع التي تؤكد بأن المستخدمين يحدون المنصات وفق حاجاتهم وتفضيلاتهم الاتصالية؛ وبالتالي فإن التمثّل الذهني لانتشار خطاب الكراهية في هذه الحالة يتأثر بمدى تعرّض الفرد للمحتوى داخل منصة معينة يختارها هو، لا بحقيقة موضوعية شاملة حول نسبة انتشار الخطاب داخل تلك المنصة، كما أعتقد أن للخوارزميات دور حاسم في تخصيص المحتوى، وهو ما يؤدّي بالفيسبوك أن يكون أكثر عرضة لتضخيم هذا النوع من الخطابات نظراً لطبيعته التفاعلية الكثيفة.

السؤال رقم (2): تبين لنا من خلال نتائج الدراسة أن أكثر أنواع خطابات التمييز والكراهية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الخطابات السياسية والدينية والثقافية، هل يعود ذلك إلى التأثير المتبادل بين ثلاثية "الدين والسياسة والثقافة"، لكونها من أبرز المحاور التي تشكل القيم والهوية وتؤثر في تطور

المجتمع ككل؟ أم أنها لا تعدو أن تكون علاقة ارتباط بين نوع خطاب الكراهية السائد في مواقع التواصل وطبيعة الصفحات التي يتابعها المبحوثين واهتماماتهم؟

الجواب: في رأيي أن العلاقة بين السياسة والدين والثقافة علاقة جدلية تساهم بشكل كبير في تشكيل الهويات الجماعية واذكاء الصراعات الفكرية داخل المجتمعات، مما يخلق بيئة خصبة لظهور خطابات التمييز والكراهية، كماؤكد أنّ أغلب القضايا ترتبط بالمعتقدات العميقة للأفراد والجماعات، وهي تؤثر بدورها على توجهاتهم وسلوكياتهم الاتصالية، لذلك لا يمكنني أن اعتبر أن انتشار أنواعا من خطابات الكراهية مجرد انعكاس لاهتمامات المستخدمين، بل هو نتيجة منطقية لبنية اجتماعية وسياسية تعمل على تكريس الاستقطابات والخلافات الأيديولوجية، بما فيها توظيف الفضاء الرقمي لخدمة هذه الأغراض مما يعزز التجمعات الافتراضية للأفراد ذوي الأفكار المتشابهة وهو ما ينعكس بشكل متزايد على الواقع ويزيد من حدة الخطابات المتعصبة.

السؤال رقم (03): أشارت النتائج أن الخطاب الديني من بين أكثر أنواع خطابات التمييز والكراهية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هل من الطبيعي أن تكون القضايا الدينية من أكثر القضايا خلافا في بلد إسلامي لا يعاني من أقليات دينية ولا طوائف ومذاهب مختلفة؟

الجواب: ليس بالضرورة ولكن نظرا لطبيعة المعتقد، فالدين ليس فقط منظومة عقدية، بل في رأيي الخاص هو عنصر هويّاتي وثقافي وسياسي، مركب ويستغل في الكثير من الأحوال للتوظيف في سياقات مختلفة في المجتمعات المتجانسة دينيا، فمثلا الجزائر حسب المثال الذي تقدّم، فهي لا تعاني من أقليات دينية أو عرقية أو طوائف أو مذاهب يمكن أن تتصاعد بشدة فيها خطابات الكراهية، حيث نلاحظ أن الخلاف الديني يكون داخليا، وهو يتمحور حول التفسيرات المختلفة للنصوص الدينية، والممارسات الفقهية، والأبعاد السياسية للدين هذا من جهة، غير أنه في الفضاء الرقمي يتخذ الدين طابعا تأويليا وهوياتيا، ويُستخدم كوسيلة للهيمنة الرمزية أو المعارضة، خصوصا عندما يتقاطع مع السياسة والثقافة، وهو الأمر الذي سمح حسب رأيي بإعادة إنتاج التمايزات داخل الدين الواحد (تيارات سلفية، صوفية، عقلانية...)، وكل طرف يطرح تصورا يُقصي الآخر، كما نجد من جهة أخرى أن تأثير الخطابات الدينية العالمية، وتفاعل المستخدمين مع المحتوى الخارجي، يعزز النقاشات المتوترة حول قضايا دينية معينة، حتى في غياب التنوع المذهبي أو الطائفي داخل البلد.

السؤال رقم (04): تم التحقق من خلال الدراسة أن السب والإهانة والشتم، والسخرية والاستهزاء، بالإضافة إلى التمييز والعنصرية من بين أشكال خطاب التمييز والكراهية الأكثر تداولاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كيف تفسرون هذا التدني واللاأخلاقية في النقاش والحوار مع الآخر الذي يختلف عنك في الرأي أو التوجه السياسي، الديني، الثقافي، اللغوي ... الخ، لا سيما أن جل أفراد عينة الدراسة من الجزائريين ينتمون إلى الطبقة المتعلمة والمتقنة؟

الجواب: لا يمكن بالضرورة أن يعكس المستوى التعليمي مستوى الوعي الرقمي أو الأخلاقي والذي يظهر في الحوار والردشة في المنصة، وفي اعتقادي أن التعليم لا يلغي الميول العاطفية أو التحيزات القيمية بل يعمل على تعزيزها في بعض الحالات إذا كان الأفراد يفتقرون إلى مهارات التفكير النقدي والتواصل الفعال، ومن خلال دراستنا وجدنا أن الطبيعة التفاعلية لمنصات التواصل الاجتماعي هي التي تحفز الاستجابة العاطفية السريعة بدلاً من التفكير العقلاني، مما يؤدي إلى انتشار لغة العنف اللفظي، خاصة في ظل عدم وجود ضوابط اجتماعية مباشرة كالتي تحكم التفاعل في الحياة الواقعية.

السؤال رقم (05): بينت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين لا يتفاعلون مع المنشورات المعبرة عن الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث صرح البعض منهم بأنهم يتجاهلون المنشور كلية، بينما أقر البعض الآخر بأنهم يكتفون بالتصفح فقط، ما رأيكم في هذا الانسحاب في ظل اعترافهم بغياب الرقابة والمتابعة القانونية، هل هذا دليل على نقص الوعي أم تراجع وتخلي عن المسؤولية الاجتماعية؟

الجواب: في اعتقادي أن الانسحاب أو تجنب مواجهة خطابات التمييز والكراهية لا يعني بالضرورة نقص الوعي، بل قد يكون استراتيجية ذكية لتجنب التورط أو ضعف الثقة في الرقابة والحماية القانونية، وهو يعبر بصورة عامة عن الخوف من العواقب الشخصية كالتعرض للتمتر أو التهديد والمضايقات، ومع ذلك فإن غياب التفاعل قد يكرس انتشار هذه الخطابات من خلال منحها شرعية غير مباشرة.

السؤال رقم (06): أوضحت النتائج المتوصل إليها بأن المؤثرين وصناع المحتوى من أكبر المسوقين لخطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرهم استهدافاً، كيف تفسرون بأن المؤثرين وصناع المحتوى هم المروجون لخطاب التمييز والكراهية عبر هذه المواقع التواصلية والمستهدفون في ذات الوقت حسب إجابات المبحوثين؟

الجواب: المؤثرون وصناع المحتوى يلعبون دورا مزدوجا في ديناميكيات الخطاب الرقمي، فمن جهة، يسعى البعض منهم إلى إثارة الجدل وجذب التفاعل من خلال تبني مواقف متطرفة أو مثيرة للانقسام، مما قد يؤدي إلى نشر خطاب الكراهية بشكل غير مباشر، ومن جهة أخرى يكونون عرضة للاستهداف من قبل المستخدمين الذين يختلفون معهم أيديولوجيًا أو ثقافيا، وفي اعتقادي أنّ هذه الظاهرة تتماشى مع نظرية الاستخدام والإشباع، حيث يُوظف المحتوى الإعلامي لإثارة العواطف والتفاعلات التي تعزز مكانة المؤثرين، حتى لو كان ذلك عبر خطاب الكراهية لجذب التفاعل، مما يدفعهم لاستخدام خطاب يتضمن بشكل مبطن تمييزا أو تهكما على الآخر، لكنهم في ذات الوقت عرضة للانتقاد بسبب الشخصية، والمبالغة في التعبير، وتجاوزهم للخطوط الرمزية الجماعية، وهكذا يتحولون إلى ضحية ومنتج محتوى في نفس الوقت، في بيئة رقمية افتراضية تحكمها النجومية الرقمية وسرعة تداول المحتوى.

السؤال رقم (07): أجاب أكثر من 75 بالمئة من المبحوثين بأنهم لم يستخدموا خطابا يدعوا للكراهية والتمييز عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هل ترى فعلا أن هذه النسبة حقيقية، أم أنهم يجهلون طبيعة هذه الخطابات ويعتبرونها ممارسة لحرية التعبير والرأي؟

الجواب: نعم هذه النسبة تمثيلية لمجتمع بحث مدروس بعناية وبعينه ساعدتنا على اكتشاف رأي المبحوثين، وفي رأيي أنها تعكس في جانب منها عدم إدراك المستخدمين للحدود بين حرية التعبير وخطاب الكراهية، فالعديد من الأفراد يمارسون سلوكيات تمييزية دون وعي بها، خاصة عندما تكون ضمن خطابات ساخرة أو نقدية ذات طابع استهزائي، فالكثير من المستخدمين لا يدرك أن السخرية أو التعميم على فئة ما قد تعتبر تمييزا مبنيًا على الهوية.

السؤال رقم (08): أجابت النسبة الأكبر من أفراد العينة بأنه لم يسبق لها أن تعرضت لخطاب يحرض على التمييز والكراهية اتجاها على مواقع التواصل الاجتماعي، هل ترى أن هذه النتائج تعكس الواقع، أم أن المشكل يرتبط أساسا بعدم قدرة المبحوثين على التعرف على هذه النوعية من الخطابات سواء تعلقت بمحتوى الخطاب أو سياقه أو مصدره؟

الجواب: من غير المرجح أن يكون المستخدمون وهو رأي عينة الدراسة لم يتعرضوا لخطاب الكراهية، بل قد يكون السبب عدم إدراكهم للأنماط المختلفة لهذه الخطابات، فبعض الأفراد يعتبرون العبارات التمييزية جزءا من النقاش الطبيعي أو الفكاهة، مما يؤدي إلى تطبيع خطاب الكراهية داخل المجتمع الرقمي، وفي

اعتقادي أنّ المسألة تتعلق بقدرتهم على تمييز وفهم الخطابات الضمنية، فخطاب الكراهية قد لا يكون مباشرا دائما، بل يتمظهر في رموز، استعارات، أو نكت، مثلما أشرنا إليه في دراستنا، كما أن نمط التكرار والاعتقاد على أنواع كثيرة من خطابات التمييز والكراهية تقلل من حساسية الأفراد تجاه هذه الخطابات، مما يؤدي إلى ما أسميه "بتطبيع العنف الرمزي"، وبالتالي يجعلهم غير قادرين على تسميته أو حتى الإحساس به، ويكون الأمر عاديا لديهم.

السؤال رقم (09): جاء عامل ظهور وانتشار جماعات وتنظيمات متطرفة فكريا أو سياسيا أو دينيا في المرتبة الأخيرة من أسباب انتشار خطاب التمييز والكراهية بين رواد مواقع التواصل الاجتماعي حسب إجابات المبحوثين، هل ترون فعلا أن الجزائر حاليا في منأى عن تأثير هذه التنظيمات، أم أنها لم تجد طريقا وآذانا صاغية للتغلغل وسط الجمهور الجزائري عبر هذه المنصات؟

الجواب: في رأي وحسب الكثير من المؤشرات أن الجزائر ليست في منأى عن التأثيرات الفكرية للتنظيمات المتطرفة، لكنها تمتلك بيئة اجتماعية وسياسية أقل استجابة لمثل هذه الخطابات بسبب التجربة التاريخية مع الإرهاب في التسعينيات، والقول بأن الجزائر بمنأى عنها يُعدّ تبسيطا مغلّا، ربما لا تملك تلك الجماعات تأثيرا مباشرا، لكننا لا يمكن أن نتجاهل دورها في ترويج أيديولوجيات رمزية تخترق شبكات التواصل الاجتماعي من خلال سرديات المظلومية أو الهوية المهدّدة، وهو ما يحصل في الكثير من الصفحات الفيسبوكية ذات الهوية المجهولة، بناء نقول أنّ الفضاء الرقمي العابر للحدود يجعل من الصعب منع تأثير هذه التنظيمات تماما، إذ يمكنها استهداف الفئات الهشة فكريا واستغلالها عرقيا أو دينيا أو سياسيا أو ثقافيا عبر استراتيجيات الإقناع والتجنيد غير المباشر، وهو ما قد يضاعف الخطر ويزيد من قدرته على التغلغل دون مقاومة.

السؤال رقم (10): حسب نتائج الدراسة تساهم البيئة الاجتماعية وظروفها ممثلة بغياب العدالة وتفشي الظلم والإقصاء الاجتماعي -بأغلبية إجابات المبحوثين- في تكريس خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل، فهل هذا يؤكد أن الفرد أو الشخص الذي يتعرض للتمييز والتهميش والكراهية بمختلف أنواعها في محيطه الاجتماعي تصبح من طبيعته نشر مثل تلك الخطابات عبر المنصات الافتراضية؟ وكيف تفسرون هذه العلاقة الوطيدة بين الواقع الاجتماعي والعالم الافتراضي؟

الجواب: هناك علاقة وثيقة بين التمييز الاجتماعي والرقمي، حيث يُستخدم الفضاء الافتراضي كمنفذ للتعبير عن الإحباطات المرتبطة بالإقصاء الاجتماعي في الواقع الحقيقي، فالأفراد الذين يشعرون بالظلم قد يعبرون عن ذلك من خلال خطابات عدائية في الفضاء الافتراضي تجاه الفئات التي يعتبرونها مسؤولة عن تهميشهم، مما يؤدي إلى ترسيخ دوامة من الكراهية والتمييز المتبادل، لذا أرى بأن التهميش الاجتماعي قد يتحول إلى خطاب عدائي في الفضاء الرقمي، ويمكن أن يستخدم للتنفيس أو الاستعراض الرمزي، فالعالم الافتراضي لا يعتبر حتماً قطيعة للواقع أو انفصالاً عنه، بل يعدّ في نظرنا امتداداً له.

السؤال رقم (11): لاحظنا من خلال النتائج المحصل عليها أن الانعكاسات السلبية لخطاب الكراهية على المجتمع تتدرج من الإساءة اللفظية بالدرجة الأولى ثم المضايقات والتهديدات، ثم الاعتداء الجسدي وإلحاق الضرر على الأفراد وصولاً إلى العمليات التخريبية وجرائم القتل، انطلاقاً من خبرتكم حول الموضوع هل ترون أن هذا الترتيب منطقي وأن هذه الانعكاسات هي السائدة فعلاً في التعامل مع تبعات العنصرية والكراهية؟ وهل تؤثر مدة استخدام هذه المواقع وطبيعة الصفحات المتابعة على نوعية رد الفعل ودرجته؟

الجواب: بالطبع في اعتقادي أن الترتيب منطقي يخضع لطبيعة المجتمع المدروس، فتصاعد العنف من الإساءة اللفظية إلى عنف رمزي ومادي يصل إلى الاعتداءات الجسدية حينما يجد أصاً خصبة تتجاوب معه وتعينه على التكرار، حيث أن مدة استخدام المنصات ونوعية الصفحات المتابعة تؤثر بشكل مباشر على التفاعلات، فيصبح المستخدمون النشطون داخل مجموعات مغلقة أو محتوى متحيز أكثر عرضة للتطرف المعرفي والسلوكي.

السؤال رقم (12): أغلب الإجابات التي تحصلنا عليها من خلال الاستبيان وضحت أن المؤسسات القضائية هي الجهة الأساسية التي يجب عليها التصدي لخطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى كل من المؤسسات الإعلامية والمجتمع المدني ومؤسسات الضبط الاجتماعي وشركات مواقع التواصل الاجتماعي التي جاءت تباعاً، هل تؤيدون هذا التوجه الذي يركز على الضبط القانوني والتشريعي ويلقي بكامل المسؤولية على عاتق القضاء، أم ترون أن التكامل بين عمل هذه المؤسسات مجتمعة هو ما يضمن مجابهة خطاب الكراهية والتمييز على المدى البعيد؟

الجواب: التعامل مع خطاب الكراهية يحتاج إلى مقارنة تكاملية بين القانون، الإعلام، المجتمع المدني، والتعليم، حيث لا يمكن الاعتماد على الحلول القانونية وحدها دون تعزيز التربية الإعلامية ونشر ثقافة التسامح.

من منظور علوم الإعلام والاتصال، لا يمكن اختزال مواجهة خطاب الكراهية في آلية قانونية ردعية فقط، رغم أهميتها، فالاعتماد على المؤسسة القضائية وحدها يمثل مقارنة أمنية وقانونية ضيقة، في حين أن خطاب الكراهية هو ظاهرة اتصالية معقدة تتطلب مقارنة شاملة متعددة المستويات.

لذا في رأينا أنّ معالجة خطابات التمييز والكراهية تتطلب تظافر أدوار مؤسسات متعددة، كلّ حسب طبيعته ووظيفته، لذلك، أؤيد بشدة خيار التكامل المؤسسي الشبكي، حيث لا تتحمل جهة واحدة العبء، بل تُنسج آلية تشاركية ذات طابع وقائي، تربوي، قانوني، وتقني، إذ أن القضاء لا يستطيع بمفرده أن يوقف سيل الكراهية، بل يحتاج إلى بيئة مجتمعية مؤهلة ثقافياً وسوسيلوجياً لمقاومة هذه الظاهرة.

المقابلة رقم (2): الأستاذ بلال موزاي دكتور في العلوم السياسية بجامعة سطيف 2

السؤال رقم (01): أوضحت نتائج الدراسة التي توصلنا إليها أن خطاب التمييز والكراهية منتشر بشكل أكبر عبر موقع فيسبوك الذي احتل المرتبة الأولى، ثم موقع أنستغرام، فموقع يوتيوب، وأن مقاطع الفيديو والتعليقات على المنشورات والصور والرسوم على الترتيب هي أكثر القوالب التي تستغل لنشر هذه الخطابات، ألا ترون أن ترتيب المبحوثين لأكثر المواقع نشرًا لخطاب التمييز والكراهية يعود بالدرجة الأولى إلى درجة وطبيعة استخدامهم لموقع دون آخر وليس بالضرورة لكونه منتشرا فيه؟

الجواب: أعتقد أن السبب يكمن في أن الجزائريين يستخدمون موقع الفايسبوك أكثر من المواقع الأخرى وهذا نجده في العديد من الدراسات الميدانية، رغم أن هذا الفضاء بالمقابل لا يراقب بشدة هذا الخطاب مقارنة باليوتيوب مثلا مما يرجح أيضا فكرة انتشاره فيه أكثر.

السؤال رقم (2): تبين لنا من خلال نتائج الدراسة أن أكثر أنواع خطابات التمييز والكراهية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الخطابات السياسية والدينية والثقافية، هل يعود ذلك إلى التأثير المتبادل بين ثلاثية "الدين والسياسة والثقافة"، لكونها من أبرز المحاور التي تشكل القيم والهوية وتؤثر في تطور

المجتمع ككل؟ أم أنها لا تعدو أن تكون علاقة ارتباط بين نوع خطاب الكراهية السائد في مواقع التواصل وطبيعة الصفحات التي يتابعها المبحوثين واهتماماتهم؟

الجواب: اعتقد ان الامر له علاقة بكونها تشكل حقل الهوية لمجتمع لا يزال مرتبطا عصبويا عبر تفضيل الولاءات الضيقة الدينية أو اللغوية أو الثقافية على الانتماء على أسس المواطنة.

السؤال رقم (03): أشارت النتائج أن الخطاب الديني من بين أكثر أنواع خطابات التمييز والكراهية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هل من الطبيعي أن تكون القضايا الدينية من أكثر القضايا خلافا في بلد إسلامي لا يعاني من أقليات دينية ولا طوائف ومذاهب مختلفة؟

الجواب: طبيعي أن تشكل القضايا الدينية أكثر القضايا خلافا بسبب تعدد مصادر المعارف الدينية التي يتلقاها المواطن خاصة في السنوات الأخيرة مع انتشار الخطاب الديني الرقمي (الفتاوى)، وبسبب ضعف أدوات التنشئة كالمساجد والمدارس والزوايا في تجديد الخطاب الديني.

السؤال رقم (04): تم التحقق من خلال الدراسة أن السب والإهانة والشتم، والسخرية والاستهزاء، بالإضافة إلى التمييز والعنصرية من بين أشكال خطاب التمييز والكراهية الأكثر تداولاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كيف تفسرون هذا التدني والأخلاقية في النقاش والحوار مع الآخر الذي يختلف عنك في الرأي أو التوجه السياسي، الديني، الثقافي، اللغوي ... الخ، لا سيما أن جل أفراد عينة الدراسة من الجزائريين ينتمون إلى الطبقة المتعلمة والمتقنة؟

الجواب: السبب يعود الى طبيعة المناهج الدراسية التي يتلقاها الفرد الجزائري منذ الطور الابتدائي الى الجامعة، وهي مناهج تشجع على التلقين والتكرار وتغذي أسلوب الأوامر كأداة للتواصل بين الاستاذ والتلميذ مما يخلق لنا فرد لا يقبل الاختلاف ولا يفكر بعقلانية ومسؤولية في الفضاء العمومي وهذا ينعكس بالضرورة في طبيعة الحضور الرقمي الذي لا يلغي الواقع في النهاية.

السؤال رقم (05): بينت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين لا يتفاعلون مع المنشورات المعبرة عن الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث صرح البعض منهم بأنهم يتجاهلون المنشور كلية، بينما أقر البعض الآخر بأنهم يكتفون بالتصفح فقط، ما رأيكم في هذا الانسحاب في ظل اعترافهم بغياب الرقابة والمتابعة القانونية، هل هذا دليل على نقص الوعي أم تراجع وتخلي عن المسؤولية الاجتماعية؟

الجواب: هو مرتبط أكثر بالاستقالة الجماعية، لان الجزائري يعتقد أن التدخل في مثل هذه القضايا قد يورطه في مشاكل شخصية (أزمة مواطنة).

السؤال رقم (06): أوضحت النتائج المتوصل إليها بأن المؤثرين وصناع المحتوى من أكبر المسوقين لخطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرهم استهدافا، كيف تفسرون بأن المؤثرين وصناع المحتوى هم المروجون لخطاب التمييز والكراهية عبر هذه المواقع التواصلية والمستهدفون في ذات الوقت حسب إجابات المبحوثين؟

الجواب: ربما بسبب طبيعة الخطاب الذي يتبناه هؤلاء المؤثرين والذي يستند على الاستقطاب ويعتبر الوسيلة الأكثر تفاعلا من قبل المجتمع، في النهاية المؤثر يبحث عن الظهور .

السؤال رقم (07): أجاب أكثر من 75 بالمئة من المبحوثين بأنهم لم يستخدموا خطابا يدعوا للكراهية والتمييز عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هل ترى فعلا أن هذه النسبة حقيقية، أم أنهم يجهلون طبيعة هذه الخطابات ويعتبرونها ممارسة لحرية التعبير والرأي؟

الجواب: اعتقد أن الاغلبية لا يزال يتعاطى مع خطاب الكراهية كنوع من ممارسة لحرية التعبير وهذا يظهر في التعليقات.

السؤال رقم (08): أجابت النسبة الأكبر من أفراد العينة بأنه لم يسبق لها أن تعرضت لخطاب يحرض على التمييز والكراهية اتجاهها على مواقع التواصل الاجتماعي، هل ترى أن هذه النتائج تعكس الواقع، أم أن المشكل يرتبط أساسا بعدم قدرة المبحوثين على التعرف على هذه النوعية من الخطابات سواء تعلقت بمحتوى الخطاب أو سياقه أو مصدره؟

الجواب: ربما السبب يعود الى عدم قدرة المبحوثين على تحديد نوعية هذا الخطاب.

السؤال رقم (09): جاء عامل ظهور وانتشار جماعات وتنظيمات متطرفة فكريا أو سياسيا أو دينيا في المرتبة الأخيرة من أسباب انتشار خطاب التمييز والكراهية بين رواد مواقع التواصل الاجتماعي حسب إجابات المبحوثين، هل ترون فعلا أن الجزائر حاليا في منأى عن تأثير هذه التنظيمات، أم أنها لم تجد طريقا وآذانا صاغية للتغلغل وسط الجمهور الجزائري عبر هذه المنصات؟

الجواب: لا يمكن معرفة ذلك الا في الأزمات هناك فقط يختبر منسوب المواطنة، لان اغلبية خطاب الكراهية كما سبق وأشرنا لا يتم التعرف عليه أصلا.

السؤال رقم (10): حسب نتائج الدراسة تساهم البيئة الاجتماعية وظروفها ممثلة بغياب العدالة وتنشي الظلم والإقصاء الاجتماعي -بأغلبية إجابات المبحوثين- في تكريس خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل، فهل هذا يؤكد أن الفرد أو الشخص الذي يتعرض للتمييز والتهميش والكراهية بمختلف أنواعها في محيطه الاجتماعي تصبح من طبيعته نشر مثل تلك الخطابات عبر المنصات الافتراضية؟ وكيف تفسرون هذه العلاقة الوطيدة بين الواقع الاجتماعي والعالم الافتراضي؟

الجواب: التنشئة التي يتلقاها الفرد في محيطه سلبيا أو ايجابيا تؤثر في خطابه الرقمي بالضرورة، وقد نفسر ذلك باعتبار أن الفضاء الرقمي لا يلغي الواقع، فالمواطنة السياسية هي أصل المواطنة الرقمية.

السؤال رقم (11): لاحظنا من خلال النتائج المحصل عليها أن الانعكاسات السلبية لخطاب الكراهية على المجتمع تتدرج من الإساءة اللفظية بالدرجة الأولى ثم المضايقات والتهديدات، ثم الاعتداء الجسدي وإلحاق الضرر على الأفراد وصولا إلى العمليات التخريبية وجرائم القتل، انطلاقا من خبرتكم حول الموضوع هل ترون أن هذا الترتيب منطقي وأن هذه الانعكاسات هي السائدة فعلا في التعامل مع تبعات العنصرية والكراهية؟ وهل تؤثر مدة استخدام هذه المواقع وطبيعة الصفحات المتابعة على نوعية رد الفعل ودرجته؟

الجواب: اعتقد أن الترتيب منطقي، أما بالنسبة لمدة الاستخدام فليس بالضرورة لها علاقة بنوعية ردود الفعل، بالمقابل نوعية الصفحات يمكن فعلا أن تؤثر في ردود الفعل ودرجته.

السؤال رقم (12): أغلب الإجابات التي تحصلنا عليها من خلال الاستبيان وضحت أن المؤسسات القضائية هي الجهة الأساسية التي يجب عليها التصدي لخطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى كل من المؤسسات الإعلامية والمجتمع المدني ومؤسسات الضبط الاجتماعي وشركات مواقع التواصل الاجتماعي التي جاءت تباعا، هل تؤيدون هذا التوجه الذي يركز على الضبط القانوني والتشريعي ويلقي بكامل المسؤولية على عاتق القضاء، أم ترون أن التكامل بين عمل هذه المؤسسات مجتمعة هو ما يضمن مجابهة خطاب الكراهية والتمييز على المدى البعيد؟

الجواب: أعتقد أن المسألة مرتبطة بتكامل المرافعة بين الجهات الرسمية واشتغال تنظيمات المجتمع المدني والجامعات ووسائل الاعلام في نشر ثقافة المواطنة الرقمية، ففي النهاية لا يجب الاستناد على الردع فقط لأنه يخلق نوع من الانفصام في السلوك الواقعي والرقمي للمواطن.

المقابلة رقم (03): مع الأستاذة جودي خرفية، دكتورة في علوم الإعلام والاتصال

بالمدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام - الجزائر -

السؤال رقم (01): أوضحت نتائج الدراسة التي توصلنا إليها أن خطاب التمييز والكراهية منتشر بشكل أكبر عبر موقع فيسبوك الذي احتل المرتبة الأولى، ثم موقع أنستغرام، فموقع يوتيوب، وأن مقاطع الفيديو والتعليقات على المنشورات والصور والرسوم على الترتيب هي أكثر القوالب التي تستغل لنشر هذه الخطابات، ألا ترون أن ترتيب المبحوثين لأكثر المواقع نشرا لخطاب التمييز والكراهية يعود بالدرجة الأولى إلى درجة وطبيعة استخدامهم لموقع دون آخر وليس بالضرورة لكونه منتشرا فيه؟

الجواب: أظن أن كثافة الاستخدام والانتشار العامل الأول في انتشار خطابات الكراهية والتمييز، فيسبوك يعتبر أكبر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما، فمنطقيا سيكون الموقع الأكثر استقطابا لخطابات الكراهية، العامل الثاني في تصوري هو غياب الردع القانوني لمكافحة انتشار خطابات الكراهية والتمييز، الأهم من ذلك هو عدم وجود مفهوم دقيق لخطابات الكراهية لأن الغطاء وراء تفشي خطابات الكراهية هي حرية التعبير وحرية التداول والنقاشات ضمن الفضاءات الرقمية، لذلك نجد انتشار وتنوع في أشكال خطابات الكراهية والتطرف والتمييز العنصري والعقدي وغيرها.

السؤال رقم (2): تبين لنا من خلال نتائج الدراسة أن أكثر أنواع خطابات التمييز والكراهية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الخطابات السياسية والدينية والثقافية، هل يعود ذلك إلى التأثير المتبادل بين ثلاثية "الدين والسياسة والثقافة"، لكونها من أبرز المحاور التي تشكل القيم والهوية وتؤثر في تطور المجتمع ككل؟ أم أنها لا تعدو أن تكون علاقة ارتباط بين نوع خطاب الكراهية السائد في مواقع التواصل وطبيعة الصفحات التي يتابعها المبحوثين واهتماماتهم؟

الجواب: صحيح لأنني ما وجدته في أطروحتي حول الخطابات الطائفية وهي ضمن جذر مشترك مع خطابات الكراهية والتمييز تشترك جميعا في إقامة علاقة هرمية بين السياسة والدين والإعلام ولأن أكثر المجالات ذات الحساسية المرتفعة فضلا على كونها تمثل ركيزة أساسية في هوية الإنسان، ولأن خطابات

الكراهية تنبثق أساساً من حالة التفوق العنصري في مقابل إقصاء الآخر الذي ينظر إليه على أنه أقل مستوى تصل هذه النظرة الإقصائية إلى حالة تكفير الآخر شيطنته، وهذا التصور النفسي تغذيه الصراعات والانقسامات الدينية والحضارية والثقافية والسياسية، يمكن الاستدلال على ذلك بنظرة التفوق العنصري لليهود، الشيعة وحتى سياسياً نجد هذه النزعة متوارثة بشكل كبير في سياسات الإقصاء والتهميش بالمقابل تمجيد الذات "الأنا" ينعكس هذا الأمر سريعاً على مواقع التواصل الاجتماعي التي تحوي هي الأخرى هذا النوع من الانقسامات والصراعات وتغذيه، فمثلاً أثبتت الإحصائيات أن انتشار خطابات العداء والكراهية للمسلم الفلسطيني من قبل صفحات ومجموعات وأشخاص غربيون على النقيض من ذلك تعمل الخوارزميات على انتهاك الحقوق الرقمية لمؤيدي حركة المقاومة الفلسطينية بل وانتهاك هذه الحقوق من خلال الحد وحضر مختلف الخطابات التي تحمل أسماء أو إشارات للقضية الفلسطينية، حتى اسم فلسطين محظور وينتهك سياسات ومعايير مواقع التواصل الاجتماعي باعتباره يؤشر على مدلولات الكراهية حسب ملاك هذه المنصات.

السؤال رقم (03): أشارت النتائج أن الخطاب الديني من بين أكثر أنواع خطابات التمييز والكراهية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هل من الطبيعي أن تكون القضايا الدينية من أكثر القضايا خلافاً في بلد إسلامي لا يعاني من أقليات دينية ولا طوائف ومذاهب مختلفة؟

الجواب: العكس؛ من الطبيعي أن ينعكس الخلاف الديني والطائفي على مواقع التواصل الاجتماعي، هذا الأمر نتيجة للصدامات الطائفية الممتدة تاريخياً، بطبيعة الحال امتد هذا الصراع إلى فضاءات التواصل الاجتماعي التي وفرت مساحات لا متناهية للصراعات الطائفية بين طوائف دينية متعددة مثل السنة والشيعة وبقية الطوائف الأخرى.

السؤال رقم (04): تم التحقق من خلال الدراسة أن السب والإهانة والشتم، والسخرية والاستهزاء، بالإضافة إلى التمييز والعنصرية من بين أشكال خطاب التمييز والكراهية الأكثر تداولاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كيف تفسرون هذا التدني والأخلاقي في النقاش والحوار مع الآخر الذي يختلف عنك في الرأي أو التوجه السياسي، الديني، الثقافي، اللغوي ... الخ، لا سيما أن جل أفراد عينة الدراسة من الجزائريين ينتمون إلى الطبقة المتعلمة والمتقنة؟

الجواب: أظن أن تفسير ذلك مرده إلى أن فضاءات التواصل الاجتماعي أتاحت حرية للتعبير.

السؤال رقم (05): بينت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين لا يتفاعلون مع المنشورات المعبرة عن الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث صرح البعض منهم بأنهم يتجاهلون المنشور كلية، بينما أقر البعض الآخر بأنهم يكتفون بالتصفح فقط، ما رأيكم في هذا الانسحاب في ظل اعترافهم بغياب الرقابة والمتابعة القانونية، هل هذا دليل على نقص الوعي أم تراجع وتخلي عن المسؤولية الاجتماعية؟

الجواب: عدم التفاعل مع خطابات الكراهية لا يعني ردع هذه الخطابات لأنها أساسا منتشرة بشكل كبير، أظن أن الأمر متعلق أساسا بغياب الردع القانوني الذي ينظم الممارسات الاجتماعية في الفضاءات الرقمية فضلا على الحد من خطابات الكراهية والتميز.

السؤال رقم (06): أوضحت النتائج المتوصل إليها بأن المؤثرين وصناع المحتوى من أكبر المسوقين لخطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرهم استهدافا، كيف تفسرون بأن المؤثرين وصناع المحتوى هم المروجون لخطاب التمييز والكراهية عبر هذه المواقع التواصلية والمستهدفون في ذات الوقت حسب إجابات المبحوثين؟

الجواب: أغلب صناع المحتوى يكرسون الرداءة والتفاهة والغباء ويساهمون في انحلال الأخلاق في المجتمعات العربية والمسلمة، كما أنهم يسوقون لخطابات التمييز والكراهية والتتمر حتى باتت معظم المحتويات التي تحوي خطابات الكراهية تحظى بمشاهدات ومتابعات مرتفعة مقارنة ببقية المحتويات، كما أن هذا النوع من المحتويات من خلال تقشيره وتكراره يجعل من السلوك العدواني والمحتوى التحريضي أمرا مألوفا ومقبولا اجتماعيا وهذا السبب وراء بقاء هؤلاء المؤثرين خلف هذا النوع من الخطابات العنصرية وخطابات الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

السؤال رقم (07): أجاب أكثر من 75 بالمئة من المبحوثين بأنهم لم يستخدموا خطابا يدعوا للكراهية والتمييز عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هل ترى فعلا أن هذه النسبة حقيقية، أم أنهم يجهلون طبيعة هذه الخطابات ويعتبرونها ممارسة لحرية التعبير والرأي؟

الجواب: هذه النسبة يمكن تفسيرها حسب طبيعة المبحوثين وكذلك مستواهم العلمي لأن هذا الأمر يسهم في بناء تصور واضح لماهية خطابات الكراهية ويضع الحدود الفاصلة بين حرية التعبير وانتهاك الآخرين من خلال خطابات الكراهية.

السؤال رقم (08): أجابت النسبة الأكبر من أفراد العينة بأنه لم يسبق لها أن تعرضت لخطاب يحرض على التمييز والكراهية اتجاهها على مواقع التواصل الاجتماعي، هل ترى أن هذه النتائج تعكس الواقع، أم أن المشكل يرتبط أساسا بعدم قدرة المبحوثين على التعرف على هذه النوعية من الخطابات سواء تعلقت بمحتوى الخطاب أو سياقه أو مصدره؟

الجواب: الاحتمالين يحملان جانبا الصحة، لأن هناك ضبابية وزئبقية في تحديد ماهية خطابات الكراهية، فضلا على أن انتشار خطابات الكراهية يستدعي تحديد السياق الزماني والمكاني لأن له دور كبير في انتشار وتداول خطابات الكراهية، لو نرجع بالزمن إلى الوراء في حادثة مقتل جمال بن إسماعيل أثارت موجة كبيرة من خطابات الكراهية والتطرف العرقي.

السؤال رقم (09): جاء عامل ظهور وانتشار جماعات وتنظيمات متطرفة فكريا أو سياسيا أو دينيا في المرتبة الأخيرة من أسباب انتشار خطاب التمييز والكراهية بين رواد مواقع التواصل الاجتماعي حسب إجابات المبحوثين، هل ترون فعلا أن الجزائر حاليا في منأى عن تأثير هذه التنظيمات، أم أنها لم تجد طريقا وأذانا صاغية للتغلغل وسط الجمهور الجزائري عبر هذه المنصات؟

الجواب: السياق الزماني والمكاني حاسم في تحديد عوامل انتشار خطابات الكراهية، وهذا ما انعكس على وضعية الجزائر وفي استجابات المبحوثين في تحديدهم لخطابات الكراهية وتحديد الأسباب انتشاره.

السؤال رقم (10): حسب نتائج الدراسة تساهم البيئة الاجتماعية وظروفها ممثلة بغياب العدالة وتقشي الظلم والإقصاء الاجتماعي -بأغلبية إجابات المبحوثين- في تكريس خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل، فهل هذا يؤكد أن الفرد أو الشخص الذي يتعرض للتمييز والتهميش والكراهية بمختلف أنواعها في محيطه الاجتماعي تصبح من طبيعته نشر مثل تلك الخطابات عبر المنصات الافتراضية؟ وكيف تفسرون هذه العلاقة الوطيدة بين الواقع الاجتماعي والعالم الافتراضي؟

الجواب: صحيح، يؤثر الوضع الاجتماعي والأزمات التي يعيشها الانسان على انتشار خطابات الكراهية ويمتد هذا الأمر إلى العالم الافتراضي حيث يعتبر الكثيرون أنهم ضمن مساحات للتعبير بحرية عن آرائهم وهو وتتحول هذه الآراء مع الضغوط والأزمات النفسية وحالات الغضب إلى خطابات تحريضية وعنصرية وخطابات كراهية، وبالتالي أظن أن هناك ترابط وثيق بين الواقع الاجتماعي والعالم الافتراضي الذي يحتضن مختلف الانفعالات النفسية والتصدعات الاجتماعية ويسهم في تأزيمها وتعميق الانقسامات

من خلال توفير فضاءات للتعبير وتجسيد الهوية الافتراضية وهذا ما نجده كذلك في الفئات الهامشية التي أتاحت لها مساحة للحضور وتكريس هويتها وحتى تقشي خطاباتها يمكن الاستدلال بذلك على تقشي خطابات الكراهية ضد الجالية الجزائرية في فرنسا وأدت إلى مقتل تلميذ جزائري بسبب خطابات التحريض والكراهية في الصيف الماضي.

السؤال رقم (11): لاحظنا من خلال النتائج المحصل عليها أن الانعكاسات السلبية لخطاب الكراهية على المجتمع تتدرج من الإساءة اللفظية بالدرجة الأولى ثم المضايقات والتهديدات، ثم الاعتداء الجسدي وإلحاق الضرر على الأفراد وصولاً إلى العمليات التخريبية وجرائم القتل، انطلاقاً من خبرتك حول الموضوع هل ترون أن هذا الترتيب منطقي وأن هذه الانعكاسات هي السائدة فعلاً في التعامل مع تبعات العنصرية والكراهية؟ وهل تؤثر مدة استخدام هذه المواقع وطبيعة الصفحات المتابعة على نوعية رد الفعل ودرجته؟

الجواب: بكل تأكيد كل ما كن هناك اشباع نفسي بخطابات الكراهية والتحريض والمرتبطة بمدة الاستخدام ودرجة انتشار خطابات الكراهية وطبيعة الصفحات (هناك صفحات تبيح إقصاء الآخر بحكم تكفيره) ازدادت حدة ردود الفعل الناتجة عن التشبع بخطابات الكراهية وهذا التدرج السلوكي منطقي جداً وأحياناً يكون هناك انفلات أخلاقي كبير نلاحظه في حجم السب والشتم وإنشاء تنظيمات ضد الآخر مثلما حدث في حادثة مقتل المصلين في نيوزيلندا (منظمات عداة وكراهية للإسلام).

السؤال رقم (12): أغلب الإجابات التي تحصلنا عليها من خلال الاستبيان وضحت أن المؤسسات القضائية هي الجهة الأساسية التي يجب عليها التصدي لخطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى كل من المؤسسات الإعلامية والمجتمع المدني ومؤسسات الضبط الاجتماعي وشركات مواقع التواصل الاجتماعي التي جاءت تباعاً، هل تؤيدون هذا التوجه الذي يركز على الضبط القانوني والتشريعي ويلقي بكامل المسؤولية على عاتق القضاء، أم ترون أن التكامل بين عمل هذه المؤسسات مجتمعة هو ما يضمن مجابهة خطاب الكراهية والتمييز على المدى البعيد؟

الجواب: أكيد الجانب القانوني ضروري جداً في الحد من خطابات الكراهية، بالإضافة إلى أن تكريس مفاهيم التربية الإعلامية والتربية الإعلامية الرقمية أعتقد أنه المنفذ الأسلم للوقاية والحد والتعريف بخطورة خطابات الكراهية على المجتمعات، وعليه ضروري جداً أن يكون هناك تكامل بين مؤسسات التنشئة

الاجتماعية ووسائل الإعلام والمؤسسة التشريعية من أجل محاربة هذه الخطابات والحد من أثارها الوخيمة على الإنسان والمجتمع.

المقابلة رقم (04): مع الأستاذ سعد عبد السلام، دكتور بعلم النفس والفلسفة

جامعة زيان عاشور-الجلفة-

السؤال رقم (01): أوضحت نتائج الدراسة التي توصلنا إليها أن خطاب التمييز والكراهية منتشر بشكل أكبر عبر موقع فيسبوك الذي احتل المرتبة الأولى، ثم موقع أنستغرام، فموقع يوتيوب، وأن مقاطع الفيديو والتعليقات على المنشورات والصور والرسوم على الترتيب هي أكثر القوالب التي تستغل لنشر هذه الخطابات، ألا ترون أن ترتيب المبحوثين لأكثر المواقع نشرًا لخطاب التمييز والكراهية يعود بالدرجة الأولى إلى درجة وطبيعة استخدامهم لموقع دون آخر وليس بالضرورة لكونه منتشرًا فيه؟

الجواب: صحيح بسبب سهولة استخدام موقع فيسبوك وأن غالبية الناس يتابعونه ويشاركون فيه أكثر من غيره من المواقع، ويمكن أن يكون التأثير في الفئة التي تتصفحها لأن غالبيتها ذات مستوى علمي محدود.

السؤال رقم (2): تبين لي من خلال نتائج الدراسة أن أكثر أنواع خطابات التمييز والكراهية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الخطابات السياسية والدينية والثقافية، هل يعود ذلك إلى التأثير المتبادل بين ثلاثية "الدين والسياسة والثقافة"، لكونها من أبرز المحاور التي تشكل القيم والهوية وتؤثر في تطور المجتمع ككل؟ أم أنها لا تعدو أن تكون علاقة ارتباط بين نوع خطاب الكراهية السائد في مواقع التواصل وطبيعة الصفحات التي يتابعها المبحوثين واهتماماتهم؟

الجواب: أهم النقاط التي تبرز كراهية الأشخاص لبعضهم هي هذه القضايا الثلاثة لكونها أبرز المحاور التي تشكل قيم وهوية الفرد والمجتمع، بل هذه الثلاثة تعود في حقيقة الأمر إلى أصل واحد وهو الدين لأن السياسة والثقافة يتفرعان عنه، لذا إذا أراد شخص أو مجتمع ما الطعن في غيره ممن يكرهه فإنه يبحث عن معتقد ذاك الشخص أو ذاك المجتمع لينال منه بالطعن.

السؤال رقم (03): أشارت النتائج أن الخطاب الديني من بين أكثر أنواع خطابات التمييز والكراهية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هل من الطبيعي أن تكون القضايا الدينية من أكثر القضايا خلافا في بلد إسلامي لا يعاني من أقليات دينية ولا طوائف ومذاهب مختلفة؟

الجواب: الخطاب الديني من أكثر أنواع خطابات التمييز والكراهية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لوجود طوائف ومذاهب مختلفة لا حصر لها، سواء كانت تحت مسميات إسلامية أو غير إسلامية وهي موجودة لمن يعرف ويدرك أما من لا يعرف ذلك فلا تظهر له هذه الحقيقة.

السؤال رقم (04): تم التحقق من خلال الدراسة أن السب والإهانة والشتم، والسخرية والاستهزاء، بالإضافة إلى التمييز والعنصرية من بين أشكال خطاب التمييز والكراهية الأكثر تداولاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كيف تفسرون هذا التدني والأخلاقية في النقاش والحوار مع الآخر الذي يختلف عنك في الرأي أو التوجه السياسي، الديني، الثقافي، اللغوي ... الخ، لا سيما أن جل أفراد عينة الدراسة من الجزائريين ينتمون إلى الطبقة المتعلمة والمتقنة؟

الجواب: من أشكال خطاب التمييز والكراهية الأكثر تداولاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي السب والشتم، والاستهزاء، إضافة إلى التمييز والعنصرية وغيرها سلوكيات طبيعية لا ينفك عنها المتعلم والمتقف ولا الجاهل أو غير المتعلم، والسبب غياب التزام هذا الشخص بالأخلاق الحسنة التي تردعه عن السفاسف والبذاءة وإلا فالجميع سواسية إذا انعدم انضباط المرء بتعاليم الدين والأخلاق التي تنهيه عن تلك الأفعال القبيحة، أعطيك مثالا نهى الله عز وجل المؤمنين عن سب وشتم معبودات الكفار أي الأوثان والأصنام، لئلا يقوم المشركون بسب الله عز وجل، قال تعالى: "ولا تسبوا الذين يدعون من دون الله فيسبوا الله عدوا بغير علم" سورة الأنعام - الآية 108 - والكلام يطول في هذا.

السؤال رقم (05): بينت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين لا يتفاعلون مع المنشورات المعبرة عن الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث صرح البعض منهم بأنهم يتجاهلون المنشور كلية، بينما أقر البعض الآخر بأنهم يكتفون بالتصفح فقط، ما رأيكم في هذا الانسحاب في ظل اعترافهم بغياب الرقابة والمتابعة القانونية، هل هذا دليل على نقص الوعي أم تراجع وتخلي عن المسؤولية الاجتماعية؟

الجواب: كل وقناعاته وصور الرد التي يؤمن بها والوقت المناسب للرد أو التجاهل.

السؤال رقم (06): أوضحت النتائج المتوصل إليها بأن المؤثرين وصناع المحتوى من أكبر المسوقين لخطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرهم استهدافا، كيف تفسرون بأن المؤثرين وصناع المحتوى هم المروجون لخطاب التمييز والكراهية عبر هذه المواقع التواصلية والمستهدفون في ذات الوقت حسب إجابات المبحوثين؟

الجواب: لكون صناع المحتوى هؤلاء ينتمون لجهة معينة اي لهم خلفية تدفعهم لفعل ذلك ويعملون لحساب ما.

السؤال رقم (07): أجاب أكثر من 75 بالمئة من المبحوثين بأنهم لم يستخدموا خطابا يدعو للكراهية والتمييز عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هل ترى فعلا أن هذه النسبة حقيقية، أم أنهم يجهلون طبيعة هذه الخطابات ويعتبرونها ممارسة لحرية التعبير والرأي؟

الجواب: ثمة اختلاط وتداخل بين مفهوم الخطاب الذي يدعو للكراهية وبين ممارسة حرية التعبير لذا يجهل العديد طبيعة خطاباتهم.

السؤال رقم (08): أجابت النسبة الأكبر من أفراد العينة بأنه لم يسبق لها أن تعرضت لخطاب يحرض على التمييز والكراهية اتجاها على مواقع التواصل الاجتماعي، هل ترى أن هذه النتائج تعكس الواقع، أم أن المشكل يرتبط أساسا بعدم قدرة المبحوثين على التعرف على هذه النوعية من الخطابات سواء تعلقت بمحتوى الخطاب أو سياقه أو مصدره؟

السؤال رقم (09): جاء عامل ظهور وانتشار جماعات وتنظيمات متطرفة فكريا أو سياسيا أو دينيا في المرتبة الأخيرة من أسباب انتشار خطاب التمييز والكراهية بين رواد مواقع التواصل الاجتماعي حسب إجابات المبحوثين، هل ترون فعلا أن الجزائر حاليا في منأى عن تأثير هذه التنظيمات، أم أنها لم تجد طريقا وآدانا صاغية للتغلغل وسط الجمهور الجزائري عبر هذه المنصات؟

الجواب: لفظ التطرف فضفاض مائع كثير الاستخدام الى حد التناقض بين مستخدميه ومطلقيه.

السؤال رقم (10): حسب نتائج الدراسة تساهم البيئة الاجتماعية وظروفها ممثلة بغياب العدالة ونفشي الظلم والإقصاء الاجتماعي -بأغلبية إجابات المبحوثين- في تكريس خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل، فهل هذا يؤكد أن الفرد أو الشخص الذي يتعرض للتمييز والتهميش والكراهية بمختلف

أنواعها في محيطه الاجتماعي تصبح من طبيعته نشر مثل تلك الخطابات عبر المنصات الافتراضية؟ وكيف تفسرون هذه العلاقة الوطيدة بين الواقع الاجتماعي والعالم الافتراضي؟

الجواب: يمكن أن يساهم الشعور بغياب العدالة وتفشي الظلم في ذلك.

السؤال رقم (11): لاحظنا من خلال النتائج المحصل عليها أن الانعكاسات السلبية لخطاب الكراهية على المجتمع تتدرج من الإساءة اللفظية بالدرجة الأولى ثم المضايقات والتهديدات، ثم الاعتداء الجسدي وإلحاق الضرر على الأفراد وصولاً إلى العمليات التخريبية وجرائم القتل، انطلاقاً من خبرتكم حول الموضوع هل ترون أن هذا الترتيب منطقي وأن هذه الانعكاسات هي السائدة فعلاً في التعامل مع تبعات العنصرية والكراهية؟ وهل تؤثر مدة استخدام هذه المواقع وطبيعة الصفحات المتابعة على نوعية رد الفعل ودرجته؟

الجواب: هذا ترتيب منطقي وتدرج واقعي معقول ومن المؤكد أن شدة ومدة استخدام هذه المواقع وطبيعة الصفحات المتابعة تؤثر على نوعية رد الفعل ودرجته.

السؤال رقم (12): أغلب الإجابات التي تحصلنا عليها من خلال الاستبيان وضحت أن المؤسسات القضائية هي الجهة الأساسية التي يجب عليها التصدي لخطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى كل من المؤسسات الإعلامية والمجتمع المدني ومؤسسات الضبط الاجتماعي وشركات مواقع التواصل الاجتماعي التي جاءت تباعاً، هل تؤيدون هذا التوجه الذي يركز على الضبط القانوني والتشريعي ويلقي بكامل المسؤولية على عاتق القضاء، أم ترون أن التكامل بين عمل هذه المؤسسات مجتمعة هو ما يضمن مجابهة خطاب الكراهية والتمييز على المدى البعيد؟

الجواب: كل فرد مسؤول حسب طاقته ووسعه من جهته وكل هيئة مسؤولة حسب طاقته.

المقابلة رقم (05): مع الأستاذ محمد الأمين بن خيرة، دكتور في علم الاجتماع جريمة

وانحراف، جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة -عين الدفلى-.

السؤال رقم (01): أوضحت نتائج الدراسة التي توصلنا إليها أن خطاب التمييز والكراهية منتشر بشكل أكبر عبر موقع فيسبوك الذي احتل المرتبة الأولى، ثم موقع أنستغرام، فموقع يوتيوب، وأن مقاطع الفيديو والتعليقات على المنشورات والصور والرسوم على الترتيب هي أكثر القوالب التي تستغل لنشر هذه

الخطابات، ألا ترون أن ترتيب المبحوثين لأكثر المواقع نشرا لخطاب التمييز والكراهية يعود بالدرجة الأولى إلى درجة وطبيعة استخدامهم لموقع دون آخر وليس بالضرورة لكونه منتشرا فيه؟

الجواب: المتتبع للواقع الاجتماعي يرى أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما هي الفيسبوك وكذا بالنسبة للدراسات السابقة، وقد يرجع ذلك لسهولة الاستخدام، وسهولة التواصل بهويات مزيفة، كما أن الفيسبوك لا يفرض على المستخدم إدراج معلوماته الشخصية، دون أن ننسى طبعا الاستخدام المجاني له والتي قد لا توفرها المواقع الأخرى.

السؤال رقم (2): تبين لنا من خلال نتائج الدراسة أن أكثر أنواع خطابات التمييز والكراهية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الخطابات السياسية والدينية والثقافية، هل يعود ذلك إلى التأثير المتبادل بين ثلاثية "الدين والسياسة والثقافة"، لكونها من أبرز المحاور التي تشكل القيم والهوية وتؤثر في تطور المجتمع ككل؟ أم أنها لا تعدو أن تكون علاقة ارتباط بين نوع خطاب الكراهية السائد في مواقع التواصل وطبيعة الصفحات التي يتابعها المبحوثين واهتماماتهم؟

الجواب: تبعا لدراسة قمت بها في هذا السياق والمتعلقة بخطاب الكراهية، استنتجت أن المبحوثين الذين يستخدمون الفيسبوك ويروجون لهذه الخطابات قد يكونون ذو مستوى دراسي وثقافي محدود، وهو ما يجعلهم يلجؤون لمثل هذه المواضيع بهدف التغطية عن النقص الذي يعانون منه، كما أنهم لا يقبلون النقاش والحوار.

السؤال رقم (03): أشارت النتائج أن الخطاب الديني من بين أكثر أنواع خطابات التمييز والكراهية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هل من الطبيعي أن تكون القضايا الدينية من أكثر القضايا خلافا في بلد إسلامي لا يعاني من أقليات دينية ولا طوائف ومذاهب مختلفة؟

الجواب: هناك مشكل نعاني منه صراحة في واقعنا العربي بصفة عامة والجزائري بصفة خاصة، بحيث لم يقتصر الحديث في موضوع معين عن المختص فقط، بل تعدى ذلك لعامة الناس، وهذا ما نشاهده في الخطاب الديني، فكل من هب ودب أصبح يحلل ويحرم إن صح القول، وهذا قد ينتج عنه اختلاف وصراع بين أفراد المجتمع.

السؤال رقم (04): تم التحقق من خلال الدراسة أن السب والإهانة والشتم، والسخرية والاستهزاء، بالإضافة إلى التمييز والعنصرية من بين أشكال خطاب التمييز والكراهية الأكثر تداولاً عبر مواقع التواصل

الاجتماعي، كيف تفسرون هذا التدني والأخلاقية في النقاش والحوار مع الآخر الذي يختلف عنك في الرأي أو التوجه السياسي، الديني، الثقافي، اللغوي ... الخ، لا سيما أن جل أفراد عينة الدراسة من الجزائريين ينتمون إلى الطبقة المتعلمة والمتقنة؟

الجواب: قد يعود المشكل بالدرجة الأولى إلى ضعف المستوى التعليمي والثقافي، بحيث أن الممارس لهذه التصرفات المنحرفة قد يصطدم في نقاشه مع شخص يواجهه بالأدلة والبراهين، وهو ما يجعله يلجأ إلى عبارات السب والشتم بهدف التغطية على النقص الذي يعاني منه، طبعاً دون أن ننسى غياب ثقافة الحوار البناء، فهناك من يحاول نقد أي شيء لإثبات نفسه.

السؤال رقم (05): بينت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين لا يتفاعلون مع المنشورات المعبرة عن الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث صرح البعض منهم بأنهم يتجاهلون المنشور كلية، بينما أقر البعض الآخر بأنهم يكتفون بالتصفح فقط، ما رأيكم في هذا الانسحاب في ظل اعترافهم بغياب الرقابة والمتابعة القانونية، هل هذا دليل على نقص الوعي أم تراجع وتخلي عن المسؤولية الاجتماعية؟

الجواب: هذا قد يدل على غياب ثقافة التبليغ، بحيث أن بعض مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي قد يتجاهلون بعض المنشورات، ولا يقوموا بالتعليق عنها الهروب من السب والشتم الذي قد يطالهم، لا سيما عبر الخاص.

السؤال رقم (06): أوضحت النتائج المتوصل إليها بأن المؤثرين وصناع المحتوى من أكبر المسوقين لخطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرهم استهدافاً، كيف تفسرون بأن المؤثرين وصناع المحتوى هم المروجون لخطاب التمييز والكراهية عبر هذه المواقع التواصلية والمستهدفون في ذات الوقت حسب إجابات المبحوثين؟

الجواب: الذي يروج لخطاب الكراهية لا أسميه مؤثر اجتماعي، بل أطلق عليه مصطلح "تافه افتراضي"، فهؤلاء المنحرفين عبر مواقع التواصل الاجتماعي يحاولون استغلال الأوضاع التي تصاحبها أزمات معينة بهدف إحداث بلبلة، لهذا وجب استحداث نصوص قانونية تعاقب مثل هؤلاء المنحرفين.

السؤال رقم (07): أجاب أكثر من 75 بالمئة من المبحوثين بأنهم لم يستخدموا خطاباً يدعوا للكراهية والتمييز عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هل ترى فعلاً أن هذه النسبة حقيقية، أم أنهم يجهلون طبيعة هذه الخطابات ويعتبرونها ممارسة لحرية التعبير والرأي؟

الجواب: من وجهة نظري أرى أن العديد من المستخدمين يجهلون معنى خطاب الكراهية، لذلك كان من الأفضل إدراج مفهوم خطاب الكراهية لمعرفة طبيعة الموضوع.

السؤال رقم (08): أجابت النسبة الأكبر من أفراد العينة بأنه لم يسبق لها أن تعرضت لخطاب يحرض على التمييز والكراهية اتجاهها على مواقع التواصل الاجتماعي، هل ترى أن هذه النتائج تعكس الواقع، أم أن المشكل يرتبط أساسا بعدم قدرة المبحوثين على التعرف على هذه النوعية من الخطابات سواء تعلقَت بمحتوى الخطاب أو سياقه أو مصدره؟

الجواب: قد يرتبط بعدم قدرة المبحوثين على التمييز بين الخطاب الذي يحث على الكراهية والخطاب العادي.

السؤال رقم (09): جاء عامل ظهور وانتشار جماعات وتنظيمات متطرفة فكريا أو سياسيا أو دينيا في المرتبة الأخيرة من أسباب انتشار خطاب التمييز والكراهية بين رواد مواقع التواصل الاجتماعي حسب إجابات المبحوثين، هل ترون فعلا أن الجزائر حاليا في منأى عن تأثير هذه التنظيمات، أم أنها لم تجد طريقا وآذانا صاغية للتغلغل وسط الجمهور الجزائري عبر هذه المنصات؟

الجواب: ربما لا يميل المبحوثين في الدراسة إلى الفئة المتطرفة، وهذا قد يعتبر مؤشرا إيجابيا، ولكن هذا لا يعني في نفس الوقت أن مثل هؤلاء المنحرفين لم يؤثروا على بقية الأفراد، باعتبار أن النتائج التي توصلت إليها لا يمكن تعميمها على المجتمع ككل، وإنما تمثل فقط مجتمع الدراسة التي وزعت عليه الاستمارة.

السؤال رقم (10): حسب نتائج الدراسة تساهم البيئة الاجتماعية وظروفها ممثلة بغياب العدالة ونفشي الظلم والإقصاء الاجتماعي -بأغلبية إجابات المبحوثين- في تكريس خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل، فهل هذا يؤكد أن الفرد أو الشخص الذي يتعرض للتمييز والتهميش والكراهية بمختلف أنواعها في محيطه الاجتماعي تصبح من طبيعته نشر مثل تلك الخطابات عبر المنصات الافتراضية؟ وكيف تفسرون هذه العلاقة الوطيدة بين الواقع الاجتماعي والعالم الافتراضي؟

الجواب: طبعا قد نجد أن الحرمان والإقصاء الاجتماعي يعتبر من بين الأسباب الدافعة لانحراف الأفراد، وهو ما يوضحه روبرت ميرتون في النظرية اللامعيارية (تستطيعون الرجوع إليها بهدف تفسير وتحليل هذه الإجابة بدقة).

السؤال رقم (11): لاحظنا من خلال النتائج المحصل عليها أن الانعكاسات السلبية لخطاب الكراهية على المجتمع تتدرج من الإساءة اللفظية بالدرجة الأولى ثم المضايقات والتهديدات، ثم الاعتداء الجسدي وإلحاق الضرر على الأفراد وصولاً إلى العمليات التخريبية وجرائم القتل، انطلاقاً من خبرتكم حول الموضوع هل ترون أن هذا الترتيب منطقي وأن هذه الانعكاسات هي السائدة فعلاً في التعامل مع تبعات العنصرية والكراهية؟ وهل تؤثر مدة استخدام هذه المواقع وطبيعة الصفحات المتابعة على نوعية رد الفعل ودرجته؟

الجواب: الفعل الإجرامي أو الانحرافي يبدأ بالتدرج أي من الأقل تعقداً إلى الأكثر تعقيداً، بمعنى أن الفئات المنحرفة أو المتطرفة لا تقوم بالكشف عن خططها من أول وهلة، بل قد تبدأ باستقطاب جمهورها وبعد ذلك تروج لأفكارها (مثال ذلك: الشخص الذي يستهلك المخدرات، في المرة الأولى قد تقدم له مجاناً والمرة الثانية والثالثة ... وبعد أن يدمن عليها يبدأ بالبحث عنها بكل الطرق والأساليب)، فبعض الأفكار تسوق بطريقة مدروسة وبصورة تدريجية.

السؤال رقم (12): أغلب الإجابات التي حصلنا عليها من خلال الاستبيان وضحت أن المؤسسات القضائية هي الجهة الأساسية التي يجب عليها التصدي لخطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى كل من المؤسسات الإعلامية والمجتمع المدني ومؤسسات الضبط الاجتماعي وشركات مواقع التواصل الاجتماعي التي جاءت تباعاً، هل تؤيدون هذا التوجه الذي يركز على الضبط القانوني والتشريعي ويلقي بكامل المسؤولية على عاتق القضاء، أم ترون أن التكامل بين عمل هذه المؤسسات مجتمعة هو ما يضمن مجابهة خطاب الكراهية والتمييز على المدى البعيد؟

الجواب: أرى أن مكافحة مثل هذه الظواهر هي مسؤولية مجتمعية مشتركة، أي لا تقتصر على مؤسسة فقط، فالبناء الاجتماعي يتحقق بتكافل كل الفواعل الاجتماعية.

المقابلة رقم (06): مع الأستاذ سلامي اسعيداني، دكتور في علوم الاعلام

والاتصال، جامعة محمد بوضياف -المسيلة-

السؤال رقم (01): أوضحت نتائج الدراسة التي توصلنا إليها أن خطاب التمييز والكراهية منتشر بشكل أكبر عبر موقع فيسبوك الذي احتل المرتبة الأولى، ثم موقع أنستغرام، فموقع يوتيوب، وأن مقاطع الفيديو والتعليقات على المنشورات والصور والرسوم على الترتيب هي أكثر القوالب التي تستغل لنشر هذه

الخطابات، ألا ترون أن ترتيب المبحوثين لأكثر المواقع نشرًا لخطاب التمييز والكراهية يعود بالدرجة الأولى إلى درجة وطبيعة استخدامهم لموقع دون آخر وليس بالضرورة لكونه منتشرًا فيه؟

الجواب: نعم، هذا احتمال وارد جدًا، حيث يمكن أن يكون ترتيب المبحوثين للمواقع الأكثر نشرًا لخطاب التمييز والكراهية متأثرًا بأنماط استخدامهم الشخصية لكل منصة، وليس بالضرورة بمعدل انتشار هذه الخطابات فيها بشكل موضوعي، فالمستخدم الذي يقضي وقتًا أطول على فيسبوك، على سبيل المثال، قد يكون أكثر عرضة لملاحظة هذا النوع من الخطابات عليه مقارنة بمواقع أخرى لا يستخدمها بنفس الكثافة، بالإضافة إلى ذلك، تختلف طبيعة كل منصة من حيث خوارزميات التفاعل، وطريقة عرض المحتوى، وأنواع المستخدمين النشطين فيها، مما قد يؤثر على إدراك الأفراد لمدى انتشار خطاب الكراهية.

السؤال رقم (2): تبين لنا من خلال نتائج الدراسة أن أكثر أنواع خطابات التمييز والكراهية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الخطابات السياسية والدينية والثقافية، هل يعود ذلك إلى التأثير المتبادل بين ثلاثية "الدين والسياسة والثقافة"، لكونها من أبرز المحاور التي تشكل القيم والهوية وتؤثر في تطور المجتمع ككل؟ أم أنها لا تعدو أن تكون علاقة ارتباط بين نوع خطاب الكراهية السائد في مواقع التواصل وطبيعة الصفحات التي يتابعها المبحوثين واهتماماتهم؟

الجواب: يمكن النظر إلى هذا الأمر من زاويتين متكاملتين، أولاً هذه الثلاثية تشكل الركائز الأساسية للقيم والهوية في المجتمعات، وبالتالي فإن أي توتر أو جدل حولها قد يؤدي إلى تصاعد خطابات التمييز والكراهية، فالدين والسياسة غالبًا ما يكونان مجالين للاستقطاب الحاد، حيث تتداخل الأيديولوجيات والمعتقدات مع المصالح الفردية والجماعية، مما يجعل النقاشات حولهما عاطفية ومتشعبة، أما الثقافة، فتحدد أنماط التفكير والسلوك، وعند وجود اختلافات جوهرية في التوجهات الثقافية، يمكن أن تنشأ نزاعات فكرية قد تتحول إلى خطابات إقصائية أو تحريضية.

وثانياً يمكن أن يكون تكرار هذه الخطابات مرتبطاً بالمحتوى الذي يتعرض له الأفراد، فالمستخدمون غالبًا ما يتابعون صفحات ومجموعات تتماشى مع اهتماماتهم، مما يعزز رؤيتهم لمواضيع معينة على حساب غيرها، كما أن خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي تدفع بالمحتوى الأكثر إثارة للجدل إلى الواجهة، مما يجعل الخطابات السياسية والدينية والثقافية الأكثر تداولاً بسبب ارتفاع التفاعل معها.

السؤال رقم (03): أشارت النتائج أن الخطاب الديني من بين أكثر أنواع خطابات التمييز والكرهية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هل من الطبيعي أن تكون القضايا الدينية من أكثر القضايا خلافا في بلد إسلامي لا يعاني من أقليات دينية ولا طوائف ومذاهب مختلفة؟

الجواب: قد يبدو من غير المتوقع أن يكون الخطاب الديني أحد أكثر أنواع خطابات التمييز والكرهية انتشاراً في بلد إسلامي متجانس دينياً ولا يعاني من تعددية طائفية أو مذهبية بارزة، ولكن حتى في المجتمعات المتجانسة دينياً، قد توجد اختلافات في الفهم والتفسير بين التيارات الدينية المختلفة، مثل التيارات المحافظة والمعتدلة أو الحركات الدينية ذات التوجهات المختلفة، هذه التباينات قد تؤدي إلى صراعات فكرية تتحول أحياناً إلى خطابات إقصائية أو تمييزية، كما أن الدين ليس مجرد معتقدات روحانية، بل يُستخدم في بعض الأحيان كأداة لتبرير مواقف سياسية أو اجتماعية، مما يجعله ساحة للخلاف والجدل، عندما يتم توظيف الدين في النقاشات العامة، قد يتحول النقاش إلى صراع أيديولوجي تتخلله خطابات تمييز وكرهية، لا سيما في المجتمعات التي تشهد تحولات ثقافية واجتماعية، حيث يصبح الدين محورا للجدل بين الفئات المحافظة والتقدمية، حيث قد تتهم كل فئة الأخرى بالانحراف أو التشدد، مما يعزز الخطابات العدائية بين الأطراف المختلفة.

السؤال رقم (04): تم التحقق من خلال الدراسة أن السب والإهانة والشتم، والسخرية والاستهزاء، بالإضافة إلى التمييز والعنصرية من بين أشكال خطاب التمييز والكرهية الأكثر تداولاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كيف تفسرون هذا التدني والأخلاقية في النقاش والحوار مع الآخر الذي يختلف عنك في الرأي أو التوجه السياسي، الديني، الثقافي، اللغوي ... الخ، لا سيما أن جل أفراد عينة الدراسة من الجزائريين ينتمون إلى الطبقة المتعلمة والمتقفة؟

الجواب: يمكن تفسير هذا التدني في مستوى النقاش والحوار، رغم أن أفراد العينة من الطبقة المتعلمة والمتقفة، من خلال عدة عوامل نفسية، اجتماعية، وتقنية، أبرزها أن هذه المنصات توفر مساحة مفتوحة للتعبير دون قيود مباشرة، مما يسهل على الأفراد التعبير عن مشاعرهم وآرائهم دون تفكير عميق أو رقابة ذاتية، لا سيما أن إخفاء الهوية أو عدم المواجهة المباشرة تجعل البعض أكثر جرأة في استخدام عبارات جارحة أو عدوانية، كما أن المجتمعات التي تعاني من ضغوط اقتصادية، اجتماعية، أو سياسية، تصبح مواقع التواصل سبيلاً للتنفيس عن الغضب والإحباط، مما قد يؤدي إلى نقاشات حادة تتخللها الإهانات

والسخرية، بالإضافة إلى غياب ثقافة الحوار والتقبل، فرغم أن العينة متعلمة، إلا أن التعليم الأكاديمي لا يعني بالضرورة امتلاك مهارات الحوار الحضاري وقبول الرأي الآخر.

السؤال رقم (05): بينت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين لا يتفاعلون مع المنشورات المعبرة عن الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث صرح البعض منهم بأنهم يتجاهلون المنشور كلية، بينما أقر البعض الآخر بأنهم يكتفون بالتصفح فقط، ما رأيكم في هذا الانسحاب في ظل اعترافهم بغياب الرقابة والمتابعة القانونية، هل هذا دليل على نقص الوعي أم تراجع وتخلي عن المسؤولية الاجتماعية؟

الجواب: يمكن تفسيره هذا الانسحاب من زوايا متعددة، فهو يعكس خليطاً من نقص الوعي الرقمي، والخوف من العواقب، وضعف الشعور بالمسؤولية الاجتماعية، وفي ظل غياب الرقابة والمتابعة القانونية، يصبح هذا السلوك أكثر وضوحاً.

السؤال رقم (06): أوضحت النتائج المتوصل إليها بأن المؤثرين وصناع المحتوى من أكبر المسوقين لخطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرهم استهدافاً، كيف تفسرون بأن المؤثرين وصناع المحتوى هم المروجون لخطاب التمييز والكراهية عبر هذه المواقع التواصلية والمستهدفون في ذات الوقت حسب إجابات المبحوثين؟

الجواب: يعود هذا التناقض الظاهري إلى كون المؤثرين وصناع المحتوى هم في الوقت نفسه مروجين ومستهدفين لخطاب التمييز والكراهية إلى عدة عوامل متداخلة تتعلق بطبيعة الفضاء الرقمي، وآليات الانتشار، وديناميكيات التأثير والتفاعل الجماهيري.

السؤال رقم (07): أجاب أكثر من 75 بالمئة من المبحوثين بأنهم لم يستخدموا خطاباً يدعوا للكراهية والتمييز عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هل ترى فعلاً أن هذه النسبة حقيقية، أم أنهم يجهلون طبيعة هذه الخطابات ويعتبرونها ممارسة لحرية التعبير والرأي؟

الجواب: من الناحية الاجتماعية والنفسية، عندما يُسأل الأفراد عن سلوك قد يُعتبر سلبياً أو غير أخلاقي، فإنهم غالباً ما يميلون إلى إنكار مشاركتهم فيه، إما بدافع الرغبة في الظهور بصورة إيجابية أو لعدم إدراكهم الكامل لتصرفاتهم، كما أن الكثير من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لا يدركون أن بعض تعليقاتهم أو منشوراتهم قد تُصنّف كخطاب كراهية أو تمييز، فقد يعتبرون السخرية أو التندر مجرد

مزاح، كما قد يخلطون بين حرية التعبير والتحريض أو الإقصاء، أو أنهم لا يدركون أن بعض المصطلحات التي يستخدمونها تحمل دلالات عنصرية أو تمييزية.

السؤال رقم (08): أجابت النسبة الأكبر من أفراد العينة بأنه لم يسبق لها أن تعرضت لخطاب يحرض على التمييز والكراهية اتجاهها على مواقع التواصل الاجتماعي، هل ترى أن هذه النتائج تعكس الواقع، أم أن المشكل يرتبط أساساً بعدم قدرة المبحوثين على التعرف على هذه النوعية من الخطابات سواء تعلقت بمحتوى الخطاب أو سياقه أو مصدره؟

الجواب: هذه النتيجة تستدعي تحليلاً معمقاً لعدة احتمالات، إذ أن هناك فجوة بين الانتشار الواسع لخطاب التمييز والكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي وبين شعور الأفراد بأنهم لم يتعرضوا له.

السؤال رقم (09): جاء عامل ظهور وانتشار جماعات وتنظيمات متطرفة فكرياً أو سياسياً أو دينياً في المرتبة الأخيرة من أسباب انتشار خطاب التمييز والكراهية بين رواد مواقع التواصل الاجتماعي حسب إجابات المبحوثين، هل ترون فعلاً أن الجزائر حالياً في منأى عن تأثير هذه التنظيمات، أم أنها لم تجد طريقاً وأذاً صاغية للتغلغل وسط الجمهور الجزائري عبر هذه المنصات؟

الجواب: لا يمكن القول أن الجزائر بمنأى تام عن تأثير الجماعات المتطرفة، فالعوامل الإقليمية والدولية تشير إلى أن هذه المنصات باتت ساحة رئيسية لنشر الفكر المتطرف واستقطاب الأفراد، وترويج خطابات الكراهية والانقسام، غير أن هناك بعض العوامل التي قد تحدّ من تأثيرها أبرزها الوعي الشعبي الذي جسد حساسية تجاه هذه الخطابات بفعل تجربة الجزائر مع هذه التنظيمات، إضافة إلى غياب بيئة خصبة للتطرف، حيث لا تعاني الجزائر حالياً من أزمت طائفية أو انقسامات دينية عميقة يمكن أن تستغلها هذه الجماعات بسهولة.

السؤال رقم (10): حسب نتائج الدراسة تساهم البيئة الاجتماعية وظروفها ممثلة بغياب العدالة وتنقيش الظلم والإقصاء الاجتماعي -بأغلبية إجابات المبحوثين- في تكريس خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل، فهل هذا يؤكد أن الفرد أو الشخص الذي يتعرض للتمييز والتهميش والكراهية بمختلف أنواعها في محيطه الاجتماعي تصبح من طبيعته نشر مثل تلك الخطابات عبر المنصات الافتراضية؟ وكيف تفسرون هذه العلاقة الوطيدة بين الواقع الاجتماعي والعالم الافتراضي؟

الجواب: تلعب البيئة الاجتماعية وظروفها دوراً أساسياً في انتشار خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال تحويل المشكلات الاجتماعية إلى صراعات رقمية بدلاً من البحث عن حلول بناءة لها، ويمكن لتطبيق العدالة الاجتماعية وتقليل التمييز والإقصاء في الواقع الفعلي أن ينعكس إيجابياً على المحتوى المتداول عبر مواقع التواصل.

السؤال رقم (11): لاحظنا من خلال النتائج المحصل عليها أن الانعكاسات السلبية لخطاب الكراهية على المجتمع تتدرج من الإساءة اللفظية بالدرجة الأولى ثم المضايقات والتهديدات، ثم الاعتداء الجسدي وإلحاق الضرر على الأفراد وصولاً إلى العمليات التخريبية وجرائم القتل، انطلاقاً من خبرتك حول الموضوع هل ترون أن هذا الترتيب منطقي وأن هذه الانعكاسات هي السائدة فعلاً في التعامل مع تبعات العنصرية والكراهية؟ وهل تؤثر مدة استخدام هذه المواقع وطبيعة الصفحات المتابعة على نوعية رد الفعل ودرجاته؟

الجواب: نعم، الترتيب الذي أشارت إليه نتائج الدراسة يبدو منطقياً جداً، حيث تتطور تداعيات خطاب الكراهية من أشكال غير مادية مثل الإساءة اللفظية والمضايقات، إلى مظاهر أكثر خطورة مثل العنف الجسدي والجرائم الخطيرة، هذا التدرج يعكس طبيعة التصعيد التي تبدأ بالكلمات، ثم تتحول إلى أفعال متزايدة العنف نتيجة للتحريض المستمر أو التحفيز العاطفي السلبي.

السؤال رقم (12): أغلب الإجابات التي تحصلنا عليها من خلال الاستبيان وضحت أن المؤسسات القضائية هي الجهة الأساسية التي يجب عليها التصدي لخطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى كل من المؤسسات الإعلامية والمجتمع المدني ومؤسسات الضبط الاجتماعي وشركات مواقع التواصل الاجتماعي التي جاءت تباعاً، هل تؤيدون هذا التوجه الذي يركز على الضبط القانوني والتشريعي ويلقي بكامل المسؤولية على عاتق القضاء، أم ترون أن التكامل بين عمل هذه المؤسسات مجتمعة هو ما يضمن مجابهة خطاب الكراهية والتمييز على المدى البعيد؟

الجواب: لا شك أن المؤسسات القضائية تلعب دوراً أساسياً في التصدي لخطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث إن وجود قوانين واضحة وآليات إنفاذ فعالة يمكن أن يحد من انتشار الخطابات المحرصة على التمييز والعنف.

المقابلة رقم (07): مع الأستاذة سامية جفال، دكتورة في علوم الإعلام

والاتصال، جامعة محمد خيضر -بسكرة-

السؤال رقم (01): أوضحت نتائج الدراسة التي توصلنا إليها أن خطاب التمييز والكراهية منتشر بشكل أكبر عبر موقع فيسبوك الذي احتل المرتبة الأولى، ثم موقع أنستغرام، فموقع يوتيوب، وأن مقاطع الفيديو والتعليقات على المنشورات والصور والرسوم على الترتيب هي أكثر القوالب التي تستغل لنشر هذه الخطابات، ألا ترون أن ترتيب المبحوثين لأكثر المواقع نشرا لخطاب التمييز والكراهية يعود بالدرجة الأولى إلى درجة وطبيعة استخدامهم لموقع دون آخر وليس بالضرورة لكونه منتشرا فيه؟

الجواب: يمكن أن نجمع الأمرين -حسب اعتقادي - ، فنشر مثل هذه المضامين يفرض على أصحابها النظر إلى الوسيلة الأكثر استخداما وذات الشعبية الكبيرة.

السؤال رقم (2): تبين لنا من خلال نتائج الدراسة أن أكثر أنواع خطابات التمييز والكراهية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الخطابات السياسية والدينية والثقافية، هل يعود ذلك إلى التأثير المتبادل بين ثلاثية "الدين والسياسة والثقافة"، لكونها من أبرز المحاور التي تشكل القيم والهوية وتؤثر في تطور المجتمع ككل؟ أم أنها لا تعدو أن تكون علاقة ارتباط بين نوع خطاب الكراهية السائد في مواقع التواصل وطبيعة الصفحات التي يتابعها المبحوثين واهتماماتهم؟

الجواب: من وجهة نظري أرى أن السبب يعود فعلا إلى التأثير المتبادل لثلاثية الدين والسياسة والثقافة والتي يتشكل على أساسها أي خطاب أيا كان نوعه واتجاهه.

السؤال رقم (03): أشارت النتائج أن الخطاب الديني من بين أكثر أنواع خطابات التمييز والكراهية المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هل من الطبيعي أن تكون القضايا الدينية من أكثر القضايا خلافا في بلد إسلامي لا يعاني من أقليات دينية ولا طوائف ومذاهب مختلفة؟

الجواب: في عصر التكنولوجيا وتعدد الوسائط لا مكان لأقلية أو أكثرية على مستوى البلد الواحد، لأنه وبكل بساطة الخطاب الديني الذي يتأسس على التمييز والكراهية تجاوز الحدود المكانية وهو خطاب مؤسس على كراهية الإسلام وأتباعه وهي حقيقة لا مناص منها والواقع والتاريخ يشهدان.

السؤال رقم (04): تم التحقق من خلال الدراسة أن السب والإهانة والشتم، والسخرية والاستهزاء، بالإضافة إلى التمييز والعنصرية من بين أشكال خطاب التمييز والكراهية الأكثر تداولاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كيف تفسرون هذا التدني والأخلاقية في النقاش والحوار مع الآخر الذي يختلف عنك في الرأي أو التوجه السياسي، الديني، الثقافي، اللغوي ... الخ، لا سيما أن جل أفراد عينة الدراسة من الجزائريين ينتمون إلى الطبقة المتعلمة والمتقنة؟

الجواب: يمكن أن نستخدم على هذا الأمر بالعنف اللفظي، وهو موجود ليس فقط على مستوى الجزائر بل في جميع الدول، أسباب هذه الظاهرة خاصة على مستوى الجزائر تعود إلى عوامل متعددة يأتي الاستعمار في مقدمتها.

السؤال رقم (05): بينت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين لا يتفاعلون مع المنشورات المعبرة عن الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث صرح البعض منهم بأنهم يتجاهلون المنشور كلية، بينما أقر البعض الآخر بأنهم يكتفون بالتصفح فقط، ما رأيكم في هذا الانسحاب في ظل اعترافهم بغياب الرقابة والمتابعة القانونية، هل هذا دليل على نقص الوعي أم تراجع وتخلي عن المسؤولية الاجتماعية؟

الجواب: لا أراه انسحابا خاصة لدى الطبقة الواعية بل هو انتهاء هؤلاء إلى قناعة عدم جدوى ردود الفعل التي لا طائل منها أمام هذا المد الهائل والسيل الجارف من الخطابات، بحيث ينتهي المطاف بتلك الفئة من الأخيار إلى الدوران في حلقة مفرغة، والحل حسب رأيي ورأيهم هو استحداث بدائل تنأى عن الردود الجوفاء إلى الفعل.

السؤال رقم (06): أوضحت النتائج المتوصل إليها بأن المؤثرين وصناع المحتوى من أكبر المسوقين لخطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرهم استهدافا، كيف تفسرون بأن المؤثرين وصناع المحتوى هم المروجون لخطاب التمييز والكراهية عبر هذه المواقع التواصلية والمستهدفون في ذات الوقت حسب إجابات المبحوثين؟

الجواب: لا بد أن نكون موضوعيين وواقعيين، صحيح أن بعض المؤثرين هم مساهمون فاعلون في الترويج لخطاب الكراهية والتمييز وليس كلهم، ولا بد أن نعي أن هذا النوع من الخطاب يستدعى في وقته وزمانه متى دعت الحاجة إلى ذلك.

السؤال رقم (07): أجاب أكثر من 75 بالمئة من المبحوثين بأنهم لم يستخدموا خطابا يدعوا للكراهية والتمييز عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هل ترى فعلا أن هذه النسبة حقيقية، أم أنهم يجهلون طبيعة هذه الخطابات ويعتبرونها ممارسة لحرية التعبير والرأي؟

الجواب: أرى أن هذه النسبة ليست حقيقية، والسبب هو أن هذه الفئة فعلا تجهل طبيعة الخطابات ومضامينها والأهداف التي تسعى إليها.

السؤال رقم (08): أجابت النسبة الأكبر من أفراد العينة بأنه لم يسبق لها أن تعرضت لخطاب يحرض على التمييز والكراهية اتجاها على مواقع التواصل الاجتماعي، هل ترى أن هذه النتائج تعكس

الواقع، أم أن المشكل يرتبط أساسا بعدم قدرة المبحوثين على التعرف على هذه النوعية من الخطابات سواء تعلقت بمحتوى الخطاب أو سياقه أو مصدره؟

الجواب: أرى أن هذه الفئة ليس لديها العمق الكافي لقراءة وسبر أغوار الخطاب الذي يحمل في ثناياه الكراهية والتمييز.

السؤال رقم (09): جاء عامل ظهور وانتشار جماعات وتنظيمات متطرفة فكريا أو سياسيا أو دينيا في المرتبة الأخيرة من أسباب انتشار خطاب التمييز والكراهية بين رواد مواقع التواصل الاجتماعي حسب إجابات المبحوثين، هل ترون فعلا أن الجزائر حاليا في منأى عن تأثير هذه التنظيمات، أم أنها لم تجد طريقا وآذانا صاغية للتغلغل وسط الجمهور الجزائري عبر هذه المنصات؟

الجواب: التجربة القاسية التي مرت بها الجزائر في التسعينات جعلتها فعلا بمنأى عن الجماعات والتنظيمات المتطرفة فكريا، هذه التجربة أعطتها حصانة فكرية تجاه كل خطاب يدعو إلى الكراهية والتفرقة والتمييز، والأحداث الأخيرة خير دليل على ذلك.

السؤال رقم (10): حسب نتائج الدراسة تساهم البيئة الاجتماعية وظروفها ممثلة بغياب العدالة وتفشي الظلم والإقصاء الاجتماعي -بأغلبية إجابات المبحوثين- في تكريس خطاب التمييز والكراهية عبر مواقع التواصل، فهل هذا يؤكد أن الفرد أو الشخص الذي يتعرض للتمييز والتهميش والكراهية بمختلف أنواعها في محيطه الاجتماعي تصبح من طبيعته نشر مثل تلك الخطابات عبر المنصات الافتراضية؟ وكيف تفسرون هذه العلاقة الوطيدة بين الواقع الاجتماعي والعالم الافتراضي؟

الجواب: ليس بالضرورة أن الفرد الذي يتعرض للإقصاء والتهميش في محيطه الاجتماعي تصبح من طبيعته نشر مثل تلك الخطابات فقد يكون العكس، والدليل من الواقع فهناك الكثير من الأشخاص عاشوا كل أصناف القهر والإقصاء والتمييز فما زاده ذلك إلا ثباتا وحبا للخير والدعوة إلى وحدة الصف.

السؤال رقم (11): لاحظنا من خلال النتائج المحصل عليها أن الانعكاسات السلبية لخطاب الكراهية على المجتمع تتدرج من الإساءة اللفظية بالدرجة الأولى ثم المضايقات والتهديدات، ثم الاعتداء الجسدي وإلحاق الضرر على الأفراد وصولا إلى العمليات التخريبية وجرائم القتل، انطلاقا من خبرتك حول الموضوع هل ترون أن هذا الترتيب منطقي وأن هذه الانعكاسات هي السائدة فعلا في التعامل مع تبعات العنصرية والكراهية؟ وهل تؤثر مدة استخدام هذه المواقع وطبيعة الصفحات المتابعة على نوعية رد الفعل ودرجته؟

الجواب: هذا الترتيب في أغلبه ليس منطقيًا فقد يبدأ بمشادات كلامية ولا يتعداها، وقد يبدأ بالتخريب والقتل وقد يجمع بين الإثنين، وربما هذه هي الطرق الرائجة للتعبير عن رفض الآخر وكرهه، أما ردة الفعل وشدتها قد أعزوها في بعض الأحيان إلى مدة الاستخدام وطبيعة الصفحات، ولكن السبب الأساسي في رأيي يعود إلى المكانة الاجتماعية لصانعي المحتوى أولاً ثم قوة المحتوى وكيفية بنائه.

السؤال رقم (12): أغلب الإجابات التي تحصلنا عليها من خلال الاستبيان وضحت أن المؤسسات القضائية هي الجهة الأساسية التي يجب عليها التصدي لخطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى كل من المؤسسات الإعلامية والمجتمع المدني ومؤسسات الضبط الاجتماعي وشركات مواقع التواصل الاجتماعي التي جاءت تباعاً، هل تؤيدون هذا التوجه الذي يركز على الضبط القانوني والتشريعي ويلقي بكامل المسؤولية على عاتق القضاء، أم ترون أن التكامل بين عمل هذه المؤسسات مجتمعة هو ما يضمن مجابهة خطاب الكراهية والتمييز على المدى البعيد؟

الجواب: بالإضافة للضبط القانوني والذي لا مناص منه وهو وقتي وظرفي، من وجهة نظري أرى أنه لا بد أن نؤسس في مناهجنا التعليمية محتوى يضطلع بتربية الأجيال على المحبة والتسامح والمساواة، وأن يعزز بطرائق وآليات في كيفية التعامل مع الوسائط والمنصات المختلفة وهو ما يعرف بالتربية الإعلامية.