

(العوامل المؤثرة في نشر خطاب الكراهية بمواقع التواصل الاجتماعي)

دراسة مسحية لطلبة الجامعات العراقية في مدينة بغداد

أ.م.د. وسام غالي قاسم

كلية الإمام الكاظم (ع) للعلوم الإسلامية الجامعة

The factors that affect the spread of hate speech on social media platforms

Asist.prof.dr.Wesam Ghaly Kasem

Abstract :

This research aims to study the factors that affect the spread of hate speech on social media platforms. The survey method was used, where data was collected through designing a questionnaire and distributing it to a sample of Iraqi university students in Baghdad. The results showed that there are several factors that affect the spread of hate speech on social media platforms, including:

1- There is a statistically significant relationship between social media platforms and the spread of hate speech.

2- The results confirmed, based on the sample respondents' answers, that forms of publication have the highest impact on the spread of hate speech via social media platforms.

3- The research sample individuals confirmed that hate speech consists of rumors and false information that some individuals use to exclude and marginalize others.

4- Most of the sample's opinions agreed that publishing videos, texts, and offensive images has a significant role in inciting hatred towards others.

5- The sample individuals agreed that those with extremist religious tendencies have the most influence in spreading hate speech.

Based on these results, the research recommends dealing with social media platforms cautiously by raising awareness among community members about the necessity of not publishing content and media messages that target individuals or groups based on their religious, sectarian, or ethnic affiliations. Social media publishing is a form of freedom of expression and personal freedom in publishing, provided that the general decorum conditions are not



Article history

Received: 6/7/2023

Accepted: 24/8/2023

Published: 30/9/2023

تواريخ البحث:

تاريخ الاستلام: 6/7/2023

تاريخ القبول: 24/8/2023

تاريخ النشر: 30/9/2023

الكلمات المفتاحية : خطاب الكراهية -
مواقع التواصل الاجتماعي - العوامل
المؤثرة

Key words:

hate speech . social media .
factors that affect

© 2023 THIS IS AN OPEN
ACCESS ARTICLE UNDER THE
CC BY LICENSE



<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Corresponding author:

Asist.prof.dr.Wesam Ghaly
Kasem

Media.lecturer19@alkadhu
m-col.edu.iq

violated .It also involves making social media platforms neutral tools that are not misused, avoiding spreading hate speech, and not arousing historical topics of dispute to fuel conflicts and strife.

المستخلص :

يهدف البحث إلى دراسة العوامل التي تؤثر في نشر خطاب الكراهية بمواقع التواصل الاجتماعي, وتم استخدام منهجية البحث المسحي , إذ جُمعت البيانات عبر تصميم استمارة استبانة وتوزيعها ضمن عينة من طلبة الجامعات العراقية في بغداد , و أظهرت نتائج البحث أن هناك عدة عوامل تؤثر في نشر خطاب الكراهية بمواقع التواصل الاجتماعي, منها

- 1- وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين مواقع التواصل الاجتماعي و نشر خطاب الكراهية.
- 2- أكدت النتائج في ضوء إجابات أفراد العينة أن أشكال النشر هي الأعلى تأثيراً في نشر خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- 3- أكد أفراد عينة البحث أن خطاب الكراهية عبارة عن (شائعات, ومعلومات كاذبة) يقوم بها بعض الأفراد لأقضاء وتهميش الآخرين.
- 4- اتفقت أغلب آراء العينة أن نشر مقاطع الفيديو, و النصوص والصور المسيئة لها دور كبير في التحريض على كراهية الآخرين .
- 5- اتفقت آراء أفراد العينة على أن ذوي (الاتجاه الديني المتطرف) هم الأكثر تأثيراً في نشر خطاب الكراهية.

وبناءً على هذه النتائج , يوصي البحث العلمي بالتعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي بحذرٍ عبر نشر الوعي بين أبناء المجتمع بضرورة عدم نشر (المضامين والرسائل الإعلامية) التي تسبب إلى فرد أو مجموعة , بسبب انتمائهم الديني أو الطائفي أو العرقي , و النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي على انه شكل من أشكال حرية التعبير والحرية الشخصية في النشر بشرط عدم الإخلال بشروط الذوق العام ثم جعل مواقع التواصل الاجتماعي وسائلاً محايدة لا يسبب استخدامها والابتعاد عن نشر خطاب الكراهية , عدم إثارة مواضيع تاريخية مختلف عليها لأنها تثير النزاعات والاقتتال.

المقدمة

شهد العالم في السنوات الأخيرة زيادة كبيرة في أعداد مستخدمي شبكة الإنترنت , وبدأ تفاعل الإنسان مع البيئة الرقمية ومجتمعاتها الافتراضية واضحاً أذ شهد مستويات غير مسبقة الانتماء , إضافة الى التواصل الواسع والعلاقات والمصالح المتداخلة والمشاركة والنظم والسلوكيات المتنوعة , كما وشهد

مستويات غير مسبوقه من الممارسات الخاطئة نتيجة غياب الرقابة والتشريعات القانونية التي تنظم هذا النشاط والعلاقات والتفاعل الإنساني في الفضاء الرقمي , ولعل أحد أهم الممارسات الخاطئة التي يشهدها العالم الرقمي هي ظاهرة انتشار خطاب الكراهية , وتنوع أشكال هذا الخطاب الذي يستهدف شخص , أو جماعة بسبب معتقداتهم أو عرقهم وجنسياتهم أو انتمائهم الديني أو الطائفي , فقد أصبح خطاب الكراهية إحدى المشكلات الرئيسة التي تواجه مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي والإنترنت بشكل عام , و يتمثل هذا الخطاب في الكلام أو النصوص أو الصور أو مقاطع الفيديو ذات المحتوى الذي يستهدف شخصاً معيناً أو مجموعة معينة من الأشخاص ويهدف إلى إثارة الكراهية والعنف والتمييز ضدهم , كما ان هناك العديد من العوامل المؤثرة في نشر خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي , بدءاً من الأسباب الاجتماعية , والثقافية , والسياسية والاقتصادية وانتهاءً بتأثير الاتجاهات النفسية , وأصبح متاحاً لأي شخص أن ينشر خطاب الكراهية في الإنترنت , والسبب يعود بشكل كبير إلى سهولة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية الأخرى , إذ يُمكن لأي شخص بسهولة إنشاء حساب وبدء التفاعل مع أي شخص آخر , و تؤدي بعض الأدوات التحليلية المتاحة لمواقع التواصل الاجتماعي إلى سرعة انتشار الخطاب الكراهية , مثل خوارزميات التحديد الآلي للمستخدمين والتي تعتمد على تحليل سلوك المستخدمين بالموقع , كما تتضمن أيضاً عدم وجود آليات فعالة للتحكم في نشر هذا الخطاب , وهو ما يفقد السيطرة في المواقع الاجتماعية على التحكم في انتشار الخطاب الكراهية , وجاء هذا البحث كمحاولة علمية للتعرف على اهم العوامل التي تسهم في نشر خطاب الكراهية في مواقع التواصل الاجتماعي .

البحث الأول

الاطار المنهجي

أولاً- مشكله البحث:

نتيجةً للتطورات التكنولوجية في مجال الاتصال, وسرعة انتشارها بين الناس بدأت تظهر الكثير من الممارسات السلبية لهذه التكنولوجيا , ومن اهم هذه الممارسات الخاطئة انتشار (خطاب الكراهية) في الفضاء الرقمي وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي , وجاء هذا البحث لرصد العوامل التي تؤثر في انتشار هذا الخطاب وتمثلت مشكلة هذا البحث بالتساؤل الرئيس الآتي (ما العوامل المؤثرة في نشر خطاب الكراهية بمواقع التواصل الاجتماعي) , كما ان هناك بعض الأسئلة الفرعية التي يسعى البحث للإجابة عنها وهي :

1- ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في سرعة انتشار خطاب الكراهية ؟

٢- ما الآثار الناجمة من انتشار خطاب الكراهية بمواقع التواصل الاجتماعي على المجتمع ؟
ثانياً - فرضيات البحث :

الفرضية الرئيسية : (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين العوامل المؤثرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ونشر خطاب الكراهية)

وتتنبثق منها ثلاث فرضيات ثانوية وهي :

- توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين نوع المؤثر و نشر خطاب الكراهية .

- توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين الوسيلة و نشر خطاب الكراهية .

- توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين شكل النشر , ونشر خطاب الكراهية

ثالثاً - أهميه البحث :

تتبع أهمية البحث من الموضوع المدروس و الاهتمام الذي حظي به على مستوى العالم لمواجهة أشكال خطاب الكراهية , وخصوصاً بمواقع التواصل الاجتماعي , والذي يقصد به النصوص الرقمية التي تشير إلى شكل من أشكال التعبير المتطرف , أو المنحاز , والمعاقب عليه , وحادثة دراسته , ولأهمية وجديده الموضوع فإنه يُعد فرصه ملائمة للدراسة, والتحليل البحثي والاكاديمي , لمعرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها في انتشار خطاب الكراهية بتقديم بعض الطرق والأساليب لمواجهة هذه الظاهرة .

رابعاً - أهداف البحث :

يسعى هذا البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف هي :

١- معرفة العوامل المؤثرة في نشر خطاب الكراهية بمواقع التواصل الاجتماعي .

2- تحديد الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية .

٣- التعرف على الآثار الناجمة من انتشار خطاب الكراهية عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

خامساً - مجتمع البحث وعينته :

تحديد مجتمع البحث يعد من أهم الخطوات العلمية , والأساس في الدراسات العلمية او البحوث الأكاديمية وفي بحثنا هذا يمثل المجتمع مجموع المفردات التي يسعى البحث لدراستها ويتم اختيار عينة البحث من هذا المجتمع (ميغري، 2019، صفحة 544) , ويمثل المجتمع المستهدف لهذا البحث طلبة الجامعات العراقية في محافظة بغداد , وجاء اختيار محافظة بغداد لوجود العديد من الجامعات الحكومية والأهلية بمختلف التخصصات الإنسانية والعلمية , والتنوع الديني والمذهبي والقومي , ومختلف الاتجاهات الفكرية والسياسية , ولصعوبة اختيار جميع الجامعات والكليات , فقد استعمل الباحث أسلوب العينة

العشوائية البسيطة والتي أفرزت اختيار (جامعة بغداد , الجامعة المستنصرية , جامعة أوروك الأهلية) , كما تم اختيار عينة البحث من الطلبة اختياريًا عشوائيًا بسيطاً , وتم اختيار عينة من (150) فرداً لتمثل عينة البحث , (50 طالب لكل جامعة) وبعد توزيع استمارات الاستبانة استطاع الباحث من جمع (148) استمارة صالحة لتمثل عينة هذا البحث .

سادساً - نوع البحث ومنهجه :

يصنف هذا البحث ضمن البحوث الوصفية التي ترتبط بها عدداً من المناهج , والدراسات المتفرعة منه , وأهمها المنهج المسحي الذي تعتمد دراستنا الحالية , ويعرف المنهج المسحي بأنه : تجميع منظم للبيانات وجمع المعلومات التي يمكن تحليلها وتفسيرها ومن ثم الخروج باستنتاجات منه (كاكاياردون و وآخرون، 2015، صفحة 11) , كما يهتم بتوضيح وتفسير الأحداث والمواقف ووصف آراء وسلوكيات وسمات واتجاهات أفراد العينة مما يسمح بتعميم النتائج على المجتمع (بيبري و وآخرون، 2022، صفحة 3), وفي بحثنا هذا نسعى إلى جمع معلومات من أفراد عينة المجتمع عن العوامل المؤثرة في نشر خطاب الكراهية بمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها في المجتمع .

سابعاً - أدوات جمع البيانات :

تم اعتماد على الأساليب الآتية:

1- الاستبانة : حددت مجموعة من الأسئلة المترابطة بشكل يحقق الهدف الذي يسعى له البحث بإطار المشكلة المختارة , لغرض الحصول على البيانات والمعلومات للخروج بنتائج رقمية لقياس متغيرات البحث, وتم استخدام واعتماد مجموعة من المقاييس بعد ان تم ترتيبها , وتهيأتها وفق متطلبات, واتجاهات البحث, إذ أُعتمد المدرج الثلاثي لبعض فقرات المتغيرات .

وصف الاستبانة : عُدَّت المصدر الرئيس لقياس وتحليل التساؤلات والفرضيات واختبارها باتجاه تفصيل مواقع التواصل الاجتماعي لدى مستخدميها ومدى احتوائها ومسبباتها لنشر خطاب الكراهية عبرها, وحسب متغيرات البحث بالجانب النظري , وقُسمت الاستبانة الى :

- المحور الأول : يحتوي على (المعلومات التعريفية للمبحوثين واستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي) تضمن (7) فقرات .
- المحور الثاني : تضمن المتغير المستقل ويضم (3) فقرات تتمحور حول العوامل المؤثرة عبر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- المحور الثالث : تضمن المتغير التابع (نشر خطاب الكراهية) , والذي يضم (18) فقرة .

2- أساليب وصف البيانات وتحليلها : تستخدم الوسائل والأساليب الإحصائية المختلفة الحصول على نتائج أثناء إجراء البحث والتي يتم عن طريق اختبار الفروض لغرض فهم المشكلات والإجابة عن التساؤلات التي طرحت في البحث عبر تطبيق SPSS v23 و Amos v23.

ثامناً - المجالات الزمانية والمكانية للبحث :

1- المجال المكاني للبحث : تمثلت حدود المجال المكاني لهذا البحث في الجامعات داخل مدينة بغداد.
2- المجال الزمني للبحث : تمثل المجال الزمني لهذا البحث في المدة الزمنية التي استغرقها العمل الميداني وكتابة البحث بشكله النهائي والتي امتدت في المدة من 15 / 10 / 2022 الى 20 / 5 / 2023 .

1- المجال البشري للبحث : تمثل المجال البشري للبحث في عينة من طلبة الجامعات في مدينة بغداد (جامعة بغداد , الجامعة المستنصرية , جامعة أوروک).

البحث الثاني

الاطار النظري

أولاً : مفهوم الخطاب

يُعدُّ الخطاب من المصطلحات ذات الاستخدام الحديث في العلوم غير اللغوية كعلم السياسة، والفلسفة والتاريخ وعلم الاتصال ، فهو لمدة ليست بعيدة كان مصطلحاً أدبياً ضمن العلوم اللغوية الصرفة، ومن أجل الوقوف على المعنى الدقيق لهذا المصطلح ، لابد من الرجوع إلى الدراسات اللغوية واللسانية لمعرفة معناه بشكل يوضح أهميته ووسع دلالاته واستعمالاته في الإنتاج الأدبي في كل النتاجات الإعلامية والسياسية التي تعتمد بالدرجة الأولى على التراث اللغوي لهذا المصطلح (عبد العزيز، 2012، صفحة 37)، والخطاب يعد تعبيراً عن ايدلوجية الأفراد والجماعات باعتبار الايدلوجية مجموعة منتظمة من الأفكار، والأحكام ، والمعتقدات الخاصة بجماعة ما ، في نظرتها إلى الواقع والجماعات الأخرى (العقابي، 2017، صفحة 63) ، ان الخطاب هو طريقة معينة للتواصل، و للتحدث عن الواقع وفهمه، كما أنه مجموعة من النصوص، والممارسات الخاصة بإنتاج النصوص وانتشارها ، واستقبالها على اختلاف غاياتها وأهدافها ، مما يؤدي إلى إنشاء أو فهم الواقع الاجتماعي او التعبير بصورة تتلائم وتتفق

وتوجهات منشئ الخطاب , كما أن الخطاب هو كل الأشياء التي تكون العالم الاجتماعي بما في ذلك هوياتنا , أي أنه دون الخطاب لا يوجد واقع اجتماعي (فيال, 2018, صفحة 201) , ويشير الخطاب إلى استعمال اللغة حديثاً وكتابة , كما يتضمن أنواعاً أخرى من النشاط مثل الصور الثابتة, و المتحركة , والأفلام , ومقاطع الفيديو , والرسوم البيانية , والاتصال غير الشفوي مثل حركات الأيدي والرأس, والجسد , والخطاب هو اللغة المستعملة لتمثيل ممارسة اجتماعية معينة من وجهة نظر معينة (صحراوي, 2022, صفحة 7).

ثانياً : خطاب الكراهية

يقوم مفهوم خطاب الكراهية على ربط الأفراد عفوياً , أو إرادياً بوحداث اجتماعية كبرى مغلقة مثل: (القبيلة – (العشيرة) والعائلة والحزب السياسي والدين والطائفة المذهبية حالياً) وخطاب الكراهية مفهوم متحرك غير ساكن ويتوغل داخل حياة الأفراد , والجماعات البشرية , ويوجه أفكارها وسلوكها وفقاً لقواعد مصلحة ما (كريم و عبد السلام , 2014, صفحة 152), ويندرج خطاب الكراهية في بنية مركبة من حرية التعبير , وحقوق الأفراد, والجماعات, والأقليات, ومبادئ الحرية, والمساواة, والكرامة , أما تعريفه فهو محل جدل , فحسب العديد من التشريعات الوطنية والدولية فهو يشير إلى عبارات تؤيد التحريض على الضرر , حسب الهدف الذي يسعى إلى تحقيقه وسط مجموعة ديموغرافية, او اجتماعية معينة , فقد يشمل تأييداً لأعمال العنف او تهديداً بارتكابها وتشجيعها , وأيضاً يمهد لخلق جو من الإساءة وعدم التسامح (شومان, 2015, صفحة 25), وهناك العديد من الصعوبات أمام معالجة خطاب الكراهية ووضع تشريعات بشأنه , تبدأ هذه الصعوبات بتعريفه ووضع وصف خاص له , إذ لا يوجد تعريف مقبول, او متفق عليه دولياً لما لمفهوم هذا الخطاب , بل بالعكس تطرح التعريفات عدداً من المسائل القانونية على غرار حرية الرأي, والتعبير, والتمييز, والدعوة ,او التحريض على العدائية او العنف او التمييز (سعيد, 2019, صفحة 14), ومفهوم الكراهية مفهوم تجده في الكثير من التجارب والثقافات الإنسانية في دول العالم المختلفة , وهو مفهوم عصبي تركيبي ذهني يتقوّل بأشكال جديدة بحسب الحاجة الموضوعية للجهة التي تعتمده , وهو ينتمي إلى المفاهيم التقليدية ويعد واحداً من أقدم المفاهيم في تاريخ البشرية (منصوري, الانترنت والتواصل الرقمي, 2019, صفحة 41), إن عملية وضع قيود قانونية ضد خطاب الكراهية سواء أكانت على المستوى المحلي , أو الدولي يؤدي في أغلب الأحيان إلى

فرض قيود عديدة على حرية التعبير فضلاً عن الخلط الذي تسبب فيه غياب تعريف واضح ومتفق عليه إتجاه خطاب الكراهية بين عدد من المفاهيم , خاصة مع وجود دلائل في الواقع تسبب إشاعة الاتهامات الخاطئة وتكريس الصور النمطية لمجتمع معين في ممارسة العنف والتمييز والعنصرية ضد أعضاء هذا المجتمع (منصوري، العصبية في المجتمع الرقمي، 2022، صفحة 20).

ثالثاً : شبكات التواصل الاجتماعي وخطاب الكراهية

نسبة مستخدمي شبكة الإنترنت حول العالم وفق العديد من الدراسات في تزايد مستمر , وتتزايد هذه النسبة بشكل يومي , مما يؤشر إلى الزيادة في التفاعل في العالم الافتراضي الذي خلق شكلاً جديداً من الأشخاص الذين يحملون سمات, وصفات التكنولوجية الرقمية الحديثة في عقولهم وسلوكياتهم , فالنشاط الذي يجريه الفرد في المجتمع الرقمي هو امتداد لعقل الفرد , ولحالته النفسية , ولحاجاته , ورغباته وغيرها , ووجود الفرد داخل العوالم الرقمية هو وجود انتقالي يسمح للفرد أن ينتقل إلى حيث يريد وإلى حيث لم يستطع أن يكون في مكانه الأول , وكلما تطور الإطار التقني لمجتمع الإنترنت من برمجيات وتطبيقات , وأدوات , وقدرات صوتية ومرئية , سيؤدي إلى مزيد من الارتباط والتعلق مع مجتمع الإنترنت , وعوالمه الافتراضية المختلفة (الدليمي، 2015، صفحة 14) , لم يعد الأمر في عالم الإنترنت يتعلق بمسألة (الفضاء السيبراني) او الرقمي ولا باتصال الآلات , والأدوات فيما بينها , بل بات يتصل بالرابطة الاجتماعية وبالعلاقات مع الآخرين , كل واحد منا يستطيع قياس ذلك بملاحظة استعمالاته الخاصة عبر شبكة الإنترنت وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي (عبد المقصود، 2012، صفحة 18) , ولقد حققت وسائل التواصل الاجتماعي انتشاراً كبيراً بفضل ما تقدمه من خدمات , فلقد سمحت بتبادل الرسائل والمعلومات بين مختلف الأفراد وفي أي مكان في العالم بسرعة كبيرة وجودة عالية دون أي قيود زمانية كانت او مكانية (Discours, 2000, p. 44) , كما خلقت شكلاً من الممارسات الرقمية التي هي مجموعة من الأفعال التي لها أدوات مرتبطة بالتكنولوجية الرقمية , وأصبحت متداولة بين جماعات محددة كوسيلة تعمل على تلبية غايات اجتماعية بذاتها , وبناء هويات اجتماعية بعينها , وإنشاء علاقات اجتماعية محددة , والأهم أن هذه الممارسات الرقمية وبفضل ما توفره من فرص للتعبير عن الآراء والأفكار تنتج نمطاً جديداً من الممارسات الاجتماعية سلبية كانت, او إيجابية وتغير طريقة مشاركة الناس مقارنة مع الممارسات التقليدية (منصوري، العصبية في المجتمع الرقمي، 2022،

صفحة 9)، ولابد من الإشارة إلى نقطة مهمة جداً تتعلق بكون الأجيال الجديدة نشأت في ظل تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة بدءاً من المدرسة ومجموعة الأصدقاء وفي الوسط المهني ، فكلما كان الفرد صغيراً في السن ازداد تعلقه وتأثره وامتلاكه للتجهيزات التكنولوجية الحديثة ، وبالتالي زيادة في استعمال هذه التكنولوجيا (ميغري، 2019، صفحة 223)، ونتيجة للاستعمال الهائل لشبكات التواصل الاجتماعي بدأت تتبلور أطر جديدة من المشاركة والتفاعل ، بما يتيح للأفراد ، والجماعات القيام بأدوار ومسؤوليات ، وتوفر طرق جديدة لإنجاز الأمور، وتوجيه ممارساتهم الرقمية وتوجيه سلوكياتهم نحو سلوكيات منحرفة من ضمنها إنتاج خطاب متطرف مفعم بالكراهية، والقهر، والقوة تجاه الآخرين وقد تنوع هذا الخطاب واتخذ أشكال متعددة منها الخطاب العنصري ، الخطاب القومي ، الخطاب الديني المتطرف ، وحتى الخطاب السياسي .

البحث الثالث

الاطار العملي

أولاً : اختبار الثبات :

ثبات الاستبانة : هو تحقق الأدوات والمقاييس نتائج إيجابية وأن يعطي نفس النتائج اذا أعيد تطبيقه عدة مرات متتالية وإذا كرر الباحث القياس يحصل على نفس النتائج ، وقد تم احتساب الثبات فقط لفقرات متغير نشر خطاب الكراهية لطبيعة إجابات فقراته حسب مقياس ليكرت ، وكانت النتائج كالاتي - معامل ألفا كرونباخ (Cornbach's Alpha): يستخدم هذا المعامل عندما نود قياس ثبات التقديرات التي نحصل عليها من الاختبارات ، أو الاستبانات والتي تقيس موضوعاً يفترض تجانس مفرداته ، وبعد استخراج معامل الثبات كانت قيمته أكبر (0.60) يعني قبول ثبات الاستبانة ويمكن تحليل نتائجه ، و ان ذلك سيكون ملائماً للبحوث والدراسات التي تكون فيها الاستبانة أداة معتمدة،، أما النتائج فكانت كما في جدول (1) :

جدول (1) نتائج اختبار الثبات

الفقرات	قيمة معامل ألفا كرونباخ Cornbach's Alpha	التفسير
كل فقرات الاستبانة	0.699	(تجتاز الاختبار) وجود ثبات في فقرات الاستبانة

ثانياً: وصف وأهمية متغيرات البحث

نشير هنا إلى إجابات أفراد العينة والبالغ عددهم (148) فرداً حول فقرات و أسئلة الاستبانة والمتعلقة بالمتغير المستقل (العوامل المؤثرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي) وفقراته ، و فقرات المتغير المعتمد (نشر خطاب الكراهية) ، حيث تم اعتماد الجداول التي توضح اتجاهات إجابات العينة لكل فقرة من فقرات متغيرات البحث ، اذ استخدمت النسب المئوية والأوساط الحسابية والانحراف المعياري والأهمية النسبية لها وحسب مصفوفة قوة الإجابة في جدول (2).

جدول (2) الميزان التقديري وفقاً لمقياس ليكرت الثلاثي

الاستجابة	المتوسط المرجح بالأوزان	المستوى
لا أتفق	من 1 إلى 1.66	منخفض
غير متأكد	من 1.67 إلى 2.33	متوسط
أتفق	من 2.34 إلى 3	مرتفع
طول الفئة في المصفوفة = { (2 = 1-3) \ (أعلى قيمة يأخذها المقياس = 3) = 0.66 } وذلك عند اعتماد مقياس Likert الثلاثي في الدراسة.		

1 - المعلومات التعريفية لعينة البحث : تضمنت استبانة البحث في محورها الخاص بالمعلومات التعريفية (7) فقرات ، لمعرفة طبيعة العينة ولإيجاد مدى توافر مقومات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى العينة المبحوثة ، و كانت نتائج إجابات العينة كما يأتي:

أ- النوع الاجتماعي : يبين الجدول (3) توزيع أفراد العينة حسب النوع الاجتماعي اذ بلغت نسبة الذكور ضمن العينة (49.3%) أما الإناث كانت (50.7%) .

جدول (3) توزيع أفراد العينة حسب النوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي	العدد	%
ذكر	73	49.3
أنثى	75	50.7
المجموع	148	100%

ب- التخصص الدراسي :

يبين الجدول (4) توزيع أفراد العينة حسب التخصص الدراسي اذ بلغت نسبة (التخصص العلمي) ضمن العينة (57.4%) أما (التخصص الإنساني) كانت (42.6%) .

جدول (4) توزيع أفراد العينة حسب التخصص الدراسي

النوع الاجتماعي	العدد	%
علمي	85	57.4
الإنساني	63	42.6
المجموع	148	100%

ت- ما مدى استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي؟

كانت النسبة الأعلى للذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بصورة دائمة اذ بلغت (50%) وهذا يعود لانتشار استخدام شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي وخصوصاً بين أفراد الشباب وطلبة الكليات وتوظيفها في الجوانب الدراسية والتعليمية في الجامعات ، وهذا يعني إمكانية أفراد العينة الإجابة عن فقرات الاستبانة فيما يخص موضوع البحث ، كما يوضح الجدول رقم (5) .

جدول (5) وصف إجابات العينة

ما مدى استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي	العدد	%
نادراً	20	13.5
أحياناً	54	36.5
دائماً	74	50
المجموع	148	%100

ث- ما معدلات استخدامك اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي ؟

كان المعدل اليومي لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي الأعلى هو (من 1 - 2 ساعة) وبنسبة (35.1%) ، يرى الباحث ان السبب في ذلك يعود إلى ان اغلب الطلبة بعد ساعات الدوام الطويلة يكون لديهم عمل أو وظيفة معينة .كما يبين الجدول رقم (6).

جدول (6) وصف إجابات العينة لمعدلات الاستخدام

ما معدلات استخدامك اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي	العدد	%
أقل من ساعة	9	6.1
من (1 - 2) ساعة	52	35.1
من (3 - 6) ساعة	40	27

31.8	47	غير محدد
%100	148	المجموع

ج- ما الأوقات التي تفضل فيها استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟

كان أكثر الأوقات المفضلة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي (غير محدد) وبسبة (39.2%) هذا يعني أن المستخدمين لا يهتمهم الوقت صباحاً أو مساءً ، لان الأنترنت أصبح متاح في جميع الأماكن تقريباً وفي الهواتف الشخصية للأفراد وهذه الإتاحة جعلت اللوج إلى الشبكة في أي وقت يردونه ، كما يبين الجدول رقم (7).

جدول (7) وصف إجابات العينة لأوقات الاستخدام المفضلة

ما الأوقات التي تفضل فيها استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	العدد	%
صباحاً	13	8.8
مساءً	35	23.6
بعد منتصف الليل	42	28.4
غير محدد	58	39.2
المجموع	148	%100

ح- منذ متى وأنت تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي؟

كانت أعلى نسبة هي (خمس سنوات فأكثر) اذ بلغت (46.6%) ، وهذا يعزز إجابات أفراد العينة عن أسئلة الاستبانة ، وهي المدة التي انتشرت فيها شبكات التواصل الاجتماعي على مستوى العالم عموماً، والعراق على وجه الخصوص ، كما يشير الجدول رقم (6) .

جدول (8) وصف إجابات العينة منذ متى تستخدم واقع التواصل الاجتماعي

منذ متى وأنت تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي	العدد	%
منذ أقل من سنة	7	4.7
من (1-2) سنة	37	125.
من (3-2) سنة	35	23.6
خمس سنوات فأكثر	69	46.6
المجموع	148	%100

خ- أين تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي ؟

أما عن مكان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي فكان رأي أفراد العينة الأكثر هو (أينما توجد خدمة الإنترنت) وبنسبة (33.1%) ، هذا يعني لا يهم المكان في استخدام شبكات النت للاستخدام في المنزل او أي مكان اخر. فضلاً عن الاختيار الذي يشير إلى عدم تحديد موقع محدد للاستخدام ، وإنما في أي مكان تتوفر فيه خدمة الإنترنت. الأمر الذي يبين لنا أهمية الشبكة العنكبوتية، وإدراك المبحوثين/ات أهمية التواصل الرقمي والذي أصبح من متطلبات العصر.

جدول (9) وصف إجابات العينة لأماكن الاستخدام

أين تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي	العدد	%
المنزل	37	25.0
العمل	13	8.8
أينما توجد خدمة النت	49	33.1
عند الأصدقاء	5	3.4

6.1	9	مقهى النت
8.8	13	المنزل ومقهى النت و أين ما توجد
1.4	2	المنزل والعمل و عند الأصدقاء
2.0	3	المنزل والعمل وأين ماتوجد
.70	1	أين ماتوجد وعند الأصدقاء
6.1	9	المنزل وأين ماتوجد وعند الاصدقاء
2.0	3	المنزل والعمل
2.7	4	المنزل وأين ماتوجد
%100	148	المجموع

2- العوامل المؤثرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي :

تضمن هذا المحور (3) فقرات رئيسة لمعرفة تأثيرها في نشر خطاب الكراهية حسب آراء عينة البحث وكانت الإجابات كالآتي :

أ- برأيك من هم المؤثرين في نشر خطاب الكراهية ؟

أما عن أكثر المؤثرين في نشر خطاب الكراهية حسب إجابات أفراد العينة هم أصحاب لاتجاه الديني اذ بلغت النسبة (35.1%) ويرى الباحث ان السبب في اختيار هذا البديل يعود للتأثير الكبير لخطاب الكراهية الديني في المجتمع العراقي والذي وتسبب في الكثير من المشاكل والحروب الطائفية في البلد , كما موضح في الجدول (رقم 10)

جدول (10) وصف إجابات العينة لأكثر المؤثرين

برأيك من هم المؤثرين في نشر خطاب الكراهية؟	العدد	%
نوع الجنس	24	16.2
الفئة العمرية	39	26.4
الاتجاه الديني	52	35.1
الاتجاه القومي	33	22.3
المجموع	148	%100

ب- ماهي برأيك أكثر الوسائل المؤثرة في نشر خطاب الكراهية ؟

ان أكثر الوسائل المؤثرة في نشر خطاب الكراهية حسب رأي أفراد العينة ، هي الانستغرام (Instagram) وبنسبة (25%) يليها الفيس بوك (facebook) وبنسبة (22.3%) ، يعود هذا بسبب إمكانية هذه التطبيقات للنشر العام وليس بشكل خاص ، كما تعد هذه المواقع من أكثر المواقع استخداماً لدى الشباب العراقي عموماً وطلبة الجامعات خاصة ، كما موضح في الجدول (رقم 10) .

جدول (11) وصف إجابات العينة للوسائل المؤثرة

ماهي برأيك أكثر الوسائل المؤثرة في نشر خطاب الكراهية ؟	العدد	%
واتساب	28	18.9
فايبر	30	20.3
الفيس بوك	33	22.3
تويتر	20	13.5

25.0	37	إنستغرام
%100	148	المجموع

ت. أكثر أشكال النشر مؤثرة في نشر خطاب الكراهية:

أكثر أشكال النشر تؤثر في نشر خطاب الكراهية هو (مقاطع الفيديو) ونسبة (43.2%) حسب إجابات أفراد العينة المبحوثة ، بسبب طبيعتها التفاعلية والمنظورة ، وهذا يعود الى تأثير الصورة بمختلف أنواعها على المتلقي ، اذ ان للصورة اثر كبير جدا ، كما موضح في الجدول (رقم 11) .

جدول (12) وصف إجابات العينة لأكثر أشكال النشر المؤثرة

أكثر أشكال النشر مؤثرة في نشر خطاب الكراهية	العدد	%
الكتابات النصية	50	33.8
مقاطع الفيديو	64	43.2
الرسائل الصوتية	34	23.0
المجموع	148	%100

3 - نشر خطاب الكراهية :

تضمنت استبانة البحث في محورها الخاص بقياس نشر خطاب الكراهية (18) فقرة ، لإيجاد مدى توافر نشر خطاب الكراهية لدى العينة المبحوثة ، و كانت نتائج الإجابات كالآتي :

بلغت قيمة الأهمية النسبية (72.01 %) وهي نسبة تؤكد اتفاق عينة الدراسة على فقرات هذا المتغير ، حيث سجل الوسط الحسابي له (1.84) الذي يقع ضمن الفترة (من 1.67 إلى 2.3) وهذا

يعني بأن إجابات العينة متجه نحو الحياد ، وانحراف معياري (0.88)، مما يشير إلى مدى تجانس الإجابات بخصوص فقرات متغير (نشر خطاب الكراهية) كما في الجدول (13) .

جدول (13) وصف إجابات العينة لفقرات المتغير المعتمد نشر خطاب الكراهية

الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات						الأبعاد	
			3		2		1			
			أتفق		محايد		لا أتفق			
			إجابات العينة والنسب المئوية							
%	f	%	f	%	F					
71.17	.9230	1.86	50	74	13.5	20	36.5	54	q1	Y نشر خطا ب الكراه ية
76.33	.9200	1.71	60.8	90	7.4	11	31.8	47	q2	
74.40	.8970	1.77	54.1	80	14.9	22	31.1	46	q3	
57.63	.8620	2.27	27.0	40	18.9	28	54.1	80	q4	
77.47	.8510	1.68	57.4	85	17.6	26	25	37	q5	
77.03	.8480	1.69	56.1	83	18.9	28	25	37	q6	
68.03	.9540	1.96	47.3	70	9.5	14	43.2	64	q7	
64.20	.8970	2.07	36.5	54	19.6	29	43.9	65	q8	
77.90	.9000	1.66	62.8	93	8.1	12	29.1	43	q9	
78.00	.8620	1.66	59.5	88	14.9	22	25.7	38	q10	
78.13	.8710	1.66	60.8	90	12.8	19	26.4	39	q11	
74.30	.9040	1.77	54.7	81	13.5	20	31.8	47	q12	
80.43	.8490	1.59	64.9	96	11.5	17	23.6	35	q13	
79.93	.8390	1.60	62.8	93	14.2	21	23	34	q14	
69.53	.8880	1.91	43.9	65	20.9	31	35.1	52	q15	

65.77	.8650	2.03	35.8	53	25.7	38	38.5	57	q16
59.00	.8890	2.23	30.4	45	16.2	24	53.4	79	q17
66.90	.8840	1.99	39.2	58	22.3	33	38.5	57	q18
72.01	0.88	1.84	الأجمالي						

وقد توزعت مستويات أهمية فقرات المتغير (نشر خطاب الكراهية) بين اعلى مستوى إجابة حققته الفقرة (q13) بوسط حسابي بلغت قيمته (1.59) وبانحراف معياري (0.849) ، وأهمية نسبية شكلت (80.43 %) ليؤكد ذلك اتفاق معظم أفراد عينة البحث على هذه الفقرة ، بما يرجح بأن نشر الخطاب هو (الشائعات والمعلومات الكاذبة لإقصاء وتهميش الآخر)، تليها الفقرة (q14) بوسط حسابي (1.60) وبانحراف معياري (0.839) ، وأهميه نسبية شكلت (79.93 %) ليؤكد ذلك اتفاق معظم أفراد عينة البحث على هذه الفقرة ، بما يرجح بأنه (نشر النصوص والصور ومقاطع الفيديو المسيئة والتي تحرض على كراهية الآخر) .بينما الفقرة (q4) حققت ادنى مستوى إجابة بين فقراته ، اذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لها (2.27) وسجل الانحراف المعياري (0.862) ، والأهمية النسبية شكلت (57.63 %)، ليؤكد ذلك على عدم اتفاق معظم أفراد العينة بأنه (شكل من أشكال حرية التعبير والحرية الشخصية في النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي).

ثالثاً : (اختبار فرضيات البحث)

تم استخدام معامل الارتباط (بيرسون) لغرض معرفة العلاقة بين متغيرات البحث و اختبار تأثير المتغيرات المستقلة في المتغير المعتمد باستخدام أنموذج الانحدار المتعدد ، و اختبار (F –test) و معامل التحديد R^2 لمعرفة نسبة تأثير ومساهمة المتغيرات المستقلة في المتغير المعتمد ، وشمل اختبار فرضيات البحث الفقرات الآتية :

1. اختبار فرضيات الارتباط

لاختبار فرضيات العلاقة الارتباطية بين (العوامل المؤثرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي) مع (نشر خطاب الكراهية) ، تم استخراج معامل الارتباط بين المتغيرات لتفسير قوة واتجاه الارتباط بين متغيرات

الفرضية، اذ ستقبل الفرضية اذا كانت قيمة معامل الارتباط محصورة بين (0.50) و (1) الصحيح دل ذلك على قوة العلاقة الارتباطية .

وتم تطبيق اختبار F (F-test) لمعرفة معنوية التأثير للمتغيرات المستقلة (العوامل المؤثرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي) في المتغير المعتمد (نشر خطاب الكراهية) ، فاذا كانت القيمة الاحتمالية Sig. أقل من مستوى المعنوية البالغ (0.05) يدل ذلك على وجود تأثير ذو دلالة معنوية ، والعكس صحيح ، واذا كانت القيمة المحسوبة لـ (F) أكبر من قيمتها الجدولية الاحتمالية يدل على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية والعكس صحيح ، وكذلك تم استخراج قيمة معامل التحديد (R^2) التي تبين نسبة تفسير (العوامل المؤثرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي) وتحقيقه لمتغير (نشر خطاب الكراهية) .

وسيتم اختبار الفرضيات على النحو الآتي:

الفرضية الرئيسية : (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين العوامل المؤثرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ونشر خطاب الكراهية)

وتتبع منها فرضيات ثانوية وهي :

- توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين نوع المؤثر و نشر خطاب الكراهية .
 - توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين الوسيلة و نشر خطاب الكراهية .
 - توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين شكل النشر ونشر خطاب الكراهية .
- وكانت نتائج اختبار فرضية الارتباط بين المتغير (العوامل المؤثرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي) و المتغير التابع المتمثل بـ(نشر خطاب الكراهية) على وفق آراء عينة البحث ، والتي يوضحها الجدول (14) كالآتي :

أ- قبول الفرضية الثانوية الأولى التي مفادها (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين نوع المؤثر و نشر خطاب الكراهية) وبنسبة ثقة (95 %) ، اذ سجلت قيمة معامل الارتباط (0.51) وهي معنوية ليرسخ ذلك وجود الارتباط بينهما، ووجود تأثير لمتغير (نوع المؤثر) بـ(نشر خطاب الكراهية) ، اذ بلغت قيمة F المحتسبة (4.510) وهي معنوية وهذا يعني قبول الفرضية (يوجد تأثير بين المتغيرين) ، أما قيمة معامل التحديد (0.26 %) وهي التي تشير الى نسبة تأثير ومساهمة (نوع المؤثر) بـ(نشر خطاب الكراهية).

ب- قبول الفرضية الثانوية الثانية التي مفادها (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين نوع الوسيلة و نشر خطاب الكراهية) وبنسبة ثقة (95 %) ، اذ سجلت قيمة معامل الارتباط (0.56) وهي معنوية ليرسخ ذلك وجود الارتباط بينهما . و وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لمتغير (نوع الوسيلة) ب(نشر خطاب الكراهية) ، اذ بلغت قيمة F المحتسبة (4.353) وهي معنوية وهذا يعني قبول الفرضية (يوجد تأثير بين المتغيرين) ، أما قيمة معامل التحديد (0.31%) التي تشير إلى نسبة تأثير ومساهمة (نوع الوسيلة) ب(نشر خطاب الكراهية).

ت- قبول الفرضية الثانوية الثالثة التي مفادها (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين أشكال النشر و نشر خطاب الكراهية) وبنسبة ثقة (95 %) ، اذ سجلت قيمة معامل الارتباط (0.59) وهي معنوية ليرسخ ذلك وجود الارتباط بينهما .ووجود تأثير ذي دلالة إحصائية لمتغير (أشكال النشر) بـ(نشر خطاب الكراهية) ، اذ بلغت قيمة F المحتسبة (4.018) وهي معنوية وهذا يعني قبول الفرضية (يوجد تأثير بين المتغيرين) ،أما قيمة معامل التحديد (0.34 %) التي تشير إلى نسبة تأثير ومساهمة (أشكال النشر) بـ(نشر خطاب الكراهية).

ث - قبول الفرضية الرئيسية التي مفادها (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين مواقع التواصل الاجتماعي ونشر خطاب الكراهية) وبنسبة ثقة (95 %) ، اذ سجلت قيمة معامل الارتباط (0.67)، وهي معنوية ليرسخ ذلك الارتباط المقبول بينهما . و وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لمتغير (مواقع التواصل الاجتماعي) بـ(نشر خطاب الكراهية) ، اذ بلغت قيمة F المحسوبة (4.015) وهي معنوية وهذا يعني الفرضية (يوجد تأثير بين المتغيرين) ، أما قيمة معامل التحديد (0.44 %) التي تشير إلى نسبة تأثير ومساهمة (العوامل المؤثرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي) بـ(نشر خطاب الكراهية).

- اختبار الفرضيات بأسلوب الانحدار البسيط:
- كانت النتائج حسب الجدول (14) كالآتي :

جدول (14) نتائج اختبار الفرضية الرئيسية (العلاقة و التأثير) لأبعاد مواقع التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهة

المتغيرات		معامل	الحد	معامل	F- test	القيمة	التفسير
المستقل	المعتمد	بين	الثابت	معامل	التحديد	الاحتمالية	الجدولية
		الارتباط		الانحدار	% R ²	sig.	
			a	β		المحتسبة	

وجود									
الارتباط									
بين									
المؤثرين	0.000	4.510	0.26	0.175	1.641	0.51		نوع المؤثر	
ونشر									
خطاب									
الكراهية									
وبالتالي									
قبول									
الفرضية									
الثانوية									
الاولى									
عليه									
يوجد									
تأثير									
وجود									
الارتباط									
بين نوع								نشر	
الوسيلة	0.000	4.353	0.31	0.43	1.971	0.56		خطاب	
المؤثرة		3.94						الكراهية	
ونشر									نوع
خطاب									الوسيلة
الكراهية									
وبالتالي									
قبول									
الفرضية									
الثانوية									
الثانية									
عليه									
يوجد									

تأثير								
وجود								
الارتباط								
بين								
أشكال	0.000	4.018	0.34	0.313	1.897	0.59		أشكال
النشر								النشر
ونشر								
خطاب								
الكراهية								
وبالتالي								
قبول								
الفرضية								
الثانوية								
الثالثة								
عليه								
يوجد								
تأثير								
وجود								
الارتباط								
بين								
العوامل	0.000	4.015	0.44	0.81	1.859	0.67		العوامل
المؤثرة								المؤثرة
عبر مواقع								عبر مواقع
التواصل								التواصل
الاجتماعي								الاجتماعي
ونشر								
خطاب								
الكراهية								
وبالتالي								
قبول								

الفرضية		
الرئيسية		
عليه		
يوجد		
تأثير		

يوضح الجدول السابق قيمة معامل التحديد (0.44%) أي ان المتغيرات المستقلة تفسر التباين الحاصل في نشر خطاب الكراهية . ويوضح الاختبار معنوية الانحدار ونلاحظ قيمة sig. هي (0.000) وهي أقل من 0.05 وبالتالي نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل أي يوجد تأثير بوجود المتغيرات المستقلة المؤثرة في المتغير التابع.

• اختبار الفرضيات بأسلوب الانحدار المتعدد:

تم تطبيق اختبار F (F-test) لمعرفة معنوية العلاقة والتأثير بين العوامل المؤثرة (مجتمعة) في المتغير المعتمد (نشر خطاب الكراهية) ، وكانت النتائج يوضحها الجدول (15) وكالاتي:

جدول (15) نتائج اختبار فرضيات العلاقة و التأثير للعوامل المؤثرة في نشر خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المتغيرات	الحد الثابت	معامل الانحدار	معامل التحديد R^2	F- test		معامل الارتباط	التابع	المستقل
				القيمة الاحتمالية sig.	المحتسبة الجدولية			
العوامل								نوع المؤثر
المؤثرة								نوع الوسيلة
عبر مواقع								التواصل
التواصل								أشكال النشر
الاجتماعي								
توجد								
علاقة								
وتأثير								
يوجد								
العوامل								
المؤثرة								
مجتمعة								

من الجدول أعلاه نلاحظ أن العوامل المؤثرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي مجتمعة تساهم في نشر خطاب الكراهية بنسبة (0.60%) .

الاستنتاجات والتوصيات

أولا : الاستنتاجات

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين (عوامل مؤثرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي) و(نشر خطاب الكراهية) حسب إجابات عينة البحث :-
2. توجد علاقة وتأثير ذات دلالة إحصائية بين نوع المؤثر ونشر خطاب الكراهية.
3. توجد علاقة وتأثيرات دلالة إحصائية بين نوع الوسيلة ونشر خطاب الكراهية.
4. توجد علاقة وتأثير ذات دلالة إحصائية بين أشكال النشر ونشر خطاب الكراهية.
5. توجد علاقة وتأثير ذو دلالة إحصائية بين مواقع التواصل الاجتماعي و نشر خطاب الكراهية.
6. أكدت النتائج على ضوء إجابات أفراد العينة أن أشكال النشر هي الأعلى تأثيرا في نشر خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
7. أكد أفراد عينة البحث أن خطاب الكراهية عبارة عن شائعات ومعلومات كاذبة يقوم بها بعض الأفراد لأقصاء وتهميش الآخرين ، وإثارة الفوضى الاجتماعية التي قد تصل الى حد العنف .
8. اتفقت أغلب آراء العينة على أن نشر مقاطع الفيديو و النصوص والصور المسيئة لها دور كبير في التحريض على كراهية الآخرين .
9. اتفقت آراء أفراد العينة على أن ذوي الاتجاه الديني المتطرف هو الأكثر تأثيرا في نشر خطاب الكراهية
10. يعد تطبيق الانستغرام (Instagram) والفيس بوك (Facebook) هما أكثر الوسائل مؤثرة في نشر خطاب الكراهية حسب وجهة نظر أفراد العينة المبحوثة .
11. أكثر أشكال النشر هي (مقاطع الفيديو) مؤثرة في نشر خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ثانيا : التوصيات

1. العمل على التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي بحذر ، من خلال :

- أ. نشر الوعي بين أبناء المجتمع بضرورة عدم نشر المضامين والرسائل الإعلامية التي تسيء إلى فرد أو مجموعة بسبب انتمائهم الديني أو الطائفي أو العرقي.
- ب. عد النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي شكل من أشكال حرية التعبير والحرية الشخصية في النشر بشرط عدم الأخلال بشروط الذوق العام .
2. عدم تضخيم المشاكل واختلاقتها وزيادة العنف بكافة أشكاله و عدم التحريض على العنف اللفظي تجاه المختلف.
3. وضع ضوابط قانونية ومهنية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي حتى لا يساء استخدامها في نشر خطاب الكراهية .
4. عدم إثارة مواضيع تاريخية مختلف عليها لإثارة النزاعات والاقتتال في مواقع التواصل الاجتماعي.
5. الحرص على نشر ثقافة احترام الأخ وعدم الاعتداء اللفظي أو الجسدي ومحاولة إظهار عيوب الآخرين .

قائمة المصادر

- (1) Discours, F. (2000). *socil thery and socil research*. journal of sociling.
- (2) اريك ميغري. (2019). *سوسيولوجيا الاتصال والميديا*. (نصر الدين العياضي، المترجمون) البحرين: هيئة البحرين للثقافة والترجمة والآثار.
- (3) اريك ميغري. (2019). *سوسيولوجيا الاتصال والميديا*. (نصر الدين العياضي، المترجمون) البحرين: هيئة البحرين للثقافة والترجمة والآثار.
- (4) أغنيو كاكاياردون، و وآخرون. (2015). *مكافحة خطاب الكراهية في الانترنت*. فرنسا: منظمة اليونسكو.
- (5) انتونيلا بيرني، و وآخرون. (2022). *معالجة خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي*. منظمة اليونسكو.
- (6) بركات عبد العزيز. (2012). *مناهج البحث الاعلامي*. القاهرة: دار الكتاب الحديث.
- (7) جاسم طارش العقابي. (2017). *مدخل الى مناهج البحث الاعلامي*. بغداد: مكتبة عدنان للطباعة.
- (8) ستيفان فيال. (2018). *الكينونة والشاشة*. (ادريس كثير، المترجمون) البحرين: هيئة البحرين للثقافة والآثار.
- (9) فريد صحراوي. (2022). *مكافحة خطاب الكراهية في البيئة الرقمية* (الإصدار المجلد 6 العدد1). الجزائر: مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية.

- 10) كاظم كريم، و داوود عبد السلام . (2014). *مناهج البحث العلمي*. بغداد: جامعة بغداد.
- 11) محمد شومان. (2015). *تحليل الخطاب الاعلامي*. القاهرة: الدر المصرية اللبنانية للطباعة والنشر.
- 12) محمد صبحي سعيد. (2019). *جرائم التمييز والحض على الكراهية والعنف*. القاهرة.
- 13) نديم منصوري. (2019). *الانترنت والتواصل الرقمي*. بيروت: منتدى المعارف.
- 14) نديم منصوري. (2022). *العصبية في المجتمع الرقمي*. بيروت: منتدى المعارف.
- 15) نزهت الدليمي. (2015). *الخطاب الدعائي*. الاردن: دار النفائس للنشر والتوزيع.
- 16) هشام عطية عبد المقصود. (2012). *دراسات في تحليل الخطاب الاعلامي*. القاهرة: دار العالم العربي.