الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أكلي محند أولحاج
-البويرة-
Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique
Université Akli Mohand Oulhadj - Bouira -
Tasdawit Akli Muḥend Ulḥağ - Tubirett -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في نشر خطاب الكراهية، قضية حرق جمال بن إسماعيل نموذجا.

دراسة استطلاعية على عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك.

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

إعداد:

- ✓ **بلعليا هاجر**
- ✓ **بايزيد خولة**
- ✓ **حدادو رشا**

إشراف:

ا.د. بلعربي سميرة

السنة الجامعية:

2022/2021

إهداء :

نهدي هذا العمل المتواضع إلى كل من عائلة "بلعليا" و"حدادو" و"بايزيد" بالأخص إلى الوالدين حفضهما الله، والى أصدقائنا وزملائنا في الحياة اليومية أو أثناء المشوار الدراسي إلى أساتذتنا الذين اشرفوا على تكويننا ولم يبخلوا عنا بالمعلومة.

إلى كل من نسيه قلمنا وتتذكره قلوبنا.

شكر وتقدير:

نفتتح بالشكر والحمد لله الذي وفقنا في انجاز هذا العمل على الرغم من التحديات وبعض العثرات التي واجهتنا طوال فترة الدراسة، الحمد لله على ما منحنا من القوة والصبر وتحمل عناء هذا المشوار حتى أتممنا هذا العمل في صورته هذه.

شكرا لأمهاتنا وآباءنا الذين كانوا لنا منبع حنان وعطاء طيلة مشوارنا الدراسي.

كما نتقدم بالشكر الجزيل لمشرفتنا الأستاذة الدكتورة بلعربي سميرة التي كانت لنا المعين والموجه ولم تبخل علينا بأي مساعدة أو مشورة فجزاك الله عنا كل الخير.

لا بد لنا ونحن نخطو خطواتنا الأخيرة في الحياة الجامعية من وقفة نعود بها إلى أعوام قضيناها في الجامعة مع أساتذتنا الكرام الذين قدموا لنا الكثير، قبل المضي نود أن نقدم لهم أسمى صور الشكر والامتنان والتقدير والمحبة على حملهم لأقدس رسالة في الحياة.

شكرا إلى كل زملائنا وأصدقائنا الأعزاء دفعة (2021_2022)

شكرا لكل من ساهم في انجاز هذه الدراسة من قريب أو من بعيد.

خطة الدراسة:

- مقدمة.

❖ الإطار المنهجي:

1- الإشكالية.

2- تساؤلات فرعية

3- أسباب اختيار الموضوع

4- أهداف الدراسة

5- أهمية الدراسة

6- منهج الدراسة وأدواتها

7- مجتمع البحث وعينة الدراسة.

❖ الإطار النظري:

الفصل الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.

المبحث الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي.

المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي ايجابياتها وسلبياتها ودوافع استخدامها.

الفصل الثاني: خطاب الكراهية ودور مواقع التواصل الاجتماعي في انتشاره

-الفيسبوك نموذجا-

المبحث الأول: خطاب الكراهية و مواقع التواصل الاجتماعي.

المبحث الثاني: الفيسبوك نموذجا.

❖ الإطار التطبيقي:

1- تحليل الاستبيان.

2- نتائج الدراسة في ظل أسئلة الإشكالية.

3- التوصيات.

- خاتمة.
- قائمة المراجع.
- الملاحق.
- فهرس الجداول.
- فهرس الموضوعات.

مقدمة:

يعيش الإنسان اليوم في عصر التكنولوجيا والمعلومات والتواصل الاجتماعي، حيث أصبح العالم قرية صغيرة بفضل ما أتاحته التكنولوجيا من وسائل وتقنيات، ومع ظهور الانترنيت أضافت الكثير من المظاهر إلى الحياة البشرية وغيرت نمط الحياة كليا حيث اختزلت كثيرا الانعزال العقلي والمعرفي والجغرافي للناس، ومن بين تلك المظاهر ما يعرف بالمواقع الالكترونية المتعددة الخدمات، ولعل أهمها مواقع التواصل الاجتماعي، هذه الأخيرة أتاحت عصرا جديدا من الاتصالات التفاعلية بين مختلف الفئات وتكوين علاقات وصداقات من مختلف البلدان.

تعد مواقع التواصل الاجتماعي نوعا جديدا من أنواع الاتصال الذي نشا وتبلور في بيئة الانترنيت وتكنولوجيا الوسائط المتعددة، كما أنها مظهرا من مظاهر الإعلام الجديد حيث تلعب دورا بارزا في عملية تحصيل وتحليل الأخبار وانتقاء المعلومات وتبادلها بين المستخدمين، حتى أصبحت وسائل إعلام تقليدية تعتمد على مستجدات هذه الوسائط وتتزود منها بمعلومات دقيقة وذات مصداقية مباشرة من قلب الأحداث، على اعتبار أن مواقع التواصل الاجتماعي هو استخدام شبكة الانترنيت وتكنولوجيا الهواتف النقالة لتحويل عملية الاتصال إلى حوار تفاعلي، فهي منبرا يسهل التعاون وتبادل المعلومات، يتم عبره تداول الصور والفيديوهات والأخبار والمقالات بين المستخدمين وقد تعددت مواقع التواصل الاجتماعي على غرار"اليوتيوب" و"تويتر" و" الفيسبوك".

يتيح موقع الفيسبوك لمستخدميه إمكانية مشاركة الصور العامة والخاصة والحالات الشخصية والمشاعر ونشر وتبادل الرسائل الخاصة والعامة ومقاطع الفيديو

كما يطرح للمستخدم أخر الأخبار المحلية والعالمية، وهو يتميز بطريقته الممتعة في عرض خدماته اليومية بأسلوب سهل ومنظم. ورغم كل هذه التسهيلات والاستفادة التي يوفرها موقع الفيسبوك للمستخدمين، إلا انه لا يخلو من السلبيات لإساءة استخدامه وقلة مجاراته من طرف عدد كبير من المستخدمين.

وقد ظهرت خلال العقد الأخير من القرن الحالي خطابات مسيئة وزاد انتشارها مع ظهور موقع الفيسبوك، حيث تدعوا إلى التحريض على العنف والكراهية والتطرف تحت ذريعة "حرية الرأي والتعبير"، وقد شكل هذا النوع من الخطابات تهديدا للأمن البشري وأصبح يستهدف فئة كبيرة من المستخدمين خاصة فئة الشباب.

وتأتي هذه الدراسة للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية في قضية جمال بن إسماعيل صائفة 2021 خاصة موقع الفيسبوك، حيث قمنا بتقسيم الموضوع إلى عدة عناصر بداية بالجانب المنهجي، الذي تناولنا من خلاله: إشكالية الدراسة وأسئلتها، وأسباب اختيار موضوع الدراسة وأهميتها وأهدافها وكذا المنهج المعتمد فيها.

كما تناولنا الجانب النظري الذي قمنا بتقسيمه إلى فصلين:

الفصل الأول: تعرضنا فيه إلى ماهية مواقع التواصل الاجتماعي، من مفهومها وسلبياتها وايجابياتها وكذا دوافع استخدامها.

الفصل الثاني: تعرضنا فيه إلى خطاب الكراهية ودور مواقع التواصل الاجتماعي في انتشاره، كما اشرنا إلى الفيسبوك كنموذج.

الإشكالية:

يعتبر التطور التكنولوجي في جميع جوانب الحياة الثقافية والاجتماعية وحتى الفكرية دليل على تطلعات مستقبلية جديدة، حيث تحول العالم إلى قرية صغيرة وذلك بظهور الانترنيت، التي تعد من أهم وابرز مظاهر التكنولوجيا الحديثة فساهمت بشكل كبير في التأثير على كافة أنماط الاتصال الإنساني بنقل انشغالات و أفكار الأفراد بعضهم البعض وهذا يتم عن طريق الشبكات الاجتماعية التي أصبحت سلاح ذو حدين.

استخدمت شبكات التواصل الاجتماعي التي تعرف بأنها منظومة شبكات الكترونية تربط بين المشتركين وذلك بإنشاء مواقع خاصة بهم تربطهم مع أفراد آخرين لهم نفس الاهتمامات، ونجحت هذه المواقع في بشكل كبير في استقطاب الجماهير كونها مست كل الفئات العمرية خاصة الشباب فهي الأكثر عرضة لهذه المواقع وبصورة خاصة موقع فيسبوك كونه أداة اتصالية مهمة تتيح من خلال تطبيقاتها المختلفة مساحة واسعة لطرح الأفكار والخطابات المختلفة

ومن بين الخطابات التي لها تأثير قوي وخطير هو خطاب الكراهية، الذي يكون نتيجة التأثير عن طريق كلام يثير مشاعر الكره نحو مكون أو أكثر في المجتمع، هذا الخطاب أصبح يهدد امن الفرد والمجتمع بعمومه، كونه منبرا لنشر الأفكار المتطرفة والتعصب والتحريض على العنف والكراهية والعنصرية.

نسعى من خلال هذه الدراسة إلى معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية وسط الشباب الجزائري، من خلال القيام بدراسة استطلاعية حول قضية مقتل الشاب جمال بن إسماعيل على عينة من مستخدمي موقع فيسبوك، و ذلك

بالإجابة على التساؤل الرئيسي: **ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية في قضية حرق الشاب جمال بن إسماعيل صائفة 2021؟**

ويتفرع هذا التساؤل إلى الأسئلة الآتية:

– ما مدى متابعة الشباب الجزائري لخطاب الكراهية من خلال موقع الفيسبوك؟

– ما هي دوافع متابعة الشباب الجزائري لخطاب الكراهية من خلال موقع الفيسبوك؟

– ما هي التأثيرات التي أحدثها خطاب الكراهية من خلال موقع الفيسبوك على الشباب الجزائري في قضية حرق جمال بن إسماعيل صائفة 2021؟

أسباب اختيار الموضوع: إن لاختيارنا هذا الموضوع عدة أسباب أهمها:

أسباب ذاتية: –الفضول والرغبة في معرفة الكثير عن هذا الموضوع والتعمق فيه.

–قرب هذا الموضوع من مجال دراستنا.

–المساهمة في إثراء مكتبة الجامعة حول موضوعنا.

كما أن هناك أسباب أخرى موضوعية :

–قلة الدراسات العلمية المتخصصة في هذا الموضوع.

–حداثة الموضوع إذ يرتبط موضوع الدراسة بالتكنولوجيا الحديثة وتأثيراتها.

–معرفة الأسباب الرئيسية لظهور هذا النوع من الخطابات.

– أهداف الدراسة:

1–إظهار مدى متابعة الشباب الجزائري لخطاب الكراهية من خلال الفيسبوك.

2–الوقوف على أسباب ودوافع متابعة الشباب الجزائري لخطاب الكراهية عبر الفيسبوك.

3-إبراز دور الفيسبوك في نشر خطاب الكراهية وانعكاسات ذلك على الشباب الجزائري عند حرق جمال بن إسماعيل.

4-التعرف على مفهوم الكراهية وأشكالها عبر الفيسبوك وتأثيرها على الشباب الجزائري.

5-التعرف على عادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري لموقع فيسبوك.

- أهمية الدراسة:

يشكل انتشار خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ظاهرة تستحق الدراسة والبحث فيها، وتكمن أهمية هذه الدراسة كونها تعالج موضوعا حساسا يتمثل في التأثير على الأشخاص بطريقة سلبية غير مباشرة وتغيير الاتجاهات ومن ثم انعكاس ذلك على الشارع وعلى التغييرات التي تحدث نتيجة ذلك التواصل خاصة عبر موقع الفيسبوك.

إن تراكم المشاكل الاجتماعية والسياسية في الدول النامية ومن ضمنها الجزائر، ساهم في تفشي ظواهر اجتماعية (البطالة، الفقر..) التي جعلت الشباب يهربون من الواقع نحو العالم الافتراضي، فأصبح الفيسبوك وجهتهم المفضلة و أكثر المواقع ارتيادا لما له من القدرة على حشد اكبر عدد من الشباب من مختلف المناطق وذلك بغرض الترفيه والتعارف ومناقشة مشاكلهم والقضايا من مجالات مختلفة لما يتيحه من وسائط متعددة مثل الصور والفيديوهات والمقاطع المسجلة. وتكمن أهمية دراستنا في الإشارة إلى زيادة انتشاره بقوة بزيادة عدد رواده ما قد يسبب عواقب خطيرة خاصة بما يتعلق بالتضليل والتلاعب بعقول الشباب، ومن أكثر الأمور الباعثة على القلق في هذا السياق هو الوجود المتنامي لخطاب الكراهية على الفيسبوك، حيث انه يتيح للجميع التعبير عن أفكارهم التي في كثير من الأحيان تكون متناقضة ومتضاربة، ومن تلك الأفكار تظهر

ثقافة العداء (الكراهية) وهذا ما لوحظ عند أي حدث يحمل خلافا في وجهات النظر حوله وبصورة خاصة أثناء الأزمات أو أي أوضاع متوترة سياسيا أو اجتماعيا.

جسدت القضية التي عاشتها الجزائر صائفة 2021 التي راح ضحيتها جمال بن إسماعيل حساسية وخطورة هذا النوع من الخطابات الذي يصدر من الصفحات الفيسبوكية وزرعها بين المستخدمين، وتزداد أهمية هذه الدراسة كونها تحاول التعرف على أسباب ظهور خطاب الكراهية وكذا أثاره من خلال الفيسبوك. كما يمكن أن تساهم نتائج دراستنا في التوعية بخطورة بعض الممارسات التي يتم نشرها عبر صفحات الفيسبوك من صور معينة وعبارات قد تعكس نوعا من أنواع الكراهية ضد الآخرين أو ضد مكونات المجتمع الواحد.

- **منهج الدراسة:** إن أهم ما يميز الدراسة العلمية عن غيرها هو استخدامها للمنهج العلمي، وتتعدد مناهج البحث وتختلف تبعا لطبيعة الموضوع المدروس.

تعريف المنهج: هو عبارة عن مجموعة العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق أهداف بحثه[1].

ويعرف أيضا على انه: مجموعة من الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من اجل الوصول إلى نتيجة[2]. كما انه: جملة من القواعد والمبادئ والإرشادات التي يجب

[1] رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، طبعة 3، ديوان المطبوعات الجامعية- المطبعة الجهوية بقسنطينة-، الجزائر، 2008، ص176.

[2] -احمد بن مرسي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، طبعة2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص282.

على الباحث إتباعها من اجل الكشف عن العلاقات العامة والجوهرية والضرورية التي تخضع لها الظواهر موضوع الدراسة[3].

وبما أن دراستنا تدور حول **دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية –معينة من موقع الفيسبوك نموذجا**، اعتمدنا على المنهج المسحي والذي يعرف في اللغة الفرنسية Méthode d'enquête أي منهج التحقيق العلمي، الذي يستخدمه الباحث في دراسة موقف معين. من خلال بحث الشواهد والتجارب والوثائق المكونة لوضعه الطبيعي لجمع البيانات والمعلومات المحققة للغرض العلمي المنشود[4].

وفي تعريف أخر للمنهج المسحي: هو احد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، ويعتبر الشكل المعياري لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي أو تكون العينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذي يصعب فيه الاتصال بمفرداته.[5]

كما يعرف أيضا: هو الذي يتم بواسطته دراسة جميع أفراد مجتمع البحث أو عينة كبيرة منه بهدف وصف الظاهرة المدروسة من حيث طبيعتها ودرجة وجودها.[6]

انطلاقا من هذه التعريفات، اعتمدنا في الدراسة على المنهج المسحي وذلك من اجل معرفة والحصول على إجابات وردود أفعال المبحوثين حول الإشكالية المطروحة بهدف الوصول إلى نتائج قد تسمح لنا بمعرفة الدور الذي يقوم به الفيسبوك في نشر

---

[3]–عبد الهادي احمد الجوهري، مدخل إلى مناهج وتصميم البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي، الإسكندرية، ص27.

[4]– احمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2003، ص286.

[5]– محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، طبعة1،عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، 2000، ص99.

[6]– دواد محمد وقنوعة عبد اللطيف، الإجراءات المنهجية المستخدمة في البحوث النفسية والتربوية التطبيقية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد الثالث، ديسمبر2013، ص4.

خطاب الكراهية على الشباب الجزائري عند حرق الشاب جمال بن إسماعيل، كما أن أسلوب المسح يشمل جمع البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج لعدد كبير من الأفراد ويقوم بوصف الوضع القائم للظاهرة بشكل تفصيلي.

أداة الدراسة:

تعتبر أداة جمع البيانات الوسيلة التي يقوم من خلالها الباحث بجمع المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة، حيث تساهم بشكل كبير في تحليل الظاهرة ووصفها وتفسيرها في إطار الدراسة، حيث لابد للباحث اختيار أكثر الأدوات ملائمة لتحقيق الأهداف التي يرغب الوصول إليها من خلال دراسته،حيث اعتمدت دراستنا على استمارة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات.

-**الاستبيان:** يعتبر الاستبيان من أدوات البحث الأساسية شائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية خاصة علوم الإعلام والاتصال، حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث، لكونها معلومات لا يملكها إلا صاحبها المؤهل قبل البوح بها، ويعرف الاستبيان بأنه: تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن موضوع المبحوث في إطار الخطة والبيانات المطلوبة، من اجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة، لتوضيح الظاهرة المدروسة، وتعريفها من جوانبها المختلفة[7].

ويعرف كذلك بأنه: أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة، لتقديم أفكار وأراء معينة، في إطار البيانات المرتبطة

[7]- احمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، طبعة4، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010، ص220.

بموضوع الدراسة وأهدافها، دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات.[8]

ولقد اعتمدت هذه الدراسة على الاستبيان لما له من أهمية كبيرة في جمع البيانات، لان المبحوث يسجل بنفسه الملاحظات والمعلومات التي تثري البحث بما يتعلق بميولهم واتجاهاتهم الشيء الذي يساعدنا في تحقيق أهداف الدراسة.

مجتمع البحث وعينة الدراسة:

مجتمع البحث:

تعد عملية اختيار مجتمع البحث من الخطوات الهامة في أي دراسة، فهو المجتمع الأكبر أو مجموعة المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكلي أو المجتمع الأكبر الذي يهدف الباحث إليه في دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته.[9]

كما يعرف مجتمع البحث انه: جميع مفردات الظاهرة، التي يدرسها الباحث.[10]

وبناءا على هذا فان مجتمع البحث الخاص بدراستنا يتمثل في جميع الشباب الجزائريين الذين يستخدمون موقع الفيسبوك.

يصعب الوصول إلى هذا المجتمع ككل من المستخدمين لأنه مجتمع ضخم لذا تم التركيز على المجتمع المتاح والممكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات، والذي يعتبر عادة جزءا ممثلا للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها وتختار منه عينة البحث.

---

[8]– محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، طبعة1، عالم الكتب، القاهرة، 1993، ص124.

[9]– محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص130.

[10]– احمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، طبعة4، مرجع سابق،ص166.

عينة الدراسة:

إن من أهم التحديات التي يواجهها الباحث هي اختيار العينة للبحث العلمي، هذه العينة لها أهمية كبيرة لان عليها تتوقف أمور كثيرة كالقياسات والنتائج التي يخرج بها الباحث من الدراسة. فتعرف العينة على أنها: عبارة عن مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية وتعتبر جزء من الكل أي بنسبة معينة من أفراد المجتمع المحلي الأصلي، ثم تعمم نتائج الدراسة على المجتمع كله.[11]

فالعينة جزء من أجزاء المجتمع الذي يقوم الباحث بإجراء الدراسة عليه وتحمل نفس خصائصه.

ويكون الهدف من اختيارها الحصول على بيانات ومعلومات ترتبط بمجتمع الدراسة.

ونظرا لصعوبة الوصول إلى كافة الأفراد المبحوثين تعين علينا اختيار مجموعة من الشباب كعينة يتم اختيارهم بطريقة عشوائية، وبالتالي نستخدم العينة العشوائية البسيطة على أمل أنها تمثل المجتمع الأصلي وتعطي نتائج اقرب للواقع، وذلك لان مجتمع البحث الخاص بدراستنا هو مجتمع واسع وضخم لا يمكن الوصول إليه بدقة.

وتعرف العينة العشوائية على أنها: هي تلك العينة التي يختار الباحث أفراد المجتمع بعشوائية أي بالصدفة للبحث عن ظاهرة معينة، لذا فان هذه العينة لا تمثل المجتمع الأصلي بدقة ومن ثم يصعب تعميم نتائج البحث على المجتمع الأصلي كله ولكن لا بد منها عندما يصادف الباحث مجتمع دراسة كبير الحجم.[12]

---

[11]– رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مرجع سابق، ص267.

[12]– إبراهيم بن عبد العزيز الدعيلي، مناهج وطرق البحث العلمي، طبعة1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص94.

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

ناصر سعود محمد الرحامنة، خطاب الكراهية في شبكة الفيسبوك في الأردن، دراسة مسحية مكملة لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، قسم الصحافة والإعلام كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2018.

عبر الباحث عن مشكلة الدراسة من خلال التساؤل الرئيسي: ما سمات خطاب الكراهية في المجتمع الأردن يعبر شبكات التواصل الاجتماعي خصوصا الفيسبوك؟

وبعد تفكيكه لهذا التساؤل استخرج 5 أسئلة فرعية تمثلت فيما يلي:

– ما مفهوم أشكال الكراهية المتداول عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

– ما الآثار الناجمة عن انتشار خطاب الكراهية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك؟

– ما الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي تجاه خطاب الكراهية والعنف المجتمعي؟

– ما تأثير خطاب الكراهية عبر الفيسبوك في منظومة القيم الدينية والاجتماعية والثقافية للشعب الأردني؟

– ما دور مؤسسات المجتمع المدني وخاصة المؤسسات الدينية والإعلامية في محاربة الفكر المتطرف؟

منهج هذه الدراسة هو المنهج البحثي الوصفي، وأداته الاستبانة.

مجتمع البحث يتكون من شريحة مستخدمي الفيسبوك الذكور والإناث في العاصمة الأردنية عمان، والبالغ عددهم(5000000)

أما عينة الدراسة فهي:(400) مفردة من مجتمع البحث.

أهم نتائج هذه الدراسة هي كالتالي:

– إن مفهوم أشكال الكراهية المتداول عبر شبكة الفيسبوك، اختلفت وتعددت بين تشويه الحقائق أو تكذيبها وبين عدم القبول بالاختلاف مع الآخرين.

– وفي الآثار الناجمة عن انتشار خطاب الكراهية عبر شبكة الفيسبوك فقد تبين أن هذه الشبكات تعمل على إثارة الفتن بين مكونات المجتمع وتؤدي إلى الفرقة والتناحر، وتفقد المجتمع تماسكه الداخلي ويصبح ضعيفا أمام الأزمات.

– حول الدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي تجاه خطاب الكراهية والعنف المجتمعي، فانه يعتمد على طبيعة المستخدم ومستواه الاجتماعي والتعليمي وأنها تساهم في نشر معلومات مضللة.

– وفيما يتعلق بتأثير خطاب الكراهية عبر الفيسبوك على منظومة القيم الدينية والاجتماعية والثقافية للشعب الأردني، فقد أظهرت النتائج أن هذا الخطاب قد يؤدي إلى التطرف الديني ويضعف التكافل الاجتماعي بين الناس.

– حول دور مؤسسات المجتمع المدني وخاصة المؤسسات الدينية والإعلامية في محاربة الفكر المتطرف، فقد أظهرت النتائج انه يمكن لمؤسسات المجتمع المدني أن تسهم في نشر ثقافة الاحترام المتبادل وممارسة أنشطة في المجتمع لمحاربة الكراهية.

<u>الدراسة الثانية</u>:

كيحل فتيحة، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي موقع الفيسبوك نموذجا، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال جامعة الحاج لخضر باتنة، فرع الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، السنة الجامعية 2011 _ 2012.

انطلقت إشكالية الدراسة من التساؤل الرئيسي: كيف يؤدي استخدام موقع الفيسبوك كإحدى تطبيقات الإعلام الجديد إلى نشر الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين؟

وقد اندرجت تحت إشكالية الدراسة التساؤلات الفرعية التالية:

ا) تساؤلات خاصة بالاستخدامات: – ما هي أنماط وطرق استخدام موقع الفيسبوك بما يؤدي إلى خلق الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين؟

– ما هي عادات تعرض المستخدمين الجزائريين لموقع الفيسبوك؟

– ما هي دوافع استخدام هذا الموقع بالذات فيما يتعلق بموضوع حماية البيئة ونشر الوعي البيئي؟

ب) تساؤلات خاصة بالاشباعات: – ما طبيعة الاشباعات المحققة لجمهور المستخدمين الجزائريين من خلال موقع الفيسبوك؟

ج) ما هو الدور الذي يلعبه هذا الموقع لترقية وترسيخ الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين؟

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي وكذا المنهج المسحي، أما أدوات جمع البيانات فاعتمدت على استمارة الاستبيان والملاحظة.

مجتمع البحث شمل مستخدمي موقع الفيسبوك من كلا الجنسين من مستويات تعليمية متباينة باستثناء الطور الابتدائي.

أما عينة الدراسة فقد اختارتها الباحثة عن طريق الصدفة وبلغ عددهم (200) مفردة تم توزيعها في مدينة قسنطينة.

أهم نتائج هذه الدراسة جاءت كالتالي:

– تعد مواقع التواصل الاجتماعي أكثر المواقع استخداما من قبل المبحوثين تليها المواقع العامة ثم مواقع الدردشة والموقع المتخصصة وأخيرا كل المنتديات والمدونات.

– يحتل موقع الفيسبوك الرتبة الأولى من حيث الاستخدام لدى المبحوثين يليه اليوتيوب ثم موقع تويتر.

وبهذا تؤكد نتائج الدراسة صحة التساؤلات الفرعية وبشكل مباشر على صحة الإشكالية، إذ توصلت بان موقع الفيسبوك يساهم في بلورة ونشر الوعي لدى جماهير المستخدمين باعتباره الأكثر استخداما وواحدا من تطبيقات الإعلام الجديد.

<u>الدراسة الثالثة</u>:

رأفت مهند عبد الرزاق حمودي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق، رسالة مكملة لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة البترا الأردنية، كلية الآداب والعلوم قسم الصحافة والإعلام، 2013.

مشكلة الدراسة عبر عنها بالتساؤل الأتي: هل هناك تأثير لمواقع التواصل الاجتماعي متمثلة في فيسبوك ويوتيوب و تويتر، على تشكيل الاتجاهات السياسية لطلبة الجامعات العراقية في كل من الموصل والانبار وتكريت في طرح القضايا المعاصرة التي

تهمهم،وفي التأثير على السلوكيات السياسية والفكر السياسي لديهم ما يطلق عليه بالحراك الشعبي في العراق؟

اشتقت من التساؤل الرئيسي عدة تساؤلات فرعية هي:

– ما طبيعة استخدام طلبة جامعات الموصل والانبار وتكريت لمواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك ويوتيوب و تويتر وأثرها في تشكيل الاتجاهات والسلوكيات الفكر السياسي لديهم؟

– كيف يقيم طلبة جامعات الموصل والانبار وتكريت مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك ويوتيوب و تويتر من بين وسائل الإعلام الأخرى؟

– هل تسهم مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك ويوتيوب و تويتر في طرح قضايا معاصرة تهم الشباب الجامعي لطلاب جامعات الموصل والانبار وتكريت؟

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وأداته في جمع المعلومات هي الاستبيان.

يتمثل مجتمع البحث في: طلبة جامعات كل من الموصل والانبار وتكريت والمقدر عددهم الإجمالي (64930) طالب وطالبة لمرحلتي البكالوريوس والدراسات العليا.

وعينة الدراسة هي عينة عشوائية تمثلت في (400) مفردة.

أهم نتائج الدراسة:

توصلت هذه الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تحظى بأهمية بالغة الأثر نظرا لما تؤديه من حشد للرأي العام على جميع الأصعدة وبرقم قياسي ما جعلها تتفوق على الإعلام التقليدي ويعود ذلك لتحررها من الرقابة السلطوية، حيث تساهم في تشكيل الاتجاهات السياسية وتؤثر في الفكر السياسي لدى الشباب الجامعي وتعكسه على الشارع السياسي العراقي.

تحديد المصطلحات:

سنحاول من خلال هذه الدراسة تحديد مفاهيم كل من مواقع التواصل الاجتماعي، دور، نشر، خطاب الكراهية، حيث أن تحديد هذه المفاهيم يساعدنا في إزالة الغموض وتوضيح المعاني ولكي لا يفقد الموضوع قيمته العلمية.

1- مواقع التواصل الاجتماعي:

اصطلاحا:

هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع الأصدقاء.[13]

وفي تعريف أخر: هي شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاؤون وفي أي مكان من العالم عبر شبكة الانترنيت من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم.[14]

التعريف الإجرائي: هي مواقع للدردشة بين أشخاص كثيرون وهي وجهة مفضلة للملايين من الشباب فهي تسمح بمشاركة ونشر أي محتوى من صور وفيديوهات وغيرها حيث أصبحوا يتبادلون وجهات نظر مختلفة سياسية وثقافية وأدبية.

2- تعريف الدور:

لغة: هو مهمة ووظيفة، ويقال قام بدور ولعب دورا أي شارك بنصيب كبير.[15]

---

[13]- صالح خليل الصقور، الإعلام والتنشئة الاجتماعية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص97.

[14]- ناصر الرحامنة، خطاب الكراهية في شبكة الفيسبوك في الأردن، رسالة مكملة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام، قسم الصحافة والإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2018 ص 8

[15]- معجم المعاني الجامع، معجم عربي- عربي متاح على الانترنيت2010 -2022almaany.com

كما انه: يشير إلى الاضطلاع بمهمة، أي بالوظيفة التي ينبغي أن يقوم بها الشخص في موقف معين.[16]

اصطلاحا: عرفه احمد زكي بدوي على انه السلوك المتوقع من الفرد في الجماعة والجانب الدينامكي لمركز الفرد، فبينما يشير المركز إلى مكانة الفرد في الجماعة، فان الدور يشير إلى نموذج السلوك الذي يتطلبه المركز ويتحدد سلوك الفرد في ضوء توقعاته وتوقعات الآخرين منه، وهذه التوقعات تتأثر بفهم الفرد والآخرين للحقوق والواجبات المرتبطة بمركزه الاجتماعي، وحدود الدور تتضمن تلك الأفعال التي تتقبلها الجماعة في ضوء مستويات السلوك في الثقافة السائدة.[17]

تعريف إجرائي للدور: هي مجموعة المهام والخدمات التي تقوم بها وسائل التواصل الاجتماعي تجاه الشباب ايجابية كانت أم سلبية.

3- تعريف النشر:

لغة: من نشر، ينشر نشرا فهو ناشر، ويقال نشر خبرا بين الناس أي: أذاعه.[18]

اصطلاحا: هو الإعلان عن مجموعة الطرق التي تستخدم لتعريف الجمهور ببعض المنتجات وحثه على شرائها.[19]

تعريف النشر إجرائيا: هي عملية بث رسائل متنوعة عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي موجهة للشباب مستخدمي تلك الوسائل.

---

[16]- حبيبة زلاقي، نظرية الدور بين الأصول الاجتماعية والتوظيف في التحليل السياسي، مجلة العلوم القانونية والسياسية عدد 17جانفي 2018، جامعة باتنة، ص173

[17]- احمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت 1993ص 395.

[18]- معجم المعاني الجامع، مرجع سابق.

[19]- معجم المعاني نفس المرجع.

تعريف خطاب الكراهية:

الجدير بالذكر انه عند البحث عن مفهوم خطاب الكراهية، فانه لا يوجد تعريفا موحدا مقبولا عالميا يضع ضوابط لماهيته ويتم اعتماده دوليا، حيث يتم الخلط في كثير من الأحيان بين حرية التعبير وخطاب الكراهية، وفيما يلي بعض من التعريفات التي اعتمدناها في دراستنا:

اصطلاحا:

هو حالة هجاء للأخر، وهو كل كلام يثير مشاعر الكره نحو مكون أو أكثر من مكونات المجتمع، وينادي ضمنا بإقصاء أفراده بالطرد أو الإفناء أو بتقليص الحقوق، ومعاملتهم كمواطنين بدرجة اقل.[20]

وفي تعريف أخر: هي تلك الخطابات التي تسيء إلى دين أو عرق أو لون أو جنس أو توجه الأخر الجنسي.[21]

كما انه: 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 أو الجنسية أو العرق الو اللون أو الأصل أو نوع الجنس أو احد العوامل الأخرى المحددة للهوية، وهذا الخطاب كثيرا ما يستمد جذوره من مشاعر التعصب والكراهية التي يغذيها في الوقت نفسه، ويمكن في بعض السياقات أن ينطوي على الإذلال ويؤدي إلى الانقسامات.[22]

---

[20]– ناصر الرحامنة، خطاب الكراهية في شبكة الفيسبوك في الأردن دراسة مسحية، مرجع سابق، ص8.

[21]– د. إيمان محمد حسني عبد الله، خطابات الكراهية الدينية الزائفة على شبكة الفيسبوك، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال العدد 30، سبتمبر 2020، ص179.

[22]– د. عاطف عبد الله عبد ربه، اثر خطاب الكراهية على السلم والأمن الدوليين، مجلة جامعة جنوب الوادي الدولية للدراسات القانونية، كلية الحقوق جامعة جنوب الوادي، العدد الرابع 2019، ص 255– 256

تعريف خطاب الكراهية إجرائيا:

هو أي محتوى يشمل صور أو فيديوهات أو كلام مكتوب أو تسجيلات صوتية، تهدف للمساس بتماسك المجتمع ونشر الكره والحقد بين الأفراد، يتم نشره بعدة أشكال، منها عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي لاستهداف الشباب.

الجانب النظري

الفصل الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.

تمهيد:

فرض التطور التكنولوجي خاصة مع ظهور الانترنيت حقائق جديدة جعلت سكان الأرض يتواصلون في عالم افتراضي ما فتئت افتراضاته تتحكم فينا شيئا فشيئا في الواقع الاجتماعي والثقافي والاقتصادي لسكان الكرة الأرضية، حيث أن انجازات هذه التكنولوجيا جعلت العالم لا يستقر على حال بعد ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وهي عبارة عن مواقع على شبكة الانترنيت توفر لمستخدميها فرصة تبادل المعلومات والآراء والمشكلات وغيرها، سواء كانوا أفرادا أو جماعات، ومن بين أهم هذه المواقع face book و Twitter وغيرها من المواقع، ولعل من أهم أسباب إقبال الشباب بصفة خاصة وتدافعهم عليها هو الانضمام هذه المواقع لا يتطلب جهدا كبيرا إذ يكفي التسجيل في إحداها حيث يتاح أمامه الكثير من الاختيارات والميزات التي تلاءم توجهاته ليدخل عالما لا يخلو من إثارة المشاعر والغرائز في كثير من الأحيان.

المبحث الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

المطلب الأول: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

تعددت تعاريف مواقع التواصل الاجتماعي بين العديد من الباحثين ومن ابرز هذه التعاريف نذكر:

فيها يجتمع الأفراد ذوو الاهتمامات المشتركة وتبادل الأفكار والمعلومات، ويتصلون مع بعضهم ويدردشون وينشرون الأخبار التي تهم مجتمعاتهم، وقد يكون المجتمع طائفيا أو دينيا أو حتى علميا.[23]

وفي تعريف أخر: تعد مواقع التواصل الاجتماعي منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الانترنيت تتيح للمشترك فيها إنشاء موقع خاص فيه ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو غر ذلك، وهو أيضا مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنيت ظهرت مع الجيل الثاني للويب، الذي يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، شركة)، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر من إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض.[24]

كما تعرف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها: مواقع تصنف ضمن الجيل الثاني للويب(ويب 2.0) وسميت اجتماعية لأنها أتت من مفهوم بناء المجتمعات بهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف على أشخاص لديهم اهتمامات مشتركة في تصفح الانترنيت

---

[23]- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد- المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، عمان-الأردن، ص100.

[24]- ناصر الرحامنة، خطاب الكراهية في شبكة الفيسبوك في الأردن دراسة مسحية، رسالة مكملة لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، مرجع سابق ذكره، ص15

والتعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهمه وأخيرا مشاركة هذه المواقع مع أصدقائه وأصدقاء أصدقائه.[25]

المطلب الثاني: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

المرحلة الأولى:

ظهرت مواقع التواصل لاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية على مستوى التفاعل بين بعض زملاء الدراسة، وأول موقع للتواصل الاجتماعي لطلاب المدارس الأمريكية ظهر عام 1990 وهو موقع classmates.com وهذا الموقع قسم المجتمع الأمريكي إلى ولايات، وقسم كل ولاية إلى مناطق، وقسم كل منطقة إلى مدارس، وجميعها تشترك في هذا الموقع، ويمكن للفرد البحث في هذا التقسيم حول المدرسة التي ينتسب إليها ويجد زملائه.

وتبع ذلك محاولة ناجحة لموقع تواصل اجتماعي أخر، وهو موقعsixDegrees.com وكان ذلك عام 1997، وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص بغض النظر عن انتماءاتهم العلمية أو العرقية أو الدينية، وكان ذلك بداية الانفتاح على عالم التواصل الاجتماعي بدون حدود، وقد أتاح ذلك الموقع للمستخدمين مجموعة من الخدمات أهمها إنشاء الملفات الشخصية وإرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وبالرغم من ذلك فقد تم إغلاق الموقع لعدم قدرته على تمويل الخدمات المقدمة من خلاله، وتبع ذلك ظهور مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي خلال الفترة 1997.

[25]- جبريل بن حسن ألعريشي، سلمى بنت عبد الرحمان الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم-رؤية تحليلية، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان-الأردن 2015

ثم ظهر موقع أخر محور اهتمامه هو تدعيم المجتمع من خلال مواقع تواصل اجتماعية مرتبطة بمجموعات معينة مثل موقع الأمريكيين الأسيويينAsianavenue.com ، وموقع البشر ذوي البشرة السمراء Blackplanet.com، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي والتي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام(1999–2000)، وقد اعتمدت هذه المواقع في نشأتها خلال الفترة الأولى على تقنيات الويب في مراحله الأولى.

المرحلة الثانية:

يمكن وصف المرحلة الثانية أنها مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، ويمكن التاريخ لها بالموجة الثانية للويب (web2) والمقصود هنا أنها ارتبطت بتطور خدمات الشبكة، التي انطلقت مع موقع التواصل الاجتماعيfriendester.com،وقد تم تصميمه ليكون وسيلة للتعارف والصداقات المتعددة بن مختلف فئات المجتمع العالمي، وقد نال هذا الموقع شهرة كبيرة في تلك الفترة، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقعskyrock.com، كمنصة للتدوين، ثم تحول بعد ذلك إلى شبكة تواصل اجتماعي مع ظهور تقنيات الجيل الثاني للويب، وفي بداية عام 2003 ظهر موقع التواصل الاجتماعي الشهير Myspace.com،وهو من أوائل مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة وأكثرها شهرة على مستوى العالم، كما ظهرت بالتوازي العديد من مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة وأكثرها شهرة على مستوى العالم مثل Linkedin.com، والتي انطلقت رسميا في الخامس من مايو 2003، والذي وصل عدد مستخدميه إلى 250 مليون مشترك عام 2012.[26]

[26]- مجلة كلية التربية، اثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية، جامعة الأزهر، الجزء الثالث 169،يوليو 2012، ص333-334.

ثم كانت النقلة الكبيرة إلى عالم شبكات التواصل الاجتماعي بانطلاق موقع الفيسبوك Facebook.com، الذي انطلق سنة 2004، في الولايات المتحدة الأمريكية وعرف أولا في ما بين طلبة جامعة هارفارد، ثم بدا ينتشر إلى الجامعات والمدارس الأخرى، وفي العام 2006، بدا بالانتشار على الساحة المحلية والدولية، بعد ذلك انتشرت فكرة مواقع التواصل الاجتماعي للمدونات الصغيرة بظهور موقع تويتر Twitter، حيث ظهر سنة 2006، وأطلق رسميا للمستخدمين سنة 2007.[27]

المطلب الثالث: أهم مواقع التواصل الاجتماعي:

نعرض فيما يلي أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتبر ذائعة الصيت والأكثر انتشارا:

1- موقع الفيسبوك Face book: هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصا من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها عام 2004، في جامعة هارفارد في الولايات المتحدة الأمريكية، من طرف طالب متعثر في الدراسة يدعى مارك زوكيربيرج، وكانت مدونته الفيسبوك، محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة وبحدود أصدقائه، بعد ذلك تعدت حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة وكانت مقتصرة على أعداد من الزوار ولو أنها كانت في زيادة مستمرة، وفي شهر مارس سنة 2004 فتح موقع الفيسبوك أبوابه أمام جامعات ستانفورد و كولومبيا و ييل، وبعد ذلك اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن وجامعة أيفي ليج، وشيئا فشيئا أصبح متاحا للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية، وفي سنة

[27]- ماطر عبد الله حمدي، اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات، دراسة مسحية في جامعة تبوك السعودية، رسالة مكملة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام قسم الصحافة والإعلام، جامعة الشرق الأوسط 2018، ص20.

2005فتح أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من 13 سنة فأكثر بحيث يكون لديهم موقع الكتروني.

يقدم فيسبوك لمستخدميه خصائص عديدة ومتنوعة ومتجددة، تمكنهم من سهولة استخدامه، وسهولة التواصل بمن حولهم، عن طريق الرسائل النصية أو الصوتية أو لفيديو وغيرها من الخصائص التي تتسم بالسهولة والتطور، إضافة إلى العديد من التطبيقات التي تتيح للفرد أن يعبر عن نفسه بشتى الطرق وان يتعرف على حياة الآخرين والبيانات الشخصية المتعلقة بهم كذلك يمكن من وضع الصور الخاصة بالمستخدم من الاشتراك في العديد من المجموعات والتي يجتمع أفرادها على فكرة أو هدف، فهو موقع ويب للواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة فيسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمين يمكنهم الانضمام إلى الشبكات التي ينظمها الأصدقاء أو الأقارب أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم وذلك من اجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم، ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد والذي تضن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم.

وقد تعرضت في الآونة الأخيرة شركة الفيسبوك لانتقادات شديدة من المستثمرين والمستخدمين والمعلنين ونواب في الكونغرس الأمريكي، جاء ذلك بعد سلسلة فضائح بشان موضوعات إخبارية كاذبة والتدخل في الانتخابات والخصوصية، فقد اعترفت فيسبوك شهر مارس 2018 بان معلومات شخصية تخص ملايين المستخدمين وصلت دون وجه حق إلى كامبريدج انااليتيكا، ونتيجة لذلك فقد انخفضت أسهم فيسبوك 1.4في

المائة إلى 153.90دولار، وتراجعت بأكثر من 16 في المائة منذ تفجر الفضيحة، وسجلت خسائر بعشرات المليارات في غضون أيام قليلة نتيجة هذه الأزمة.[28]

2- موقع تويتر Twitter:

اخذ تويتر اسمع من مصطلح تويت الذي يعني التغريد واتخذ من العصفورة رمزا له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفا للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصا مكثفا لتفاصيل كثيرة، ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات أو التويترات من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، وتتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة، وإمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الالكتروني، كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة RS عبر الرسائل النصية.

وقد ظهر الموقع في أوائل 2006 كمشروع تطوير بحثي آجرته شركةobvious الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، بعد ذلك أطلقته الشركة رسميا للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006 وبعد ذلك بدا الموقع في الانتشار كونها خدمة جديدة على الساحة في 2007 من حيث تقديم التدوينات المصغرة، وفي نيسان 2007 قامت شركةobvious بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم تويتر. ومع ازدياد إعداد من يستخدمه لتدوين إحداثهم اليومية، فقد قرر محرك البحث غوغل أن يظهر ضمن نتائجه تدوينات تويتر كمصدر للبحث اعتبارا من 2009. واليوم يعتبر تويتر مصدرا معتمدا للتصريحات الشخصية سواء كانت صادرة عن سياسيين أو ممثلين أو صحفيين أو قادة المجتمع الغربي والعربي على حد سواء ويتوقع أن يكون مستقبلا

[28]- ماطر عبد الله حمدي، اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات، مرجع سابق، ص22-23.

مصدرا معتمدا للتصريحات الحكومية والإخبارية وقناة التواصل مع الشعوب كما حدث في الأحداث العربية عقب الربيع العربي وتأثير تويتر القوي فيه.[29]

3- موقع اليوتيوب You tub:

هو موقع ويب معروف متخصص بمشاركة الفيديو، يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني، ويستخدم تقنية الادوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة. محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام، والتلفيزيون، والموسيقى، الفيديو المنتج من قبل الهواة، في أكتوبر 2006اعلنت شركة غوغل الوصول لاتفاقية لشراء الموقع مقابل 1.65مليار دولار أمريكي.[30]

كما يعد اليوتيوب موقع الكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني، وهو يسمح بالتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها.

وقد تأسس هذا الموقع سنة 2005 بواسطة 3 موظفين سابقين في شركة باي بال وهم تشاد هيرلي و ستيف تشين و جاود كريم في مدينة كاليفورنيا.[31]

المطلب الرابع: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

1- المشاركة participation: وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث أنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.

[29]- ناصر الرحامنة، خطاب الكراهية في شبكة الفيسبوك في الأردن دراسة مسحية، مرجع سابق، ص18-19

[30]- رأفت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، رسالة مكملة لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة البترا الأردنية، كلية الآداب والعلوم، قسم الصحافة والإعلام، 2013، ص 14.

[31]- ناصر الرحامنة، المرجع السابق، ص19-20.

2- الانفتاح openness: 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.

3- المحادثة conversation: حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المروضة.

4- المجتمع community: وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال، ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم اجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة، مثل حب التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية أو للتعلم، أو برنامج تلفيزيوني مفضل، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا الكترونيا متقاربا.

5- الترابط connectedness: تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل أيضا، مثل خبر ما على مدونة يعجبك فترسله إلى معارفك على الفيسبوك وهكذا، مما سهل وسرع من عملية انتقال المعلومات.[32]

المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي ايجابياتها وسلبياتها ودوافع استخدامها.

المطلب الأول: ايجابيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

[32]- خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، طبعة1، الأردن،2013، ص 26-27.

1- الاستخدامات الاتصالية الشخصية: وهو الاستخدام الأكثر شيوعا، ولعل الشرارة الأولى للشبكات الاجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين، وهكذا الهدف موجود حتى الآن برغم تطور الشبكات الاجتماعية اليوم على مستوى الخدمات وعلى مستوى التقنيات والبرمجيات، وبرغم خروجها من حدود الدولة إلى فسيح جو العالم ويمكن من خلال الشبكات الاجتماعية الخاصة بتبادل المعلومات والملفات الخاصة و الصور ومقاطع الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعارف والصداقة، وخلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات غالبا، وان اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية.

2- الاستخدامات التعليمية: إن الدور الذي تلعبه الشبكات الاجتماعية في تطوير التعليم الالكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له، والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم بداية من مدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور وعدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر للطلاب.

فاستخدام الشبكات الاجتماعية يزيد فرص التواصل والاتصال في خارج نطاق المدارس، ويكسر حاجز الوقت فيمكن التواصل خارج وقت الدراسة، ويقضي على كثير من الرسميات داخل المدارس، ويمكن التواصل الفردي أو الجماعي مع المعلم، مما يوفر جو من مراعاة الفروق الفردية، كما أن التواصل يكسب الطالب مهارات أخرى كالتواصل والاتصال والمناقشة وإبداء الرأي، وهي مساحة ضيقة جدا داخل أسوار المدارس، في ظل تكدس الطلاب في الفصول وكثرة المواد مع وجود الأنظمة والمساحات الضيقة للمناقشات والتداولات.

3- الاستخدامات الحكومية: اتجهت الكثير من الدوائر الحكومية للتواصل مع الجمهور من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، بهدف قياس وتطوير الخدمات الحكومية لديها، ومسايرة للتقنية الحديثة، بل أصبح التواصل التقني مع الجمهور من نقاط تقييم الدوائر

الحكومية وخدماتها المقدمة، وتتميز هذه الخدمة بقلة التكلفة والوصول المباشر للمستفيد الأول، والتغذية الراجعة المباشرة، مما يساعد في تفادي الأخطاء والوصول بالخدمة المقدمة للإتقان والتميز.

ويمكن الاستفادة من الشبكات الاجتماعية في حجز المواعيد وتأكيدها، ونشر التعليمات والإجراءات، والتواصل مع الرئيس مباشرة، وإبداء الملاحظات والمقترحات.

4- الاستخدامات الإخبارية: أصبحت الشبكات الاجتماعية مصدر أصيل من مصادر الأخبار لكثير من روادها، وهي أخبار تتميز بأنها من مصدرها الأول وبصياغة فردية حرة غالبا، لا احترافية ولا استخدامات سياسية أو دعائية.

وقد تميزت المدونات الخاصة باستقطاب الباحثين عن الأخبار، ومواقع الأخبار المخصصة، وقنوات إخبارية في أحداث مختلفة سابقة، كان لأصحابها التأثير الكبير في نقل الأخبار الصحيحة للرأي العام.

5- الاستخدامات الدعوية: فتحت الشبكات الاجتماعية الباب للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير مسلمين باختلاف لغاتهم واختلاف أجناسهم وبلدانهم، وأصبح لكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية، وهو انتقال ايجابي للتواصل العالمي في ظل الإغلاق الإعلامي الرسمي في كثير من الدول، وفي ظل أنظمة تعيق التواصل المباشر وتقولب الدعاية والعالم على قوالب جامدة وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالعالمية والفورية والتحديث المستمر، مع كسب حاجز الوقت والزمان، والسهولة في الاستخدام والتواصل، والتوفير في الجهد والتكاليف.[33]

المطلب الثاني: سلبيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

[33]- حمزة إسماعيل أبو شنب، تقنيات التواصل الاجتماعي- الاستخدامات والمميزات، مقال متاح على الانترنيت http://www.alukah.net ص4- 5.

أيضا لمواقع التواصل الاجتماعي سلبيات كثيرة من الممكن أن تضر المستخدم إن أساء استخدامها، ومنها ما يأتي:

1- هدر وإضاعة الوقت: من الممكن أن يقضي الشخص ساعات طويلة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي دون أن يدرك عدد الساعات التي هدرها من وقته بلا فائدة، وبالتالي بهمل واجباته الوظيفية أو التعليمية، والعائلية بسبب استخدامه وسائل التواصل بشكل خاطئ.

2- نشر المعلومات الخاطئة والأخبار الكاذبة: الكثير من الأشخاص يتعمدون نشر شائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتشويه سمعة أشخاص آخرون، أو نشر خبر كاذب عن علامة تجارية لإلحاق الضرر بسمعتها وامتناع الزبائن عن شراء منتجاتها، يكفي فقط أن ينشر احدهم خبرا عبر إحدى مواقع التواصل يحمل معلومة كاذبة حول إحدى القضايا التي تشغل الناس، أو حول شخصية مثيرة للجدل، لتبدأ الشائعات بالانتشار كالنار، ويقبل كثيرون على تداولها.

3- الانعزال عن الواقع: تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورا كبيرا في انعزال مستخدميها عن من حولهم، فبالتالي يصرفون النظر عن مجالسة الأهل والأصدقاء والأقارب حتى وان جالسوا من حولهم جالسوهم وهم منشغلون باستخدام مواقع التواصل، مما قد يولد الشعور لدى من حولهم بالضجر وعدم الرغبة في قضاء أوقات أخرى مع مستخدم هذه الوسائل.

4- انتهاك الخصوصية: قد تتسبب وسائل التواصل الاجتماعي بالعديد من المشاكل فيما يتعلق بخصوصية مستخدميها، وينتج هذا الأمر بسبب كمية المشاركة الكبيرة التي تحدث عبر هذه الوسائل، كمشاركة الصور والفيديوهات من الأحداث اليومية ومشاركة الموقع الجغرافي الذي يسهل الوصول للمستخدم ومعرفة مكانه.

5- التنمر: مواقع التواصل الاجتماعي سهلت للشخصيات المحتالة العثور على ضحايا للاحتيال عليها وتخويفها وذلك بانتحال شخصية أخرى وكسب ثقة المستخدم ومن ثم تهديده ومضايقته، وقد يصل تأثير التنمر إلى ترك علامات سلبية في ذهن المرء وقد يتطور به الأمر إلى الانتحار في بعض الحالات.

6- سوء الفهم: قد يتم فهم كلمات مستخدم وسائل التواصل بشكل غير صحيح وغير دقيق، وذلك لعدم توفر إيماءات الجسد ولغته التي تمثل 55 بالمائة من التواصل أو حتى نبرة الصوت التي يمكن من خلالها معرفة حالة مزاج المتحدث في المحادثة الفعلية بين الأشخاص وقد يحدث سوء الفهم هذا حتى مع توفر بعض الرموز التي يتم استخدامها للتعبير عن مشاعر المرسل.

7- المشاكل النفسية: يسبب الاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي بشكل سلبي في المزاج مسببا مشاكل نفسية مثل القلق والاكتئاب، متابعة الشخص غيره على وسائل التواصل يقوم بتجارب ايجابية وممتعة مع عدم قدرته على خوض تلك التجارب تؤثر سلبا على نفسية البعض.

8- عرض المواد الإباحية والمشاهد الغير أخلاقية: لوسائل التواصل الاجتماعي دور في نشر المواد الإباحية والمشاهد غير الأخلاقية لما في مشاهدته ضرر كبير على الأطفال، المراهقين وحتى البالغين إذ تقوم بإحداث تغيير كبير ودائم

في مكونات الدماغ وتحدث تأثيرا في السلوكيات.

9- تأثير سلبي على الأطفال: استخدام الأطفال مواقع التواصل الاجتماعي لساعات طويلة يؤدي إلى حصولهم علامات دراسية منخفضة، كما أن الأطفال الذين يستخدمون وسائل التواصل من الممكن أن يكونوا أكثر عرضة للإصابة بالاكتئاب والقلق، ومن الممكن أيضا أن يعانوا من اضطرابات في الأكل وتدني احترام الذات.

– خلق نمد حياة غير صحي: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يتطلب استخدام أجهزة

الهواتف الذكية والتحديق بها لساعات طويلة خصوصا في الليل مما يسبب الأذى للعينين، ويضر النظر.[34]

المطلب الثالث: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

توجد عدة دوافع تجعل الفرد ينتقل من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي وينشا حسابا واحدا له على الأقل في إحدى شبكات التواصل الاجتماعي، ومن بين العوامل التي تدفع بمختلف الأفراد وخصوصا الشباب للاشتراك في هذه المواقع ما يأتي:

المشكلات الأسرية: تشكل الأسرة الدرع الواقي للفرد حيث توفر له الأمن والحماية والاستقرار والمرجعية، ولكن في حالة افتقاد الفرد لهذه البيئة المتكاملة ينتج لديه نوع من الاضطراب الاجتماعي الذي يجعله يبحث عن البديل لتعويض الحرمان الذي قد يظهر مثلا في غياب دور الوالدين أو احدهما بسبب مشاغل الحياة أو تفكك الأسرة.

الفراغ: يعد الفراغ الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت أو حسن استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمته ويبحث عن سبيل يشغل هذا الوقت ومن بينها شبكات التواصل الاجتماعي حيث أن عدد التطبيقات اللامتناهية الذي تنتجه شبكة الفيسبوك مثلا لمستخدميها ومشاركة كل مجموعة أصدقاء بالصور والملفات الصوتية يجعل الفيسبوك خاصة وشبكات التواصل الاجتماعي عامة احد وسائل ملا الفراغ وبالتالي يصبح وسيلة للتسلية وتضييع الوقت عند بعض المستخدمين.

البطالة: تعرف البطالة بأنها عملية انقطاع وعدم الاندماج المهني الذي يؤدي لدعم الاندماج الاجتماعي والنفسي ومنه إلى الإقصاء الاجتماعي الذي هو نتيجة تراكم

[34]- ايجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي، مقال متاح على الانترنيت: http://arabistGroup.com

العوائق والانقطاع التدريجي للعلاقات الاجتماعية وهي من أهم المشاكل التي يعاني منها الفرد والتي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية التي يعيشها حتى وان كانت افتراضية،فهناك من تجعل منه البطالة واستمراريتها شخصا ناقما على المجتمع الذي يعيش فيه باعتباره لم يوفر له فرصة للعمل والتعبير عن قدراته وأيديولوجياته فيلجا لعلاقات مع أشخاص افتراضيين من اجل الاحتيال والنصب.

الفضول: تشكل شبكات التواصل الاجتماعي عالما افتراضيا مليئا بالأفكار والتقنيات المتجددة التي تستهوي الفرد لتجريبها واستعمالها سواء في حياته العلمية أو العملية أو الشخصية، فمواقع التواصل الاجتماعي تقوم على فكرة الجذب وإذا ما توفرت ثنائية الجذب والفضول تحقق الأمر.

التعارف وتكوين الصداقات: سهلت شبكات التواصل الاجتماعي تكوين الصداقات حيث تجمع هذه الشبكات بين الصداقات الواقعية والصداقات الافتراضية فهي توفر فرصة لربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى مختلفة بين الجنسين أو بين أفراد الجنس الواجد.

التسويق أو البحث عن وظائف: شبكات التواصل الاجتماعي لم تعد لمجرد التعارف بل أصبحت أداة تسويقية قوية وفعالة للغاية لأصحاب الإعمال، كونها منخفضة التكاليف، وتضمن سهولة الاتصال بها داخل وخارج مقر العمل، بالإضافة إلى سهولة الانضمام إليها والاشتراك بها.

كما تتمتع بقابلية التصميم والتطوير، وتصنيف المشتركين حسب العمر والجنس والاهتمامات والهوايات وسهولة ربط الأعمال بالعملاء وربط أصحاب العمل بطالبي العمل وانتشار المعلومة واستثمارها. فمن خلال عرض أهم العوامل التي تدفع بالأفراد للإقبال الكبير على الاشتراك في شبكات التواصل الاجتماعي نجد أن هناك من

يستخدمها بدافع التعلم وتوسيع المعارف والمهارات الشخصية والحياتية، مناقشة قضايا المجتمع، التعبير عن الآراء بحرية.[35]

[35]- ناصر الرحامنة، خطاب الكراهية في شبكة الفيسبوك، رسالة مكملة للحصول على درجة ماجستير في الإعلام، مرجع سابق، ص20.

الفصل الثاني: خطاب الكراهية في مواقع التواصل الاجتماعي -الفيسبوك نموذجا-

تمهيد:

تعد الانترنيت من أكثر الوسائط سهولة لنشر أفكار التعصب والكراهية، وممارسة الاضطهاد ضد الأخر عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى حد كبير، ما يجعل الفئات العمرية الشابة للجوء إلى العنف اللفظي والاستهزاء بالأخر خصوصا فيما يتعلق بحدث سياسي أو اجتماعي. وهنا لا يمكننا تجاهل الفائدة التي أحدثتها وسائل التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها، إلا أننا يجب أن نشير أن هذه المواقع لها جانبين ايجابي عندما نستخدمها بطريقة صحيحة، وأخر سلبي له عواقب وخيمة على الفرد والمجتمع كنشر أفكار ومعتقدات الحقد والكراهية والتمييز، وفي هذه الدراسة نشير الى موقع الفيسبوك بما انه الموقع الأكثر استخداما وشعبية لدى الشباب عبر العالم، كما انه يتيح للمستخدم خدمات كثيرة ومتنوعة.

المبحث الأول: خطاب الكراهية ومواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الأول: تعريف خطاب الكراهية:

يعرف خطاب الكراهية على انه: أي خطاب يعمل على بث الكراهية والتحريض على النزاعات والصراعات المبنية على أساس اللون أو العرق أو الطائفة، والتحريض على إنكار الآخر وتهميشه ونشر الفتنة واتهام الطرف الآخر بالخيانة والفساد.[36]

وفي تعريف آخر: اقترح مجلس أوروبا تعريف للخطاب المحرض على الكراهية بأنه: جميع أشكال التعبير التي تنشر أو تحرض أو تشجع أو تبرر الكراهية العرقية أو كره الأجانب أو معاداة السامية أو غير ذلك من أشكال الكراهية المبنية على التعصب، بما فيها: التعصب المعبر عنه بالنزعة القومية والاعتداد بالانتماء ألاثني والتمييز والعداء للأقليات والمهاجرين والسكان من أصل مهاجر.[37]

المطلب الثاني: أسباب خطاب الكراهية:

هناك العديد من الأسباب لنشوء خطاب الكراهية، يأتي في مقدمتها: الصورة الخاطئة عن الأخر، والخوف من المنافسة، والتصور بان الأخر هو العدو والثقافة العامة والتربية والتعليم وكذلك الكيفية التي يقرا بها التاريخ، فهناك الكثير من الشعوب تظل أسرى لأحداث التاريخ، والإعلام وغياب المعلومة، إذ تبنى الكثير من المواقف على أساس غياب المعلومة والأفكار المسبقة.

وتكمن أسباب خطاب الكراهية في أمرين:

---

[36]- صخر احمد الخصاونة، سهل علي العتوم، دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الشرعية والقانونية، 2020، ص303.

[37]- دليل تجنب التمييز وخطاب الكراهية في الإعلام، معهد الجزيرة للإعلام، ص6.

– وقوع وسائل الإعلام تحت سطوة السياسيين وبين أيديهم وتوظيفها من اجل تلبية مصالحهم الشخصية.

– ضعف فهم الصحفيين للتأثير المحتمل لبعض الكلمات والصور غير الأخلاقية، التي تشجع على الكراهية وتحرض على العنف.

وهنا تظهر مسؤولية الصحفيين وواجبهم في إيصال الحقيقة، وتغليب المصلحة العامة على الخاصة.[38]

المطلب الثالث: دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية:

إن كثافة وانتشار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ساعدت على اكتساب معاني ومعتقدات وتصورات جديدة حول العالم الذي تقدمه، قد تكون مختلفة عن العالم الواقعي، حيث أتاحت وسائل التواصل الاجتماعي تلاقي أصحاب الفكر المتعصب والمتطرفين عبر المسافات وبأسماء وهمية، وسهلت عملية التواصل فيما بينهم بمبالغ زهيدة، وذلك بهدف الحشد والتجنيد لبث الكراهية تحته فئات ومجموعات معينة.

ويجد الأشخاص المتطرفون والمتعصبون والذين يودون نشر خطاب الكراهية وبث رسائل

ازدراء وتحقير في وسائل التواصل الاجتماعي العديد من السبل، منها التعليق في مواقع الأخبار، وعادة ما تكون تعليقات لا علاقة لها بالخبر نفسه، حتى بدأت العديد من الصحف فرض الرقابة المسبقة على التعليقات وقامت صحف أخرى ومنها صحف في الولايات المتحدة بإلغاء تلك الخاصية بسبب الكراهية المنشورة.[39]

[38]- صخر احمد الخصاونة وسهل علي العتوم، دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية، مرجع سابق، ص304

[39]- صخر الخصاونة وسهل العتوم، دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، مرجع سابق، ص304-305.

ويمكن القول بان تأثير شبكات التواصل الاجتماعي– ومن أهمها فيسبوك و تويتر– ليس محصورا على الجانب الاجتماعي والاقتصادي فقط، غير أن تلك المواقع في بعض الأحيان تلعب دورا أساسيا في التأثير السياسي والتعبئة الجماهيرية، وتخلق مناخا سياسيا ضاغطا، وثورات عارمة كما حدث في تونس ومصر وليبيا واليمن وسوريا أيام ثورات الربيع العربي التي أسقطت حكاما شموليين كانوا في سدة الحكم لمدة ثلاثين عاما وفي بعض الأحيان أربعين عاما، وساهمت تلك الشبكات في حشد المتظاهرين وتعبئتهم.

ورغم أن التواصل الاجتماعي لعب دورا فاعلا في التفاعل مع الآخرين والتغيير الايجابي والاستفادة من تجارب وخبرات الآخرين فان التأثير السلبي بدا دوره في مواقع التواصل الاجتماعي شيئا فشيئا لاسيما في نشر الثقافات المنحرفة وبث الكراهية والطائفية والنزاعات القبلية وتكفير الناس وسب الدين وغيرها من الأمور السلبية.[40]

المبحث الثاني: الفيسبوك نموذجا.

المطلب الأول: تعريف موقع الفيسبوك:

هو موقع الكتروني ووسيلة من وسائل الاتصال الاجتماعية، التي تساعد على ربط العديد من الأشخاص مهما اختلفت مواقعهم وأوقاتهم وأعمالهم.

يعرف على انه عبارة عن موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة فيسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة. وقد جاءت تسمية الموقع إلى دفتر ورقي يحمل صورا ومعلومات لأفراد في جامعة بالولايات المتحدة الأمريكية، وتعد هذه الطريقة الشائعة لتعريف الأشخاص يبعضهم، وخصوصا في الجامعات في

[40]- ناصر الرحامنة، خطاب الكراهية في شبكة الفيسبوك في الأردن، مرجع سابق، ص22-23.

الأجنبية، حيث أطلق مارك الفيسبوك بناءا على وضع كل شخص لوجهه كي يعرفه الآخرون.[41]

وفي تعريف أخر: يعرف الفيسبوك أو كتاب الوجود باللغة العربية: على انه موقع الشبكات الاجتماعية، أي انه يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين(كالشركات) أن يبرز نفسه، وان يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع نطاقات أخرى، وإنشاء روابط تواصل مع آخرين.[42]

المطلب الثاني: أسباب الإقبال على موقع الفيسبوك:

– العزلة الاجتماعية: إذ أن جميع الأفراد يعملون خارج المنزل، وفي الوقت نفسه يبحث الأولاد عن من يخبرهم بما حدث داخل المدرسة،

فيجدون ضالتهم من الشبكات الاجتماعية.

– مساحة الرأي وحرية الموقف: من المعروف بان هذه المواقع تسمح لأشخاص بالتعبير بحرية عن آراءهم وقضاياهم التي تخصهم.

– الرغبة في تحسن الظروف المهنية: حيث تعمل بعض الشبكات الاجتماعية على إتاحة فرصة للحصول على وظيفة مناسبة ومن أشهرها موقع Linked in.

– جمع المعلومات واكتساب الخبرة: تمكن الشبكات الاجتماعية المثقفين خاصة من الحصول على احدث الاتجاهات الثقافية والتجارية، وقد تكون احدث من الكتب والدوريات، مثل موقع IMedix.

---

[41]- عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد ألصوافي، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدلى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي في محافظة شمال الشرقية بعمان، جامعة نزوي، رسالة ماجستير في التربية تخصص إرشاد نفسي، 2014-2015، ص 22.

[42]- خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، مرجع سابق ذكره، ص34.

– الدعاية والإعلان: تعد الشبكات الاجتماعية مراكز الدعاية والإعلان مؤثرة لان تولد لدى الشخص الرغبة الملحة لمعرفة ما يتحدث عنه الناس.

ونقول أن موقع الفيسبوك بالإمكان لأي شخص الانضمام فهو ليس حكرا على احد، ولكن بالقدر الذي ترجع على الفرد بالفائدة.

المطلب الثالث: مميزات موقع الفيسبوك:

1– الملف الشخصي: profil: فعندما تشارك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، الأمور المفضلة لديك، وكلها معلومات مفيدة من اجل سهولة التواصل مع الآخرين كذلك يوفر معلومات للشركات إلي تريد أن تعلن سلعها بالتحديد.

2– إضافة صديق add friend: و بها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق ا وان يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيسبوك بواسطة بريده الالكتروني.

3– إنشاء مجموعة: groups: تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة الكترونية على الانترنيت أن تنشئ مجتمعا الكترونيا يجتمع حول قضية معينة، سياسية كانت أم اجتماعية أو رياضية،...الخ، وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا للعائلة والأصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.

4– لوحة الحائط Wall: وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

5– النكزة pokes: منها يتاح للمستخدمين إرسال نكزه افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بان احد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

6- الصور photos: وهي الخاصة التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها.

7- الحالةstatus : تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

8- التغذية الإخبارية news feed: التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.

9- الهدايا gifts: ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم لذي يقوم باستقبال الهدية. تتكلف الهدايا 100دولار لكل هدية ويمكن إرفاق رسالة شخصية بها.

10- السوق marketplace: وهو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبوبة مجانية.

11- إنشاء صفحة خاصة على الموقع: نستطيع إنشاء صفحة بموضوع معين ويكون اسم الدومين الخاص بها منتهيا فيسبوك ويتيح لك أن تروج لفكرتك أو منتجك أو حزبك أو جريدتك ويتيح الموقع أدوات لإدارة وتصميم الصفحة ولكنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات، وكذلك يتيح أدوات لترويج الصفحة مع face book adds والتي تدفع مقابل كل مستخدم يرى هذا الإعلان الموصل لصفحتك على الفيسبوك، تدفع مبلغا يوميا أو شهريا آو سنويا بين الآلاف والملايين في حالة الإعلان لمئات المشتركين على الموقع لكي يتمكنوا من رؤيته.[43]

المطلب الرابع: سلبيات التعامل مع موقع الفيسبوك:

[43]- خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، مرجع سابق ص 35-36.

هناك سلبيات ومحاذير ظهرت آثارها على السطح بعد انتشار استخدام موقع الفيسبوك يمكن إيجازها فيما يلي:

1- إضعاف العلاقات والمهارات الاجتماعية: بدت هذه الظاهرة في المجتمع الحقيقي بين الأفراد الذين أدمنوا استخدام موقع الفيسبوك والتواصل عبر مجتمع أو مجتمعات افتراضية وقد شمل الأمر العلاقات الأسرية، حيث تسبب في تدمير هذه العلاقات وتشتيت الأسر بالطلاق أو الخيانات أو الانعزال، حيث كان سببا رئيسيا في رفع معدلات الطلاق.

2- انتهاك خصوصية المشتركين: حيث أن المعلومات التي ينشرها المشتركون من خلال نبذهم الشخصية أو الصور أو مقاطع الفيديو تفقد صفة الخصوصية مجرد نشرها، حتى لو اتخذ المشترك كل الإجراءات اللازمة للامان، كذلك أي تعليقات أو مشاركات ممكن أن تصل إلى الشخص الخطأ بطريقة أو بأخرى كان يكون ذلك عن طريق أصدقاء الأصدقاء أو الاختراق.

3- استغلال هذا الموقع من قبل جهات كثيرة قد تكون معادية: يمكن لجهات كثيرة أن تستغل الفيسبوك لخدمة أغراضها وتنفيذ أهدافها، وذلك بالاستفادة مما ينشر على هذا الموقع من معلومات وصور ومشاركات قد تجعل من أصحابها عملاء لجهات معادية دون قصد ودون أن يعرفوا ذلك. وحسب ما نشرته مجلة (لوما غازين ويرابيل) عن موقع الفيسبوك أكدت فيه انه موقع استخباراتي صهيوني مهمته تجنيد العملاء والجواسيس للمخابرات الإسرائيلية.

وقد أكد المفوض الاتحادي السويسري لحماية البيانات الخاصة هانز بيتر تيور أن مواقع مثل الفيسبوك: باتت مصدرا للمعلومات تلجا إليه أجهزة المخابرات كما تستخدمها الشركات للتجسس.[44]

[44]- علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، طبعة1، 2014، ص 69-73.

الإطار التطبيقي

1- تحليل الاستبيان:

المحور الأول: البيانات الشخصية.

جدول رقم 01: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس:

المتغير	التكرار	النسبة
ذكر	36	%36
أنثى	64	%64
المجموع	100	%100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 01، الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس، حيث وجدنا أن أعلى نسبة من مستخدمي موقع الفيسبوك هم إناث وذلك بنسبة 64%، بينما يستخدم الذكور موقع الفيسبوك بنسبة اقل من الإناث وذلك ب 36%.

يرجع إقبال الإناث على استخدام موقع الفيسبوك أكثر من الذكور لعدة أسباب منها الترفيه والاطلاع على الموضة والطبخ وكذلك في التواصل مع الأصدقاء، بينما يستخدم الذكور موقع الفيسبوك لتمضية الوقت وملا وقت الفراغ والتعرف على أصدقاء جدد، كما أننا قمنا بتوزيع الاستمارات بطريقة عشوائية حيث أننا لم نراعي التوزيع المتساوي بين الإناث والذكور.

جدول رقم 02: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن:

المتغير	التكرار	النسبة
اقل من 25 سنة	80	%80
من 25 إلى 30 سنة	16	%16
أكثر من 30 سنة	4	%4

المجموع	100	%100

من خلال الجدول رقم 02، الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن، نلاحظ أن أغلبية مستخدمي موقع الفيسبوك أعمارهم اقل من 25 سنة بنسبة 80%، تليها الفئة التي تتراوح أعمارهم بين 25- 30 سنة بنسبة 16%، بينما تأتي نسبة 4% للفئة أكثر من 30 سنة.

يرجع ذلك إلى أن الفئة اقل من 25 سنة هي الغالبة على الشباب الجزائري، كما أنها الفئة التي تهتم بمواكبة التطورات التكنولوجية، ثم تأتي فئة بين 25- 30 سنة بنسبة اقل قدرت ب16%، ثم فئة أكثر من 30 سنة بنسبة 4% ما يدل على قلة هذه الفئة وسط المبحوثين، وهذا راجع إلى أن التوزيع كان بطريقة عشوائية حيث لم نراعي فيه اختيار الفئات عن قصد.

جدول رقم 03: يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي:

المتغير	التكرار	النسبة
متوسط	2	%2
ثانوي	33	%33
جامعي	65	%65
دراسات عليا	0	%0
المجموع	100	%100

من خلال الجدول رقم 03، الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي، نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة لديهم مستوى جامعي وذلك بنسبة 65%، وجاءت بعدها نسبة 33% للفئة التي لديها مستوى ثانوي، ثم جاءت الفئة التي لديها مستوى متوسط أخيرا بنسبة 2%.

يرجع ذلك إلى كون الشباب الجامعي يستخدم موقع الفيسبوك بكثرة للتواصل مع زملاء الدراسة وتبادل المعلومات ومعرفة الجديد في الجامعة عن بعد عن طريق مجموعات الفيسبوك الخاصة بالكلية، كما يستخدمه ذوي المستوى الثانوي لنفس الأغراض لكن بنسبة اقل، بينما الفئة التي لديها مستوى متوسط فهي قليلة جدا يرجع ذلك لانتشار التعليم وارتفاع المستوى التعليمي للشباب الجزائري لذلك جاءت بنسبة قليلة جدا، كما أننا لم نراعي اختيار العينة عن قصد وإنما كان التوزيع بصفة عشوائية.

جدول رقم 04: يمثل توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة:

المتغير	التكرار	النسبة
الريف	32	%32
المدينة	68	%68
المجموع	100	%100

من خلال الجدول رقم 04، الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة، نلاحظ أن أعلى نسبة من المبحوثين من سكان المدينة بنسبة 68% تليها نسبة 32% بالنسبة للمبحوثين الذين يسكنون في الريف.

يرجع ذلك لأننا قمنا بتوزيع الاستمارات في كلا من الريف والمدينة لكن لم نراعي التوزيع المتساوي بينهما حيث كان التوزيع عشوائيا.

<u>المحور الثاني</u>: مدى تعرض الشباب الجزائري لخطاب الكراهية.

جدول رقم05: يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدة تصفح موقع الفيسبوك يوميا:

المتغير	التكرار	النسبة
اقل من ساعة	21	%21

من ساعة إلى ساعتين	30	%30
من ساعتين إلى 3 ساعات	42	%42
أكثر من 3 ساعات	7	%7
المجموع	100	%100

من خلال الجدول رقم 05، الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدة تصفح موقع الفيسبوك يوميا، نلاحظ أن اغلب المبحوثين يتصفحون موقع الفيسبوك من ساعتين إلى ثلاث ساعات في اليوم بنسبة 42%، تليها الذين يتصفحون موقع الفيسبوك من ساعة إلى ساعتين يوميا بنسبة 30%، تليها الذين يتصفحون الفيسبوك اقل من ساعة يوميا بنسبة 21%، ثم 7% للذين يتصفحون الفيسبوك أكثر من ثلاث ساعات يوميا.

يمكن تفسير استخدام موقع الفيسبوك لمدة ساعتين إلى ثلاث ساعات في اليوم إلى إمكانية اعتبار أن المبحوثين جدد في التعامل مع الفيسبوك بحوالي اقل من سنة لذلك يكون فضولهم اكبر للتعرف واكتشاف خدماته، ثم المبحوثين الذين يتصفحون الفيسبوك من ساعة إلى ساعتين بأقل فضول وأكثر اقدمية بحوالي سنتين، ثم الذين يستخدمون الفيسبوك لأقل من ساعة يرجع ذالك لتعودهم عليه وان خدماته أصبحت معروفة لديهم وروتينية، ويمكن اعتبار الذين يستخدمون الفيسبوك لأكثر من ثلاث ساعات في اليوم أنهم مدمنين.

ومنه نستنتج أن أغلبية الشباب يتصفحون موقع الفيسبوك لأنه يستهويهم ويجذبهم لذلك لا يحتسبون مرور الوقت حيث يقضون ساعات طويلة دون انتباه.

جدول رقم 06: يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوسيلة المستخدمة في تصفح موقع الفيسبوك:

المتغير	التكرار	النسبة

هاتف ذكي	96	%96
الحاسوب	0	%0
لوحة رقمية	4	%4
المجموع	100	%100

من خلال الجدول رقم 06، الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوسيلة المستخدمة في تصفح موقع الفيسبوك، نلاحظ أن اغلب المبحوثين يستخدمون الهاتف الذكي في تصفح الفيسبوك وذلك بنسبة 96%، تليها نسبة 4% فقط ممن يستخدمون اللوحة الرقمية في تصفح موقع الفيسبوك.

قد يرجع سبب استخدام اغلب الشباب للهاتف الذكي في تصفح موقع الفيسبوك لسهولة استخدامه وصغر حجمه حيث يمكن حمله لأي مكان فأغلبية الشباب يمتلكون هواتف ذكية تمكنهم من استخدام موقع الفيسبوك واستغلال مميزاته من التواصل مع الأصدقاء والدردشة والتفاعل والتعليق وغيرها.

ومنه نستنتج أن جهاز الهاتف الذكي هو الوسيلة المستخدمة لدى غالبية الشباب وذلك لتطوره وسهولة استعماله في عملية تصفح موقع الفيسبوك.

جدول رقم 07: يمثل توزيع أفراد العينة حسب الفترة المفضلة لاستخدام موقع الفيسبوك:

المتغير	التكرار	النسبة
صباحا	9	%9
مساءا	31	%31
ليلا	22	%22

أوقات الفراغ	38	%38
المجموع	100	%100

من خلال الجدول رقم 07، الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب الفترة المفضلة لاستخدام موقع الفيسبوك، نلاحظ أن اغلب أفراد العينة يفضلون استخدام الفيسبوك في أوقات الفراغ وذلك بنسبة 38%، تليها الفترة المسائية بنسبة 31%، ثم الذين يفضلون استخدام الفيسبوك ليلا بنسبة 22%، ثم يأتي الذين يفضلون استخدامه صباحا أخيرا بنسبة 9%.

يمكن القول انه لا يوجد وقت مفضل لدى المبحوثين لتصفح موقع الفيسبوك حيث أن اغلبهم يستخدمونه في أوقات فراغهم، بينما هناك من يتصفحه مساءا وليلا بنسب متقاربة وذلك بعد إنهائهم لمهامهم وهو وقت الذروة لدى الشباب للاتصال بمواقع التواصل الاجتماعي، بينما صباحا يقل تصفح الفيسبوك لدى أفراد العينة وذلك للانشغال بالدراسة أو العمل.

ومنه نستنتج أن وقت تصفح موقع الفيسبوك غير محدد لدى الشباب إنما يكون حسب أوقات فراغهم.

جدول رقم 08: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متابعة المنشورات التي تعرض خطاب الكراهية:

المتغير	التكرار	النسبة
نادرا	77	%77
أحيانا	18	%18
دائما	5	%5

المجموع	100	%100

من خلال الجدول رقم 08، الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متابعة المنشورات التي تعرض خطاب الكراهية، نلاحظ أن اغلب أفراد العينة كانت إجابتهم نادرا بنسبة 77%، تليها أحيانا بنسبة 18%، ثم تأتي اقل نسبة وهي 5% للذين أجابوا دائما.

قد يرجع سبب متابعة اغلب المبحوثين للمنشورات التي تعرض خطاب الكراهية نادرا لانشغالهم بالدردشة والتواصل مع الأصدقاء ولا يجدون داعي لمتابعة مثل هذه المنشورات، إضافة إلى ذلك فان بعض المبحوثين يتابعون منشورات الكراهية من حين لأخر وليس دائما وذلك للإلهاء ببعض الأمور الأخرى كالتعليقات ومشاهدة صور أو فيديوهات ومشاركتها مع الأصدقاء، بينما هناك فئة أخرى تقوم بمتابعة المنشورات التي تعرض الكراهية وهي فئة قليلة جدا ينتابها الفضول لمتابعة تلك المنشورات ومشاهدة التعليقات.

ومنه نستنتج أن الشباب ليس من أولوياته متابعة خطاب الكراهية عبر موقع الفيسبوك ولكن ينشغلون بأمور أخرى كالدردشة والتواصل.

جدول رقم 09: يمثل توزيع أفراد العينة حسب كيفية التعامل مع المنشورات التي تعرض خطاب الكراهية:

المتغير	التكرار	النسبة
تجاهل المنشور	59	%59
التفاعل مع المنشور	39	%39
إعادة نشر الخطاب	2	%2
المجموع	100	%100

من خلال الجدول رقم 09، الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب كيفية التعامل مع المنشورات التي تعرض خطاب الكراهية، نلاحظ أن اغلب المبحوثين يتجاهلون منشورات الكراهية بنسبة 59%، تليها نسبة 39% من المبحوثين الذين يتفاعلون مع تلك المنشورات، وبنسبة قليلة جدا يعيدون نشر الخطاب بنسبة 2%.

يرجع تجاهل اغلب أفراد العينة لمنشورات الكراهية لكي لا تنتشر أكثر عبر موقع الفيسبوك وتصل إلى شريحة اكبر من الشباب والحد من انتشارها، بينما قد يتفاعل البعض من أفراد العينة مع منشورات الكراهية سواء بالغضب أو الحزن للتعبير عن شعورهم بالأسف حول نشرها، كما أن هناك فئة قليلة جدا تقوم بإعادة نشر الخطاب قد يكون ذلك من اجل السخرية أو أنهم تأثروا بالخطاب.

ومنه نستنتج أن اغلب الشباب الجزائري يتجاهل المنشورات التي تعرض خطاب الكراهية عبر موقع الفيسبوك لكي لا تأخذ أهمية كبيرة ويكثر تداولها وانتشارها وسط الشباب.

جدول رقم 10: يمثل توزيع أفراد العينة حسب إمكانية تسهيل موقع الفيسبوك لنشر خطاب الكراهية:

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	56	%56
لا	44	%44
المجموع	100	%100

من خلال الجدول رقم 10، الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إمكانية تسهيل موقع الفيسبوك لنشر خطاب الكراهية، نلاحظ أن اغلب أفراد العينة أجابوا بنعم بنسبة 56%، بينما أجاب 44% من أفراد العينة ب لا.

قد يرجع سبب إجابة اغلب المبحوثين بالإجابة نعم لسهولة استخدام موقع الفيسبوك وسرعة النشر فيه وتلقي جميع وجهات النظر سواء بالتعليق أو التفاعل بعدة رموز كما انه يضم أعداد كبيرة من المستخدمين، بالإضافة إلى مجانيته و يسمح لأي شخص بالنشر في أي مكان سواء باستخدام الحساب الحقيقي أو إخفاء الهوية باستعمال حساب مزيف وهذا ما يساعد في نشر خطاب الكراهية، بينما ترى الفئة التي أجابت ب لا، أن موقع الفيسبوك لا يسهل انتشار خطاب الكراهية لان المستخدم حر فيما يتابعه وفيما يؤثر فيه، وانه إذا كان المستخدم يتابع خطاب الكراهية فإنها تصله تلك الخطابات بسهولة أي انه هو من يحدد الأشياء التي تصله.

ومنه نستنتج أن موقع الفيسبوك يمكنه أن يسهل نشر خطاب الكراهية وهذا راجع لكونه يضم أعداد هائلة من المستخدمين وكذا سهولة التعامل مع هذا الموقع.

جدول رقم 11: يمثل توزيع أفراد العينة حسب أكثر الفاعلين في نشر خطاب الكراهية من خلال موقع الفيسبوك:

المتغير	التكرار	النسبة
الشباب	24	%24
المراهقين	9	%9
تنظيمات سياسية	19	%19
أطراف مجهولة	48	%48
المجموع	100	%100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 11، الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب أكثر الفاعلين في نشر خطاب الكراهية من خلال موقع الفيسبوك، أن أطراف مجهولة كانت إجابة الأغلبية بنسبة 48%، ثم تأتي إجابة الشباب بنسبة 24%، تليها تنظيمات سياسية بنسبة 19%، وأخيرا تأتي نسبة 9% بالنسبة للمراهقين.

وهذا راجع إلى أن موقع الفيسبوك يشغل مجال واسع جدا حيث يمكن لأطراف مجهولة أن تزرع في أي مجتمع ما تشاء سواء خطاب للكراهية أو غير ذلك دون التعرف عليها أو على أهدافها فهي تبث سمومها عن طريق منشورات وصفحات في الفيسبوك بتعيين أشخاص لإدارة تلك المهام، يليها الشباب وتنظيمات سياسية بنسب متقاربة حيث أن الشباب من متابعته لمنشورات الكراهية قد يتأثر ويستجيب لها، كما أن التنظيمات السياسية قد تحرض على الكراهية من اجل البقاء في الساحة السياسية وربح الأصوات لصالحها في الانتخابات وغيرها.

ومنه نستنتج أن الأطراف المجهولة أكثر من الفاعلين في نشر خطاب الكراهية في الجزائر عبر موقع الفيسبوك.

جدول رقم 12: يمثل توزيع أفراد العينة حسب إمكانية انتشار خطاب الكراهية في الجزائر مؤخرا بشكل كبير في الفيسبوك:

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	52	%52
لا	48	%48
المجموع	100	%100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 12، الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب إمكانية انتشار خطاب الكراهية في الجزائر مؤخرا بشكل كبير في الفيسبوك، أن النسب متقاربة جدا، حيث سجلنا نسبة 52% من المبحوثين أجابوا بنعم، ونسبة 48% أجابوا ب لا.

يرجع ذلك إلى وجود خطابات للكراهية بالفعل، لكن هناك من يرى أنها انتشرت مؤخرا بشكر كبير خاصة مع وجود بعض الأحداث سواء داخل المجتمع كالحرائق التي أصابت الغابات وما ترتب عنها من قتل الشاب جمال بن إسماعيل أو سياسية متعلقة بأطراف خارجية تسعى لنشر الكراهية بين الجزائريين، وهناك من يرى أن تلك الخطابات هي موجودة لكن سرعان ما تخمد حيث أنها لا تؤثر لان الشباب يعرف هدفها الرئيسي كنشر الكراهية وعدم الاستقرار.

ومنه نستنتج أن خطاب الكراهية في الجزائر ينتشر أحيانا حسب الأحداث والوقائع ثم يخمد أحيانا أخرى وذلك لفطنة الشباب حول مساعي ذلك الخطاب وعواقبه.

المحور الثالث: دوافع متابعة الشباب الجزائري لخطاب الكراهية من خلال موقع الفيسبوك:

جدول رقم 13: يمثل توزيع أفراد العينة حسب كيفية مصادفة المنشورات التي تتعلق بخطاب الكراهية من خلال موقع الفيسبوك:

المتغير	التكرار	النسبة
صدفة	75	%75
تبحث عنها	6	%6
كثرة مشاركتها من طرف الأصدقاء	19	%19
المجموع	100	%100

من خلال الجدول رقم 13، الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب كيفية مصادفتهم لمنشورات تتعلق بخطاب الكراهية من خلال موقع الفيسبوك، يتبين لنا أن أعلى نسبة من المبحوثين يصادفون خطاب الكراهية في موقع الفيسبوك صدفة بنسبة 75%، تليها نسبة 19% ممن يصادفون منشورات الكراهية بسبب مشاركتها من طرف أصدقائهم، ثم تأتي نسبة 6% من المبحوثين أجابوا أنهم يبحثون عنها.

حسب اغلب أفراد العينة فإنهم يجدون المنشورات التي تتعلق بخطابات الكراهية عبر موقع الفيسبوك صدفة فهم لا يسعون وراء البحث عنها أو متابعتها، وهناك فئة أخرى تصادفها تلك المنشورات بسبب مشاركتها من طرف أصدقائهم وكذا تعليقهم في صفحات تحث على الكراهية فإنها تظهر لهم تلقائيا، كما أن هناك فئة قليلة تبحث عن منشورات الكراهية عبر الفيسبوك لذلك تظهر لهم أو يصادفونها باستمرار.

ومنه نستنتج أن الشباب الجزائري يجد المنشورات التي تتعلق بخطاب الكراهية صدفة من خلال موقع الفيسبوك.

جدول رقم 14: يمثل توزيع أفراد العينة حسب فضولهم لقراءة ومتابعة المنشورات المتعلقة بخطاب الكراهية:

المتغير	التكرار	النسبة
نادرا	66	%66
أحيانا	21	%21
دائما	13	%13
المجموع	100	%100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 14 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب فضولهم لقراءة ومتابعة المنشورات المتعلقة بخطاب الكراهية، أن أعلى نسبة كانت نادرا ب66%، تليها أحيانا بنسبة 21%، ثم تأتي دائما بنسبة 13%.

ويرجع ذلك إلى أن أغلبية المبحوثين لا يهتمون لخطاب الكراهية ولا ينتابهم الفضول لقراءة أو متابعة المنشورات التي تحث عليه لأنه حسبهم مجرد خطاب يهدف لزعزعة الاستقرار ونشر الحقد، وهناك فئة قليلة لا تتعمد متابعة خطاب الكراهية فهي تصادفه فحسب، وهناك فئة أخرى اقل تتابع خطاب الكراهية بسبب الفضول وهي فئة قليلة لا تمثل الأغلبية.

ونستنتج من خلال ذلك أن الشباب الجزائري لا يجد فضول لمتابعة خطاب الكراهية عبر موقع الفيسبوك.

جدول رقم 15: يمثل توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم حول سهولة وسرعة النشر والاستقبال في الفيسبوك،إن كان يسهل انتشار خطاب الكراهية:

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	76	%76
لا	24	%24
المجموع	100	%100

من خلال الجدول رقم 15، الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم حول سهولة وسرعة النشر والاستقبال في الفيسبوك إن كان يسهل انتشار خطاب الكراهية، نرى بان أعلى نسبة جاءت بنعم ب 76% تليها الذين أجابوا بلا بنسبة 24%.

وقد يرجع ذلك إلى شعبية و شهرة استخدام موقع الفيسبوك وسط الشباب الجزائري بالإضافة لخصائصه المتعددة من سهولة وسرعة في النشر والاستقبال ومجانيته كل هذا قد يساعد في انتشار خطاب الكراهية.

ومنه نستنتج أنه يمكن لموقع الفيسبوك أن يسهل من انتشار خطاب الكراهية بالنظر إلى سهولة وسرعة النشر والاستقبال فيه.

جدول رقم 16: يمثل توزيع أفراد العينة حسب مصادر خطاب الكراهية التي تصادفهم عبر موقع الفيسبوك:

المتغير	التكرار	النسبة
حسابات وهمية	60	%60
حسابات معروفة ومشهورة	18	%18
حسابات أشخاص عاديين	22	%22
المجموع	100	%100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 16، الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب مصادر خطاب الكراهية التي تصادفهم عبر موقع الفيسبوك، أن أعلى نسبة من المبحوثين أجابوا حسابات وهمية بنسبة 60%، تليها حسابات أشخاص عاديين بأقل نسبة ب22%، ثم تليها حسابات معروفة ومشهورة بنسبة 18%.

يرجع سبب انتشار خطاب الكراهية وراء الحسابات الوهمية والمزيفة إلى الخوف من التصريح بالأسماء الحقيقية وعدم البوح بها لتجنب النظرة الدونية لهم، كما قد يرجع الاختباء وراء حسابات وهمية إلى الخوف من عقوبات العدالة التي تسلط عليهم وفق القانون.

ومنه نستنتج أن اغلب الحسابات التي تنشر خطاب الكراهية هي حسابات وهمية ومزيفة.

جدول رقم 17: يمثل توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم حول ما إذا كانت الشائعات والمعلومات المضللة عبر الفيسبوك تساعد على نشر ومتابعة خطاب الكراهية:

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	82	%82
لا	18	%18
المجموع	100	%100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 17، الذي يمثل توزيع أفراد العينة على حسب اعتقادهم حول ما إذا كانت الشائعات والمعلومات المضللة عبر الفيسبوك تساعد على نشر ومتابعة خطاب الكراهية، أن نسبة 82% من المبحوثين أجابوا بنعم، تقابلها نسبة اقل للذين أجابوا بلا بنسبة 18%.

يرجع ذلك إلى أن المعلومات المغلوطة والشائعات تنتشر وتشارك من قبل رواد الفيسبوك بسرعة ويتم مرافقتها بعناوين تجذب القارئ وتحفزه على متابعتها فهي طريقة

مدروسة لمحاولة التأثير في الشباب ونشر الكراهية وسطهم، أما الذين أجابوا بلا، فيرون انه من الصواب التأكد أولا من صحة الخبر ومصدره قبل الحكم على الأشياء.

ومنه نستنتج أن الشائعات والمعلومات المضللة عبر موقع الفيسبوك، تساهم بشكل كبير في نشر خطاب الكراهية.

المحور الرابع: تأثير خطاب الكراهية من خلال موقع الفيسبوك على الشباب الجزائري في قضية جمال بن إسماعيل صائفة 2021.

جدول رقم 18: يمثل توزيع أفراد العينة حسب كيفية متابعة قضية جمال بن إسماعيل في حرائق تيزي وزو صائفة 2021 من خلال موقع الفيسبوك:

المتغير	التكرار	النسبة
دون أدنى اهتمام	3	%3
بشكل عادي	8	%8
باهتمام كبير	89	%89
المجموع	100	%100

من خلال الجدول رقم 18، الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب كيفية متابعة قضية جمال بن إسماعيل في حرائق تيزي وزو صائفة 2021 من خلال موقع الفيسبوك، تبين لنا أن أغلبية المبحوثين أجابوا باهتمام كبير بنسبة 89% تليها نسب قليلة لكل من بشكل عادي بنسبة 8% و دون أدنى اهتمام بأقل نسبة ب3%.

يرجع سبب متابعة اغلب أفراد العينة لقضية جمال بن إسماعيل في حرائق تيزي وزو صائفة 2021 عبر موقع الفيسبوك باهتمام كبير لتدخل حادثين في وقت واحد هما

الحرائق المهولة التي أتت على خسائر ضخمة وحرق والتنكيل بجثة الشاب جمال، كما أن ذلك المشهد اثر في مشاعر الشباب حيث أرادوا معاقبة الفاعلين، أما الأفراد الذين أجابوا بشكل عادي ودون اهتمام يرون الحادث أمر لا يخصهم ولا يدعو للاهتمام به أو منشغلون بأمور أخرى وهم فئة قليلة جدا.

ومنه نستنتج أن الشباب الجزائري تابع قضية جمال بن إسماعيل في حرائق تيزي وزو باهتمام كبير عبر موقع الفيسبوك.

جدول رقم 19: يمثل توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم حول العمل التطوعي المتزامن مع الحرائق إن كان ساهم في الحد من التأثيرات السلبية لخطاب الكراهية عبر موقع الفيسبوك:

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	63	%63
لا	37	%37
المجموع	100	%100

من خلال الجدول رقم 19، الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم حول العمل التطوعي المتزامن مع الحرائق إن كان ساهم في الحد من التأثيرات السلبية لخطاب الكراهية عبر موقع الفيسبوك، نلاحظ أن اغلب الإجابات كانت نعم بنسبة 63% تليها لا بنسبة 37%.

وذلك راجع إلى أن الأعمال الخيرية تنمي التكافل الاجتماعي وتقضي على الكراهية والحقد، وهذا ما يترجم إجابات اغلب الأفراد إلى الحب والتآخي وعدم ترك مجال لخلق الكراهية وسط المجتمع، أما الفئة الأقل التي ترى أن العمل التطوعي لا يحد من التأثير السلبي لخطاب الكراهية فارجعوا السبب أن الجهود الخيرية وقوافل الإعانات كانت تتوقف من حين لأخر متأثرة بخطاب الكراهية.

ومنه نستنتج أن الأعمال الخيرية والتطوعية تساهم بقدر كبير في الحد من التأثيرات السلبية لخطاب الكراهية عبر موقع الفيسبوك.

جدول رقم 20: يمثل توزيع أفراد العينة حسب تفسيرهم لحادثة حرق جمال بن إسماعيل تزامنا مع حرائق الغابات في تيزي وزو صائفة 2021:

المتغير	التكرار	النسبة
تصفية حسابات شخصية ليس لها علاقة بالحرائق	19	%19
مؤامرة سياسية بغرض نشر الكراهية	45	%45
سوء فهم	36	%36
المجموع	100	%100

من خلال الجدول رقم 20، الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب تفسيرهم لحادثة حرق جمال بن إسماعيل تزامنا مع حرائق غابات تيزي وزو صائفة 2021، نلاحظ أن أعلى نسبة أجابوا مؤامرة سياسية بغرض نشر الكراهية بنسبة 45% تليها نسبة 36%

أجابوا سوء فهم، ثم نسبة اقل جدا أجابوا تصفية حسابات شخصية ليس لها علاقة بالحرائق بنسبة 19%.

يرجع تفسير اغلب أفراد العينة لحادثة حرق الشاب جمال بن إسماعيل لمؤامرة سياسية تهدف لنشر الكراهية وسط الشباب الجزائري لأنهم يرون أن طريقة مقتل الشاب جمال من حرقة والتنكيل بجثته بوحشية وأمام الملا يراد منه شحن الشباب بالغضب والكراهية والحقد ودفعهم للقيام بأمور تزعزع استقرار المجتمع، أما الأفراد الذين أجابوا سوء فهم فهي نسبة قريبة من الأولى ترى أن الإشاعات والشكوك كانت سبب قتله، والنسبة الأقل التي أجابت تصفية حسابات شخصية ليس لها علاقة بالحرائق ترى انه لا توجد علاقة للحرائق بحادثة جمال بن إسماعيل إنما نزاعات شخصية.

ومنه نستنتج أن سبب حرق الشاب جمال بن إسماعيل تزامنا مع حرائق الغابات في تيزي وزو يرجع لمؤامرة سياسية بهدف نشر الكراهية وسط الشباب الجزائري.

جدول رقم 21: يمثل توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم إن كان نشر حادثة مقتل جمال بن إسماعيل عبر موقع الفيسبوك هدفه نشر الكراهية وسط الشباب الجزائري:

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	72	%72
لا	28	%28
المجموع	100	%100

من خلال الجدول رقم 21، الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم إن كان نشر حادثة مقتل جمال بن إسماعيل عبر موقع الفيسبوك هدفه نشر الكراهية وسط الشباب الجزائري، تبين أن نسبة 72% من المبحوثين أجابوا بنعم، تليها نسبة 28% أجابوا ب لا.

يرى اغلب المبحوثين أن نشر صور ومقاطع الفيديو الخاصة بمقتل جمال بن إسماعيل عبر موقع الفيسبوك هدفها نشر الكراهية وسط الشباب الجزائري، بينما نسبة قليلة من المبحوثين يرون انه ليس من الضروري هدفها نشر الكراهية مباشرة إنما قد يكون من اجل تناقل الأخبار فقط.

ومنه نستنتج أن نشر صور ومقاطع الفيديو عند مقتل جمال بن إسماعيل هدفه نشر الكراهية بين الشباب الجزائري.

جدول رقم 22: يمثل توزيع أفراد العينة حسب كيفية تأثير خطاب الكراهية عبر الفيسبوك على الشباب الجزائري فيما يتعلق بقضية جمال بن إسماعيل:

المتغير	التكرار	النسبة
تأثير سلبي	88	%88
تأثير ايجابي	0	%0
لم يحدث أي تغيير	12	%12
المجموع	100	%100

من خلال الجدول رقم 22، الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب كيفية تأثير خطاب الكراهية عبر الفيسبوك على الشباب الجزائري فيما يتعلق بقضية جمال بن إسماعيل، يظهر لنا أن أغلبية المبحوثين أجابوا بتأثير سلبي بنسبة 88%، تليها نسبة اقل ممن أجابوا لم يحدث أي تغيير بنسبة 12%، ثم أخر نسبة قدرت ب 0% حيث امتنعوا عن الإجابة بتأثير ايجابي.

يجد اغلب أفراد العينة أن ظهور خطاب الكراهية عبر موقع الفيسبوك فيما يتعلق بقضية جمال بن إسماعيل يؤثر بطريقة سلبية على الشباب الجزائري، فالكراهية لا تحث سوى على الحقد والأمور السلبية، بينما هناك من يرى أنها لا تحدث أي تأثير بالنظر للاختلاف في الشخصيات، أي انه إذا كان الشخص ذو شخصية قوية فانه لا يتأثر بذلك الخطاب، ونشير إلى أهم المقترحات التي قدمها المبحوثين للحد من خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي كبناء بيئة مواتية لحرية التعبير وضمان الشفافية والحق في الوصول إلى المعلومات، مكافحة المعلومات التضليلية والصور النمطية السلبية وتعزيز وتسهيل الإبلاغ عن حالات خطاب الكراهية من قبل الأشخاص المستهدفين، كما يجب فرض الرقابة على الصفحات المشبوهة وخلق الحوار الهادف بين المجموعات، وسن عقوبات على كل من يساهم في نشر خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ومنه نستنتج أن خطاب الكراهية عبر الفيسبوك اثر بشكل سلبي على الشباب الجزائري عند حادثة مقتل جمال بن إسماعيل حيث يجب مراقبة هذا الموقع والتدخل في حال وجود خطاب للكراهية ثم تسليط عقوبات على الناشرين لكي لا يتكرر الفعل.

2- نتائج الدراسة في ظل أسئلة الإشكالية:

توصلت الدراسة الميدانية التي أجريناها على عينة من الشباب الجزائري، بالاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات وتفريقها توصلنا إلى مجموعة من النتائج وهي:

- **بالنسبة للسؤال الرئيسي للإشكالية:** تبين لنا مواقع التواصل الاجتماعي- الفيسبوك خصوصا- لعب دورا سلبيا في نشر خطاب الكراهية في قضية حرق جمال بن إسماعيل صائفة 2021.

المحور الأول: البيانات الشخصية:

- تبين لنا أن أفراد العينة مزيج من ذكور وإناث تم اختبارهم عشوائيا 36% ذكور و64% إناث، اغلبهم فئة شابة اقل من 25 سنة بنسبة 80%، أغلبيتهم لديهم مستوى جامعي بنسبة 65%، كما أن 68% منهم يقطنون في المدينة تليها نسبة 32% بالنسبة لسكان الريف.

المحور الثاني: مدى تعرض الشباب الجزائري لخطاب الكراهية من خلال موقع الفيسبوك:

- تبين أن اغلب أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك في حياتهم اليومية من ساعة الى ساعتين بنسبة 42% وان اغلبهم يتصفحون موقع الفيسبوك في أوقات فراغهم بنسبة 38%.

- وتشير النتائج إلى أن غالبية المبحوثين يتابعون نادرا المنشورات التي تعرض خطاب الكراهية بنسبة 77%.

- وبينت النتائج أن اغلب أفراد العينة يتعاملون مع المنشورات التي تعرض خطاب الكراهية بتجاهلها بنسبة 59%.

– كما أن هناك تقارب في الإجابات حول إمكانية تسهيل الفيسبوك لنشر خطاب الكراهية حيث أجاب 56% بنعم، بينما أجاب 44% الإجابة لا، كما أن اغلب المبحوثين أجابوا أن أكثر الفاعلين في نشر خطاب الكراهية عبر الفيسبوك هم أطراف مجهولة وذلك بنسبة 48%.

– وأظهرت النتائج أن 52% من أفراد العينة أجابوا أن خطاب الكراهية انتشر في الجزائر بشكل كبير في الفيسبوك.

المحور الثالث: دوافع متابعة الشباب الجزائري لخطاب الكراهية من خلال موقع الفيسبوك.

– يصادف 75% من أفراد العينة منشورات تتعلق بخطاب الكراهية من خلال موقع الفيسبوك صدفة.

– كشفت الدراسة أن 66% من أفراد العينة نادرا ما يكون عندهم فضول لقراءة ومتابعة المنشورات التي تتعلق بخطاب الكراهية.

– كما بينت الدراسة أن 76% يعتقدون أن سرعة وسهولة النشر والاستقبال في موقع الفيسبوك يسهل من انتشار خطاب الكراهية.

– أظهرت النتائج أن الحسابات الوهمية هي من تقوم بنشر خطاب الكراهية عبر الفيسبوك بنسبة 60%.

– كما أظهرت النتائج أن غالبية المبحوثين يعتقدون أن الشائعات والمعلومات المضللة عبر الفيسبوك تساعد في نشر خطاب الكراهية بنسبة 82%.

المحور الرابع: تأثير خطاب الكراهية من خلال موقع الفيسبوك على الشباب الجزائري في قضية حرق جمال بن إسماعيل صائفة 2021.

– لقد بينت الدراسة أن اغلب أفراد العينة قاموا بمتابعة قضية جمال بن إسماعيل في حرائق تيزي وزو عبر الفيسبوك باهتمام كبير وذلك بنسبة 89%.

– كما يرى غالبية المبحوثين أن العمل التطوعي المتزامن مع حرائق تيزي وزو يساهم بقدر كبير في الحد من التأثيرات السلبية لخطاب الكراهية عبر موقع الفيسبوك وذلك بنسبة 63%.

– أظهرت النتائج أن سبب مقتل الشاب جمال بن إسماعيل حسب اغلب الإجابات فانه بسبب مؤامرة سياسية بغرض نشر الكراهية بنسبة 45% تليها سوء فهم بنسبة قريبة 36% على التوالي.

– سجلت الدراسة 72% من المبحوثين الذين يرون أن نشر حادثة مقتل جمال بن إسماعيل عبر موقع الفيسبوك هدفه نشر الكراهية وسط الشباب الجزائري.

– بينت الدراسة أن خطاب الكراهية من خلال موقع الفيسبوك اثر بشكل سلبي في قضية جمال بن إسماعيل على الشباب الجزائري بنسبة 88%.

3– التوصيات:

1– وضع قوانين لمراقبة مضامين مواقع التواصل الاجتماعي بالخصوص موقع الفيسبوك وإقامة مراكز متخصصة في هذا المجال لحماية الشباب والمجتمع.

2– إقامة حملات لتوعية وتحسيس الشباب بمخاطر الاستعمال السلبي لموقع الفيسبوك لتفادي الانحرافات والإدمان عليه ما يؤثر سلبا على الشباب من الجانب الجسدي والنفسي.

3– الالتزام بقوانين محددة ومراعاة عدة جوانب في استخدام موقع الفيسبوك خاصة الجانب الأخلاقي والسلوكي لدى المستخدمين الشباب.

4- توفير مجالات اكبر للشباب للترفيه عن النفس وإقامة المسابقات الثقافية لإخراجه من العزلة الافتراضية.

5- إجراء دراسات وأبحاث حول موضوع خطاب الكراهية في مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة أو استخلاص أهم الدعائم التي يقوم عليها.

6- توسيع آليات البحث العلمي في المجال الرقمي خاصة انه أصبح مجال مفتوح دون رقابة.

7- تشجيع مؤسسات المجتمع (مساجد،مدارس، جامعات..) لمواجهة واستئصال خطاب الكراهية في المجتمع.

8- إيجاد آليات قانونية صارمة لمتابعة كل مرتكبي الجرائم الرقمية وتنفيذ إجراءات ردعية تجاههم.

خاتمة:

من خلال هذه الدراسة حاولنا التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في نشر خطاب الكراهية من خلال موقع الفيسبوك، وذلك لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي ولما لها من تأثيرات على كافة الجوانب من قيم وسلوكيات، حيث تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي مظهر من مظاهر التقدم كونها شكل من أشكال التكنولوجيا فهي تحمل العديد من التطبيقات والخدمات التي توفر للأفراد كل متطلبات الممارسة الاتصالية التي يتم من خلالها نشر خطاب الكراهية.

كما أن خطاب الكراهية أصبح يطرح مخاطر جسيمة على تماسك النظام الاجتماعي، من خلال المضامين التي يحتويها والتي توثر في البناء الاجتماعي، وهو ما

تطرقت إليه وهذه الدراسة من خلال الصيغ التي يرد بها عبر موقع الفيسبوك والأسباب التي أدت إلى تفاقم هذه الظاهرة التي أرهقت كاهل النظام الاجتماعي عبر المصطلحات والإشكال التي يرد بها عبر موقع الفيسبوك والآثار الناجمة عنه على المجتمع، وخلصت الدراسة إلا أن الفئات التي تساهم في نشر خطاب الكراهية تتمثل في تنظيمات سياسية وأطراف مجهولة وأغلبية مصادرها عبارة عن حسابات وهمية، وهذا الانتشار الواسع لخطاب الكراهية ناتج عن ضعف القوانين الردعية لهذه الظاهرة وضعف آليات الرقابة على مواقع التواصل الاجتماعي، وخاصة موقع الفيسبوك وانتشار الإشاعات وإصدار بيانات تؤدي إلى العداوة بين أبناء الوطن الواحد ونشر الثقافات المنحرفة والمحرضة على تخطي الآداب العامة للنظام الاجتماعي.

ولمواجهة هذا الخطاب، يجب فرض قوانين صارمة وردع كل مخالف لهذه القوانين لتجسيد فكرة السلم والمصالحة المبنية على الاحترام لكافة الفئات المستهدفة والأقليات ومحاربة كافة الفكر والمعتقدات التي من شانها أن تضر بالمصلحة العامة للنظام الاجتماعي.

- **قائمة المراجع:**

1- الكتب:

1- إبراهيم بن عبد العزيز الدعيلي، مناهج وطرق البحث العلمي، طبعة1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2010.

2- احمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2003.

3- احمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، طبعة2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.

4- احمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، طبعة4، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010.

5- جبريل بن حسن ألعريشي- سلمى بنت عبد الرحمان الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم- رؤية تحليلية، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2015.

6- خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، طبعة1، الأردن، 2013.

7- رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، طبعة3، ديوان المطبوعات الجامعية، المطبعة الجهوية بقسنطينة، الجزائر، 2008.

8- صالح خليل الصقور، الإعلام والتنشئة الاجتماعية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.

9- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد- المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، عمان- الأردن.(د.س)

10- علي خليل شقرة، الإعلام الجديد- شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن- عمان، طبعة1، 2014.

11- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، طبعة1، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، 2000.

12- محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، طبعة1، عالم الكتب، القاهرة، 1993.

13- عبد الهادي احمد الجوهري، مدخل إلى مناهج وتصميم البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي، الإسكندرية.(د.س)

2- الرسائل الجامعية:

1- رأفت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي،رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة البترا الأردنية، كلية الآداب والحقوق، قسم الصحافة والإعلام، 2013.

2- عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد ألصوافي، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي في محافظة شمال الشرقية بعمان، جامعة نزوى، رسالة ماجستير في التربية تخصص إرشاد نفسي، 2014- 2015.

3- ناصر الرحامنة، خطاب الكراهية في شبكة الفيسبوك في الأردن، رسالة ماجستير في الإعلام، قسم الصحافة والإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2018.

4- ماطر عبد الله حمدي، اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات، دراسة مسحية في جامعة تبوك، السعودية، رسالة ماجستير في الإعلام، قسم الصحافة والإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2018.

3- المجلات:

1. مجلة كلية التربية، اثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية، جامعة الأزهر، الجزء الثالث 169، يوليو 2012.
2. داود محمد وقنوعة عبد اللطيف، الإجراءات المنهجية المستخدمة في البحوث النفسية والتربوية التطبيقية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد الثالث، ديسمبر 2013.
3. حبيبة زلاقي، نظرية الدور بين الأصول الاجتماعية والتوظيف في التحليل السياسي، مجلة العلوم القانونية والسياسية، جامعة باتنة، العدد 17 جانفي 2018.
4. عاطف عبد الله عبد ربه، اثر خطاب الكراهية على السلم والأمن الدوليين، مجلة جامعة جنوب الوادي، العدد الرابع 2019.
5. إيمان محمد حسني عبد الله، خطابات الكراهية الدينية الزائفة على شبكة الفيسبوك، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 30، سبتمبر 2020.
6. صخر احمد الخصاونة، سهل العتوم، دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الشرعية والقانونية، 2020.

4- المقالات:

1- حمزة إسماعيل أبو شنب، تقنيات التواصل الاجتماعي- الاستخدامات والمميزات، رابط المقال: http://www.alukah.net.

2- ايجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي، رابط المقال عبر الانترنيت: http://arabistGroup.com

3- محمد خمايسة، دليل تجنب التمييز وخطاب الكراهية في الإعلام، معهد الجزيرة للإعلام.

5- المعاجم:

الملاحق

1- معجم المعاني الجامع، معجم عربي- عربي على الانترنيت:almaany.com.

2- احمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، 1993.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة أكلي محند اولحاج البويرة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام الاتصال

استمارة استبيان بعنوان:

مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في نشر خطاب الكراهية قضية جمال بن إسماعيل نموذجا دراسة استطلاعية على عينة من مستخدمي موقع فيسبوك.

من انجاز الطالبات:

حدادو رشا

بلعليا هاجر

بايزيد خولة

تحت إشراف:

د. بلعربي سميرة

ملاحظة: في إطار إعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال يرجى تفضلكم بقراءة الاستبيان و الإجابة على أسئلته بوضع إشارة أمام الإجابة التي تتوافق مع وجهة نظركم علما أن جميع المعلومات التي تدلون بها مخصصة لغرض البحث العلمي فقط ولكم منا فائق الشكر التقدير على تعاونكم معنا.

السنة الجامعية 2021 / 2022

المحور الأول: البيانات الشخصية:

1- الجنس : ذكر ☐ أنثى ☐

2- الفئة العمرية : اقل من 25 سنة ☐ من25 إلى 30 سنة ☐
أكثر من 30 سنة ☐

3-المستوى الدراسي : متوسط ☐ ثانوي ☐
جامعي ☐ دراسات عليا ☐

4 منطقة السكن: المدينة ☐ الريف ☐

المحور الثاني: مدى تعرض الشباب الجزائري لخطاب الكراهية من خلال موقع الفيسبوك :

5- ما هو معدل تصفحك لموقع الفيسبوك يوميا؟ :

اقل من ساعة ☐ من ساعة إلى ساعتين ☐

من ساعتين إلى ثلاث ساعات ☐ أكثر من ثلاث ساعات ☐

6- ما هي وسيلتك المفضلة في استخدام موقع الفيسبوك؟ :

هاتف ذكي ☐ الحاسوب ☐ لوحة رقمية ☐

7- وسيلة أخرى تذكر.....

8- ما هي الفترة التي تفضل فيها استخدام موقع الفيسبوك؟ :

صباحا ☐ مساءا ☐

ليلا ☐ ليس هنالك وقت محدد (أوقات الفراغ) ☐

9- هل سبق أن تابعت منشورات تعرض خطاب كراهية؟

نادرا ☐ أحيانا ☐ دائما ☐

10- كيف تتعامل مع المنشورات التي تعرض خطابا يحث على الكراهية ؟ :

تتجاهل المنشور ☐ تتفاعل مع المنشور ☐ تعيد نشر الخطاب ☐

11- أخرى

تذكر:..... .....

12- حسب رأيك هل يسهل الفيسبوك نشر خطاب الكراهية؟ :

نعم ☐ لا ☐

13- في كلتا الحالتين برر إجابتك:

.....

.....

.....

14- في رأيك من هم أكثر الفاعلين في نشر خطاب الكراهية من خلال موقع الفيسبوك في الجزائر؟

الشباب ☐ مراهقين ☐ تنظيمات سياسية ☐ أطراف مجهولة ☐

15- أخرى تذكر

.....

16-هل تعتبر أن خطاب الكراهية انتشر في الجزائر مؤخرا بشكل كبير من خلال موقع الفيسبوك؟

نعم ☐ لا ☐

17- في كلتا الحالتين برر إجابتك:.....

.....

المحور الثالث: دوافع متابعة الشباب الجزائري لخطاب الكراهية من خلال موقع الفيسبوك:

18- هل تصادفك منشورات تتعلق بخطاب الكراهية من خلال موقع الفيسبوك؟

صدفة ☐ تبحث عنها ☐ كثرة مشاركتها من قبل الأصدقاء ☐

19- أخرى تذكر.....

.....

20- هل يتملكك الفضول لقراءة ومتابعة المنشورات المتعلقة بخطاب الكراهية؟

نادرا ☐ أحيانا ☐ دائما ☐

21- في جميع الحالات برر إجابتك.....

.....

22- هل تعتقد أن سهولة و سرعة النشر والاستقبال في موقع الفيسبوك يسهل من انتشار خطاب الكراهية؟:

نعم ☐ لا ☐

23_ هل من خلال متابعتك أو ما يصادفك من منشورات عبر موقع الفيسبوك حول خطاب الكراهية، هل تعتقد أن مصدرها هو:

حسابات وهمية ☐ سابات معروفة ومشهورة ☐ سابات لأشخاص عاديين ☐

24- أخرى تذكر:

....

25- حسب رأيك، هل ترى أن الشائعات وانتشار المعلومات المضللة عبر موقع الفيسبوك يساعد على نشر ومتابعة خطاب الكراهية؟

نعم ☐ لا ☐

26- مع التبرير في الحالتين:.....

.....

المحور الرابع: تأثير خطاب الكراهية من خلال موقع الفيسبوك على الشباب الجزائري قضية جمال بن إسماعيل صائفة2021:

27– كيف تابعت قضية جمال بن إسماعيل في حرائق تيزي وزو صائفة 2021من خلال موقع الفيسبوك ؟

دون ادني اهتمام ☐ تابعتها بشكل عادي ☐ باهتمام كبير ☐

28- ولماذا؟.....

.....

..

29– هل تعتقد أن العمل التطوعي الكبير المتزامن مع حرائق ولاية تيزي وزو صائفة 2021 ساهم في الحد من التأثيرات السلبية لخطاب الكراهية عبر موقع الفيسبوك؟

نعم ☐ لا ☐

30- كيف ذلك؟.....

.....

31- حسب رأيك، ما هو تفسيرك لحادثة حرق جمال بن إسماعيل تزامنا مع حرائق الغابات في تيزي وزو صائفة 2021؟

تصفية حسابات شخصية لا تتعلق بالحرائق ☐ امرة سياسية بغرض نشر الكرا ☐

سوء فهم ☐

32- أخرى

تذكر:.....

.....

33- هل تعتقد أن نشر حادثة مقتل جمال بن إسماعيل عبر موقع الفيسبوك هدفه نشر الكراهية وسط الشباب الجزائري؟

نعم ☐ لا ☐

34- كيف اثر خطاب الكراهية عبر موقع الفيسبوك على الشباب الجزائري فيما يتعلق بقضية جمال بن إسماعيل؟

تأثير سلبي ☐ تأثير ايجابي ☐ لم يحدث أي تأثير ☐

35- ما هي مقترحاتك للحد من خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي ؟

.....
.....
.....
.....

- **<u>فهرس الجداول</u>:**

رقم الجدول	عنوان الجدول
01	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

02	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.
03	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي.
04	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة.
05	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب معدل ساعات تصفح موقع الفيسبوك يوميا.
06	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوسيلة المفضلة في استخدام الفيسبوك.
07	جدول يمثل توزيع أفراد العينة الفترة المفضلة في استخدام الفيسبوك.
08	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب متابعة منشورات خطاب الكراهية.
09	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب كيفية التعامل مع المنشورات التي تعرض خطابا يحث على الكراهية.
10	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب ما إذا كان الفيسبوك يسهل نشر خطاب الكراهية.
11	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب أكثر الفاعلين في نشر خطاب الكراهية من خلال موقع الفيسبوك في الجزائر.
12	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب إمكانية اعتبار أن خطاب الكراهية انتشر في الجزائر مؤخرا بشكل كبير خلال موقع الفيسبوك.
13	جدول يمثل توزيع أفراد العينة كيفية مصادفة المنشورات التي تتعلق بخطاب الكراهية من خلال موقع الفيسبوك.
14	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب فضولهم لقراءة ومتابعة المنشورات المتعلقة بخطاب الكراهية.
15	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم حول سهولة وسرعة النشر

	والاستقبال في موقع الفيسبوك إن كان يسهل انتشار خطاب الكراهية.
16	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب مصادر خطاب الكراهية التي تصادفهم عبر موقع الفيسبوك.
17	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم حول ما إذا كانت الشائعات والمعلومات المضللة عبر الفيسبوك تساعد على انتشار ومتابعة خطاب الكراهية.
18	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب كيفية متابعة قضية جمال بن إسماعيل في حرائق تيزي وزو صائفة 2021 من خلال موقع الفيسبوك.
19	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم حول العمل التطوعي الكبير المتزامن مع حرائق تيزي وزو إن كان ساهم في الحد من التأثيرات السلبية لخطاب الكراهية عبر موقع الفيسبوك.
20	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب تفسيرهم لحادثة حرق جمال بن إسماعيل تزامنا مع حرائق الغابات في تيزي وزو صائفة 2021.
21	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم إن كان نشر حادثة مقتل جمال بن إسماعيل عبر موقع الفيسبوك هدفه نشر الكراهية وسط الشباب الجزائري.
22	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب كيفية تأثير خطاب الكراهية عبر الفيسبوك على الشباب الجزائري فيما يتعلق بقضية جمال بن إسماعيل.

- **<u>فهرس الموضوعات</u>:**

✓ الإهداء.

- ✓ شكر وتقدير.
- ✓ مقدمة.
- ✓ الإطار المنهجي:
  - الإشكالية.
  - تساؤلات فرعية.
  - أسباب اختيار الموضوع.
  - أهداف الدراسة.
  - أهمية الدراسة.
  - منهج الدراسة وأدواتها.
  - مجتمع البحث وعينة الدراسة.
- ✓ الإطار النظري:

الفصل الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.

المبحث الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي.

- المطلب الأول: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي.
- المطلب الثاني: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.
- المطلب الثالث: أهم مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الرابع: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.

المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي ايجابياتها،سلبياتها ودوافع استخدامها.

- المطلب الأول: ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي.
- المطلب الثاني: سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي.
- المطلب الثالث: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

الفصل الثاني: خطاب الكراهية ودور مواقع التواصل الاجتماعي في انتشاره

-الفيسبوك نموذجا-

المبحث الأول: خطاب الكراهية ومواقع التواصل الاجتماعي.

- المطلب الأول: تعريف خطاب الكراهية.
- المطلب الثاني: أسباب خطاب الكراهية.
- المطلب الثالث: دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية.

المبحث الثاني: الفيسبوك نموذجا.

- المطلب الأول: تعريف الفيسبوك.
- المطلب الثاني: أسباب الإقبال على موقع الفيسبوك.
- المطلب الثالث: مميزات موقع الفيسبوك.

المطلب الرابع: سلبيات التعامل مع موقع الفيسبوك.

✓ الإطار التطبيقي:

- تحليل الاستبيان.
- نتائج الدراسة في ظل أسئلة الإشكالية.
- التوصيات.

✓ خاتمة.

✓ قائمة المراجع.

✓ الملاحق.

✓ فهرس الجداول.

✓ فهرس المحتويات.