



دور القائم بالاتصال بالتعامل مع المضامين التفاعلية على مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بمفاهيم الكراهية

الباحث. حيدر محمد خلاوي الزركاني

جامعة سومر / مدير قسم الاعلام والعلاقات العامة

Haedralzrkine@gmail.com

الملخص

هدفت الدراسة التعرف على دور القائم بالاتصال بالتعامل مع المضامين التفاعلية على مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بمفاهيم الكراهية، وفقا للمعايير المهنية والذاتية لدور القائم بالاتصال في مواجهة خطاب الكراهية من خلال دراسة مسحية على عينة مقصودة مقدارها (١٠٠) مفردة، على القائم بالاتصال في جميع المؤسسات الإعلامية العراقية، المكتوبة والمسموعة والمرئية، من خلال أداة الاستبانة. وكانت اهم النتائج التي توصل اليها الباحث ان أكثر القائمين بالاتصال تعرضوا الى خطاب الكراهية بنسبة (٨٧%) ضمن مضامين تفاعلية التعليقات على مواقع التواصل الاجتماعي، وان الفيسبوك أكثر الوسائل التي يتعرض فيها القائمون بالاتصال لخطاب الكراهية بنسبه (٩٠%)، وكانت نسبه المؤيد بشده (٥٨%) لحجب اي محتوى يتضمن خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي، وان فئة موافق بشده جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٤٣%) بعدم السماح بان تكون مواقع التواصل الاجتماعي مساحة لنشر محتوى يحرض على خطاب الكراهية تحت مسمى حرية التعبير.

الكلمات المفتاحية: (القائم بالاتصال، المضامين التفاعلية، مواقع التواصل الاجتماعي).

The role of the communicator in dealing with the interactive content

on social networking sites related to hate concepts

Researcher: Haider Mohammed Khalawi Al-Zarkani

Sumer University / Director of the Department of Media and Public

Relations



Abstract

The study aimed to identify the role of the communicator in dealing with interactive content on social media sites related to concepts of hatred, in accordance with the professional and subjective standards for the role of the communicator in confronting hate speech, through a survey study on an intended sample of (100) individuals, on the communicator in all Iraqi media institutions, written, audio, and visual, through the questionnaire tool.

The most important results reached by the researcher were that most of the communicators were exposed to hate speech, at a rate of 87%, within the content of interactive comments on social networking sites, and that Facebook was the means through which the communicators were most exposed to hate speech, at a rate of 90%, and the percentage of those who strongly supported it was 58%, to block Any content that includes hate speech on social media sites, and the results showed that the strongly agree category came in first place with a rate of 43%, do not allow social media sites to be a space for publishing content that incites hate speech under the name of freedom of expression.

Keywords: (communicator, interactive content, social networking sites).

المقدمة

في ظل التطور التكنولوجي الذي حول العالم الى قرية صغيرة لا حدود لها في التواصل بين الافراد في شمال الكرة الأرضية وجنوبها او شرقها وغربها ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي، جوهر هذه القرية في تواصل الافراد فيها دون كلفة باهضة وسرعة كبيرة في نقل الأخبار والمعلومات إلى أكبر عدد من الجمهور، وكذلك تلقيها للتغذية الراجعة على رسائلها الاتصالية بشكل فوري.

وبظهور مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت نقطة تحول في عالم الاتصال الجماهيري، بفرض ابجدياتها في العملية الاتصالية بتحولها من مرسل ووسيلة ومتلقي الى ان الأخير أصبح مرسل



وملتقي في الوسيلة الإعلامية، وكذلك بإمكان أي فرد الحصول علي احد مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك والتويتر والإنستغرام واليوتيوب والخ) من خلال الدخول على الانترنت والتسجيل مجانا دون شرط او قيد سوى تدوين المعلومات الرئيسية الشخصية مع أميل الالكتروني او رقم الهاتف، ومن ثم بإمكانه النشر او مشاركة ما ينشر او التعليق على المنشورات دون رقابة أو فضاء مقيد.

وان سهولة الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي جعل الافراد يتواجدون فيها بسهولة دون الحاجة الى التقيد المفروض في تصفح الصحيفة او الاستماع الى المذيع او مشاهدة التلفزيون، لذا ليس من السهل تجاهلها من قبل المؤسسات الإعلامية المكتوبة والمسموعة والمرئية فأصبح التواجد في هذه المواقع ضرورة في البحث عن قارئ او مستمع او مشاهد هاربا من المتابعة التقليدية الى المتابعة الحديثة، في هذه المواقع.

وعلى هذا الغرار بدأت المؤسسات الإعلامية ومنها القنوات التلفزيونية بأنشاء منصات لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي لبث اخبارها او برامجها بشكل مباشر او تسجيل وبالمقابل تستقبل اراء المتفاعلين من الافراد المتواجدين على مواقع التواصل الاجتماعي عبر خاصية التعليق ليعبر عن رأيه الشخصي بما يتناسب وقناعاته وافكاره بحرية كاملة.

والآراء المطروحة من خلال خاصية التعليق على ما ينشر من اخبار وبرامج للقنوات التلفزيونية التي تندرج تحت عناوين الحرية في تبادل الآراء والأفكار أصبح بعضها ضمن خطاب الكراهية سواء كان هذا الرأي من رؤية شخصية للمتلقي او لأجندات ما، مما يفرض دورا للقائم بالاتصال في المؤسسة الإعلامية في كيفية مواجهة مفاهيم الكراهية من خلال مانتيجها مواقع التواصل الاجتماعي بخاصية حذف التعليق أو الاخفاء أو الرد عليه أو لا، الذي أصبح ينهج سلوكا ذات تأثير على المجتمع بتمزيقه دينيا او سياسيا او اجتماعيا او ثقافيا.

الإطار المنهجي



مشكلة الدراسة:

انتقال الفرد في مشاهدة القنوات التلفزيونية من النمط التقليدي الى النمط الالكتروني، مواقع التواصل الاجتماعي، اتاحة للمتلقي بالتفاعل عبر خاصية التعليقات على الاخبار او البرامج التي تبثها هذه القنوات من خلال البث المباشر أو مواد تسجيلية، فأصبح بإمكان المشاهد أن يطرح رأيه الشخصي بحرية ودون تقييد، لكن عدم التميز ما بين حرية التعبير عن الرأي وخطاب الكراهية الذي يفرض على القائم بالاتصال في القنوات التلفزيونية بمواجهة ما يطرح من الفاظ ورموز وعبارات ذات ملامح مباشرة او غير مباشرة تندرج تحت مفهوم خطاب الكراهية.

وتكمن مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس: ما دور القائم بالاتصال بالتعامل مع المضامين التفاعلية على مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بمفاهيم الكراهية؟

أهمية الدراسة:

-تقدم الدراسة بحثا علميا حديثا للمكتبات العلمية والتدريسية والطلبة في الجامعات العراقية لإكمال السلسلة البحثية من الدراسات السابقة المشابهة للموضوع.

-تكمن أهمية الدراسة بتوفير معلومات يستفيد منها القائمين بالاتصال في مواجهة المضامين التفاعلية على مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بمفاهيم الكراهية.

-تأتي الفائدة من هذه الدراسة بوضع استراتيجية علمية كخارطة طريق للقنوات التلفزيونية العراقية في كيفية مواجهة المضامين التفاعلية على مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بمفاهيم الكراهية.

اهداف الدراسة:

-تأثير المضامين التفاعلية على مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بمفاهيم الكراهية على المعايير الذاتية للقائم بالاتصال.

-أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي تتعرض لمحتوى التحريض على خطاب الكراهية.

-امكانية القائم بالاتصال بتحقيق أهداف المؤسسة الإعلامية في الحفاظ على الصالح العام.



-الدور المطلوب من القائم بالاتصال في مواجهة المضامين التفاعلية على مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بمفاهيم الكراهية.

أسئلة الدراسة:

-ما مدى تأثير المضامين التفاعلية على مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بمفاهيم الكراهية على المعايير الذاتية للقائم بالاتصال؟

-ما أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي تتعرض لمحتوى التحريض على خطاب الكراهية؟

-ما امكانية القائم بالاتصال بتحقيق أهداف المؤسسة الإعلامية في الحفاظ على الصالح العام؟

-ما الدور المطلوب من القائم بالاتصال في مواجهة المضامين التفاعلية على مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بمفاهيم الكراهية؟

فروض الدراسة:

-توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجات دور القائم بالاتصال بالتعامل مع المضامين التفاعلية على مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بمفاهيم الكراهية والعوامل الديموغرافية (النوع، العمر، التحصيل الدراسي).

-توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات دور القائم بالاتصال بالتعامل مع المضامين التفاعلية على مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بمفاهيم الكراهية وملكية الوسيلة.

مصطلحات الدراسة:

-القائم بالاتصال: وهو من يعمل على انتقاء المعلومات التي ترتبط بقواعد العمل والمهنية والقواعد التنظيمية أكثر من ارتباطها بتفضيلات شخصية، فالأدوار التي يقوم بها تركز على التأثير على المادة الإعلامية بالدرجة الأولى (مهنا، ٢٠٠٢).

-التفاعلية: هي أحد إمكانيات القوى الدافعة نحو انتشار استخدام وسائل الاعلام الجديدة وقد تكون بين المرسلين والمستقبلين أي بين الرسالة وقرائها (شفي، ٢٠١٠).



-مواقع التواصل الاجتماعي: شبكات الالكترونية تسمح بانشاء صفحة شخصية وربطها مع اعضاء من شتى بلدان العالم ومن هذه المواقع الفيسبوك وانستغرام وتويتر (المدهون، ٢٠١٢).

-مفاهيم الكراهية: كل حديث يأجج الكراهية بين الافراد، من خلال الاقصاء او تحجيم الحقوق او اغتيال الشخصية (السرhan، ٢٠١٧).

النظرية المستخدمة:

نظرية حارس البوابة:

مفهوم حارس البوابة: هم الاشخاص الذين يقومون بجمع الاخبار والمعلومات من مصادرها الاخبارية سواء اكانت وكالات انباء او صحف او مراسلين او افراد او جماعات او جماهير (المشاقبة، ٢٠١١، ص ١٩١).

-العوامل المؤثرة على حارس البوابة في البيئة الاعلامية الالكترونية:

-جدة وحداثة الادوات الفنية والتكنولوجية التي يتم توظيفها.

-ضغوط الطلب المتزايد للحصول على الارباح فيما يتعلق بالإعلانات الالكترونية.

-كيفية التثبت من المصادر التي يتعامل معها خاصة المصادر المجهلة (بخيت، ٢٠٠٤، ص ١٣١).

وتعد نظرية حارس البوابة التي تقترض نقل المعلومات يمر عبر مراحل، وهذه المراحل تتأثر بالعوامل الذاتية والمهنية وقيم المجتمع للقائم بالاتصال، التي يفترض الباحث في انها تحقق قياس مدى تعامل القائم بالاتصال مع مضامين الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

نظرية المسؤولية الاجتماعية:



مفهوم المسؤولية الاجتماعية: هي العلاقة بين الافراد والوسيلة الإعلامية، والتي يتحكم فيها الفرد من خلال تأثير العامل الاجتماعي والنفسي بدوافع الاستخدام وإدراك المعاني (روان، ٢٠٠٧، ص٢).

ويعتمد أصحاب المسؤولية الاجتماعية أنه تقع على الوسيلة الاعلامية مسؤولية تنوير الجماهير بالحقيقة والأرقام حتى يستطيع المتلقي إصدار حكم متزن وصحيح على الأحداث بصورة العامة (محمد، ١٩٨٦، ص ٢١٦).

عناصر المسؤولية الاجتماعية:

-الاهتمام.

-الفهم.

-المشاركة.

الدراسات السابقة:

-الرحمانه (٢٠١٨)، خطاب الكراهية في شبكة الفيس بوك في الأردن

هدفت الدراسة الى معرفة الكراهية واشكالها المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على الأردنيين وكذلك تبين اثار الكراهية وأثارة منظومة القيم الدينية والثقافية للمواطن الاردني، واستخدم الباحث المنهج المسحي الوصفي على عينة عشوائية (٤٠٠) مفردة، باستخدام أداة الاستبانة، وكانت اهم النتائج تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على اثارة الفتن بين افراد المجتمع، وتؤدي الى التفرقة والتناحر وأنها تفقد المجتمع تماسكه فيصبح ضعيفا امام الازمات، وكذلك ان دور التواصل الاجتماعي تجاه خطاب الكراهية يعتمد على استخدام الشخص حسب مستواه الاجتماعي والتعليمي.

-السرhan، (٢٠١٧)، الإعلام الجديد وخطاب الكراهية استراتيجيات المواجهة.



هدفت الدراسة معرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات طلبة جامعة الزرقاء وسلوكياتهم، وأكثر المواقع التي يستخدمونها الطلبة، واستخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي على عينة من طلبة جامعة الزرقاء من مختلف كلياتها (١٣٠) مفردة، وكانت اهم النتائج التي توصل اليها الباحث ان نسبة الذي تعرضوا لخطاب الكراهية من طلبة الدراسة العينة بلغت ٨٢.٨٥% وهي نسبة عالية، وتشير الى ان هناك ارض خصبة وممارسة حقيقة لخطاب الكراهية عبر التواصل الاجتماعي، وكانت الحصاة الأكبر باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي هي الفيسبوك بنسبة ٨٤،٦٥%.

المقبول.

MEZA-، (٢٠١٦)، الكراهية في وسائل الإعلام الرومانية على الإنترنت.

هدفت هذه الدراسة الى ان خطاب الكراهية في ثلاثة من أهم المساحات على الإنترنت للتعبير العام: تعليقات المستخدمين على صفحات فيسبوك، والمدونات، ومنافذ الأخبار على الإنترنت، حيث تم تحليل التكرار المشترك للمصطلحات التي تشير إلى أهداف متكررة للخطاب الذي يحض على الكراهية، في عينة تضم أكثر من ٢.٦ مليون تعليق، وكانت اهم النتائج حدوث انخفاض نسبي لظاهرة الكراهية أقل من ١% في العينة التي تم تحليلها، ولكن أيضا العديد من السياقات والأطر الزمنية المحددة بشكل جيد مع ارتفاع نسبة خطاب الكراهية، ما يشير إلى إمكانيات المزيد من العمل المتعمق مع التركيز بشكل خاص على هذه السياقات الخاصة.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

- صياغة عنوان الدراسة
- صياغة مشكلة الدراسة.
- استخدام نظريتي حارس البوابة والمسؤولية الاجتماعية ومن ثم توزيعهما مع اهداف الدراسة.
- تحديد منهج الدراسة وطريقة العينة.



-الاستفادة من نتائج وتوصيات الدراسات السابقة في صياغة الفروض.

نوع الدراسة ومنهجها:

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي وبشكل فرعي على المنهج المسحي الذي يعد من أبرز المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية، ويشمل المسح للقائم بالاتصال بالتعامل مع المضامين التفاعلية على مواقع التواصل الاجتماعي لوسائل الاعلام العراقية، المكتوبة والمسموعة والمرئية، في مواجهة خطاب الكراهية.

مجتمع الدراسة:

يمثل مجتمع الدراسة القائم بالاتصال في وسائل الاعلام العراقية، المكتوبة والمسموعة والمرئية.

عينة الدراسة:

العينة هي جزء من مجتمع الدراسة، ولكون مجتمع البحث في هذه الدراسة صغير فقد لجأ الباحث الى استخدام أسلوب الحصر الشامل للقائم بالاتصال، بعينة مقدارها (١٠٠) مفردة شملت مدير المؤسسة ومدير التحرير وسكرتير التحرير والمحضر والمراسل، في الوسائل الاعلامية العراقية المكتوبة والمسموعة والمرئية.

أداة الدراسة:

اداة الدراسة تعني الوسيلة لجمع البيانات اللازمة لإجابة تساؤلات البحث، وقد استخدم الباحث الاستبانة ليجمع بها المعلومات اللازمة لإجابة التساؤلات.

حدود الدراسة:

الحدود المكانية: العراق.

الحدود البشرية: القائم بالاتصال في الوسائل الاعلامية.

الحدود الزمنية: تم اجراء هذا الدراسة للفترة الزمنية من ٢٠٢٤/٦/١ إلى ٢٠٢٤/٩/١.



الحدود الموضوعية: دور القائم بالاتصال بالتعامل مع المضامين التفاعلية على مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بمفاهيم الكراهية.

إجراءات الصدق والثبات:

-صدق أداة الدراسة:

كان الباحث بعرض أداة الدراسة بعد تصميمها على خمسة من المختصين في الاعلام.

-ثبات أداة الدراسة:

قام الباحث بإعطاء عينة بنسبة (٢٠%) من عينة الدراسة بعد ان تخضع لمحلل اخر وسيتم استخدام معامل كورنباخ الفا.

الإطار النظري

مفهوم مواقع الاتصال الاجتماعي:

عملية يتم فيها التفاعل بين المرسل والمستقبل في الرسالة محددة بنطاق اجتماعي معين ومن خلال وسيط معروف لتحقيق غاية منشودة (المطيري، ٢٠١٧).

انواع مواقع التواصل الاجتماعي:

تصنف مواقع التواصل الاجتماعي إلى أنواع عديدة وذلك حسب طبيعة استخدامها ومنها :

-الفيس بوك: دفتر يحمل صورة ومعلومات الأفراد ومن هنا جاءت تسميته والفيس بوك بالإنجليزية موقع ويب التواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجاناً (حمودة، ٢٠١٣).

-انستغرام: مجموعة من الشبكات الإلكترونية تسمح للمستخدم بإنشاء حساب صفحة خاصة ويتبادل من خلالها المعلومات والقيم، والعادات والتقاليد والتعارف بطريقة أكثر سهولة (الشرعة،

(٢٠١٧)



-تويتر: هو أحد شبكات التواصل الاجتماعي، أخذ اسمه من مصطلح تويت بمعنى (تغريد)، أما من الناحية العلمية فهو خدمة مصغرة تسمح لمستخدميه إرسال رسائل نصية قصيرة.

تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي:

هناك الكثير من الآثار السلبية التي يخلفها مواقع التواصل الاجتماعي ومنها :

-إضاعة الوقت: عند استخدام الشخص للفيسبوك ويبدأ بالتصفح من صفحة الى صفحة ومن ثم الدردشة ومن بعدها قراءة الرسائل فسهولة يستنزف الوقت وإضاعته.

-الإدمان وإضعاف المهارات: يشكل الجلوس أمام جهاز الاعلام الآلي أثناء تصفح مواقع التواصل الاجتماعي بمرور الزمن إيماناً لصاحبه وبذلك فهو ينتقل من الواقع الى الخيال، ما يؤدي الى إضعاف وفقد مهارة التواصل المباشر مع المجتمع.

-أثره على القيم الدينية: توجد صفحات على الفيس ترسخ القيم الاجتماعية والثقافية والدينية في عقول الأفراد، وبالعكس هذا ما يهدف إلى غرس الرذيلة والفاحشة، وتهديم قيم الفرد والمجتمع (الاشهب، ٢٠١٧).

-أثره على الجانب النفسي: سرعان ما تحول موقع الفيس بوك إلى إدمان يستنزف وقت الناس بشكل لا يصدق، ويقوم بتشجيع عادات سيئة مثل الفضول، مراقبة حياة الآخرين.

-أثره على الجانب الاجتماعي: يعتبر الفيس بوك أحد أسباب تدهور العلاقات الأسرية، فأسهم في إفساد الإحساس الاجتماعي بين أفراد المجتمع، فقد قرب ما هو بعيد وأبعد القريب (سعاد، ٢٠١٦).

مفهوم القوائم بالاتصال:

مهمه تتجاوز مجرد ان يكون ناطق رسمي مكلف بإيصال وجهات نظر المسؤولين في المؤسسة الى الجمهور الى مهمته الأساسية باعتباره نقطة الوصل والالتقاء بين الجمهور والمؤسسة والناقل الامين الذي بفضلله يتم تبادل المعلومات الصاعدة والنازلة بشكل الذي يكفي لخلق الثقة والمحافظة على استقرار المؤسسة وتطورها ما يجعل الجمهور يعتبر نفسه شريكا لها.



مهام القائم بالاتصال:

أولاً: ان تكون صورة المؤسسة حقيقية: يؤكد التزام الحقيقة صحة القول ويستدعي الامر التعريف بالمؤسسة على ما هي عليه .

ثانياً: ان تكون صورة إيجابية: اذ ينبغي على القائم بالاتصال استغلال الاوقات المناسبة التي تعتبر عن أحسن احوال المؤسسة لرفع من قيمة المؤسسة.

ثالثاً: ان تكون صور: ثابتة: على القائم بالاتصال ان يعمل من اجل الحفاظ عليها من التبدل من اي تغير بفعاليتها المبنية على صدق الصورة (الحاج، ص ٢٩).

خطاب الكراهية:

يصور على انه اي تعبير ينشر او يحرض او يروج او يبزر الكراهية تجاه العرق او كراهية الاجانب او اي شكل اخر، هو التحيز اتجاه فرد او مجموع من الاشخاص الذين يتشاركون بخصائص متشابهة من العرق والجنس، اي تعبير يعتبر بغضاً من خلال استخدام النص او الصوت او الصور لنزع الصفة الإنسانية عن الاعضاء الذين ينتمون الى المجموعة المستهدفة، والانترنت هو احد تلك المنصات التي تسمح بالتواصل بين الافراد بشكل واضح عبر مواقع التواصل الاجتماعي بتساعد خطاب الكراهية بسبب استخدامها لنشر اشكال مختلفة من التمييز، ولفتره طويله لم تفعل الشركات العاملة على وسائل التواصل الاجتماعي للحفاظ على منصاتها حتى تكون خاليه من خطاب الكراهية (حسين، ٢٠٢٣).

الإطار التحليلي

تحليل نتائج الدراسة:



جدول (١)

عينة الدراسة حسب النوع

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	93	93%
انثى	7	7%
المجموع	100	100%

يبين الجدول (١) لتوزيع عينة الدراسة حسب الجنس الأول ان نسبة الذكر بلغت 93% وهي أكثر من نسبة الاناث والتي بلغت 7%.

جدول (٢)

عينة الدراسة التحصيل الدراسي

النوع	التكرار	النسبة المئوية
بكالوريوس	٧١	٧١%
دبلوم	٨	٨%
ماجستير	١٣	١٣%
دكتوراه	٨	٨%
المجموع	١٠٠	١٠٠%

بين الجدول (٢) ان التحصيل الدراسي فئة البكالوريوس جاءت في المرتبة الأولى بنسبة ٧١%، فيما جاءت فئة الماجستير في المرتبة الثانية بنسبة ١٣%، وهما أكثر نسبتين للتحصيل الدراسي من بقية الفئات.



جدول (٣)

عينة الدراسة حسب العمر

النوع	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ٢٥ سنة	٢	٢%
من ٢٥ سنة الى اقل من ٣٥ سنة	37	37%
من ٣٥ سنة الى اقل من ٤٥ سنة	35	35%
من ٤٥ سنة فما فوق	26	26%
المجموع	١٠٠	١٠٠%

بين الجدول (٣) ان العمر من ٢٥ سنة الى اقل من ٣٥ سنة جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 37%، فيما جاءت فئة من ٣٥ سنة الى اقل من ٤٥ سنة في المرتبة الثانية بنسبة 35%، ويرى الباحث ان هاتين الفئتين جاءت في المرتبة الأولى والثانية كون القائم بالاتصال هم من أصحاب هذه الاعمار كونهم من العاملين في المؤسسات التي تعتمد على من لديهم خبرة مهنية في العمل الإعلامي.

جدول (٤)

هل سبق ان تعرضت الى خطاب تضمن كلمات وعبارات كراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

هل سبق ان تعرضت الى خطاب تضمن كلمات وعبارات كراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	نعم	لا	المجموع
	٩٠	١٠	١٠٠
النسبة المئوية	٩٠%	١٠%	١٠٠%



يبين الجدول (٤) ان نسبة الذين تعرضوا الى خطاب الكراهية ٩٠% وهذا يدل على ان وسائل التواصل الاجتماعي وسيله سهلة لنشر خطاب الكراهية لعدم وجود ضابط حقيقي لفلتره التعليقات مما يجعل القائمين بالاتصال يدركون بالفعل ما المقصود بخطاب الكراهية بنسبه كبيرة.

جدول (٥)

ما أكثر وسائل التواصل الاجتماعي التي تعرضت فيها لخطاب الكراهية

ما أكثر وسائل التواصل الاجتماعي التي تعرضت فيها لخطاب الكراهية	التكرار	النسبة المئوية
الفيسبوك	٧٥	%٧٥
تويتر	١١	%١١
انستغرام	٨	%٨
تيك توك	٦	%٦
المجموع	١٠٠	%١٠٠

يبين الجدول (٥) ان الفيسبوك أكثر الوسائل التي يتعرض فيها القائمون بالاتصال لخطاب الكراهية بنسبه ٧٥% ما يعني انها وذلك لكونها وسط اجتماعي يحتوي على ثقافات متعددة لا تتوفر في اي موقع اخر ويمكن استغلالها في نشر والآراء والافكار المحرصة على خطاب الكراهية دون رقابة او خوف من عقوبة للناشر.

جدول (٦)

كيف ترد على خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي

كيف ترد على خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية
أرد مباشرة	١٢	%١٢



٨٣	%٨٣	اتجاهل المنشور ولا أرد
٥	%٥	اطلب المشورة
٠	%٠	ابدأ بحملة مضادة
١٠٠	%١٠٠	المجموع

يبين جدول (٦) ان اتجاهل المنشور ولا أرد جاء في المرتبة الاولى بنسبة ٨٣% وهذا يعني ان هناك إدراك من قبل القائمين بالاتصال بان الرد على محتوى هذا الخطاب يمكن ان ينفلت ويخلق ازمة تفاعل لهذا الخطاب بدل من الرد عليه مباشرة.

جدول (٧)

يجب ان تقوم الجهات الرقابية بحجب أي محتوى يتضمن عبارات خطاب الكراهية

مؤيد	مؤيد بشدة	محايد	معارض	معارض بشدة	المجموع
٥٨	٤٠	٢	٠	٠	١٠٠
%٥٨	%٤٠	%٢	%٠	%٠	%١٠٠

يبين الجدول (٧) ان نسبة المؤيد بلغت ٥٨% وان مؤيد بشدة جاءت بالمرتبة الثانية بلغت ٤٠% لحجب اي محتوى يتضمن خطاب الكراهية من قبل الجهات القانونية بما، وهذا يشير الى ان نسبة عالية من القائمين بالاتصال قد تعرضوا الى خطاب الكراهية في تفاعلية التعليقات لعدم وجود ضوابط قانونية تحد من انتشار خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.



جدول (٨)

هل تؤيد معاقبة كل من ينشر محتوى يتضمن على خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي

مؤيد	مؤيد بشدة	محايد	معارض	معارض بشدة	المجموع
٥٤	٣٩	٧	٠	٠	١٠٠
%٥٤	%٣٩	%٧	%٠	%٠	%١٠٠

يبين الجدول (٧) ان المؤيدين جاءت في المرتبة الأولى بنسبة ٥٤% ومؤيد بشدة بالمرتبة الثانية بنسبة ٣٩% الى عقوبة الناشرين لخطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي؛ وذلك لكثرة انتشار مضامين الكراهية في تفاعلية التعليقات، وللتخفيف من هذا الكاھل ذهبوا الى تأييد وجود المساءلة والعقاب من خلال وجود قانون رادع لهكذا محتوى.

جدول (٩)

من حقي اشعر بالأمان خلال استخدامي مواقع التواصل الاجتماعي

موافق	موافق بشدة	لا أدري	غير موافق	غير موافق بشدة	المجموع
٥٨	٤٢	٠	٠	٠	١٠٠
%٥٨	%٤٢	%٠	%٠	%٠	%١٠٠

يبين جدول (٩) ان موافق جاءت في المرتبة الأولى بنسبة ٥٨%، فيما جاءت موافق بشدة في المرتبة الثانية بنسبة ٤٢%، وهذا يؤكد ان نسبة الفئتين عالية دليلاً على انعدام الشعور بالأمان الفكري اثناء تصفح او النشر على مواقع التواصل الاجتماعي ما يزيد دور القائم بالاتصال بالحد من المحتوى الذي يتضمن التحريض على خطاب الكراهية، ما يجعل هناك مطلب ضروري لضبط فاعلية التعليقات.



الجدول (١٠)

تؤيد ان تكون مواقع التواصل الاجتماعي تحت مسمى حرية التعبير مساحة لنشر محتوى يتضمن على خطاب الكراهية

موافق	موافق بشدة	لا أدري	غير موافق	غير موافق بشدة	المجموع
١٨	٠	٧	٤٣	٣٢	١٠٠
%١٨	%٠	%٧	%٤٣	%٣٢	%١٠٠

بين الجدول (١٠) ان فئة غير موافق جاءت في المرتبة الأولى بنسبة ٤٣%، فيما جاءت فئة موافق بشدة في المرتبة الثانية بنسبة ٣٢%، ويرى الباحث ان هاتين الفئتين جاءت في المرتبة الأولى والثانية بعدم السماح ان تكون مواقع التواصل الاجتماعي مساحة لنشر محتوى يحرض على خطاب الكراهية تحت مسمى حرية التعبير.

النتائج والتوصيات:

توصلت الدراسة في سعيها للتعرف على مدى دور القائم بالاتصال بالتعامل مع المضامين التفاعلية على مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بمفاهيم الكراهية الى ما يأتي:

استنتاجات الدراسة:

- بينت النتائج ان أكثر القائمين بالاتصال تعرضوا الى خطاب الكراهية بنسبة (٩٠%) ضمن مضامين تفاعلية التعليقات على مواقع التواصل الاجتماعي.

- أوضحت النتائج ان الفيسبوك أكثر الوسائل التي يتعرض فيها القائمون بالاتصال لخطاب الكراهية بنسبه (٧٥%).

٣- وكانت النتائج ان اتجاهل المنشور ولا أرد من أكثر التفاعلات في الرد على محتوى خطاب الكراهية وبنسبة (٨٣%).



- جاءت نسبة المؤيد (٥٨%) ومؤيد بشدة بالمرتبة الثانية (٤٠%) لحجب اي محتوى يتضمن خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- اكدت النتائج ان المؤيدين جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٥٤%) ومؤيد بشدة بالمرتبة الثانية بنسبة (٣٩%) لوجود عقوبة ضد الناشرين لخطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- اشارت النتائج ان موافق جاءت في المرتبة الأولى بنسبة، (٥٨%) وفئة موافق بشدة جاءت في المرتبة الثانية بنسبة ٤٢% من حقي اشعر بالأمان خلال استخدائي مواقع التواصل الاجتماعي ما يزيد دور القائم بالاتصال بالحد من المحتوى الذي يتضمن التحريض على خطاب الكراهية.

- اوضحت النتائج ان فئة غير موافق جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٤٣%) وفئة غير موافق بشدة جاءت في المرتبة الثانية بنسبة (٣٢%) بعدم السماح بان تكون مواقع التواصل الاجتماعي مساحة لنشر محتوى يحرض على خطاب الكراهية تحت مسمى حرية التعبير.

توصيات الدراسة:

- توصي الدراسة القائم بالاتصال الى مراقبة مواقعهم على الفيسبوك كونهم أكثر الوسائل التي يتعرض فيها القائمون بالاتصال لخطاب الكراهية

- ضرورة ان يلعب القائم بالاتصال دورا فعلا بحجب التعليقات التي تحت وتبث محتوى خطاب الكراهية؛ كونه يفقد المستخدمين الشعور بالأمان خلال استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي.

- اعتماد القائم بالاتصال على الطرق القانونية بمحاسبة الناشرين لخطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي لضرره على التأثير بالسلم المجتمعي.

- نشر تحذيرات قانونية من قبل القائم بالاتصال بعقوبة الناشرين لمحتوى خطاب الكراهية والحث على ان مساحة مواقع التواصل الاجتماعي ساحة لحرية الآراء المتبادلة.

- تعميم ثقافة التميز بين حرية التعبير ومحتوى خطاب الكراهية لإبعاد مواقع التواصل الاجتماعي من جهل البعض بمفهوم حرية التعبير عن الرأي.



المصادر والمراجع:

العربية:

- حسين، ميثم فالح. (٢٠٢٣)، تأثير خطاب الكراهية في مواقع التواصل الاجتماعي على طلبه الجامعات وانعكاسها على الهوية الوطنية، جامعه واسط، كلية الآداب، قسم الاعلام.
- الرحامنة، ناصر سعود محمد. (٢٠١٨)، خطاب الكراهية في شبكة الفيس بوك في الأردن: دراسة مسحية، الأردن، جامعة الشرق الأوسط، كلية الاعلام.
- الاشهب، عبد السلام. (٢٠١٧)، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك أنموذجا" وعلاقتها بالتنشئة الاجتماعية، الجزائر، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية.
- المطيري، نغلاء بنت يزيد. (٢٠١٧)، دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية وعي المرأة السعودية بحقوقها الاجتماعية والثقافية من وجهة نظر طالبات جامعة القصيم، السعودية، جامعة القصيم، كلية التربية.
- الشرعة، ممدوح منيزل. (٢٠١٧) أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على المنظومة القيم الدينية والأخلاقية لدى عينة من طلبة الجامعة الهاشمية في الأردن، مجلة الدراسات العلوم التربوية، ج ٤٤، ع ٤٤.
- السرطان، فيصل أحمد عبد العزيز، (٢٠١٧)، الإعلام الجديد وخطاب الكراهية استراتيجيات المواجهة دراسة تحليلية على طلبة جامعة الزرقاء من الفترة ٢٠١٧/٣/١٥ الى ٢٠١٧/٤/١٦م، مصر، مجلة البحوث والدراسات العربية، العدد ٦٦، ص (٢٥٩ الى ٢٨٩).
- سعاد، بن جديدي. (٢٠١٦)، علاقة مستوى النرجسية بالإدمان على شبكات التواصل الاجتماعي الفيس بوك لدى المراهق الجزائري، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- بخيت، السيد. (٢٠١٤)، الانترنت وسيلة اتصال جيدة، الامارات: دار الكتاب الجامعي.



- ووربيرتن، نايجل. (2013) حرية التعبير، ترجمة زينب عاطف سيد، ط 1، القاهرة: كلمات وهنداوي للنشر والتوزيع.
- حمودة، احمد. (٢٠١٣)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، فلسطين، جامعة النجاح.
- المدهون، يحيى. (٢٠١٢)، دور الصحافة الالكترونية الفلسطينية في تدعيم قيم المواطنة لدى الجامعات بمحافظة غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الازهر، فلسطين.
- سعيد، كوثر احمد. (٢٠١١)، تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وتأثيرها على نظرية حارس البوابة: دراسة وصفية على القائم بالاتصال في الإعلام السوداني وعينة من الفضائيات العربية في الفترة من ٢٠٠٨ - ٢٠٠١، رسالة دكتوراه، السودان، جامعة ام درمان الإسلامية، كلية الاعلام.
- نعمان عاطف سالم عمرو وتيسير عبد الحميد أبوساكور. (٢٠١١)، دور جامعة القدس المفتوحة في تنمية قيم المجتمع المدني في محافظة الخليل من وجهة نظر طلبتها، فلسطين، مجلة جامعة القدس المفتوحة، العدد ٢٣، ص ١٧.
- مصطفى، عباس صادق. (٢٠١١)، الاعلام الجديد: في مداخلة النظري وخصائصه العامة، البوابة العربية لعلوم الاعلام والاتصال، القاهرة: مكتبة عالم الكتب.
- المشاقبة، بسام. (٢٠١١)، نظريات الاتصال، عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.
- شفي، حسنين. (٢٠١٠)، الاعلام التفاعلي، مصر: دار فن للطباعة والنشر والتوزيع.
- البلداوي، عبد الحميد عبد المجيد. (٢٠٠٧)، أساليب البحث العلمي والتحليلي الاحصائي، عمان: دار الشروق.
- روان، بلقاسم. (٢٠٠٧)، وسائل الإعلام والمجتمع - دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسسية، الجزائر: دار الخلدونية.
- مهنا، فريال. (٢٠٠٢)، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، بيروت، دار الفكر المعاصر: ط ١.



-الحاج. سالم عطية. (٢٠٠١)، القائم بالاتصال بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية، جامعه الجزائر، قسم علوم الاعلام.

-محمد سيد محمد. (١٩٨٦)، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر.

-حسين، محمد سمير. (١٩٩٥)، دراسات في البحث العلمي، ط٢، القاهرة: مكتبة عالم الكتب.

الاجنبية:

-MEZA, Radu M. **Hate in the Romanian media on the Internet. Journal of Media Research.** 2016, Vol. 9 Issue 3, p55-77. 23p.