



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة -

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم العلوم الاجتماعية

شعبة علم الاجتماع



**الفايسبوك وتغذية خطاب الكراهية لدى الشباب الجزائري:
دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية العلوم الانسانية
والاجتماعية بجامعة محمد خيضر بسكرة**

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علم الاجتماع الاتصال

إشراف الدكتور:

-دياب زهية

إعداد الطالبة:

- بن بليدة حنان

| الاسم واللقب | الدرجة العلمية | الصفة | الجامعة |
|--------------|----------------|--------------|-------------|
| د. دياب زهية | أستاذ محاضر أ | مشرفا ومقررا | جامعة بسكرة |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

السنة الجامعية

2024-2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان

بداية الحمد لله على توفيقه وجميل الشكر له الذي أعانني على إتمام هذه الرسالة ، والذي بحمده تتم نعم الشكر القائل في منزل كتابه " وإن شكرتم لأزيدنكم" والصلاة والسلام على نبينا محمد وعلى آله وصحبه وسلم

أتقدم بجزيل الشكر والتقدير لأستاذتي الفاضلة "د. زهية دباب" على تفضلها بإشراف على هذا البحث

كما أتقدم بالشكر لعائلتي

إلي الذين رافقوني بدعواتهم وتشجيعاتهم للمواصلة والسير على درب العلم

"والديا " جزاهم الله خيرا كما أتقدم بالشكر لأمي "حورية" التي كانت سندا لي منذ بداية هذا المشوار جزاها الله كل خير كما لايفوتني ان أتقدم بالشكر الجزيل لكل من كان عوناً لي من قريب أو بعيد

وأخيرا دعواتي لكل مصاب شفي الله كل مريض وعافاه .

إهداء

اهدي ثمرة جهدي المتواضع

إلى نفسي والتي تحملت معي كل المشاق .

إلى والداي و إخوتي كل باسمه إلى كل زملاء الدفعة و كل أصدقائي إلى كل

طاقم كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية

تركز دراستنا على معالجة واحدة من أهم المواضيع التي يتم التركيز عليها في أوساط الباحثين و الصحفيين ألا وهو خطاب الكراهية و يعتبر من أهم الظواهر المرضية التي تمس الضمير الجمعي و تؤدي لتفكيك وحدة و تجانس المجتمع خاصة في ظل الميديا الجديدة والتي تتميز بأنها أكثر تحررا و سيولة لذلك هدفت دراستنا إلى التعرف على العلاقة بين استخدام الفايسبوك كمنصة للنشر الحر و بلورة الرأي العام الجماهيري و تغذية خطاب الكراهية ، وهدفت دراستنا للتعرف على أبرز مساهمات صفحة مدرسة الوعي dz في غرس الكراهية و من أجل ذلك اعتمدنا على المنهج الوصفي نظرا لملائمته مع هذه الدراسة ، أما أداة الدراسة فاعتمدنا على الاستبيان كأداة رئيسية والتي وزعت على 350 مفردة و تحليل المضمون كأداة مساعدة ،وبعد استخدام برنامج المعالجة الإحصائية SPSS و حساب التكرارات و النسب المئوية لفئات الشكل و المضمون و تحليلها كفيها توصلت دراستنا إلى أنه توجد علاقة ارتباط ما بين استخدام موقع الفايسبوك و تغذية و غرس الكراهية ،وتوصلت دراستنا التحليلية إلى أن صفحة مدرسة الوعي dz تساهم في تغذية خطاب الكراهية من خلال الاعتماد على أشكال مناسبة للرسائل التي تقوم بصناعتها للتمكن من إقناع المتلقي و التأثير فيه بالتالي تزييف وعيه كما ووجدنا أنها تركز في منشوراتها على مختلف القضايا الحساسة وذلك بهدف التفرقة وتشويه صورة الآخر وذلك بالقيام بالتنظيل الإعلامي من خلال فبركة مختلف الحقائق و التدليس وقلب الحقائق .

The study summary

Our study focuses on addressing one of the most important topics that are focused on among researchers and journalists, which is hate speech. It is considered one of the most important pathological phenomena that affects the collective conscience and leads to the dismantling of the unity and harmony of society, especially in light of the new media, which is characterized by being more liberal and fluid. Therefore, Our study aimed to identify the relationship between the use of Facebook as a platform for free publishing, the crystallization of mass public opinion, and the feeding of hate speech. Our study aimed to identify the most prominent contributions of **the Dz Awareness School** page in instilling hatred. For that, we relied on the descriptive approach due to its suitability with this study. As for the study tool, we relied on the questionnaire as a main tool, which was distributed to 350 individuals, and content analysis as an auxiliary tool. After using the statistical processing program SPSS and calculating frequencies and percentages for the categories of form and content and analyzing them qualitatively, our study concluded that there is a correlation between the use of Facebook and fueling and instilling hatred. Our analytical study indicates that **the Dz School of Consciousness**

page contributes to fueling hate speech by relying on appropriate forms for the messages that it produces in order to be able to persuade the recipient and influence him, thus falsifying his awareness. We also found that it focuses in its publications on various sensitive issues with the aim of separating and distorting the image of the other. By carrying out media shading by fabricating various facts, deception, and distorting the facts.

فهرس الأشكال

| الرقم | اسم الشكل | الصفحة |
|-------|---|--------|
| 01 | الرقمنة حول العالم في سنة أبريل _2022_ | 56 |
| 02 | يوضح خصائص الشبكات الإجتماعية | 58 |
| 03 | أنواع الشبكات الإجتماعية | 63 |
| 04 | أشكال الشبكات الإجتماعية | 65 |
| 05 | واجهة موقع تويتر | 67 |
| 06 | تفاعلات المستخدمين على موقع تويتر _ | 67 |
| 07 | يوضح مجموعة المواقع الإجتماعية | 68 |
| 08 | يمثل الصفحة الخاصة بالمستخدم في موقع فيسبوك | 79 |
| 09 | يمثل صفحة النشاطات الخاصة بالمستخدم | 80 |
| 10 | مخطط يوضح كيفية بناء خطاب الكراهية | 111 |
| 11 | يمثل عينة الدراسة باستخدام معادلة ستيفن ثامبسون | 146 |
| 12 | يمثل خصائص العينة من حيث الجنس | 148 |
| 13 | يمثل خصائص العينة من حيث السن | 149 |
| 14 | يمثل خصائص العينة من حيث القسم | 150 |
| 15 | يمثل خصائص العينة من حيث التخصص | 152 |
| 16 | يمثل خصائص العينة من حيث المستوى | 153 |
| 17 | يمثل استجابات أفراد العينة على التساؤل 6 | 178 |
| 18 | يمثل استجابات أفراد العينة على التساؤل 7 | 179 |
| 19 | يمثل استجابات أفراد العينة على التساؤل 8 | 180 |
| 20 | يمثل استجابات أفراد العينة على التساؤل 9 | 182 |
| 21 | يمثل استجابات أفراد العينة على التساؤل 10 | 183 |
| 22 | يمثل استجابات أفراد العينة على التساؤل 11 | 184 |
| 23 | يوضح منحى غوس | 185 |
| 24 | صورة توضح بروفایل الصفحة محل التحليل | 203 |
| 25 | يوضح نماذج لآليات الاستهزاء | 206 |
| 26 | يوضح نماذج لآليات إثارة الصراع الهوياتي | 209 |
| 27 | يوضح نماذج الازدراء برموز الثقافة الأمازيغية | 213 |

| | | |
|-----|--|----|
| 213 | يوضح كاريكاتير تعبيرى عن وجهة نظر مسيرى الصفحة | 28 |
| 216 | يوضح نماذج لآليات التزييف | 29 |
| 219 | يوضح نماذج بلإثارة الصراع الهوياتى | 30 |
| 212 | يوضح نماذج بلإثارة الصراع الانتمائى | 31 |
| 223 | يوضح نماذج لإثارة الفتنة وقضايا الكامنة فى المجتمع | 32 |
| 225 | يوضح نماذج لإثارة الكراهية الدينية | 33 |
| 227 | يوضح نماذج للتفرقة بين فئات المجتمع | 34 |
| 230 | يوضح نماذج لتشويه صورة الآخر المختلف | 35 |
| 232 | يوضح نموذج لقلب الحقائق | 36 |
| 235 | يوضح نماذج تفاعلات المستخدمين مع منشورات الصفحة | 37 |
| 237 | يوضح نماذج الخطابات المعادية | 38 |

فهرس الجداول

| الرقم | اسم الجدول | الصفحة |
|-------|--|--------|
| 01 | يوضح خصائص العينة من حيث الجنس | 148 |
| 02 | يوضح خصائص العينة من حيث السن | 149 |
| 03 | يوضح خصائص العينة من حيث القسم | 150 |
| 04 | يوضح خصائص العينة من حيث التخصص | 151 |
| 05 | يوضح خصائص العينة من حيث المستوى | 152 |
| 06 | يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجنس | 165 |
| 07 | يوضح توزيع العينة حسب السن | 166 |
| 08 | يوضح توزيع العينة حسب القسم | 166 |
| 09 | يوضح توزيع العينة حسب استخدامات الفايسبوك | 167 |
| 10 | يوضح توزيع العينة حسب مدة الإشتراك في الفايسبوك | 167 |
| 11 | يوضح توزيع العينة حسب الوقت الذي تمضيه العينة في الفايسبوك | 168 |
| 12 | يوضح وقت تصفح العينة للفايسبوك | 168 |
| 13 | يوضح وسائل استخدام موقع الفايسبوك | 169 |
| 14 | يوضح الأماكن المفضلة لعينة الدراسة لاستخدام الفايسبوك | 169 |
| 15 | يوضح صدق المقارنة الطرفية بين الدرجات العليا والدنيا لمحور الفروق لمفهوم خطاب الكراهية في موقع الفايسبوك | 170 |
| 16 | يوضح صدق المقارنة الطرفية بين الدرجات العليا والدنيا لمحور استخدامات الفايسبوك كفضاء عمومي للتحاور والصراع ما بين فئات المجتمع | 171 |
| 17 | يوضح صدق المقارنة الطرفية بين الدرجات العليا والدنيا لمحور الفايسبوك وغرس الكراهية وتغذيتها | 171 |
| 18 | يوضح صدق المقارنة الطرفية ما بين الدرجات العليا والدنيا للمقياس الكلي | 172 |
| 19 | يوضح ثبات محاور الأداة | 172 |
| 20 | يوضح تكرارات والنسب المئوية لمدى استخدام العينة لموقع الفيسبوك | 177 |
| 21 | يوضح استجابات أفراد العينة على التساؤل 7 | 178 |
| 22 | يوضح استجابات أفراد العينة على التساؤل 8 | 179 |
| 23 | يوضح استجابات أفراد العينة على التساؤل 9 | 181 |
| 24 | يوضح استجابات أفراد العينة على التساؤل 10 | 182 |
| 25 | يوضح استجابات أفراد العينة على التساؤل 11 | 183 |

| | | |
|-----|--|----|
| 185 | يمثل البرامترات | 26 |
| 186 | يمثل اعتدالية التوزيع: (شابيرو ويلك، كولموجروف سميرنوف) | 27 |
| 187 | يمثل التناول الإحصائي | 28 |
| 187 | يمثل فروق خطاب الكراهية وفقا لمتغير الجنس | 29 |
| 188 | يمثل درجات السن لعينة الدراسة | 30 |
| 189 | يمثل فروق لمفهوم خطاب الكراهية في موقع الفايسبوك تعزى للسن | 31 |
| 189 | يوضح قيمة Tukey للمقارنات الزوجية البعدية من حيث السن | 32 |
| 190 | يمثل فروق لمفهوم خطاب الكراهية في موقع الفايسبوك تعزى للقسم | 33 |
| 191 | يمثل درجات مستوى العينة | 34 |
| 191 | يمثل مصدر التباين لعينة الدراسة | 35 |
| 192 | يوضح قيمة Tukey للمقارنات الزوجية البعدية من حيث المستوى | 36 |
| 193 | يمثل فروق ذات دلالة إحصائية لمفهوم خطاب الكراهية في موقع الفايسبوك تعزى للتخصص | 37 |
| 194 | يمثل الدلالة الإحصائية لمعامل ارتباط بيرسون للتساؤل الثالث | 38 |
| 196 | مثل الدلالة الإحصائية لمعامل ارتباط بيرسون للتساؤل الرابع | 39 |
| 199 | يمثل الدلالة الإحصائية لمعامل ارتباط بيرسون للتساؤل الخامس | 40 |
| 200 | يمثل الدلالة الإحصائية لمعامل ارتباط بيرسون للتساؤل العام | 41 |
| 205 | يوضح فئة اللغة المستخدمة في منشورات صفحة مدرسة الوعي DZ | 42 |
| 206 | يوضح فئة القوالب التعبيرية المستخدمة في منشورات صفحة مدرسة الوعي DZ | 43 |
| 210 | يوضح فئة الوسائط المستخدمة في منشورات صفحة الوعي DZ | 44 |
| 214 | يوضح فئة الاستمالات المستخدمة في منشورات الصفحة | 45 |
| 217 | يوضح فئة المواضيع المتداولة في صفحة الفيسبوك مدرسة وعي dz | 46 |
| 225 | يوضح فئات التفرقة ورفض الآخر والدعاية | 47 |
| 229 | يوضح فئات التضليل الإعلامي | 48 |
| 231 | يوضح فئات مصادر المنشورات | 49 |
| 233 | يوضح فئات تفاعل المستخدمين | 50 |
| 236 | يوضح فئات اتجاه مسيرو الصفحة | 51 |
| 237 | يوضح فئات أنماط خطاب الكراهية | 52 |

فهرس المحتويات

| الصفحة | العنوان |
|--|---|
| أ-ج | مقدمة |
| | ملخص |
| | شكرو عرفان |
| | إهداء |
| I | فهرس الأشكال |
| III | فهرس الجداول |
| V | فهرس الموضوعات |
| الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة | |
| 06 | تمهيد |
| 06 | 1- إشكالية الدراسة |
| 09 | 2- تساؤلات الدراسة (تساؤلات الدراسة الميدانية، تساؤلات الدراسة التحليلية) |
| 10 | 3- أهداف الدراسة |
| 11 | 4- أهمية الدراسة (الأهمية النظرية، التطبيقية) |
| 13 | 5- أسباب اختيار الموضوع |
| 13 | 6- مفاهيم الدراسة |
| 19 | 7- الدراسات السابقة (عرض الدراسات، التعقيب) |
| 33 | 8- المقاربة النظرية. |
| 46 | خلاصة |
| الفصل الثاني: الشبكات الاجتماعية (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام | |

| | |
|--|--|
| 48 | تمهيد |
| 49 | 1- ماهية تكنولوجيا الاعلام والاتصال الرقمي، مفهومها |
| 51 | 2- شبكات التواصل الاجتماعي (المفهوم، النشأة، التطور) |
| 56 | 3- شبكات التواصل الاجتماعي (خصائصها، مميزاتها) |
| 61 | 4- أنواع الشبكات الاجتماعية |
| 63 | 5- الأشكال الأساسية للشبكات الاجتماعية |
| 71 | 6- الفايسبوك (المفهوم، النشأة، التطور) |
| 76 | 7- الفايسبوك (المميزات، التطبيقات) |
| 80 | 8- خدمات الفايسبوك |
| 82 | 9- دوافع استخدام الفايسبوك |
| 84 | 10- الوظيفة الاتصالية لموقع الفايسبوك. |
| 86 | 11- الفايسبوك (إيجابيات، سلبيات) |
| 96 | خلاصة |
| الفصل الثالث: خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية؟. | |
| 92 | تمهيد |
| 92 | 1- الخطاب (مفهوم، عناصره، أساسياته) |
| 102 | 2- ماهية الكراهية. |
| 105 | 3- خطاب الكراهية (مفهومه، دوافعه، كيف يبقى؟). |
| 111 | 4- في معنى الإختلاف والآخر |
| 113 | 5- ما بين خطاب الكراهية وحرية التعبير |
| 116 | 6- جذور صناعة خطاب الكراهية. |
| 119 | 7- مخاطر خطاب الكراهية. |

| | |
|---|---|
| 121 | 8-الدعاية والتظليل الإعلامي كأحد أهم المرتكزات الأساسية للتأثير وتزييف الوعي الجماهيري |
| 125 | 9-إعلام الكراهية (مفهومه، خصائصه) |
| 127 | 10-الكراهية الرقمية |
| 128 | 11-خطاب الكراهية الإلكتروني |
| 129 | 12-الكراهية الرقمية السائلة وتدفعاتها عبر الفضاءات الرقمية |
| 131 | 13-الفايسبوك وتغذية خطاب الكراهية وإستراتيجية التمكّن و التحصين في الفضاءات الافتراضية. |
| 132 | 14-النظريات المفسرة لخطاب الكراهية. |
| 135 | خلاصة |
| الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة | |
| 137 | تمهيد |
| 137 | 1-مجالات الدراسة (المجال المكاني، الزماني، الموضوعي البشري) |
| 141 | 2-منهج الدراسة |
| 143 | 3-مجتمع وعينة الدراسة (الميدانية، التحليلية) |
| 153 | 4-أدوات جمع البيانات (أداة الاستبيان، صدقها، ثباتها، تحليل المضمون صدقه ونشأته) |
| 174 | خلاصة |
| الفصل الخامس: | |
| 176 | تمهيد |
| 177 | عرض وتحليل ومناقشة نتائج الأداة الرئيسية (الاستبيان) |
| 202 | عرض وتحليل ومناقشة نتائج الأداة المساعدة (تحليل المضمون) |
| 239 | عرض النتائج العامة للدراسة |
| 242 | تحليل النتائج في ضوء الدراسات السابقة |

| | |
|-----|---------------------------------------|
| 243 | تحليل النتائج في ضوء المقاربة النظرية |
| 245 | خلاصة |
| 247 | الخاتمة |
| 249 | قائمة المصادر والمراجع |
| 258 | الملاحق |

مقدمة

يعد الإتصال أحد أهم المرتكزات الأساسية التي تقوم عليها الحياة الإجتماعية ،فالإنسان منذ وجوده وهو في عملية اتصال وتواصل مع الآخر ، هذا ما جعله في عملية تطور وتغير مستمرين فقد اختلفت وتعددت وسائله و تقنياته باختلاف العصر ،فإنقل من الإعلام التقليدي والنماذج الخطية ذات التأثير المباشر إلى النماذج الدائرية والتي ركزت على رجع الصدى وصولا للعصر الرقمي والذي شهد ظهور ظهور شبكة الإنترنت و الويب 0.2 والذي صاحبه نوع جديد من الإعلام ألا وهو الإعلام الجديد والمتميز بأنه أكثر انفتاحا و تحررا ،فقد خلق لنا منصات تواصلية وتفاعلية أحدثت ثورة في طريقة تواصلنا كما وشكلت لنا فضاءات عمومية يتكون فيها الرأي العام الجماهيري ،فهي عبارة عن فضاءات للنشر الحر والتعبير بكل حرية دون وجود قيود و قوانين وقيم ضابطة لها حيث يقف الفايسبوك كقوة سائدة يتفاعل عبره الملايين من المستخدمين النشطين ، وخلف السطح الظاهر للإتصال والمجتمع تكمن قضية واسعة الإنتشار بشكل غير محسوب ومرتزايد والمتمثلة في خطابات الكراهية والتي تعرف بأنها خطابات عدائية تحمل العديد من العبارات التحقيرية و الإزدرائية لتشويه صورة الآخر وإدانته والمس بكرامته وأمام الحرية التعبيرية التي أتاحتها وانهيار القيود القانونية والرقابة يتم استغلاله من طرف العديد من الأطراف المتعادية لإيصال أصواتها المكبوتة هذا ما جعل منه منصات للتعبير عن الإحباط وممارسة الكراهية وإدانة الآخر المختلف وتشويه صورته عن طريق تكرار عرض مختلف المنشورات المظلمة و الكاذبة والصور المفبركة بهدف التدليس وزيادة تزييف الوعي الجماهيري اتجاه الآخر و تشكيل صور ذهنية وآراء ووجهات نظر معادية و متعصبة ،فكثيرا ما يتم إنشاء العديد من الصفحات ذات الهويات المجهولة لإثارة قضايا مرتبطة بالعرق أو الجنس أو الإنتماء أو الهوية الثقافية حيث يتم مشاركة منشورات تكون في شكل استهزائي و متعالي ومدين يمس كرامة الآخر ويحطم نفسياته هذا ما يؤدي لإثارة الغضب و إشعال فتيل الفتنة وزيادة التفرقة ما بين مختلف فئات المجتمع فيغيب بذلك تجانسه وعصبيته فيصبح ضعيفا لمواجهة مختلف الأزمات .

إن الفايسبوك عبارة عن قوة ناعمة تمارس نوعا من الضغط و السيطرة بطريقة غير مباشرة ،حيث تؤثر على المستخدم وتقنعه وتتمكن من تغيير وجهات نظره ، لذلك يتطلب فهم الديناميات المعقدة لخطاب الكراهية على الفايسبوك من خلال القيام بدراسة علمية دقيقة لتحليل وتفسير وفهم أهم أسبابها ،وهذا ما تسعى له أطروحتنا فهي تحاول فهم الظاهرة من مختلف الجوانب مستكشفة أصولها و آثارها وذلك من خلال فك أبعاد خطاب الكراهية و ربطها بالبيئة الرقمية ،فقد تطرقت العديد من الدراسات لخطابات الكراهية وممارستها عبر البيئة الرقمية كما وركزت على البحث في التفاعلات ما بين

المستخدمين مع هذا النوع من الخطاب وفي ظل هذه الدراسات تسعى دراستنا للتركيز على موقع الفيسبوك وتغذيته لخطاب الكراهية كما وتحاول تحليل مضمون صفحة فيسبوكية تنشر حول قضية جد حساسة في داخل المجتمع الجزائري بطريقة استفزازية وإزدرائية كما ونحاول تحليل عملية غرس الكراهية نتيجة الإستخدام المتكرر لهذا الموقع والتميز بالتدفق الحر للمعلومات على اختلافها فهذه الأطروحة تسعى إلى تقديم تحليل لمختلف المنشورات التي يتم تداولها ومشاركتها للتمكن من الوصول للحد من هذه الظاهرة و تقديم رؤى قابلة للتنفيذ و توصيات لمعالجة التحديات و المشاكل التي يثيرها مستخدموا موقع الفيسبوك أو ما يعرف بالذباب الإلكتروني للتمكن من توعية الجماهير المستخدمة وإدارة المجتمع ، كما وأنها يمكن أن تشكل بيئة أكثر أمنا خالية من الصراعات و النزاعات للوصول إلى إثراء الحوار والنقاش وتعزيز ثقافة التعايش السلمي و قبول الآخر المختلف ، ولتحقيق ذلك قمنا بتقسيم الدراسة إلى قسمين :

الجانب النظري و الجانب المنهجي .

حيث ضم الجانب النظري الفصل الأول و المتمثل في الإطار المفاهيمي للدراسة والذي عرضنا فيه اشكالية الدراسة وتساؤلاتها و أهدافها كما عرضنا فيه أهمية الدراسة (النظرية و التطبيقية) ،الدراسات السابقة التي أجريت حول كل من متغير خطاب الكراهية وموقع الفيسبوك كما قمنا بتبني مقاربتين نظريتين لتفسير هذه الظاهرة .

أما الفصل الثاني: تطرقنا فيه للمتغير المستقل والمتمثل في موقع الفيسبوك قمنا بعرض التطور التاريخي للشبكات الإجتماعية وصولا لموقع الفيسبوك ،كما تطرقنا لمفهومه و تطوره التاريخي أهم خدماته والوظائف الإتصالية التي يلعبها موقع الفيسبوك في عصرنا الحالي و دوافع استخدامه .

الفصل الثالث تعرضنا في للمتغير التابع والمتمثل في خطاب الكراهية فقد قدمنا مجموعة مفاهيم وتعريفات لخطاب الكراهية كما وركزنا على الإقناع و الحجاج نظرا لأن قائل الخطاب يسعى دائما للإقناع وتغيير وجهات النظر والإتجاهات كما وركزنا في فصلنا الثالث عن الحديث عن الفرق ما بين حرية التعبير و خطاب الكراهية و جذور صناعة خطابات الكراهية ثم بعد ذلك تم ربط المتغير المستقل بالتابع من خلال الحديث عن الكراهية الرقمية و الكراهية السائلة .

الفصل الرابع : في الفصل الرابع تحدثنا عن الإجراءات المنهجية للدراسة حيث عرضنا الحدود التي أجريت فيها الدراسة والمتمثلة في الحدود الزمانية و المكانية و الحدود الموضوعية ،كما عرضنا منهج الدراسة و المتمثل في المنهج الوصفي كما وتمثلت أداة الدراسة في كل من استمارة تحليل المضمون و

استمارة استبيان كما وقمنا بعرض صدق وثبات الأدوات والمعاملات الإحصائية التي اعتمدنا عليها للوصول للنتائج .

الفصل الخامس : تم عرض مختلف النتائج وتحليلها كميًا ومناقشتها كيفيًا ثم قمنا بمناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة و في ضوء المقاربة النظرية .

وفي الأخير تم استخلاص النتائج العامة للدراسة متنوعة بالخاتمة وجملة من المقترحات لتليها قائمة المصادر والمراجع (التي اعتمدنا فيها على الطبعة السابعة ل APA ____).

الفصل الأول:

الاطار المفاهيمي للدراسة

تمهيد:

- 1- إشكالية الدراسة
- 2- تساؤلات الدراسة (تساؤلات الدراسة، الميدانية، تساؤلات الدراسة التحليلية
- 3- أهداف الدراسة
- 4- أهمية الدراسة (الأهمية النظرية، التطبيقية)
- 5- أسباب اختيار الموضوع
- 6- مفاهيم الدراسة
- 7- الدراسات السابقة (عرض الدراسات، التعقيب)
- 8- المقاربة النظرية (نظرية الغرس الثقافي، مدخل الاستخدامات والإشباع).

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

تمهيد:

إن القيام بالبحث العلمي أو أي دراسة علمية يحتاج إلى مجموعة من الخطوات المنهجية الصحيحة و الدقيقة و التي تساعد الباحث على ضبط و تنظيم معلوماته كما وأنها تمنعه من الوقوع في الخطأ و تمكنه من الوصول لمجموعة من النتائج العلمية الدقيقة و الصحيحة ،وتعطي الصبغة العلمية للدراسة وتبين أهداف و إشكالية الباحث و لدراسة موضوع خطاب الكراهية و البحث في أسبابه ونتائجه وكيفية تداوله في البيئة الرقمية سنقوم بتبني مجموعة الخطوات المنهجية التالية .

1-الإشكالية:

إن التجانس الإجتماعي هو أحد أهم المرتكزات الفكرية التي تسمح ببقاء المجتمعات واستمرارها و المحافظة على استقرارها ، فالتجانس هو نزعة عقلية قبل أن يكون بناء اجتماعيا، إنه لا يعني إزالة الاختلافات أو صهر التعددات الثقافية والإثنية بل هو العيش تحت سقف واحد وتقبل الاختلافات للوصول إلى الحلول الوسط ، ذلك لأن كل مجتمع لا يمكن أن يكون كل أفراده ذو توجه واحد و انتماء واحد أو عرق واحد فهي قائمة على خليط من الاختلافات والتنوعات، ليكون الاختلاف هو ممارسة على صعيد الفكر والرأي والتعبير، إنه قبول الآخر فالوجود الإنساني لا يمكن أن يتحقق إلا بوجود الآخر لأنه المرآة العاكسة التي تسمح لنا من معرفة ذاتنا، لذلك نجد أن مسألة الآخر طرحت كثيرا خاصتا في وقتنا الحالي الذي نعيش فيه مجموعة من التغيرات والتحولات والتطورات السريعة، التي أدت إلى كثرة الاختلافات والتضاربات في الآراء وزيادة الرفض للآخر المختلف في العرق أو اللون أو الجنس أو التوجه داخل المجتمع الواحد هذا ما أدى إلى خلق شعور الكراهية والتي هي عبارة عن مجموعة انفعالات سلبية ومشاعر تثار وتنعكس على الإنسان و تتجسد في شكل سلوكيات يمارسها الكاره ضد المكروه، مما أدى إلى تجلي ظاهرة جديدة مست الضمير الجمعي للمجتمع وأدت إلى زيادة النزاعات والخلافات ألا وهي خطابات الكراهية .

وخطابات الكراهية تتضمن خطابات عدائية ذات طابع إهائي يمارسها الكاره ضد المكروه، إنه عبارة عن نوع من التواصل بالقول أو الكتابة أو بالفعل يستخدم لغة تمييزية وتحقيرية وتهجمية عند الإشارة لشخص أو لمجموعة من الأشخاص على أساس الهوية أو الثقافة أو ما إلى ذلك (شيتور و قزدي، 2022، صفحة 140)،وهو يهدف للإدانة وتشويه الآخر وتحقيره، إنه خطاب استعلائي و هجومي يضرب النفسيات ويحطمها، كما وأنه وجد فضاءات اتصالية تسمح بالنقاش والتحاور حول القضايا

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

الإجتماعية على اختلافها فهي بمثابة المجال الذي يتبادل فيه الأفراد مختلف آرائهم، بدءا بالإعلام و الذي يستقطب عددا كبيرا من الجماهير فكثيرا ما وقعت العديد من الجهات الإعلامية في فخ التغطية الإعلامية غير العادلة بحيث تكون معالجتها تحتوي على العديد من الألفاظ المسيئة و الصور الجارحة هذا ما يؤدي لانقسام المشهد الإعلامي بتناوله لقضايا خلافية تؤدي للتحريض وتسيء لحقوق الإنسان (مزوز، 2016، صفحة 392)، وهو ما يعرف بإعلام الكراهية، وبعد الإعلام التقليدي ظهر لنا شكل جديد من أشكال الإعلام والذي يختلف عن الإعلام الكلاسيكي ويتميز بأنه أكثر إنفتاحا وتفاعلا ومرونة لأنه ظهر بعد ظهور الجيل الثاني للويب والذي يتميز بالتفاعلية على عكس الجيل الأول فقد صاحب ظهور الويب 0.2 الشبكات الإجتماعية والتي مرة بعدة مراحل وصولا لموقع الفايسبوك .

لقد حقق الفايسبوك نجاحا كبيرا وتمكن من استقطاب أعداد كبيرة من الجماهير، فهو منصة اتصالية تقدم العديد من الخدمات المجانية للمستخدمين ،لأنه يتيح العديد من الأدوات التي تقدم للمستخدم حرية اختيار المحتوى الذي يرغب في الإطلاع عليه و مشاركته كما و أنه قام بتطوير خدماته فقد أضاف خاصية الصور و إضافة الصور و الفيديوهات مع مختلف المنشورات إضافة لخدمة التعليق و الإعجاب و التي سمحت للمستخدم أن يكون مشاركا في صناعة المضامين، كما و أنه جعل منه صانعا للرسائل الاتصالية، لذلك نجد أن استخدام موقع الفايسبوك تحركه العديد من الدوافع و الرغبات على اختلافها، هذا ما جعل الأطراف المتصارعة تستخدمه بدافع مهاجمة الآخر وتشويه صورته و تظليل الرأي العام .

لقد فتح الفايسبوك المجال أمام الأصوات المكبوتة لأنه يتميز بحرية التعبير وإيداء الآراء دون وجود رقابة قانونية لينتج سوق اتصالية فوضوية أغرقت العقل و شوشت الصورة و الرسائل ليؤدي إلى زيادة خنق الأصوات التي تدعو لثقافة الحوار و التعايش السلمي (حجام، 2021، صفحة 13)، فقد ساهم في نقل و صناعة خطابات الكراهية و أخرجها من مجالها الضيق إلى مجالات أوسع، فبواسطته أصبحت خطابات الكراهية يتم تداولها بشكل يومي ودون توقف لأنه موقع يتميز بالتدفق المستمر للمعلومات و النشر في كل ثانية (حجام، 2021، صفحة 14)، فنجد العديد من الصفحات في الفضاء الأزرق، تمارس الكراهية عن طريق التركيز على عرض العديد من المضامين المؤدية لإشعال الفتنة،ومن بينها صفحة مدرسة الوعي dz التي تتطرق للعديد من القضايا المثيرة للجدل في المحيط الاجتماعي الجزائري ، فهي عبارة عن صفحة يسيرها مجموعة من الأدمن غير المعلن عن أسمائهم و

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

التي أنشأت سنة 2019 وبلغ عدد متابعيها k22 و تأسيسا على ذلك فإنها تقوم بضرب الوحدة الوطنية وزعزعة الأمن .

و على اعتبار ما تم طرحه نجد أن الكراهية وجدت في هذه المنصة متنفسا لها، ومن هنا تتجلى تأثيرات هذه الخطابات على المستخدمين فغرس الكراهية يتوقف على مدى تعرض المستخدم للصفحات المعادية لعملية الغرس أي غرس الكراهية تكون بالتعرض المستمر بدءا بمرحلة التلاشي والتي تحدث نتيجة تكرار استخدام الفيسبوك فتتلاشى الأفكار وتدوب التوجهات وتتشكل وفقا لما يتم نشره ثم بعد ذلك تأتي مرحلة الدمج حيث أن المستخدم تصيح إدراكاته مطابقة لما يتم مداولته ونشره ثم تأتي مرحلة التشكيل حيث تتشكل الصور الذهنية والإيديولوجيات وفقا لما يسعى له القائم القائم بالإتصال وذلك انطلاقا من المضامين التي يقوم بمشاركتها والتي تكون ذات اختيارات متعددة وتلبي كل حاجات الجمهور وفي الأخير تأتي مرحلة الرنين والتي تتحقق بالنشر المستمر من الواقع وإعادة فبركتها.

وأن الاهتمام بدراسة خطاب الكراهية ودوافعه ومغذياته، ليست وليدة فراغ بل هي نتاج خطورة هذه الظاهرة المرضية على المجتمعات والأفراد والأقليات خاصة في ظل التطورات التكنولوجية الإتصالية التي نقلت الإتصال من النموذج الخطي الضيق إلى النموذج الدائري الواسع والأكثر حرية .

وإنطلاقا من الإعتبارات السابقة أن خطاب الكراهية وزيادة انتشاره يتوقف على زيادة استخدام الوسائل الإتصالية الحديثة في التعبير عن الإحباط أو إدانة الآخر أو تشويه صورته واستغلال الفيسبوك لبلورة الفضاء العمومي لدى المستخدمين الجزائريين لتشكيل رأي عام معادي وتوجيهه وفقا لما يخدم مصالح الفئات المتعددية، ما يقودنا للحديث عن حجم تأثيرها في عقول الجماهير المستخدمة بصفة دائمة خاصة فئة الشباب عامتا والطلبة الجامعيين بصفة خاصة، لأنه لا يمكننا أن نلغي دور المتعلم في المجتمع لأنهم يمثلون الكوادر العلمية التي ستستلم شعلة تسيير المجتمع كما وأنها من ستقوم بتسيير مختلف القطاعات، كما وأنها عبارة عن شريحة لها دور في التغيير والسير بعجلة المجتمع نحو الأمام، فقد قال جمال عبد الناصر في العيد الذهبي في جامعة القاهرة حين وجه خطابه إلى الطلبة والأساتذة قائلا : "إنني جنئت لأضع على كاهلكم مسؤولية المستقبل " وهي كلمة قليلة في مكان كهذا أي الجامعة و لهؤلاء المستمعين وهم الطلبة وهذا للشأن العالي للطالب في المجتمع لحل مختلف المشكلات و القضايا الإجتماعية و الثقافية (نبي، 2000، صفحة 36)، وفي هذا الإطار سنحاول رصد استخدامات طلبة كلية

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

العلوم الإنسانية والاجتماعية للفايسبوك وعلاقته بتغذية وغرس الكراهية وتغيير صورهم الذهنية واتجاهاتهم من خلال الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي :

• هل توجد علاقة ارتباط ما بين استخدام الفاييسبوك و تغذية خطاب الكراهية لدى طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد خيضر بسكرة عند مستوى الدلالة 0.05 ؟

2-التساؤلات الفرعية :

وتتدرج تحت هذا التساؤل مجموعة من الأسئلة الفرعية و المتمثلة فيما يلي :

✓ ما هي عادات وأنماط استخدام موقع الفاييسبوك لطلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد خيضر بسكرة ؟

✓ هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمفهوم خطاب الكراهية في موقع الفاييسبوك تعزى للمتغيرات السوسيوديمغرافية ؟

✓ هل توجد علاقة ارتباط ما بين النشر وتغذية خطاب الكراهية لدى عينة الدراسة عند مستوى الدلالة 0.05 ؟

✓ هل توجد علاقة ارتباط ما بين التفاعل وتغذية خطاب الكراهية لدى عينة الدراسة عند مستوى الدلالة 0.05 ؟

✓ هل توجد علاقة ارتباط ما بين دوافع استخدام الفاييسبوك وتغذية خطاب الكراهية لدى عينة الدراسة عند مستوى الدلالة 0.05 ؟

2-1 أسئلة الدراسة التحليلية :

لقد قمنا بتحليل صفحة فيسبوكية لمعالجة موضوع خطاب الكراهية في هذا الفضاء وكيف يتم تداوله

وبناء مضامينه ورسائله وأنماطه وجاءت التساؤلات كالتالي :

لقد قمنا بتقسيم التساؤلات لفئتين وهما :

📌 التساؤل الرئيسي :

• كيف تساهم صفحة مدرسة الوعي DZ في تغذية خطاب الكراهية ؟

➤ فئات الشكل :

✓ ما هي اللغة التي يتم استخدامها في منشورات صفحة مدرسة الوعي DZ لتغذية خطاب الكراهية ؟

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

✓ ما هي القوالب التعبيرية التي يتم استخدامها في المضامين الإتصالية في صفحة مدرسة الوعي
DZ لتغذية خطاب الكراهية ؟

✓ ما هي الوسائط التي يتم الاعتماد عليها في صفحة مدرسة الوعي DZ الفيسبوكية لتغذية
خطاب الكراهية ؟

✓ ما هي الأساليب الإقناعية المستخدمة في منشورات صفحة مدرسة الوعي DZ لتغذية خطاب
الكراهية ؟

➤ فئات المضمون :

✓ ما هي القضايا و الموضوعات التي يتم مشاركتها في صفحة مدرسة الوعي DZ لتغذية خطاب
الكراهية ؟

✓ ما هي الأهداف التي ترمي إليها منشورات صفحة مدرسة الوعي DZ لتغذية خطاب الكراهية ؟ .
✓ ما هي أساليب التظليل الإعلامي التي تعتمد عليها صفحة مدرسة الوعي DZ والتي تهدف لتغذية
خطابات الكراهية ؟

✓ ما هي مصادر المنشورات التي يتم مشاركتها في صفحة مدرسة الوعي DZ لتغذية خطاب
الكراهية ؟

✓ كيف يتفاعل الجمهور مع منشورات صفحة مدرسة الوعي DZ المغذية للكراهية ؟ .

✓ ما هو اتجاه صفحة مدرسة الوعي DZ ؟ .

✓ ما هي أنماط خطابات الكراهية التي تعتمد عليها صفحة مدرسة الوعي DZ ؟ .

3- أهداف الدراسة :

إن كل بحث أكاديمي يسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف فهي تعبر لنا عن ما يحاول الباحث
أن يصل إليه في دراسته العلمية ودراستنا تسعى إلى تحقيق الأهداف التالية:

التعرف على العلاقة ما بين استخدام الفايسبوك وتغذية خطاب الكراهية لدى طلبة كلية العلوم
الإنسانية والإجتماعية بجامعة محمد خيضر بسكرة، وإبراز العلاقة ما بين النشر في موقع الفايسبوك على
اعتباره فضاء للنشر الحر وتغذية خطاب الكراهية ، وتحاول دراستنا التعرف على العلاقة ما بين التفاعل
أي تفاعل المستخدمين مع مختلف المنشورات العدائية والذي يكون في شكل (إعجاب أو المشاركة أو

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

التعليق) وتغذية خطاب الكراهية، كما و تسعى إلى التعرف على العلاقة ما بين دوافع استخدام الفايسبوك وتغذية خطاب الكراهية لدى عينة الدراسة .

إضافتا إلى دراسة وتحليل الكيفية التي تغذي بها صفحة مدرسة الوعي dz خطابات الكراهية، بدءا بالتركيز على الشكل العام الذي تأخذه مضامين الصفحة وذلك بتسليط الضوء على كل من اللغة التي يتم الإعتماد عليها والقوالب التعبيرية المستخدمة في المنشورات، والوسائط المعتمدة بهدف التأثير في الجماهير وإقناعهم لتغيير آرائهم وتوجهاتهم وصورهم الذهنية التي يحملونها اتجاه الآخر، والإستملات المضمنة في مختلف المضامين التي يتم مشاركتها، كما و تهدف دراستنا إلى تحليل المضامين التي يتم مشاركتها من طرف الصفحة محل التحليل وذلك من خلال استظهار الموضوعات والقضايا التي يتم التركيز عليها والتي تؤدي إلى زيادة حدة الكراهية، إضافة إلى استخراج الأهداف التي تسعى إليها الصفحة من خلال منشوراتها، وتحليل السياقات العامة لأساليب التظليل الإعلامي التي تعتمد عليها الصفحة ، والتعرف على المصادر التي يتم الإعتماد عليها في مختلف المنشورات والمقالات والتقارير الصحفية التي يقومون بكتابتها، وتحلل دراستنا أيضا تفاعل الجمهور مع ما يتم نشره، وتبرز اتجاه صفحة مدرسة الوعي dz، وفي الأخير تسعى دراستنا للتعرف على الأنماط التي يمارس من خلالها خطاب الكراهية للصفحة محل التحليل.

4-أهمية الدراسة :

تأتي أهمية الدراسة من أهمية الموضوع في حد ذاته، إذ أن خطابات الكراهية هي من أهم الموضوعات التي يتم البحث في أسبابها و نتائجها في وقتنا الحالي خاصة في ظل الثورة الإتصالية الحديثة، والتي طورت لنا نمط جديد من الإتصال التفاعلي فالفايسبوك أصبح في وقتنا الحالي من أهم المنصات الإجتماعية التي نقلت لنا الحياة الواقعية إلى الافتراضي إضافة إلى أنه عبارة عن فضاء عمومي تفاعلي قدم الحرية الإعلامية وحرية النشر والمشاركة لذلك يتم استخدامه كمنصة هجومية تتصارع عبره الأطراف المتعادية وتستغله كأداة للتعبير عن كبتها، هذا ما أدى إلى صعود الكراهية ونموها وزيادة انتشارها وذلك راجع للأعداد الجماهيرية الكبيرة التي يستقطبها موقع الفايسبوك، وكثرة التعرض له مما يؤدي إلى غرس الكراهية .

4-1الأهمية النظرية :

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

تكمن الأهمية النظرية لهذه الدراسة من أهمية الموضوع فالفايسبوك من أكثر المواضيع التي شغلت اهتمام الباحثين، حيث أنه أصبح عبارة عن حتمية داخل الحياة الإجتماعية و أدى أدوار مختلفة، وأبرز ظواهر إجتماعية جديدة كما وساعد من استفحال أخرى لذلك سوف تساهم هذه الدراسة في تقديم تعريفات حول الشبكات الإجتماعية وكيف تطورت وصولاً لموقع الفاييسبوك، وتقدم مفهوم الفاييسبوك وخدماته ووظائفه الإتصالية التي يؤديها كما تبرز دوافع استخدامه المختلفة بالنسبة للجماهير، وتقدم دراستنا متغير مهم جدا ويثار الجدل عليه كثيرا في وقتنا الحالي ألا وهو خطاب الكراهية حيث تركز على تعريفاته وأسبابه

ودوافعه كما تظهر أهمية دراستنا في أنها توضح العلاقة ما بين حرية الرأي وخطاب الكراهية، وجذور صناعة هذا الخطاب وكيف أنه يستخدم الدعاية والتظليل الإعلامي بهدف الإقناع، كما تتطرق دراستنا لمصطلحات خطاب الكراهية الإلكتروني والكراهية الرقمية والكراهية السائلة المتدفقة عبر الفضاءات الرقمية والتي هي عبارة عن مصطلحات ظهرت مع ظهور الممارسة الفعلية للكراهية في مختلف الشبكات الإجتماعية ومن بينها موقع الفاييسبوك، كما نقوم بتحليل العلاقة ما بين استخدام الفاييسبوك وغرس الكراهية وتقدم أهم النظريات المفسرة لهذه الظاهرة.

4-2 الأهمية التطبيقية :

يمكن أن تقدم هذه الدراسة صورة أكثر وضوحاً للعلاقة ما بين استخدام موقع الفاييسبوك و تغذية خطاب الكراهية خاصة بالنسبة للطلبة الجامعيين، و اللذين يستخدمون موقع الفاييسبوك بصفة دائمة و كأداة إتصالية ناجحة في إيصال مختلف الرسائل يقول مارشال ماكلوهان الرسالة هي الوسيلة أي أن نجاح الرسالة مرتبط بالوسيلة الأكثر استخداماً، كما تقوم دراستنا بوصف عملية الغرس أي كيف يحدث غرس الكراهية نتيجة استخدام موقع الفاييسبوك من خلال ابراز العلاقة ما بين النشر والتفاعل و تغذية الكراهية وكيف أنه يشكل صور ذهنية خاطئة عن الآخر، و كذلك الإنتباه لمضمون الرسائل الإتصالية التي يتم تداولها عبر موقع الفاييسبوك ومعرفة شكلها الذي تكون فيه بهدف التأثير في الجماهير و تغيير آرائهم اتجاه الآخر وتشويه صورته ومعرفة أهم الموضوعات التي يتم التطرق إليها في الصفحات الفيسبوكية والتي تؤدي إلى خلق الصراعات والنزاعات إضافة إلى التنبيه إلى أن مضامين الصفحات المغذية للكراهية هي عبارة عن مضامين مظلمة تمارس الفبركة والتدليس لأنها تهدف للمس بكرامة الآخر وإدانته

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

وتحطيم نفسيته، كما يمكن أن تسهم نتائج دراستنا في تحسيس الشباب وتوعيتهم حول خطورة الصفحات الفيسبوكية المعادية التي تستهدف أطراف أخرى أو فئات أخرى في المجتمع فهي تقوم بتزييف وعيهم وتمنعهم من الوصول للمعلومات الصحيحة وتغرس فيهم الكراهية وتجعلهم مشاركين في هذا النوع من المضامين دون شعور منهم.

5-أسباب اختيار الموضوع :

تتمثل أسباب اختيار موضوع الدراسة في الآتي :

✓ الميل الشخصي لدراسة موضوع خطاب الكراهية و كيفية تداوله في المنصات الإتصالية وخاصة موقع الفايسبوك .

✓ ارتباط موضوع دراستنا في مجال تخصصنا فخطاب الكراهية هو من بين أهم الموضوعات السوسيولوجية التي يتم البحث في أسبابها والفايسبوك هو أحد أهم المتغيرات الأساسية في الإعلام الجديد و الذي كثيرا ما تركز في دراسته مختلف الأبحاث الإعلامية والإتصالية ،فموضوع الدراسة يجمع ما بين تخصصي علم الإجتماع والإتصال .

✓ البحث في أسباب زيادة انتشار هذا النوع من الخطاب العدائي خاصة في وقتنا الحالي .

✓ البحث في آثار خطاب الكراهية على التجانس الإجتماعي وعلى الضمير الجمعي والوحدة الوطنية .

✓ البحث في الكيفية التي تأثر فيها صفحات الكراهية في عقول المتلقين وكيف تغرس فيهم الكراهية.

✓ الوقوف على خطاب الكراهية الذي يتم ممارسته في البيئة الرقمية .

✓ التعرف على صورة الآخر المختلف و الصور الذهنية المتشكلة حوله في عقول المستخدمين لموقع الفايسبوك .

✓ اعتبار أن موضوع خطاب الكراهية في الفضاءات الرقمية من بين أحدث المواضيع التي يتم الإهتمام بها في وقتنا الحالي .

6-مفاهيم الدراسة :

إن ضبط مفاهيم الدراسة هي من بين أهم الخطوات التي يجب أن يمر بها الباحث لأنها من يقوي و يدعم الدراسة، كما و أنه كثيرا ما تتضارب المفاهيم و يختلف معناها لذلك يجب على الباحث أن

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

يضبطها ضبطا دقيقا إضافتا إلى إزالة اللبس والغموض الذي قد يجعلنا لا نتمكن من فهم أهداف الدراسة (بلقبي، 2022، صفحة 521)، إن بناء المفهوم يعتبر تجاوز المصطلح لأن المفهوم يأتي بعد التعريف التقني للمصطلح وهو عبارة عن مزيج من الأفكار المسبقة للباحث و توجهه العقيدي والتراكمات العلمية السابقة و مقارباته الميدانية إذا فالمفهوم يتم بناءه إنطلاقا من ما تم كتابته مع خبرة الباحث ومعارفه وأهداف دراسته، أيضا هو المرحلة الأولى لبناء نموذج التحليل، فهو من يساعد على الانتقال من الدراسة النظرية إلى الميداني (أي بناء أداة البحث) لأنها تعبر عن الظاهرة التي يتم تناولها كما وأنها من يقدم العلاقة ما بين المتغيرات وتعطي شرح أكثر لمتغيرات الدراسة إضافتا إلى أنها تشكل نسق مع كل من الفرضيات والإشكالية (قاسمي، 2017، صفحة 17) وجاءت مفاهيم دراستنا كالتالي :

6-1 الفايسبوك :

وهو عبارة عن منصة اتصالية ظهر بعد ظهور الجيل الثاني للويب 0.2، وهو من أشهر الشبكات الإجتماعية التي حققت نجاحا كبيرا وتمكنت من استقطاب أعداد كبيرة من الجماهير، يقدم العديد من الخدمات المجانية للمستخدمين، ويمكنهم من التفاعل والتواصل فيما بينهم عن طريق النشر والمناقشة والتعليق والإعجاب .

عرفه "دحدوح" بأنه أحد مواقع التواصل الإجتماعي والتي يمكن الوصول إليها على الشبكة العنكبوتية

وتتيح الشبكة لمستخدميها التعارف و التواصل ومشاركة المعلومات وتبادل الخبرات من خلال أدوات تقنية فعالة (عبيد و ميلود، 2021، صفحة 696) .

🚩 التعريف الإجرائي لموقع الفايسبوك

ويمكن أن نعرف الفايسبوك إجرائيا بأنه تلك الشبكة الإجتماعية التي تستقطب عددا كبيرا من الجماهير والتي تمنحهم الحرية في صناعة الرسائل والمضامين الإتصالية هذا ما جعل منه منصة هجومية تتصارع عبره الأطراف المتعادية، كما ويتم تداول العديد من الأخبار والمعلومات التظليلية بهدف تشويه صورة الآخر وتدليسه، كما ونقصد بالفايسبوك استخدام الطلبة لموقع الفايسبوك من خلال النشر والتعليق والمشاركة والإعجاب وتصفح المضامين التي يتم تداولها والتي كثيرا ما تكون تحمل في طياتها عنفا رمزيا وألفاظ جارحة وصور عنيفة والتي تؤدي لتغيير الصور الذهنية والأفكار ضد الآخر بالتالي غرس الكراهية عن طريق التعرض المستمر لهذه المنصة.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

6-2 خطاب الكراهية :

إن خطاب الكراهية هو عبارة عن مصطلح مركب من متغيرين أساسيين وهما: الخطاب والكراهية ويمكن تعريف الخطاب بأنه:

- **لغتنا:** يعني الخطاب والمخاطبة مراجعة الكلام، و قد خاطبه بالكلام مخاطبة وهما يتخاطبان ، وهما يتخاطبان، والمخاطبة بالكلام مخاطبة. (بالعباس، 2022، صفحة 330)
- **اصطلاحا:**ويمكن تعريف الخطاب اصطلاحا بأنه عبارة عن تواصل لغوي لموضوع ما يكون عن طريق الكتابة أو شفويا يمكن اعتباره بأنه عملية تفاعلية تكون ما بين متكلم ومستمع (ميلز، 2016، صفحة 15) .

كما عرف بأنه كل تنويعة من الخطاب الشفهي ومن كل نوع من الحوار البسيط إلى الخطاب الرسمي البليغ (ميلز، 2016، صفحة 17) .

الكراهية :

وهي حالة شعورية ومجموعة انفعالات ويشير مدلولها في اللغة إلى القبح والإشمئزاز والغض حول شيء ما أو شخص ما ، كما وتعني أيضا الحقد والغض والشعور بالضغينة اتجاه شخص ما ، فهي حالة نفسية نابغة من نفس الإنسان تتجسد بعد ذلك في مجموعة سلوكيات قد تكون عنيفة وتمس الآخري وتأذيهم (بولطيف، 2023، صفحة 1221) .

• خطاب الكراهية :

بعد التطرق لكل من مفهومي الخطاب والذي يعني مجموعة الاتصالات والحوارات ما بين مختلف أفراد المجتمع ، والكراهية والتي هي عبارة عن شعور يحس به الإنسان اتجاه الآخر وتكون عبارة عن انفعالات وحقد وبغضاء ، يمكن ان نعرف خطاب الكراهية بأنه عبارة عن كل تواصل وإتصال ذو طابع عدواني وعنف رمزي ويكون يحتوي على العديد من الكلمات الجارحة التي تمس كرامة الآخر ، فخطاب الكراهية يحركه دافع الكره أو شعور الكره اتجاه الآخر نتيجة رفضه له على أساس الإختلاف في العرق او اللون أو الجنس أو الإلتناء أو الهوية كما وأنه لا يوجد تعريف محدد لخطاب الكراهية لتقاطعه مع العديد من المفاهيم المقاربة له كالتعصب والدوغمائية وهو كل خطاب ذو مستوى دوني يقوم على أساس أو مركب من مجموعة ألفاظ ذات عنف لفظي بحيث يهدف الممارس لخطاب الكراهية لإهانة الآخر ومس كرامته

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

وذلك من خلال الدعوة للقتل و العنف وصولا إلى السب والشتم والإهانة والتمييز العنصري، وهو كل خطاب يسعى لغرس الكراهية في نفوس الجماهير لفئة على حساب فئة أخرى، كما وأنه يستخدم العديد من الوسائل كالإعلام التقليدي والإعلام الجديد لضمان وصول الرسالة لأكبر عدد من الجماهير والتأثير فيها وتغيير وجهات نظرها اتجاه الآخر. (جفال و جودي، 2021، صفحة 30)

🚩 التعريف الإجرائي لخطاب الكراهية:

ونقصد بخطاب الكراهية في دراستنا كل الخطابات العدائية و العنيفة والإستعلائية والتي تمس كرامة الآخر، والتي يكون محركها الأساسي رفض الآخر المختلف في العرق أو الجنس أو اللون أو الإلتواء ويتم ممارسته عبر منصة الفايسبوك والذي بظهوره انهارت حراس البوابة وفتحت المجال للجميع من أن يكونوا صانعين للمضامين الإعلامية، بكل حرية هذا ما دفع بالكثير من الأطراف المتصارعة باستخدامه كمنصة هجومية تنشر عبرها العديد من المنشورات التظليلية والتحقيقية والمشوهة للآخر، والتي هدفها التفرقة وإشعال فتيل الفتنة ما بين مختلف فئات المجتمع، ونقصد بخطاب الكراهية أيضا في دراستنا ذلك الخطاب العدائي الذي تمارسه العديد من الصفحات الفيسبوكية والتي تقوم بالنشر بشكل يومي لهته الخطابات وتكون ذات أنماط مختلفة كنمط الإستهزاء والسخرية والإزدراء والتحقيق وإظهار النفاق، والتفاعل مع هته الخطابات عن طريق الإعجاب أو التعليق بطريقة استهجانية هذا ما يؤدي إلى وضع الطالب أمام حتمية ممارسة الكراهية الرقمية، من ما يؤدي إلى قيام سوق اتصالية فوضوية تهان فيها مختلف الفئات الإجتماعية والأعراق وما إلى ذلك .

6-3 الطالب :

وهو ذلك الفرد الذي يمثل مرحلة مهمة من مراحل العمر والتي تعتبر مرحلة بناء و تنمية لشخصيته، ألا وهي مرحلة الشباب، فقد عرفها " محمد علي محمد " : أن الشباب هو عبارة عن ظاهرة إجتماعية، تشير إلى مرحلة من العمر تأتي بعد مرحلة المراهقة وتبدأ فيها ظهور علامات النضج الإجتماعي والنفسي

والبيولوجي. (مزرارة و شعباني، 2016، صفحة 63)

إنهم حسب " عبد الله محمد عبد الرحمان" الفئة التي تمثل لنا مدخلات ومخرجات العملية التربوية والتعليمية. إذا فهي الفئة التي تتلقى التكوين والتعليم في المؤسسة الجامعية عن طريق تلقين الدروس التطبيقية

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

والمحاضرات، إنهم عبارة عن فئة من المثقفين ويمثلون أرقى طبقة في المجتمع. (مزرارة و شعباني، 2016، صفحة 64)

وعليه نصل إلى أن الطالب يمثل أحد أهم الفئات العمرية التي يمر بها الإنسان وهي الشباب والتي تتميز بالنشاط و العمل فهي مرحلة بناء و تلقي لمختلف المعلومات و الخبرات، وهو الذي سمحت له كفاءته و امكانياته من الإنتقال من المرحلة الثانوية إلى مرحلة التعليم العالي، والذي يمتلك مجموعة من الخصائص والمهارات والذكاء. (مزرارة و شعباني، 2016، صفحة 65)

📌 التعريف الإجرائي للطالب الجامعي:

ونقصد في دراستنا هته بالطالب الجامعي، الطلبة المستخدمين لموقع الفايسبوك والذين يتعرضون له بصفة يومية، والذين كثيرا ما يتصادفون أثناء تصفحهم لهذا الموقع للعديد من الخطابات العدائية و المنشورات ذات العنف الرمزي والألفاظ الجارحة، فيتفاعلون معها لأنها منشورات تثير الغضب وتجعل المتلقي يتفاعل معها بهجوم واستهجان. كما ونقصد بالطالب طلبة كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية والمسجلين بجامعة محمد خيضر بسكرة على اختلاف تخصصاتهم و مستوياتهم.

6-4 الإستخدام :

تشير كلمة استخدام إلى نشاط اجتماعي يتحول بعد ذلك لممارسة يومية نتيجة التكرار المستمر، فالإستخدام يأتي بعد الإستعمال والذي هو مرحلة أولية وإذا ما تكرر الإستعمال يصبح استخدام، كما وأن مصطلح الإستخدام كثيرا ما تضاربت الآراء حوله لأنه يتميز بالغموض. (رايس، 2016، صفحة 502) ، فبعض الدراسات تركز على الحديث عن "الإستخدامات الإجتماعية " و ذلك من بداية الإستعمال و التكرار الذي يكون على شكل عادات يتم مسارتها في الحياة اليومية، لتشكل ممارسات نوعية أو أنها تفرض ضمن الممارسات الثقافية السابقة الوجود. (بوخاري و قاسي، 2019، صفحة 28)

أما مصطلح الإستخدام فهو من المنظور السوسولوجي هو العادة اليومية المتمثلة في النشاط الذي يقوم به الفرد، والتي تفرض نفسها في قائمة العادات كما وأنها تعيد إنتاج نفسها، كما ويربط مصطلح الإستخدام بالنفس والمجتمع والتي تقوم بربط المستخدم بالأداة. كما وأنه فعل يعني بكيفية استخدام الوسيلة من طرف المستخدم أو ماذا يفعل المستخدم بهته الوسيلة ؟ (بوخاري و قاسي، 2019، صفحة 28)

📌 التعريف الإجرائي للإستخدام:

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

ونقصد بمصطلح الإستخدام في دراستنا كيفية استخدام منصة الفايسبوك من طرف المستخدمين و الذين حصرناهم في فئة الطلبة الجامعيين، وذلك على اعتباره منصة اتصالية تختلف أهداف استخدامه نتيجة الدوافع والرغبات لكل مستخدم، إضافة إلى استخدام الفايسبوك كمنصة للتفاعل مع مختلف المنشورات العدائية والتي قد تمس رموز ثقافية أو فئة معينة تنتمي لعرق أو هوية ما فقد حصرنا مصطلح الإستخدام في التفاعل من منظور المستخدم للفايسبوك مع المضامين التي تكون في شكل خطابات كراهية وجاءت في (التعليق ، الإعجاب ، المشاركة)، كما ونقصد بمصطلح الإستخدام استخدام موقع الفايسبوك من طرف الطلبة الجامعيين كمنصة تتيح لهم التعبير عن مختلف آرائهم وأفكارهم بالتالي يتم استخدامها للتعبير عن الإحباط ونقد الواقع المعاش واستهداف أطراف أخرى، ونقصد بالإستخدام أيضا العلاقة ما بين درجة استخدام موقع الفايسبوك وغرس وتغذية الكراهية.

6-5 عملية الغرس :

يرتبط مصطلح عملية الغرس بالثقافة ، لأن الثقافة يكتسبها الإنسان عن طريق عملية التنشئة الإجتماعية والتي تعني تحويل الكائن الإنساني إلى كائن اجتماعي وذلك عن طريق الإحتكاك والتفاعل داخل الحياة الإجتماعية، بالتالي فإنها تقوم بالتنظيم والتوجيه والتلقين للتمكن من الإندماج في داخل الحياة الإجتماعية، فتتشكل بذلك مجموعة معتقدات وأفكار وصور ذهنية تتماشى والثقافة المحلية ولا تتنافى معها، لذلك يفترض مؤيد نظرية الغرس الثقافي أن التلفاز يقوم بعملية الغرس للأفكار والتوجهات والآراء و تجعل الفرد ينظر للواقع الإجتماعي مثلما يتم عرضه في التلفاز ، فالغرس يحدث نتيجة التعرض المستمر للتلفاز و التكرار أي تكرار عرض المضامين الإعلامية ، لذلك توجد علاقة ما بين مشاهدة التلفاز و تشكيل التصورات الذهنية ، كما و أن عملية الغرس تحدث عن طريق المرور بمجموعة من المراحل بدءا بمرحلة التلاشي أي تلاشي مختلف الأفكار المكتسبة من الحياة الإجتماعية و تحل محلها الأفكار التي يعرضها التلفزيون ثم مرحلة الدمج و التي تعني اندماج أفكار المتلقي مع الأفكار التي يعرضها التلفاز ثم تأتي مرحلة التشكيل و في هته المرحلة تتشكل الصور الذهنية الجديدة و التي قام بغرسها التلفاز و في الأخير مرحلة الرنين (ديلمي، 2016، صفحة 162) .

📌 التعريف الإجرائي لعملية الغرس:

و نقصد بعملية الغرس في دراستنا هذه الكراهية التي تقوم بغرسها الصفحات الفيديوية التي تستخدم الفايسبوك كمنصة هجومية تتصارع من خلالها و تشوه صورة الآخر و تقلب الحقائق ، وعلى

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

اعتبار أن الفيسبوك يمثل أكثر المواقع التي يستخدمها الشباب في وقتنا الحالي و بالخصوص الطلبة الجامعين فإن هته الخطابات نتيجة تكرار تعرضهم لها أثناء التصفح تغرس فيهم الكراهية و تغير صورهم الذهنية و أفكارهم وتجعلهم يرون الواقع كما يتم الترويج له في هذا الفضاء، كما وتجعلهم أيضا مشاركين في هته الخطابات لأنها تثير غضبهم و تستفزهم فيتفاعلون معها عن طريق التعليقات هذا ما يؤدي لحدوث ثورة قد تهان فيها أطراف أو فئات أخرى لا دخل لها .

7-الدراسات السابقة :

الدراسات السابقة هي من أهم الخطوات التي يجب أن يمر بها الباحث أثناء القيام بدراسته على اعتبار أن العلم تراكمي ، و أن ينطلق الباحث من ما توقف للذين سبقوه ، و ذلك لسد مختلف الثغرات التي لم يتم التوصل إليها في الدراسات التي سبقت ، و نعني بها مختلف الدراسات التي أجريت سابقا حول نفس الموضوع الذي يتم دراسته (دليو، 2014، صفحة 184)،أو أنها تتشابه معه في أحد المتغيرات أو الأبعاد ، اضافة إلى أنه من خلال الدراسات السابقة يمكن للباحث أن يوضح أهمية دراسته و فيما اختلفت مع الدراسات التي أجريت سابقا حول موضوع بحثه ، أي أنها تضيف القيمة العلمية للدراسة ، إذا فالدراسات السابقة تساعد الباحثين على تكوين الأفكار و توضيح الرؤية للباحث حول ما يجب أن يتطرق إليه و ما هي الأبعاد التي يجب أن يتجنبها ، لضعف أهميتها أو لتجنب التكرار فعلى الباحث كما ذكرنا سابقا أن يسد الثغرات عن طريق التركيز و دراسة ما لم يتم البحث فيه . لذلك فهي الحجر الأساسي لقيام أي دراسة علمية (جابر، 2017-2018، صفحة 29).

إن القيام بجمع الدراسات السابقة و تحليلها و ترتيبها حسب المتغيرات و التشابه و التقارب و الإختلاف هي عملية معقدة جدا تحتاج إلى مهارات و الكثير من الإطلاع و القراءات المعمقة للدراسات و نتائجها ، للتمكن من عرضها عرضا سرديا أولا ثم نقدها ثانيا ، فالعرض السردى للدراسات السابقة يكون وصفي تحليلي لكل دراسة على حدا وذلك عن طريق عرض أهداف الدراسة و منهجها و أداة بحثها و نتائجها . بينما تقوم الدراسة النقدية على الأسلوب الكمي أو الإحصائي أو على التحليل النوعي الموضوعي للدراسات (جابر، 2017-2018، صفحة 31)، وسنقوم في دراستنا هته على الإعتماد على المزج ما بين الطريقة السردية و الطريقة النقدية .

📌 عرض الدراسات السابقة عرضا سرديا :

7-1الدراسة الأولى :

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

دراسة صلاح الدين عمراوي و يوسف مقتاش المعنونة ب أثر خطاب الكراهية في موقع الفايسبوك على الجمهور دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر ، حيث تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر و انعكاسات خطاب الكراهية على الجمهور الجزائري عبر موقع الفايسبوك وذلك بالإجابة عن التساؤلات التالية :

1 ماهي أنماط خطاب الكراهية المتداولة عبر موقع الفايسبوك في الجزائر ؟

2هل توجد فروق ذات دلالة احصائية بين الفئات التي تساهم في نشر خطاب الكراهية عبر

الفايسبوك و آثار انتشار خطاب الكراهية على الجمهور حسب وجهة نظر الباحثين ؟

3هل توجد فروق ذات دلالة احصائية بين خطاب الكراهية عبر الفايسبوك و آثار انتشار خطاب

الكراهية على الجمهور حسب وجهة نظر الباحثين ؟

وتم الإعتماد في هته الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي ، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها

74 مفردة موزعة عبر ولايات الوطن ، وتم الإعتماد على استمارة الإستبيان كأداة لجمع مختلف

المعلومات عن الباحثين ، للإجابة عن تساؤلات الدراسة، وبعد القيام بالمعالجة الإحصائية بالإعتماد

على برنامج SPSS تم التوصل إلى النتائج التالية :

أن صيغ خطاب الكراهية في موقع الفايسبوك ، هي من أهم الأسباب التي أدت إلى تفاقمه و زيادته

، كما أكدت هته الدراسة على أن صيغ الكراهية تتعدد و تختلف عبر موقع الفايسبوك باختلاف المناطق

عبر ربوع الوطن و تكون على أساس الإحتلاف في الجنس و اللون و الإثنيات و على أساس الإعاقة

الذهنية كذلك على أساس اللغة و التوجه السياسي و الأصل القومي و الطوائف المنتشرة عبر ربوع الوطن

كما توصلت هته الدراسة إلى أن الفئات التي تساهم في نشر خطاب الكراهية هي أولا الفئة

المعارضة في الخارج ثم تليها فئة الأنظمة السياسية الخارجية ثم كل من العمالة في الخارج و الأحزاب

السياسية و الإعلاميين و صناع القرار و صناع المحتوى الإعلامي و المشاهير أي أن مختلف الفئات

في المجتمع الجزائري تمارس خطاب الكراهية عبر موقع الفايسبوك

كما أكدت الدراسة أنه يوجد العديد من الأسباب التي أدت إلى تفاقم خطاب الكراهية في موقع

الفايسبوك و المتمثلة في غياب المساواة في الحقوق و الحريات و الواجبات و ضعف القوانين الردعية

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

لهذه الظاهرة ذلك لأن الفايسبوك هو موقع للنشر الحر دون وجود رقابة ولا ترسانة قانونية ، كذلك زيادة انتشار البروبقندا الإعلامية و التي تحتوي على الأكاذيب .

كما توصلت الدراسة إلى أن الأشكال التي يأتي فيها خطاب الكراهية تكون على شكل مقاطع فيديو ، تعليقات ، صور و نصوص و رموز .

وتوصلت الدراسة كذلك أن سياق خطاب الكراهية في موقع الفايسبوك تكون على شكل اصدار بيانات يؤدي إلى العداوة بين أبناء الوطن الواحد ، اضافة إلى الأعمال الهادفة إلى أشعال نار الفتنة و العنصرية و العداوة العرقية و الدينية و الإساءة إلى بعض فئات المجتمع ، و ترويج العداوة بين مختلف المجموعات على أساس الدين أو العرق ، اضافة إلى الخطابات التحريضية التي تؤدي إلى ارتكاب الجرائم و الأنشطة الهادفة إلى التمييز بين مختلف المواطنين على أساس عرقهم و جنسهم .

كما وجدت الدراسة أن المصطلحات المتداولة عبر الفايسبوك متعددة ومن بينها مصطلح أولاد فرنسا و السب و الشتم بمختلف أنواعه و تفاصيله مصطلح النوفمبري الباديبي

و توصلت كذلك الدراسة إلى أن التحيزات نسبتها مرتفعة وذلك عن طريق تحريف الحقيقة و تغييرها ، و التكتيف و التركيز على مواضيع ثانوية تتعلق بالكراهية ، و بروز أجندة معينة في الخطاب خدمة لجهات معينة و الذاتية في القرار التحريبي للمضمون الإعلامي .

كما أكدت على تعدد الإستمالات و التي يتم استخدامها بهدف الإقناع ، فهم يستخدمون الإستمالات العقلية و العاطفية و التخويف .

لقد توصلت الدراسة بصفة عامة إلى أن آثار خطاب الكراهية في موقع الفايسبوك على الجمهور الجزائري عميقة جدا و تنعكس بالسلب على الجمهور و ذلك من خلال ترسيخ ممارسات عنصرية بين أبناء الوطن الواحد و تقسيم المجتمع إلى جماعات غير متجانسة و اثاره الفتن للتمكن من ضرب التجانس الإجتماعي وهو ما ينتج عنه تأجيج الصراع و التناحر الديني و المذهبي و اضعاف بينية المجتمع هذا ما يجعله عاجزا عن مواجهة مختلف الأزمات . فمن خلال هته الدراسة تبين أن موقع الفايسبوك تمارس فيه خطابات الكراهية وأن هذا النوع من الخطابات عبر موقع الفايسبوك لها أثر سلبي على الجمهور و ذلك راجع لما يتم نشره و تداوله عبره ، كذلك استغلاله من طرف فئات للهجوم و زيادة الصراع ضد فئات أخرى كما تتعدد الإستمالات التي يتم استخدامها و تتعدد المصطلحات و تختلف حسب مناطق ربوع الوطن وهنا يظهر الأثر من خلال ضرب الوحدة الوطنية و اضعاف النسيج الإجتماعي و غياب التجانس

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

وهذا ما يؤدي إلى عدم قدرة المجتمع على تجاوز الأزمات ذلك لأن الأزمات لا يمكن مواجهتها إذا ما كان المجتمع متشتت و إذا ما غاب التجانس الإجتماعي و الوحدة .

7-2 الدراسة الثانية :

دراسة هشام شيتور و حياة قزادري و التي جاءت بالعنوان التالي : الأخبار المزيفة و خطابات الكراهية على فايسبوك و أثرها على العلاقات الأسرية _ دراسة إثنوغرافية على عينة من الأسر الجزائرية المختلطة (عرب ، أمازيغ) و هدفت هته الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تلعبه الأخبار الزائفة و التي تعتبر من إحدى أساليب خطاب الكراهية المؤدية إلى التفكك الأسري و المجتمعي في الأسر المختلطة (عرب ، أمازيغ) و ذلك بالإجابة على التساؤلات التالية :

1 ما هي أنواع الأخبار الزائفة المفبركة التي تهدد وحدة المجتمع الجزائري و تضرب تماسك أبنائه على اختلاف ثقافتهم ؟

2 كيف أثرت الأخبار الزائفة المغرضة عبر فايسبوك على المودة و التعايش السلمي في الأسر المختلطة (عرب ، أمازيغ) عند تلقيها و التفاعل معها ؟

ما هي الحدود التي بلغت الأضرار التي لحقت بالأسر المختلطة (عرب ، أمازيغ) جراء متابعتها للأخبار الزائفة التي زرعت الفتنة بين أبناء الوطن الواحد ؟

لقد تم الإعتماد في هته الدراسة على المنهج الإثنوغرافي نظرا لطبيعة الموضوع التي تطلبت من الباحثان الإعتماد عليه

و لذلك تم تطبيق الدراسة على عينة من الأسر الجزائرية المختلطة (عرب ، أمازيغ) و التي كان قوامها 10 أسر ، باستخدام أداة المقابلة العلمية ذات الطابع الإثنوغرافي و قد تم التوصل إلى النتائج التالية :

أن ما نتلقاه من منشورات و التي يتم مشاركتها عبر الصفحات و المجموعات الفيسبوكية له تأثير واضح على ثقافتنا و سلوكياتنا حتى و إن كان أغلبنا يتجاهل ذلك ، فقد جاء من خلال النتائج أن الأسر بدأت تظهر فيها مشاكل التعصب للهوية بعد ظهور الشبكات الإجتماعية و سابقا لم تكن تشهد هذا النوع من الصراع .

كما توصلت الدراسة إلى ضرورة اخضاع مستخدمي الشبكات الإجتماعية إلى افتراضات المسؤولية الإجتماعية من أجل الحفاظ على مجموعة القيم الإجتماعية التي تحكم المجتمع ، فقد جاء في النتائج

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

أن الصراعات تتزايد داخل الأسر الممتدة المستخدمة للشبكات الإجتماعية و التي يتم نشر الأخبار الزائفة فيها إلى زيادة الصراع و المشاكل داخلهم بسبب كثرة الأفراد و اختلاف خلفياتهم الثقافية و انتمائهم . كما جاءت نتائج الدراسة بأن الأسرة باعتبارها المؤسسة الإجتماعية الأساسية في البنية الإجتماعية تتأثر بشكل كبير بمنشورات الفيسبوك و خصوصا الأخبار الزائفة المليئة بخطابات الكراهية فقد جاء في نتائج الدراسة أن استخدام الأسر للأجهزة و الشبكات الإجتماعية خلق مشاكل متعلقة بالهوية و الخصوصية ، خاصة مع تتبع الأفراد للمجموعات و الصفحات و المنشورات و التفاعل معها بالإعجاب أو التعليق عليها ، وهي تحمل إساءة بشكل أو آخر للعرب أو الأمازيغ وهذا ما يؤدي إلى تفكيك الروابط الإجتماعية .

لقد توصلت هته الدراسة إلى أن الأخبار الزائفة التي يتم تداولها عبر موقع الفاييسبوك أدت لإحداث الصراعات و النزاعات داخل بنية الأسرة الجزائرية ، كما و أنها أثارت مسائل و قضايا لم تكن تذكر سابقا داخل الأسرة الجزائرية المختلطة (عرب ، أمازيغ) كمسألة الهوية و الإنتماء وهي عبارة عن قضايا يتم تداولها اليوم في الصفحات الفيسبوكية وهذا راجع لسبب أن موقع الفاييسبوك قام بدمقرطة الإتصال .

7-3 الدراسة الثالثة :

دراسة يوسف بالعباس بعنوان : التفاعلات الرقمية بين الشباب و سياقات انتشار خطاب الكراهية دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفيسبوك . و هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور تفاعلات الشباب عبر موقع الفيسبوك في انتشار خطاب الكراهية و العنف الرقمي ومن أجل تحقيق هذا الهدف جاءت تساؤلات الدراسة كالتالي :

ما طبيعة تفاعلات الشباب مع خطابات الكراهية الرقمية في وسائل التواصل الإجتماعي ؟

ما هي صور و أشكال هذه التفاعلات الرقمية ؟

و تم الإعتماد على منهج المسح الإجتماعي و ذلك لملائمته مع موضوع و أهداف الدراسة ، وقد أجريت الدراسة على عينة بلغ عددها 150 مفردة ممثلة لمجتمع البحث ككل ، و استخدام الأستبيان الإلكتروني كأداة لجمع البيانات و بعد القيام بالمعالجة الإحصائية باستخدام برنامج spss تم التوصل إلى النتائج التالية :

أولا أن 44 بالمئة من الشباب يقون باستخدام الفاييسبوك لأكثر من 4 ساعات يوميا وهي نسبة مرتفعة جدا ، كما و أن نسبة 70 بالمئة من الشباب أن الفاييسبوك أصبح جزءا من نشاطهم اليومي ،

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

اضافة إلى أن الفايسبوك يستخدمه الشباب لزيادة معلوماتهم و لأنه يسهل عليهم التفاعل مع الآخرين و بهدف التواصل مع أناس آخرين لديهم نفس أفكارهم ،وهذا حسب النتائج التي توصلت إليها هته الدراسة ، و معظم خطابات الكراهية التي يتم تداولها في موقع الفايسبوك هي الخطابات الدينية و التي جاءت بنسبة 27,64 بالمئة ثم بعد ذلك الخطابات السياسية بنسبة 22.76 بالمئة ، و تساوى كل من الخطاب الإجتماعي و الرياضي بنسبة 19,51 بالمئة ، و تم التوصل أيضا إلى أن الشكل الذي يتم عرض خطاب الكراهية في منشورات وكتابات حائطية بنسبة 34,61 بالمئة ثم بعد ذلك الصور بنسبة 28,84 بالمئة كما و تساوت نسبة كل من الفيديوهات للمقاطع الشخصية و الفيديوهات الشخصية بنسبة 18,26 بالمئة ، فعادة ما يتم النشر في موقع الفايسبوك لخطابات الكراهية بأشكال مختلفة للتمكن من التأثير في المستخدمين ، كما و أنه يتم مشاركة منشورات في موقع الفايسبوك للتعبير عن الحالة ، كما يتم استخدام الصور ومرافقتها في المنشورات للتمكن من التأكيد من صحة المنشور ، كما ويتم مشاركة الصور العدائية و المحرصة .أما فيما يخص هوية المستخدم في التفاعل مع خطاب الكراهية جاءت النتائج كالتالي أن نسبة 44 بالمئة كانت إخفاء هوياتهم الحقيقية أثناء التفاعل أو المشاركة في خطابات الكراهية ، وأجاب 42 بالمئة بنعم أي لا يقومون لإخفاء هوياتهم أثناء تفاعلاتهم أو نشرهم لخطابات الكراهية في حين جاءت أحيانا بنسبة 14 بالمئة ، ذلك لأن إخفاء الهوية للتفاعل مع خطابات الكراهية يكون أكثر سهولة للتعبير بكل حرية دون مواجهة أي مشاكل لأن اسمه مخفي فالفايسبوك هو فضاء فتح للمستخدمين التعبير عن ما يريدون بالأسلوب الذي يرغبون فيه وهذا ما يؤدي إلى زيادة انتشار المحتوى الرقمي المحرض على الكراهية .

أما بالنسبة إلى أكثر أنواع الخطابات التي تستفز الشباب و تجعله يتفاعل معها عبر موقع الفايسبوك أولا خطاب التمييز الديني بنسبة 31,32 بالمئة ثم التمييز العرقي بنسبة 20,53 بالمئة ثم يليها التمييز الإثني بنسبة 19,64 بالمئة و بعد ذلك التمييز السياسي بنسبة 16,96 بالمئة ثم في الأخير التمييز على أساس اللون بنسبة 11,60 بالمئة . يتضح من خلال النتائج أن المنشورات التي يتم مشاركتها عبر الفايسبوك والتي تكون ذو طابع كراهية تستفز الشباب و تجعلهم يتفاعلون معها خاصتا إذا ما تعلق الأمر بالدين .

أما فيما يخص رأي الشباب حول منشورات خطابات الكراهية على مواقع التواصل الإجتماعي فكانت اجاباتهم كالتالي 38 بالمئة من العينة ذهبت إلى أن خطابات الكراهية هي خطابات سخرية و

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

استهزاء أما 36 بالمئة أجابت أنها خطابات عنصرية متساوية مع خطابات كراهية سب و شتم ، أما بالنسبة للخطابات المحرّضة على العنف فجاءت نسبتها ب 20 بالمئة ،وعليه فإن خطابات الكراهية عبر موقع الفايسبوك هي عبارات عن سخرية و استهزاء و استعمال الشتم وبالتالي فهي خطابات تستهدف للتقليل من شأن الآخر و بالتالي فهو خطاب تمييزي و عنصري .

أما بالنسبة لصور التفاعل مع منشورات الكراهية أكدوا أنهم لا يتفاعلون مع خطابات الكراهية بل يتبعون المحتويات فقط بنسبة 49,18 بالمئة و 22,95 بالمئة أجابوا بأنهم يتفاعلون بوضع أغصني أما التعليقات فقد بلغ عدد المبحوثين اللذين يعلقون على خطابات الكراهية بنسبة 14,75 بالمئة ، و اللذين يردون بتعليق على تعليق آخر بنسبة 6,55 بالمئة و تساوت نسبة كل من أتفاعل مع وضع إعجاب و أيضا مشاركتها مع الأصدقاء بنسبة 3,25 .

وعليه ومن خلال النتائج التي تم التوصل إليها من خلال أن الشباب يستخدم الفايسبوك بنسبة مرتفعة تصل إلى أربع ساعات أو أكثر في اليوم إذ أنه أصبح يمثل جزءا لا يتجزأ من يومياتهم ، والفايسبوك هو عبارة عن منصة يتم فيها تداول خطابات الكراهية ، و أكثر المواضيع التي يتم تداولها هي خطابات الكراهية الدينية بنسبة مرتفعة و التي يتفاعل معها الشباب و يستهجنونها ، ثم الخطابات السياسية ، وبما ان الفايسبوك وجدت فيه الكراهية أرضا خصبة لنموها فقد تم التوصل إلى أن خطابات الكراهية تختلف أشكالها من منشورات و كتابات حائطية و صور و فيديوهات للمقاطع الشخصية و فيديوهات الشخصية ، و ذلك بغرض التمكن من التأثير في الجمهور المتتبع ، كما أن اخفاء الهوية في الفايسبوك من بين أهم الأسباب التي تزيد من خطابات الكراهية ذلك لأن الفايسبوك يتم النشر فيه بكل حرية دون وجود قيود و جاءت إجابات المبحوثين أن يخون أسمائهم في تفاعلاتهم مع خطابات الكراهية ، كما وأن خطابات الكراهية تستفز الشباب و تجعلهم يتفاعلون ومن أكثر الخطابات التي تستفزهم هي الخطابات الدينية كما و تختلف أشكال خطابات الكراهية و أكثرها انتشارا هي خطابات الإستهزاء و التي تؤدي للتمييز العنصري .

4-7- الدراسة الرابعة :

دراسة بلال عبيد و مراد ميلود و المعنونة ب حرية الرأي و التعبير عبر فايسبوك و خطاب الكراهية دراسة تحليلية على عينة من منشورات صفحة kabyi news تهدف هذه الدراسة إلى

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

التعرف على منشورات الصفحة الفيسبوكية kaby news و التي تنشط عبر موقع الفايسبوك و لتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث بطرح الأسئلة التالية :

ما هي أساليب النشر المستخدمة لمضامين مجابهة خطاب الكراهية عبر منشورات صفحة kaby news عبر موقع الفايسبوك ؟

ما هي طبيعة المواضيع التي تنشرها صفحة kaby news الفيسبوكية لمضامين مجابهة خطاب الكراهية ؟

عبر كيف يتفاعل الجمهور مع منشورات خطاب الكراهية المنشور عبر صفحة kaby news عبر موقع الفايسبوك ؟

وللإجابة على هته التساؤلات تم الإعتماد على المنهج الوصفي التحليلي ، و ذلك من أجل وصف و تحليل كل من حرية الرأي و التعبير و خطاب الكراهية المتداول عبر موقع الفايسبوك ، وقد اعتمد الباحث على أداة تحليل المضمون ، من أجل قراءة و تحليل المنشورات التي يتم مشاركتها في صفحة kaby news ، وقد تم الإعتماد في هته الدراسة على عينة متشكلة من 12 مفردة و ممثلة لمجتمع البحث ، أي أن الباحث قام بتحليل 12 منشور واعتمد على أسلوب الدورة بطريقة منتظمة و كان السحب عشوائي فقد قام الباحث بسحب المفردة الأولى في يوم 07 جوان ثم تم اختيار المفردة الثانية و المتمثلة في المنشورات التي يتم مشاركتها في هته الصفحة الفيسبوكية والتي تم مشاركتها في اليوم الموالي من الأسبوع الثاني أي 15 جويلية ثم اليوم الموالي من الأسبوع الثالث من شهر أوت وهكذا تمت العملية ، حتى تم سحب منشور من كل شهر بالتالي تمت تغطية كل شهور السنة . و بعد تصميم استمارة التحليل و تحديد كل من فئات الشكل و المضمون و القيام بجمع البيانات و تفرغها تم التوصل إلى النتائج التالية :

أولا بالنسبة لفئة الشكل اتضح أن أسلوب النشر المرفق بصورة هو الأكثر استخداما في المنشورات التي يتم مشاركتها في صفحة kaby news و ذلك بنسبة 83 بالمئة أما النص الذي ترفقه بفيديو أقل نسبة ب 17 بالمئة فيما لم يتم النشر في هته الصفحة بأسلوبي النص المرفق بفيديو و صورة ، و الهدف من هته الأساليب في النشر هو اقناع المتلقي أي متابعي الصفحة و اثبات صحة الاخبار التي يقومون بنشرها و لإضفاء المصداقية و لتوضيح الفكرة للجمهور .

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

توصلت نتائج الدراسة إلى أن 83 بالمئة من منشورات الصفحة كانت باللغة العربية ، أما اللغة الفرنسية فقد جاءت بنسبة 17 بالمئة ، كما و لم يوجد أي استخدام للغة الأمازيغية و العامية . فقد توصلت الدراسة إلى أنهم يعتمدون في منشوراتهم على اللغة العربية بنسبة كبيرة لأنها اللغة الأولى في الجزائر و كذلك من أجل التأكيد على عدم وجود أي صراع بالرغم من تعدد اللهجات و اللغات داخل المجتمع الجزائري .

نتائج الدراسة من حيث المضمون

أولا فئة الموضوع فقد جاءت نتائجها كالتالي تقوم صفحة kaby1 nwe5 بالتركيز على نشر موضوعات الهوية بنسبة 58 بالمئة ، ثم جاءت الموضوعات السياسية بنسبة 42 بالمئة ولم تتوصل الدراسة إلى وجود أية مضامين تخص موضوع الإنتماء و اللغة و الدين و بذلك تم التوصل إلى أن القائمين على هته الصفحة لا يسعون إلى تغذية الكراهية و اشعال نار الفتنة و زيادة الصراع ، بل أنهم يحاولون تجاوزها من خلال الغاء مختلف الأفكار و الآراء التي تؤدي إلى زعزعة أمن الدولة و التي تثير الصراع و العنف في داخل المجتمع لأن خطاب الكراهية يؤدي إلى العنف المادي .

فئة أهداف المنشورات اتضح من خلال نتائج الدراسة أن هته الصفحة الفيسبوكية تهدف إلى نشر الأخبار الزائفة بنسبة 50 بالمئة ثم بهدف التوعية بنسبة 29 بالمئة ثم الإعلان بنسبة 11 بالمئة ، ثم تساوى كل من هدف الترفيه و التسلية و التوعية بنسبة 5 بالمئة و منه تم التوصل إلى أن هته الصفحة هي صفحة اخبارية تنشر مختلف الأخبار و الأحداث التي تخص القبائل بنسبة مرتفعة ، وذلك بهدف الإبتعاد عن الفتنة و أخذ ونشورات الصفحة لمنحى إيجابي .فئة الإستمالات اتضح من خلال نتائج الدراسة أن الصفحة تعتمد في منشوراتها من أجل الإقناع على كل من الإستمالات العاطفية و العقلية ، التخويف بنسبة 76 بالمئة ، وهو ما يبين لنا أن هته الصفحة تحاول اقناع الجماهير المتتبعة لها ، من أجل إحداث التغيير للمتلقي و التمكّن من اقناعه و تغيير وجهات نظره .

فئة القيم المتضمنة في منشورات الصفحة حيث تقوم صفحة kaby1 nwe5 ، تتعلق بقيمة القرب و 24 بالمئة قيم الفهم و 17 بالمئة قيم المسؤولية ، و 14 بالمئة قيم الحماية فهته الصفحة تتسم بالإهتمام بمنطقة القبائل و جا أخبارها .

فئة تفاعل الجمهور (الإعجاب ، التعليق ، المشاركات) توصلت الدراسة إلى أن عدد الإعجابات للمنشورات التي يتم مشاركتها مرتفع لصفحة kaby1 nwe5 على فيسبوك منت 51 فما فوق بنسبة 100

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

بالمئة أي أن الإعجاب مرتفع ، كذلك بالنسبة للتعليق وجد الباحث أن نسبته مرتفعة جدا بنسبة 67 بالمئة كما أن المشاركات مرتفعة حيث بلغت نسبة 58 بالمئة وهذا يدل على أن التفاعلات مرتفعة مع منشورات الصفحة الفيسبوكية بالتالي فهي من أكثر الصفحات متابعتا .

فئة رأي مستخدمي صفحة kabylnwes وصلت الدراسة إلى أن 80 بالمئة من مستخدمي الصفحة كانت معارضة لزج منطقة القبائل للمساس باستقرار الجزائر ، و 20 بالمئة كانت نسبة المؤيدين فيما لم توجد أي نسبة للمعارضين .

5-7 الدراسة الخامسة :

دراسة صخر أحمد الخصاونة و سهل علي العتوم و المعنونة ب دور وسائل التواصل الإجتماعي في نشر خطاب الكراهية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين _دراسة ميدانية_

والتي تهدف إلى التعرف على مفهوم خطاب الكراهية و كذلك التعرف على دور وسائل التواصل الإجتماعي في انتشار خطاب الكراهية وذلك بالإجابة عن التساؤلات التالية :

1_ ما أكثر الخطابات الواردة على مواقع التواصل الإجتماعي من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين

؟

2_ ما مفهوم خطاب الكراهية في وسائل التواصل الإجتماعي من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين؟

3_ ما أنواع خطاب الكراهية المكرس بين رواد وسائل التواصل الإجتماعي من وجهة نظر

الصحفيين الأردنيين ؟

4_ ما دور المحيط الإجتماعي في تكريس خطاب الكراهية لدى رواد وسائل التواصل الإجتماعي

من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين ؟

5_ ما أهم الآثار المجتمعية السلبية لانتشار خطاب الكراهية في وسائل التواصل الإجتماعي من

وجهة نظر الصحفيين الأردنيين ؟

وتتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية ، وطبقت على عينة قوامها 300 مفردة ، و

اعتمد الباحث في جمع البيانات على استمارة الإستبيان ، و بعد القيام بالمعالجة الإحصائية باستخدام

برنامج spss تم التوصل إلى النتائج التالية :

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

أن أكثر الخطابات المنتشرة في وسائل التواصل الإجتماعي هي الخطابات الترفيحية و الفكاهية و ذلك بنسبة 31 بالمئة ثم تليها الخطابات العادية بنسبة 29 بالمئة أما خطابات السب و الشتم فجاءت نسبتها ب 19 بالمئة .

كما و توصلت الدراسة إلى أن الخطابات المنتشرة أكثر بين رواد وسائل التواصل الإجتماعي هي خطابات الإختلاف في الرأي و الأفكار و المواقف بنسبة 42 بالمئة ، ثم خطاب اختلاف الأديان و المذاهب بنسبة 37 بالمئة ، ثم في الأخير كل من الخطاب الديني و الطائفي بنسبة 8 بالمئة .

كما وجدت الدراسة أن المحيط الإجتماعي له دور في تكريس و زيادة خطاب الكراهية وذلك من خلال اجابة الصحفيين فقد بلغت نسبتها ب 66 بالمئة ، و 34 بالمئة ذهبوا إلى انه لا يوجد له دور . ومنة خلال الدراسة اتضح أن خطاب الكراهية يتمثل في مجموعة واسعة من خطابات أو كلمات مهينة جدا ، تعرض على العنصرية الدينية و الجنسية ، و تعرض على النزاعات و الصراعات المبنية على أساس اللون أو العرق أو الطائفة و احتقار عادات و تقاليد الآخرين ذلك لأن إجابات المبحوثين كانت مرتفعة جدا .

كما ووجدت الدراسة أن وسائل التواصل الإجتماعي لها دور في نشر و زيادة خطاب الكراهية . اتفق معظم الصحفيين أن خطاب الكراهية يؤدي إلى إشعال نار الفتنة في المجتمعات .

📌 القراءة النقدية للدراسات السابقة :

إن خطاب الكراهية هو من بين المواضيع التي اهتم بها العديد من الباحثين و أجريت حوله العديد من الدراسات التي حاولت فهم و تفسير هته الظاهرة ، فخطاب الكراهية هو ذلك الخطاب الذي يعمل على بث الكراهية و غرسها كما و أنه الخطاب الذي يحرض على النزاعات و الصراعات والذي يحركه دافع الإختلاف في اللون أو الجنس أو العرق (صخر أحمد الخصاونة،سهل علي العتوم 2020)، وقد وجد هذا النوع من الخطاب في وسائل التواصل الإجتماعي أرضا خصبة لتناميه و زيادته فقد سمح بتلاقي أصحاب الفكر المتعصب و المتطرفيين و سهلت عملية التواصل فيما بينهم ، وذلك عن طريق العديد من الطرق انطلاقا من الخدمات التي تقدمها المنصات الإتصالية منها خدمة التعليق و المشاركة و قد أظهرت نتائج دراسة(صخر أحمد الخصاونة ، سهل علي العتوم 2020) أن لشبكات التواصل الإجتماعي دور في تنامي و زيادة خطاب الكراهية ، فهي تسهم في نشر العنف اللفظي و السلوكي ، كما و أنها تعمل على تهويله و زيادة المشكلات الإجتماعية .

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

كما و أظهرت نتائج دراسة (يوسف بالعباس 2022) أن استخدام الشباب لموقع الفايسبوك بصفة يومية يكون من أربع ساعات فما فوق فقد أصبح عبارة عن جزء من نشاطهم اليومي هذا ما يجعلهم يتصادفون يوميا مع خطاب الكراهية و الذي يتم نشره عبر هته المنصات ، فقد أظهرت دراسة (بلال عبيد ، مراد ميلود 2021) أن محتوى المنشورات الفيسبوكية يكون بنسبة مرتفعة في شكل نص مرفق بصورة و ذلك بهدف التأثير و الإقناع لغرض محاربة خطاب الكراهية عبر منصات الفايسبوك ، كما و أن معظم المواضيع التي يتم نشرها عبر الفايسبوك هي عبارة عن توجهات و آراء سياسية كما ويتم استخدام الإستمالات الإقناعية بدرجة مرتفعة وذلك لمنح مصداقية و لإحداث التغيير لدى المتلقي بانفعالاته ، وفي المقابل أكدت دراسة(هشام شيتور ،حيلة قزادري 2022) و التي أجريت على مجموعة من الأسر الجزائرية المحتلطة (عرب ، أمازيغ) أنه يجب الرجوع إلى المسؤولية الإجتماعية في استخدام موقع الفايسبوك للتمكن من المحافظة على القيم ، و هذا لأن منذ بدأت العائلات المختلطة في استخدام شبكات التواصل الإجتماعي زادت حدة الصراع بسبب تأثرها بمختلف المنشورات الزائفة التي يتم تداولها والتي تؤدي لتفكك الروابط الإجتماعية و اثاره مسائل الإنتماء و العرق ، كما و أنها أثارت قضايا لم تكن محل اهتمام الجماهير فقد أكدت نتائج الدراسة أن الأسر التي تزوجت منذ عشرين سنة لم تكن تعرف هذا النوع من الصراع و لم تختلف إلا بعد ظهور الشبكات الإجتماعية ، كما و أشارت الدراسات السابقة(صلاح الدين عمراوي ،يوسف مقعاش2022) إلى أن لخطاب الكراهية في موقع الفايسبوك أثر على جمهور المستخدمين فقد وجدت أن لخطاب الكراهية في موقع الفايسبوك صيغ مختلفة تختلف باختلاف المناطق وهذا بسبب الإختلاف في الجنس أو اللون أو العرق ، كما و أن غياب القوانين الردعية أيضا تؤدي لزيادة خطاب الكراهية فالفايسبوك و منصات التواصل الإجتماعي منحة للمستخدمين حرية النشر هذا ما زاد من حرية التعبير و إبداء الرأي بدون قيود هذا ما أدى لزيادة البروبقندا و زيادة الأخبار الزائفة ، هذا ما كان له آثار عميقة جدا و انعكاسات سلبية على الجمهور . بشكل عام تشير الأدبيات السابقة إلى أن معظم الدراسات السابقة ركزت على أثر خطاب الكراهية على الجماهير و كيف يروج الفايسبوك و الشبكات الإجتماعية هذا النوع من الخطابات وكيف أنه يمكن استخدام هذا الموقع من خلال إنشاء صفحات فيسبوكية لمحاربة خطابات الكراهية و ذلك من خلال محاولة الحد من النزاعات و الصراعات داخل المجتمعات و التي تثيرها دوافع الإختلاف في العرق أو الإنتماء ، ومع ذلك كان الإهتمام قليل بطبيعة المضامين التي يتم نشرها في موقع الفايسبوك كيف هو

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

شكلها و مضمونها وماهي المواضيع التي يتم التركيز عليها لزيادة تنامي خطابات الكراهية و كيف يكون شكل التظليل الإعلامي عبر موقع الفايسبوك و ماهي مختلف أنماط خطابات الكراهية كما وقد أهملت هته الدراسات التعرف على كيفية غرس الكراهية من خلال الإستخدام الدائم لموقع الفايسبوك و كيف يمكنه أن يشكل الصور الذهنية للجمهور وفق ما يتم نشره ، كما أن هته الدراسات استخدمت الإستبيان كأداة لجمع البيانات ودراستنا استخدمت أداة الإستبيان مع الجمهور و أداة تحليل مضمون للقائم بالإتصال و ذلك للتمكن من تغطية موضوع خطاب الكراهية داخل المجتمع الجزائري و ركزت دراستنا أيضا على قياس الإرتباط ما بين استخدامات الفايسبوك و عملية غرس الكراهية .

لقد قمنا بأخذ هته الدراسات للإستفادة منها لأنها تخدم موضوع دراستنا و يمكن إيضاح أوجه التشابه و الإختلاف بينها و بين دراستنا الحالية .

✓ من حيث الهدف :

يتضح من خلال الدراسات السابقة أنها تناولت كل من المتغير المستقل و المتغير التابع بصفة مطابقة لدراستنا فقد تناولت دراسة صلاح الدين عمراوي ، يوسف مقتاش أثر خطاب الكراهية في موقع الفايسبوك على الجمهور بحيث هدفت للتعرف على أثر خطاب الكراهية على الجمهور وهذا ما يختلف مع هدف دراستنا الحالية كما و اختلفت دراستنا من حيث الهدف الذي تسعى لتحقيقه مع دراسة هشام شيتور و حياة قزادري فقد هدفت للتعرف على دور الفايسبوك في التفكيك الأسري ما بين الأسر المختلفة (عرب ، أما زيغ) من خلال الأخبار المزيفة التي يتم نشرها ، كما وهدفت دراسة يوسف بالعباس إلى التعرف على دور تفاعلات الشباب عبر موقع فايسبوك في انتشار خطاب الكراهية و العنف وهذا يختلف مع هدف دراستنا الحالية ، و اختلف هدف دراستنا مع دراسة بلال عبيد و مراد ميلود و التي هدفت للتعرف على منشورات صفحة kabyle nwes و التي هدفها محاربة خطاب الكراهية في حين تهدف دراستنا للتعرف على الكيفية التي تغذي بها صفحة مدرسة الوعي dz خطابات الكراهية و التي تركز على أهم القضية التي تثير الفتن داخل المجتمع الجزائري ، و اختلف هدف دراستنا أيضا مع دراسة صخر أحمد الخصاونة و التي تهدف للتعرف على دور وسائل التواصل الإجتماعي في نشر خطاب الكراهية من وجهة نظر الصحفيين .

✓ من حيث العينة :

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

اختلفت دراستنا مع دراسة صلاح الدين عمراوي و يوسف مقعاش في عينتها حيث قاما بتطبيق دراستهما على عينة من مستخدمي موقع الفاييبوك ، فقد اعتمدت على العينة القصدية بينما تشابهت دراستنا فقط مع دراسة يوسف بالعباس و التي أجراها على 150 شابا واختلفت مع كل من دراسة هشام شيتور و حياة قزادري والتي طبقت دراستهم على عينة من الأسر الجزائرية المختلفة والتي بلغ عدد مفرداتها 10 أسر و دراسة صخر أحمد الخصاونة و سهل علي العنوم و التي اهتمت بالصحفيين الأردنيين بحيث تم الإعتماد على العينة العشوائية البسيطة فقد سحب الباحث 300 مفردة .

✓ من حيث الأداة :

اتفقت دراستنا مع كل من دراسة صلاح الدين عمراوي و يوسف مقعاش و يوسف بالعباس و صخر أحمد الخصاونة و سهل علي في أداة جمع البيانات فقد اعتمدوا كلهم على الإستبيان و اختلفت دراستنا مع دراسة هشام شيتور و حياة قزادري بحيث تم الإعتماد في هته الدراسة على أداة المقابلة العلمية ذات الطابع الإثنوغرافي و اتفقت أيضا دراستنا مع دراسة بلال عبيد و مراد ميلود والتي قامت بالإعتماد على تحليل المضمون كأداة لتحليل مضامين الصفحة الفيسبوكية kabylnwes.

✓ من حيث المنهج :

اتفقت دراستنا مع كل الدراسات و التي اعتمدت على المنهج الوصفي نظرا لتلائمه مع مختلف هته الدراسات و مع دراستنا ، ما عدا دراسة هشام شيتور و حياة قزادري والتي اعتمدت على المنهج الإثنوغرافي .

🚩 أوجه الإستفادة من الدراسات السابقة :

✓ تم الإستفادة من الدراسات السابقة في:

✓ ضبط مصطلحات الدراسة .

✓ بناء الإشكالية .

✓ ضبط الفصول النظرية .

✓ أدوات البحث (إستمارة الإستبيان ، إستمارة تحليل المضمون).

✓ بناء تحليل النتائج في ضوء الدراسات السابقة .

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

8-المقاربة النظرية :

لكل علم منهج وموضوع و نظرية ، و النظرية هي أهم الركائز التي يقوم عليها أي علم لأنها هي من تساعد على فهم و تحليل و تفسير مختلف الظواهر ، ولكي يقوم أي باحث بأي دراسة أكاديمية و يجب عليه أن يتبنى مقاربة نظرية والتي تتلائم مع موضوع دراسته و بحثه فكما يقول موريس أنجرس المقاربة هي البوصلة التي توجه الباحث فالمقاربة هي مجموعة المفاهيم التي تم التوصل إليها عن طريق دراسة إمبريقية علمية و ممنهجة و سمية بالمقاربة لاستحالة تطبيق المفهوم النظري على الواقع تطبيقا تاما ، و المقاربة لها هويتها و حقلها الذي تنتمي إليه وهذا ما يجعل الباحث أمام حتمية البحث عن المقاربة الملائمة لدراسته و المستند المعرفي لها (بولعراس، 2018، صفحة 30). إذا فالمقاربة النظرية هي من تعطي الفرق ما بين الدراسات الأكاديمية و الدراسات الغير أكاديمية (قاسيمي، 2017، صفحة 125) ، و هي أداة لتحليل و تفسير الظواهر فهي من توجه الباحث و تضعه ضمن نسق فكري منطقي و صحيح ، فهي تساعدنا على اختصار الوقت لأنها تقدم لنا العديد من التفسيرات للفعل الإجتماعي و تساعدنا على فهمه أيضا (قاسيمي، 2017، صفحة 126) .

وعليه نصل إلى أن المقاربة النظرية و اختيارها هي من بين أهم الخطوات التي يمر بها الباحث أثناء القيام بدراسته ، فالمقاربة هي من تساعد الباحث على فهم الظاهرة محل الدراسة كما و أنها توجهه لطريق ممنهج و صحيح كما و أنها توضح له أهم الجوانب الأساسية لدراسته .

8-1نظرية الغرس الثقافي :

إن نظرية الغرس الثقافي هي من بين النظريات الإعلامية التي اهتمت بدراسة تأثير وسائل الإعلام على جمهور المستخدمين لهته الوسائل ، بحيث توجه الباحثين في العقود الثلاثة الماضية إلى التركيز على تأثير التلفزيون على إدراك الجماهير و كيف يفسر و يفهم هذا الجمهور مختلف الرسائل الإعلامية المتدفقة من التلفاز فهي تشير إلى التداخل الإدراكي للجمهور للواقع الإجتماعي و ما يتم عرضه في التلفاز عن هذا الواقع ، أسس هذه النظرية جورج جرينر ، و الذي كان مستشارا للأبحاث و الدراسات في الولايات المتحدة الأمريكية عن العنف التلفزيوني (ديلمي، 2016، صفحة 157) .

وتذهب نظرية الغرس الثقافي إلى أن الأشخاص اللذين يتعرضون للتلفاز بشكل كبير يدركون الواقع الإجتماعي بصورة مختلفة على اللذين يقضون وقتا أقل في المشاهدة (ديلمي، 2016، صفحة 157) .

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

ظهرت نظرية الغرس الثقافي في الولايات المتحدة الأمريكية ، حيث ربطت هته النظرية الغرس بالتعلم العرضي أي أن هذا التعلم ناتج عن التعرض الكثيف لوسائل الإعلام خاصة التلفاز ، حيث يعرف المتلقي حقائق الواقع الاجتماعي من خلال تعرضه الكثيف للتلفاز . و تأثير التلفاز حسب النظرية هو تأثير تراكمي يحدث نتيجة التكرار و يظهر تأثيره على المدى البعيد ، فعملية الغرس تتطلب وقتا طويلا و تكون على فترات (ديلمي، 2016، صفحة 157) .

شهدت الولايات المتحدة الأمريكية الأسباب الأولى لظهور نظرية الغرس الثقافي ، حيث تم الربط ما بين ارتفاع معدلات العنف و الجريمة و تغير القيم وزيادة استخدام التلفزيون حيث شهدت هته الفترة زيادة انتشار مشاهدته فكانوا يعتقدون أن السبب الأول للعنف هو التلفاز بالتالي زاد ضغط الشعب على الكونغرس لوضع حل للحد من هته الجرائم ، حيث تم تمويل بعض المؤسسات و المعاهد القومية الأمريكية لكي تقوم بالبحث في تأثيرات التلفزيون في مجال الصحة و التعليم ، و تم القيام ب 60 دراسة و تم طبعها في خمسة مجلدات وذلك سنة 1971 و عنوانه ب التلفزيون و السلوك الاجتماعي (خيرالله، صفحة 187) .

و كانت تلك الدراسات كنقطة انطلاق لمشروع المؤشرات الثقافية و الذي قاده جورج جرنبر و الذي كان أستاذا لعلوم الإتصال بجامعة بنسلفانيا بمدرسة أنبرج لعلوم الإتصال حيث كلف هو و زملائه باستكمال أول دراسة والتي كانت حول العنف الإعلامي (خيرالله، صفحة 188) .

لقد أصبحت كثافة المشاهدة من بين أهم متغيرات هته النظرية لأن جرنبر و زملاءه ربطوا كثافة المشاهدة بسلوك المشاهدين و اتجاهاتهم (خيرالله، صفحة 188) .

إلا أن مشروع المؤشرات الثقافية اتسع و أصبح يهتم بالعديد من القضايا التي يعكسها التلفزيون كصورة الأقليات و أدوار الجنسين ، و الأنماط المقدمة عبر المراحل العمرية و العديد من الموضوعات الأخرى التي يعرفها المجتمع الأمريكي (خيرالله، صفحة 188) .

يرى منظرو نظرية الغرس الثقافي أن وسائل الإعلام لها تأثير على جمهور المتلقين في ادراكهم للواقع فكما زاد تعرضهم لهته الوسائل زاد اعتقادهم أن ما يتم عرضه في هته الوسائل هو مطابق للواقع المعاش (خيرالله، صفحة 188).

👉 ماذا نعني بالغرس ؟

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

يعرف الغرس على أنه ماذا تفعله الثقافة ، فالثقافة هي الوعاء الحامل لعملية تنشئة الفرد و بواسطتها يندمج الفرد في داخل الجماعة و بواسطتها يتعلم و يكتسبها الفرد دون الشعور بذلك ، فالغرس يعني المساهمة و زرع و تنمية الخبرات عن طريق استخدام مصادر معلومات وعليه فإن الغرس يشبه الثقافة فكما الثقافة تعلم و تدمج الفرد في مجتمعه الغرس ينمي و يعزز مكونات معرفية و خبرات ، فقد قام جرنبر بإعطاء مفهوم موازي لمفهوم الغرس ألا وهو الإنماء ، و يعني به ما تقوم به الثقافة من تنمية في مجتمع ما ، و الإنماء هي عبارة عن عملية تحدث نتيجة تعرض الفرد لوسائل الإعلام و تكون بدون وعي و تخطيط .و مصطلح الغرس يعني قيام الأجواء المحيطة بالنتاج الثقافي على الصعيد الإجتماعي و الإقتصادي و السياسي و التربوي على إنتاج رسائل إعلامية خادمة لأفكارها و توجهاتها إيديولوجياتها لكي تضمن بقاءها و سيادتها في المجتمع . فكما الثقافة يكتسبها الفرد و تؤثر فيه كذلك التلفاز يغرس في الجمهور ما يريد من أفكار و توجهات و آراء دون أن يحس بذلك فتأثيره يظهر على المدى البعيد (الحاج، 2020، صفحة 131).

📌 مفهوم نظرية الغرس :

تقوم نظرية الغرس الثقافي بوصف نوع من التعلم العرضي و القائم على التعرض الكثيف لوسائل الإعلام و هي عبارة عن تصوير تطبيقي للأفكار الخاصة بعملية بناء المعنى ، و تشكيل الحقائق الإجتماعية و التعلم عن طريق الملاحظة ، و الأدوار التي تلعبها وسائل الإعلام في هذه المجالات . أي أن وسائل الإعلام تلعب دورا كبيرا في تشكيل ادراكات و معارف الجماهير عن طريق التعرض المستمر و المتكرر لها (رداوي، 2017) .

وذهب كل من هاوكينز و بنجري أن عملية الغرس تحتوي على عنصرين هما التعلم الغير المقصود و الإستدلال المعرفي ، حيث أن ما يتم مشاهدته على التلفاز يعلم المتلقي و يعطيه حقائق و قيم التلفزيون ، فتصبح البرامج التي يتم عرضها عبر التلفاز هي المصدر الأساسي للمعلومات عن الواقع الإجتماعي .

وقد رأى جرنبر أن المضامين الإعلامية تؤدي إلى تغيير في المفاهيم التقليدية المتعلقة بالوقت و المكان ، و كذلك النسق الإجتماعي وهذا جاء كرد على النظريات التي ذهبت إلى أن لوسائل الإعلام تأثير ضعيف على الأفراد و الثقافات ، إن نظرية الغرس الثقافي تركز في تحليلها على محاولة التعرف

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

على مدى و طريقة قيام وسائل الإعلام بتشكيل الواقع وفقا لما تقدمه ، فوسائل الإعلام تقوم بتشكيل الحياة الإجتماعية وما يتمتاشى مع مصالحها (خيرالله، صفحة 189) .

📌 كيف تحدث عملية الغرس؟ :

إن عملية الغرس تحدث أولا نتيجة التعرض المستمر و المتكرر لوسائل الإعلام ، ثم ثانيا نتيجة التعلم الذي يتلقونه من وسائل الإعلام و ثالثا حينما يستخدمون ما تعلموا في شكل صورة ذهنية يشكلونها عن العالم الخارجي ، وهته الصورة الذهنية التي تشكلت لديهم كونها التلفاز كما يريد فهو يقوم بغرس الأفكار و الحقائق ، و التي تصبح هي الركيزة الأساسية و الزاوية التي يرون من خلالها الواقع الإجتماعي ، و بالتالي فإن التلفزيون هو المصدر الأول لتشكيل الأفكار و الإيديولوجيات و التوجهات ووجهات النظر و الأحكام (ديلمي، 2016، صفحة 163) .

وهناك عناصر أساسية يجب الأخذ بها عند البحث عن كيفية حدوث الغرس وهي كالتالي :

• أولا التركيز على مسألة الفروق الفردية ، فالأفراد يختلفون في تأثرهم نتيجة عدة عوامل كالمستوى التعليمي وعامل السن و الخبرة (ديلمي، 2016، صفحة 163).

✓ ثانيا :أن عملية الغرس لا تحدث في فراغ ، ولكن هناك مرجعيات تأثر على عملية الغرس كالثقافة الخاصة بالمجتمع و الشخصية و العوامل الإجتماعية (ديلمي، 2016، صفحة 163) **كيف يحدث الغرس وفق جرنبر ؟**

اتفق بوتر مع ما ذهب إليه جيرنبر حول الطريقة التي يحدث فيها الغرس إذ أن المشاهدين يقومون بتشكيل صور و أنماط و أفكار و معتقدات ثم يقومون بتشكيل استنتاجات و يعممونها بعد ذلك عن الواقع (ديلمي، 2016، صفحة 165) .

قدم جرنبر تفسيرين عن حدوث الغرس و المتمثلين في **الإتجاه السائد و الرنين** (ديلمي، 2016، صفحة 165) .

• **الإتجاه السائد :**

و يركز الإتجاه السائد على الطرق التي يعتمدها التلفاز في غرس مختلف المفاهيم في أذهان الجماهير أي مفاهيم حول الواقع الإجتماعي ، كذلك القيم و الأفكار و التوجهات فيتم تشكيلها بواسطة وسائل الإعلام عن طريق عملية الغرس بالتعرض المستمر و المتكرر لهته الوسائل .

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

ويؤكد أصحاب هذا التوجه أن كثيفي التعرض للتلفاز يتأثرون بشكل أكبر من اللذين يستخدمون التلفاز بنسبة قليلة ، فكثيفي المشاهدة لديهم وجهات نظر و أفكار تختلف عن قلبي المشاهدة للتلفاز ، فقلبي المشاهدة لديهم مصادر أخرى على العكس كثيفي المشاهدة اللذين مصدرهم الوحيد هو التلفاز ، فمعنى الإتجاه السائد هو التقارب في المفاهيم و الإتجاهات و الأفكار ووجهات بالنظر لدى كل المتعرضون للتلفاز بشكل متكرر و كثيف (ديلمي، 2016، صفحة 165) .

حيث يتشكل الإتجاه السائد من ثلاثة خطوات 3bs و تتمثل في :

✓ التلاشي :

فالتعرض المتكرر للتلفاز يؤدي إلى تلاشي مختلف الأفكار و وجهات النظر و الصور الذهنية عن الحياة الإجتماعية فتذوب وتتشكل محلها أفكار و إيديولوجيات وفقا للوسائل الإعلامية . (ديلمي، 2016، صفحة 166)

✓ الدمج :

وهو توافق و انطباق الواقع مع ما مشاهدته في التلفاز ، أي تصبح كل إدراكاته و مفاهيمه ووجهات نظره عن الواقع الإجتماعي كما يعرضها التلفزيون وكما يصورها له (ديلمي، 2016، صفحة 166) .

✓ التشكيل :

وهو تشكيل الصور الذهنية و الأفكار و الإيديولوجيات وفقا لما يخدم القائمين بالإتصال ، حيث يقومون بصناعة مختلف المضامين الإعلامية وفقا لسياساتهم و توجهاتهم (ديلمي، 2016، صفحة 166) .

و يرى مورجان أن التلفاز هو من بين الوسائل الإعلامية التي حققت نجاحا في استقطاب أكبر عدد من الجماهير وهذا راجع إلى طبيعة عرض مضامينه فهو يمد الجماهير بعدد كبير من الإختيارات والبدائل المختلفة والتي تحقق اهتمامات الجمهور فهو بذلك يلبي رغبات كل طبقات و شرائح المجتمع على اختلاف أعمارهم و مستوياتهم التعليمية وطبقاتهم الإجتماعية التي ينتمون إليها ، بذلك تمكن من اجتياز كل الحواجز ومس كل الجماهير بالتالي يتمكن من تشكيل اتجاهات و أفكار سائدة (ديلمي، 2016، صفحة 166) .

✓ الرنين :

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

و يقصد بالرنين التأثيرات المضافة التي يحدثها التلفاز اضافة للخبرات الأصلية الموجودة لدى المشاهدين ، أي أن التلفاز يكون تأثيره عميق كلما تمكن من محاكاة الواقع ، وتمكن من نقل صور مطابقة للواقع ، وكلما زاد تكرار عرض الأحداث التي يعيشها الأفراد في واقعهم و حياتهم الإجتماعية كلما زاد تأثير الغرس (ديلمي، 2016، صفحة 166) .

🚩 أساسيات و فروض نظرية الغرس الثقافي :

أولاً : التلفاز هو الوسيلة الوحيدة للغرس بالمقارنة مع وسائل الإعلام الأخرى :

فالتلفاز هو الوسيلة الإعلامية الأكثر استخداما مقارنة مع وسائل الإعلام الأخرى فيتم التعرض إليه لساعات طويلة حتى و أنه أصبح عبارة عن جزء هام داخل نسق الأسرة و يساهم في عملية تنشئة الطفل ، وهذا راجع لمجموعة الخدمات التي يقدمها و تنوع برامجها و محطاته ما يجعله يجذب الأطفال و يؤثر فيهم (ديلمي، 2016، صفحة 167) .

ثانياً : تشكل الرسائل التلفزيونية نسقا يعبر عن الإتجاه السائد في الثقافة :

فالغرس هو عبارة عن عملية ثقافية تعمل على تماسك قيم و معارف و ثقافة المجتمع .
فالتلفاز في عرضه لمضامينه الإعلامية ، يعمل على توحيد وتناغم و تكامل القيم و الأفكار و السمات والتي لا تتناقض ولا تتعارض فيما بينها ، لأن هته المضامين تعبر عن سياسات و توجهات القائمين بالإتصال ، و اللذين يسعون إلى استقطاب أكبر عدد من الجماهير دون احداث اختلافات و اثاره قضايا تتعارض مع سياساتهم ، فالتلفاز يعمل على زيادة غرس الأفكار السائدة التي جاءت و نتجت في عقول الأفراد من الثقافات الشعبية المحلية (ديلمي، 2016، صفحة 168) .

ثالثاً : تحليل مضمون المواد الإعلامية من أهم المفاتيح التي تساعدنا على فهم عملية الغرس :

لكي نفهم أكثر تأثيرات عملية الغرس التي يقوم بها التلفاز يجب أن لا نعتمد على الأسئلة الإستطلاعية السطحية وهذا حسب وجهة نظر كل من جرنبر و زملائه بل ذهبوا إلى الإعتماد على استخدام أسئلة مسح مستخدمة توضح لنا مضامين المادة الإعلامية محل التحليل (ديلمي، 2016، صفحة 169) .

و من أجل الوصول إلى النتائج المرغوبة يجب استخدام استبيان يكون يحتوي على أسئلة تمكننا من التوصل إلى ما يقدمه التلفاز من مضامين على اعتبار أن هته المضامين هي عبارة عن أفكار

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

للغرس لجماعات كبيرة من المشاهدين لفترات طويلة ، مع الأخذ بعين الإعتبار على المشاهدة بشكل عام دون التركيز في التفاصيل (ديلمي، 2016) .

رابعا :يركز الغرس على دور التلفزيون في صياغة تفكير الجمهور و اتجاهاته نحو القضايا المختلفة :

إن الهدف من تحليل الغرس هو التعرف إلى أي مدى يمكن للمضامين الإعلامية أن تسهم في تشكيل معتقدات و أفكار و تغير وجهات نظر ، بطريقة لا تتناقض مع القيم و الصور الذهنية التي تتضمنها هته المحتويات (ديلمي، 2016، صفحة 170) .

خامسا : تحليل المضمون يهتم بتقرير الإنسجام و الإستقرار داخل المجتمع :

فالتلفاز من خلال المضامين التي يقوم بعرضها يحرص أن تكون متماشية و الثقافة الشعبية ، فهو المروج الأول للثقافة الشعبية ، فالتلفزيون يعرض الجيد و السيء و السعادة و الحزن و القوة و الضعف وما إلى ذلك (ديلمي، 2016، صفحة 171).

فرضياتها:

كما تتطلق نظرية الغرس الثقافي من فرضيات أساسية صاغها جرنبر وهي :

✓ أن الأشخاص كثيفي المشاهدة و اللذين يتعرضون للتلفاز لوقت و ساعات طويلة يدركون العالم الخارجي و الواقع وفقا لما يتم نقله عبر التلفاز بالتالي تكون وجهة نظرهم مختلفة عن اللذين يتعرضون للتلفاز لمدة قصيرة ، حيث يؤكد جرنبر أنه كلما زادت نسبة التعرض للتلفاز كلما زاد الإدراك للواقع الإجتماعي بصورة أقرب لما يقدمه التلفاز (ديلمي، 2016، صفحة 172) .

✓ ويرى جرنبر أن التلفاز يتم استخدامه بطريقة غير انتقائية حيث أن الأفراد المتعرضين له يمتصون معانيه و مضامينه وصوره التي يعرضها بطريقة غير واعية ، فاستخدام التلفاز لساعات طويلة و بشكل يومي و متكرر يقوم بعملية الغرس لوجهات نظر غير موجودة في الواقع (ديلمي، 2016، صفحة 172) .

✓ أن الجماهير اليوم أصبحت تعتمد في مصادر معلوماتها على وسائل الإعلام بحيث تجعل ما تقدمه هته الوسائل مرجعية لها ، فهي لا تعتمد على مصادر غير شخصية ، حيث أصبحت الثقافة الجماهيرية هي عبارة عن صناعة تقوم بإنتاجه وسائل الإعلام وفقا لسياساتها (ديلمي، 2016، صفحة 172) .

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

✓ يدور الفرض الرابع حول التعرض المكثف للتلفاز ، حيث أن غرس الأفكار و ظهور وجهات نظر و معتقدات راجع إلى الإستخدام الكثيف للتلفاز (ديلمي، 2016، صفحة 172) .

✓ أما الفرضية الخامسة ذهبت إلى أن التلفاز يعرض الواقع كما هو حيث يقدم عالما مماثلا من الوسائل الموحدة و الصور إلى الدرجة التي تجعل المتلقي يعتقد أن الواقع الإجتماعي يسير على الطريقة نفسها التي يعرضها لهم التلفاز (ديلمي، 2016، صفحة 172) .

✓ يوجد توافق ما بين أفكار ووجهات نظر ومعتقدات الأفراد كثيفي المشاهدة للتلفاز بينما تختلف ادراكاتهم ووجهات نظرهم مقارنة مع من يستخدمون التلفاز بنسبة قليلة (ديلمي، 2016، صفحة 172) .

✚ الغرس الثقافي و الصورة :

يرى ملفين دي فليون أن الغرس بدأ مع مفهوم الغرس و التركيبات للصور الذهنية ، حيث يرى ليبمان أن الصور الذهنية و معتقدات الأفراد عن أنفسهم و عن الآخرين تكون مبنية في الأساس من الصورة الذهنية التي تم غرسها من خلال وسائل الإعلام (ديلمي، 2016، صفحة 167) .

فالصورة الذهنية التي يعرضها التلفزيون والذي يعمل على عرض مضامين تحمل إيديولوجيات معينة قيم ، أفكار ، معتقدات قد تكون واضحة وقد تكون غير واضحة تظهر في صور و مفاهيم و كلمات رمزية ، وبتكرار مشاهدتها و عرضها عبر التلفاز تصبح هته الإيديولوجيات متبناة و يتصرف على أساسها الأفراد و يشكلون وجهات نظرهم وفقها ، و هته الصورة في أثناء وصولها للمتلقي لكي تأثر فيه تمر بعدة مراحل و التي ذكرناها سابقا حسب نموذج جرنير (ديلمي، 2016، صفحة 167) .

ومنه نصل إلى أن الصور الذهنية والأفكار و التوجهات ووجهات النظر يقوم بتشكيلها التلفاز و ذلك عبر تكرار عرضها و مشاهدتها الكثيفة ، اضافة إلى أن المضامين الإعلامية التي تغرس الإيديولوجيات تكون وفق ما يخدم القائمين على الإتصال (ديلمي، 2016، صفحة 167) .

✚ الإنتقادات الموجهة لنظرية الغرس الثقافي :

بالرغم من أن نظرية الغرس الثقافي لاقت إقبالا كبيرا و قبولا لتفسيراتها التي قدمتها إلا أنها توجهت لها العديد من الإنتقادات و المتمثلة فيما يلي :

✓ أن نظرية الغرس الثقافي لم تتطرق لمتغير أساسي وهو الدوافع حيث أن جرنير لم يميز ما بين مختلف الدوافع التي تجعل المتلقي يستخدم التلفاز لأنه هناك نوعين من الجمهور جمهور يستخدم التلفاز بطريقة يومية و جمهور يستخدم التلفاز بطريقة انتقائية أي أنه يختار ما يشاهد لكي يلبي رغباته .

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

- ✓ تركيزها على تأثير التلفاز من خلال ساعات التعرض للتلفاز و ليس على نوعية البرامج .
- ✓ عدم تحكمها بالمتغيرات الأخرى ، وهذا راجع للإختلاف في النتائج و ذلك عندما تم تحليلها مرة أخرى بمعامل الارتباط المتعدد .
- ✓ ركزت في دراساتها الإمبريقية على الولايات المتحدة الأمريكية فقط هذا ما شكل شكوكا لدى الكثيرين في امكانية حدوث الغرس في مكان آخر . (المزهرة، 2012)

📌 مقارنة نظرية الغرس الثقافي مع موضوع دراستنا :

لقد قمنا بالإعتماد على نظرية الغرس الثقافي لأنها من أكثر النظريات التي تمكنا من تقريب دراستنا و إسقاطها عليها لكي نفسر و نحلل ظاهرتنا وفقها ، فنظرية الغرس الثقافي تركز على دور وسائل الإعلام في عملية الغرس لمختلف الأفكار و الإيديولوجيات ووجهات النظر و ذلك عن طريق التعرض المكثف و المستمر لوسائل الإعلام فحسب نظرية الغرس الثقافي وسائل الإعلام هي من تتحكم في مدركات الجماهير و هي من تشكل لهم الصور الذهنية عن أنفسهم وعن الآخرين وعن واقعهم الإجتماعي ، وبما أننا اليوم نشهد تطورا تكنولوجيا كبيرا خاصتا في مجال الإتصال فقد ظهر ما يعرف بتكنولوجيا الإعلام و الإتصال و التي انتجت لنا العديد من الوسائط الإعلامية و الإتصالية ظهرت مع الجيل الثاني للويب ، ومن بين هته الوسائط نجد شبكات التواصل الإجتماعي و التي استقطبت أعداد كبيرة من الجماهير نظرا للخصائص التي تتمتع بها و الخدمات التي تقدمها ، حيث بلغ عدد مستخدميها سنة 2022 نسبة 58.7 بالمئة ، لقد فتحت الباب أمام الجميع للنشر و التعبير بكل حرية فقد قامت بدمقرطة الإتصال و سمحت للأطراف المتصارعة للهجوم على بعضهم البعض عبرها ، بالتالي فقد أدت إلى زيادة حدة الصراع و التنافر ، و شوهت صورة الآخر و زادت التحريض ضد الأقليات و أثارت العديد من القضايا التي كانت خامدة ، فهي تقوم بعملية الغرس أي غرس الكراهية و غرس فكرة التعصب و رفض الآخر المختلف ، و ذلك نتيجة تكرار النشر المستمر ضد الأقليات أو نشر قضايا كقضايا الهوية الثقافية أو القضايا التاريخية أو الدينية فالمستخدمون نتيجة تعرضهم و استخدامهم لهته الشبكات لفترات طويلة ستقوم بغرس الكراهية فيهم و توجه وجهات نظرهم للآخر وفقا لإيديولوجيات الأطراف المتصارعة كما و أنها تغرس فيهم التعصب وخلق فيهم فكرة الآخر السيء . حيث سنقوم بدراستنا هته بمحاولة تطبيق خطوات تحليل الغرس لكي نحلل ظاهرة الفايسبوك و تغذيته لخطاب الكراهية سنقوم أولا بتحليل مضمون صفحة فيسبوكية ناشطة و ذلك لتقييم و تحليل خطاب الكراهية في هته الصفحة و الذي

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

يظهر في شكل عنف رمزي و لفظي وكذلك تحليل المواضيع التي يتم تداولها و أنماط خطاب الكراهية و الهدف منه ، وبعد عملية التحليل سنقوم بمسح آراء الجمهور باستخدام استمارة استبيان حيث نقوم ببناء استبياننا على أساس ما تم التوصل إليه من التحليل لمعرفة ما إذا كانت هناك علاقة ارتباطية ما بين الفيسبوك و غرس الكراهية و هل يساهم الفيسبوك في التحكم في ادراك الآخرين و ووجهات نظرهم من خلال الإجابة على تساؤلات هل توجد علاقة ارتباط ما بين استخدام الفيسبوك و غرس الكراهية وهل توجد علاقة ارتباط ما بين النشر و التفاعل و دوافع استخدام الفيسبوك و غرس الكراهية ؟.

8-2 نظرية الإستخدامات و الإشباعات :

لقد قمنا بتبني مقارنة نظرية مساعدة ، وذلك راجع لخصوصية الموضوع و أن منطلق تفسيرنا لهته الظاهرة المدروسة يحتاج لتبني مقاربتين الأولى رئيسية و الثانية تابعة و مكمله ، حيث ظهر هذا التوجه خصوصا بعد ارتباط المواضيع الكبرى بالقضايا الصغرى في المجتمعات ، وقد ظهر هذا التوجه بعد ظهور علم إجتماع الفعل ، أي ظهور توجه الفعلوية و الذي نادى بها لان توران (مكاوي، 2022، صفحة 297) ، كما و أنه ساد لوقت كبير معتقد أنه يجب تبني نظرية واحدة لتحليل و تفسير الظواهر هذا ما جعلنا نواجه مشكلة التفسير الأحادي ذو التوجه الواحد ما جعلنا نعجز عن الإلمام بالموضوع من مختلف جوانبه لذلك قمنا بتبني نظرية الإستخدامات و الإشباعات كنظرية مساعدة لتفسير ظاهرة خطاب الكراهية في موقع الفيسبوك ذلك لأن هته النظرية تهتم باستخدام الجمهور للأداة و العادات و الأنماط التي يستخدمها في استعماله لهته الأداة كما و تهتم بالدوافع وهذا ما يدفعنا للتعرف عن دوافع استخدام الفيسبوك و تغذية الكراهية (قاسيمي، 2017، صفحة 127) .

لقد ظهرت نظرية الإستخدامات و الإشباعات كرد على نظريات التأثير القوي و نظريات التأثير المحدود ، فقد قامت بنقل الأبحاث و الدراسات من ماذا تفعل الوسيلة بالجمهور إلى ماذا يفعل الجمهور بالوسيلة لأنه ساد و لوقت طويل أن الجمهور المتلقي هو عبارة عن متلقي سلبي يتفاعل مباشرة و يتأثر بما يتم عرضه له ، لذلك فهذه النظرية اهتمت بدراسة الجمهور و كيف يمكن أن يستخدم الوسائل الإعلامية وفقا لمجموعة من المحركات والدوافع ، يعرف ألياهوكاتز و بلومر **EKatz G. Blumler** بأنه "استراتيجية بحثية يمكن يمكنها أن تمدنا ببناء أو هيكل لفروض متنوعة حول ظاهرة اتصالية معينة ،ويعد المدخل أرضية خصبة لاقتراحات الفروض المتعلقة بتوجهات الجمهور التي تنشأ على أكثر من نظرية سيكولوجية و سوسولوجية" (جبر و عبد اللطيف، 2017، صفحة 19) .

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

ومن خلال ما تم طرحه يمكن أن نستنتج أن مدخل الإستخدامات و الإشباعات يسعى إلى تحقيق الأهداف التالية :

✓ التعرف على الكيفية التي يستخدم بها الجمهور الوسيلة ،على اعتبار أنه جمهور نشط ينتقي الوسائل و المضامين الإعلامية وفقا لرغباته لإشباع حاجاته.

✓ الكشف عن الدوافع التي تجعل الجمهور يختار وسيلة ما أو مضمون إعلامي دون الآخر .

✓ دراسة و تحليل وفهم عملية الإتصال الجماهيري كيف تتم .

✓ التعرف على المتغيرات الوسيطة التي تأثر في الجمهور و تغير آرائه و توجهاته اتجاه الوسيلة .

✓ إبراز العلاقة ما بين الإشباعات التي يرغب المستخدم أن يحققها من خلال استخدام و سائل

الإعلام و الإشباعات المتحققة نتيجة الإستخدام . (جبر و عبد اللطيف، 2017، صفحة 17)

التطور التاريخي لنظرية الإستخدامات و الإشباعات :

كانت بداية ظهور نظرية الإستخدامات والإشباعات سنة 1959 حيث ركز كاتر على تغيير توجه النظريات و النماذج الخطية و التي ترى أن الرسالة تأتي بطريقة خطية مباشرة للمتلقي و يستقبلها دون تمحيص أو انتقاء ، إلى ضرورة التركيز على دراسة الجمهور المتلقي و الطريقة التي يتعرض بها إلى هذه الوسائل الإعلامية و الإتصالية ،لذلك اقترح الباحثون التحول إلى دراسة المتغيرات الوسيطة التي تلعب دورا هاما في هذا التأثير و ذلك من خلال الإجابة على التساؤل التالي : - **ماذا يفعل الجمهور مع وسائل الإعلام؟.** (حسن، صفحة 80)

كان ظهورها الفعلي من خلال المقال الذي قامت بنشره عالمة الاجتماع الأمريكية "Harzgo"

تحت عنوان : "دوافع الإستماع للمسلسل اليومي و إشباعاته"

فبعد قيامها بدراستها الميدانية و التي أجرت خلالها مقابلات مع النساء المستمعين للمسلسل الإذاعي الذي يعرض في النهار و بلغ عدد عينتها 100 مفردة وتوصلت لنتيجة أنه توجد إشباعات أساسية تحققها هؤلاء النساء نتيجة استماعهم لهذه المسلسلات . (حسن، صفحة 81)

و تواصلت الجهود بعد ذلك وتم تطوير هذا المدخل وبلورته حيث وضعت له مجموعة من الفروض و المسلمات الرئيسية ، ليصبح فيما بعد من أهم المداخل الأساسية التي يتم الإعتماد عليها في دراسة وتفسير مختلف الظواهر الإتصالية والإعلامية. (حسن، صفحة 81)

ماذا تعني نظرية الإستخدامات و الإشباعات؟ :

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

إن هذه النظرية تركز على الجمهور المتلقي، حيث ترى أن الجمهور هو عبارة عن جمهور نشط يختار الوسيلة و المضمون الإعلامي بدافع تحركه مجموعة من الرغبات ليصل لتحقيق إشباع رغباته، فأعضاء الجمهور هم عبارة عن باحثون نشطون عن المضمون الذي يبدو أكثر إشباعا لهم وكلما كان مضمون معين قادر على إشباع الرغبات كلما زاد الإقبال عليه و كلما جذب جماهير أكبر. (حسن، صفحة 81)

حيث يرى "محمد عبد الحميد" أن الجمهور له دور وهو عبارة عن فاعل بمجرد اشتراكه فيها كمظهر للذات الإجتماعية، ومشارك في هذه العملية فهو يسهم في حركتها و نشاطها. ومن هنا يظهر النقد الذي يلعب دورا أساسيا في استمرار عملية التعرض . (حسن، صفحة 81)

فروض نظرية الإستخدامات و الإشباعات :

تقوم نظرية الإستخدامات والإشباعات على مجموعة من الإفتراضات والمتمثلة فيما يلي:

- ✓ أعضاء الجمهور هم عبارة عن مشاركون و فاعلون في بناء و عرض المضامين الإعلامية . أي أن وسائل الإعلام تأخذ بعين الإعتبار توجهات و آراء الجماهير .
- ✓ تأكد هذه النظرية أن الجمهور هو من يستخدم و سائل الإعلام كما و أنه يستخدمها بدافع معين ، وليست هي من تستخدمه.

- ✓ أن الإستخدام للوسيلة أو المضمون الإعلامي هو عبارة عن تعبير لحاجيات الجمهور .
- ✓ يرتكز مدخل الإستخدامات على التنافس ما بين مختلف وسائل الإعلام في تحقيقها لحاجات و رغبات الجماهير ، فكلما تمكنت الوسيلة من إشباع رغبة الجمهور كلما انجذب إليها الجمهور .
- ✓ تركز نظرية الإستخدامات و الإشباعات أيضا على مجموعة القيم و المعايير الإجتماعية ، من خلال استخدام الجمهور لوسائل الإعلام و ليس من خلال محتوى الرسائل ، أي أن القيم و المعايير أيضا لها دور في اختيار المضامين . (حسن، صفحة 82)

نقد النظرية :

لقد وجهت العديد من الإنتقادات لهذا التوجه و المتمثلة فيما يلي:

- يذهب بعض النقاد إلى أن هذا التوجه أقل من أنه يرقى إلى نظرية تقدم تفسيرات علمية ، بحيث تم اعتبارها على أنها عبارة عن إعادة صياغة لنظريات التأثير الإنتقائي .

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

كما و يرى (دنييس ماكويل) أن نتائج بحوث نظرية الإستخدامات و الإشباعات تشجع على التركيز على المحتوى الإعلامي و الإتصالي الهابط ،فتصبح تركيز على المتعة و استثارة المشاعر لجلب الجماهير لتحقيق الأهداف الربحية وتمرير الإيديولوجيات عبرها وهو الأسلوب الذي تعتمد عليه شركة هوليوود لكي تتمكن من السيطرة و الهيمنة . (جبار ، 2019، صفحة 59)

كما وذهب (لملر) إلى أن هذه النظرية لم تذهب إلى تحديد معنى الجمهور النشط ، أي ماذا تقصد به العمد أو المنفعة أو الإنتقاء ، كما وأهملت هذه النظرية أن الفرد يعيش في داخل بيئة يأتثر فيها و يتأثر بها ،كما و تباينت وجهات نظر مؤسسي هذه النظرية حول الدوافع التي تؤدي للتعرض للوسيلة . (جبار ، 2019، صفحة 60)

📌 مقارنة نظرية الإستخدامات و الإشباعات مع موضوع دراستنا:

لقد قمنا بتبني نظرية الإستخدامات و الإشباعات كنظرية ثانية مساعدة لفهم و تفسير موضوع خطاب

الكراهية و ممارسته في البيئة الرقمية ، فدراستنا تسعى إلى محاولة التعرف إلى العلاقة ما بين استخدام موقع الفايسبوك وزيادة تنامي خطاب الكراهية على اعتبار أن هذا المدخل يعتمد على مصطلح الإستخدام أي استخدام الوسيلة ، والتي تصبح عادة بالنسبة للفرد لا يمكن أن يتخلى عنها لأنها تشبع له رغباته واحتياجاته لذلك قمنا بقياس عادات وأنماط استخدام موقع الفايسبوك بالنسبة للعينة ولتفكيك دوافع الإستخدام فموقع الفايسبوك في وقتنا الحالي أصبح من بين أهم وسائل الإتصال والإعلام الحديثة الأكثر استخداما بالنسبة للشباب بصفة عامة و الطلبة الجامعيين بصفة خاصة .

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

خلاصة :

وفي الأخير نصل إلى أن موضوع الدراسة الحالية يهدف إلى التعرف على علاقة استخدام الفايسبوك بتغذية خطاب الكراهية كما و أن أهميته تكمن في أنه من بين أهم المواضيع المتداولة في وقتنا الحالي في أوساط الباحثين و الصحفيين كما تكمن أهميته في أنه يوضح لنا العلاقة ما بين الفايسبوك و زيادة انتشار خطاب الكراهية ،وقد أجريت حوله العديد من الدراسات السابقة والتي تنوعت في عينتها و منهجها وربط متغيراتها ،ومن بين أهم النظريات التي يمكن أن تفسر لنا هذه الظاهرة هي نظرية الغرس الثقافي و نظرية الإستخدامات و الإشباع لأنها من يمكن مقاربتها به وتحليله وفهمه وتفسيره وفق مسلماتها.



الفصل الثاني:

شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

تمهيد

1. ماهية تكنولوجيا الإعلام والاتصال (الاتصال الرقمي، مفهومها)
2. شبكات التواصل الاجتماعي (المفهوم، النشأة، التطور)
3. شبكات التواصل الاجتماعي (خصائصها، مميزاتها)
4. أنواع الشبكات الاجتماعية
5. الأشكال الأساسية للشبكات الاجتماعية
6. الفاييسبوك (المفهوم، النشأة التطور)
7. الفاييسبوك (المميزات، التطبيقات)
8. خدمات الفاييسبوك
9. دوافع استخدام الفاييسبوك
10. الوظيفة الاتصالية لموقع الفاييسبوك.
11. الفاييسبوك (إيجابيات، سلبيات)

خلاصة الفصل



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

تمهيد:

قبل التطرق للحديث عن مواقع التواصل الإجتماعي بصفة عامة و موقع الفاييسبوك بصفة خاصة ، سنتحدث أولا عن مجموعة التحولات و التغييرات التي مرت بها المجتمعات الإنسانية و كيف و صلت لهته المواقع بعد التطور و التحول الذي عاشته على مر العصور .

لقد مرت المجتمعات الإنسانية بثلاثة مراحل هامة بدءا بمرحلة المجتمع الزراعي وهو المجتمع البسيط ذو التنظيم الإجتماعي الضيق و الذي يعتمد فقط على الزراعة و الأدوات البسيطة ، ثم بعد ذلك تلت المرحلة الأولى مرحلة الحداثة ، و التي قامت بعد قيام الثورة الفرنسية في فرنسا و الثورة الصناعية في بريطانيا العظمى ، لقد حدثت تحولات كبيرة في المجتمعات و أصبح العلم هو السيد الأول ،ذهب النظام الكنسي و حلت محله المنظمات ، وبرز نظام اجتماعي جديد و معرفة علمية جديدة تركز على الملاحظة العلمية و التجربة ثم بعد ذلك تصل لمجموعة قوانين ثابتة ، فظهرت المصانع و حلت الآلة مكان اليد ، ومع تطور الثورة الصناعية فقد أثرت على جميع مجالات الحياة و من بينها الإتصال فقد استفاد من هذه الثورة و التي أحدثت فيه نقلة ، و عرف تطورا كبيرا على عدة مراحل فظهر الإعلام بدءا بالصحافة المكتوبة ، والتي استفادت من التطور و فظهرت الإذاعة وهي وسيلة من وسائل الإعلام السمعية ، ثم بعد ذلك ظهرت السينما ثم التلفزيون .

وبعد قيام الثورة الصناعية جاءت المرحلة الثالثة وهي مرحلة مجتمع المعلومات فقد زاد التطور العلمي و تجاوزنا المجتمع الصناعي ودخلنا في مرحلة المعلوماتية بحيث نجد في مجتمع المعلومات من يملك المعلومة هو الأقوى وهو مجتمع تزيد فيه المعلومات بشكل متسارع ، ويعتمد بشكل كلي على التكنولوجيا الرقمية والتي سرعت في الخدمات و زادت في تسهيلاتهما و جعلتها أكثر دقة بحيث سمحت لنا باختصار الوقت و الجهد و المال ، و دخلت التكنولوجيا الرقمية على الإعلام و الإتصال و أحدثت تغييرات جوهرية في العملية الإعلامية بحيث لم تبق كما كانت عليه فقد تغيرت العملية الإتصالية و الإعلامية و تغيرت ميكانيزماتها ، كما أن الإنترنت أيضا كان لها دور كبير في هذا التغيير الحاصل فهي في مقدمة التطورات التكنولوجية بدون منازع فماهي تكنولوجيا الإعلام و الإتصال ؟ وماهي



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

الإرهاصات الأولى لظهور مواقع التواصل الإجتماعي ؟ وماهو موقع الفاييسبوك وخصائصه و استخداماته ؟ وكيف حدث التغيير في العملية الإعلامية بعد ظهور تكنولوجيا الإعلام و الإتصال ؟

1- ماهية تكنولوجيا الإعلام و الإتصال :

قبل التطرق لمفهوم تكنولوجيا الإعلام و الإتصال يجب أن نطرح أولاً تعريف للإتصال الرقمي ، ذلك لأن الإتصال هو من بين أهم المجالات التي دخلت عليها التكنولوجيا و أحدثت ثورة كبيرة فيه و نقلة نوعية لم يشهدها من قبل .

1-1 الإتصال الرقمي :

هو ذلك الإتصال الذي يتم عن طريق الكمبيوتر . أي أن الإتصال الرقمي يعتمد على الحاسوب و سمي رقمي لأن الحاسوب يتعامل مع الأرقام في تحليل و تفكيك مختلف البيانات التي يخرجها في شكل معلومات بعد معالجتها. (نبيح، 2018، صفحة 24)

كما عرفه "رضا عكاشة" بأنه : "العملية الإعلامية الإجتماعية التي يتم من خلالها الإتصال الآني عن بعد (لا يرى بعضهم بعضا) ويكون ما بين أطراف يتبادلون الأدوار (المرسل يستقبل و المستقبل يرسل) في بث الرسائل المتنوعة و استقبالها" (نبيح، 2018، صفحة 25) .

وعليه نصل أن الإتصال الرقمي هو عملية اتصال تتم ما بين مرسل و مستقبل و يكون فيها رجوع الصدى بالرغم من بعد المسافات ما بين الأطراف المتفاعلة ويتم عن طريق مجموعة الوسائل التكنولوجية الحديثة و شبكة الإنترنت . فالإتصال الرقمي هو عبارة عن شكل من أشكال الإتصال الجديد الذي يستخدم تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تبادل و إيصال مختلف الرسائل .

1-2 تكنولوجيا الإعلام و الإتصال :

"هي مجموع التقنيات و الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الإتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي ، و التي يتم من خلالها جمع المعلومات و البيانات المكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو المسموعة المرئية



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

المطبوعة أو الرقمية من خلال الحسابات الإلكترونية ثم تخزين هذه البيانات و المعلومات ، ثم استرجاعها" (مغزي، 2020، صفحة 247).

"يقصد بتكنولوجيا الإعلام والاتصال بأنها تلك التكنولوجيات التي تتيح وصول المعلومات بواسطة الاتصالات عن بعد ، وهي عبارة عن تبادل المعلومات التي تسهل اتجاه تدفق المعلومات بشكل أسرع أكثر وفرة و بأقل تكلفة لأجل صنع القرار و التنمية وهي ترتكز في المقام الأول على تكنولوجيا الاتصال مثل الإنترنت ، الشبكات السلكية و اللاسلكية و الهواتف الخلوية ووسائط الاتصال الأخرى" (مغزي، 2020، صفحة 246) ، فهذه التكنولوجيا حسب التعريف الذي تم طرحه قربت المسافات و لغت الحدود الزمانية و المكانية لأنها قدمت خدمات رقمية سريعة فبواستطتها يتم معالجة البيانات و من ثم اخراجها في شكل معلومات ثم إيصالها عن طريق مجموعة الشبكات التي يتم الإعتماد عليها بالتالي سهولة الوصول بالنسبة للخدمات كما و أنها اختصرت الكثير من الوقت و الجهد و ساهمت كذلك في زيادة تنمية المجتمعات و سرعت تدفق المعلومات كما و ضمنت وصولها بأقل جهد و تكلفة .

كما وأنها عبارة عن خليط من أجهزة الحواسيب الإلكترونية ووسائل الاتصال المختلفة مثل الاليف الضوئية و الأقمار الصناعية إلخ فهي تتعامل مع مختلف الإختراعات الحديثة التي تطورت مع ظهور مجتمع المعلومات (مغزي، 2020، صفحة 246) .

إذا فتكنولوجيا الإتصال هي عملية إدخال المعلومات و معالجتها و تحويلها لبيانات رقمية ثم بعد ذلك القيام بتخزينها ثم إعادة استرجاعها و نقلها من المرسل للمستقبل ،فهو يقوم بمعالجة الرسائل الاتصالية و الإعلامية التي يراد إرسالها للجمهور المتلقي في الإعلام أو إلى الشخص الذي تتم معه عملية الإتصال .

كما وأنه تماشت كل من ثورة المعلومات و ثورة تكنولوجيا الإتصال في نفس الوقت بحيث لايمكننا أن نفصل ما بينهما ، ومن خلال ما تم عرضه يمكن أن نستخلص تعريف عام و شامل لتكنولوجيا الإعلام و الإتصال والتي تعني دخول التكنولوجيات الحديثة على الإتصال بصفة عامة و الإعلام خاصة باعتباره جزء من الإتصال و إحداث تغييرات في العملية الاتصالية ، فقد قربت تكنولوجيا الإعلام و



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

الإتصال المسافات و قامت بإلغاء عامل الوقت ، والحدود ما بين مختلف دول العام و سرعت الوصول للمعلومة و الأخبار فقد جعلت من العالم فعلا عبارة عن قرية صغيرة لأنها فتحت على بعضه البعض و أصبحت المجتمعات بإمكانها أن تطلع على بعضها البعض ، وذلك عبر مجموعة من الوسائل التكنولوجية الحديثة و الوسائط والتي تتمتع بقدر عالي من الدقة و السرعة كما تعتمد أيضا على شبكة الإنترنت . وهي التكنولوجيا التي ساهمت في تنمية وتطوير المجتمعات وزادت من سرعة تدفق المعلومات وبواسطتها انتقلنا من الإعلام و الإتصال الكلاسيكي إلى الإتصال الرقمي الذي أنتج لنا ما يعرف بالإفتراضي أو الفضاءات الافتراضية الموازية للحياة الواقعية .

بعد أن قمنا بعرض تعريفات عن تكنولوجيا الإعلام و الإتصال ، و بينا الإرهاسات الأولى التي سبقت ظهور شبكات التواصل الإجتماعي ،بدءا بالتكنولوجيات الحديثة و شبكة الإنترنت و ظهور تكنولوجيا الإعلام و الإتصال كما ذكرنا سابقا أن الإتصال و الإعلام قد حدثت فيهما تغيرات جوهرية و نقلة نوعية فقد شهد ثورة لم يشهدها من قبل بدخول التكنولوجيا الرقمية الحديثة عليه و ظهور الويب 0،2 ،والذي هو أكثر تطورا من الويب 0،1 بحيث أنه يتميز بالعديد من الخصائص التي لا توجد في الجيل الأول ، وهو الجيل الجديد للشبكة العالمية و الذي يوفر العديد من التقنيات و التطبيقات و الخدمات هذا ما صاحب ظهور مواقع التواصل الإجتماعي .

2-شبكات التواصل الإجتماعي : المفهوم ، النشأة ، التطور .

لقد صاحبت التطورات العلمية و التكنولوجية ظهور العديد من الإختراعات الجديدة و التي جاءت لتسهيل الحياة على الإنسان و توفير الوقت و الجهد عليه ، فقد صاحب ظهور الويب 0،2 كما ذكرنا سابقا العديد من التطبيقات المتميزة و المتمثلة في مواقع الشبكات الإجتماعية .

2-1 مفهوم شبكات التواصل الإجتماعي :

نقوم أولا بطرح أبسط مفهوم لشبكات التواصل الإجتماعي و التي هي عبارة عن أرضيات فارغة يقوم المستخدمون بالتسجيل فيها و ذلك بادخال بياناتهم الشخصية و معلوماتهم ،وهي الشبكات التي سمحت بالإشتراك و التناقش و التفاعل فقد مكنت من الزيادة في فتح قنوات الإتصال و جعلت الإتصال



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

أكثر اتساعا و حرية على عكس ما كان عليه سابقا فهي من قامت بفعل جمع ديمقراطية الإتصال و التقاسم والتشاور والتبادل والتفاعل (نبيح، 2018، صفحة 92) .

عرفها بعض الدارسين بأنها مجموع التطبيقات الإلكترونية التي تتأسس على إيديولوجيا و تكنولوجيا الويب 2،0 و التي تتيح خلق و تبادل المضامين التي ينتجها المستخدمون فهذه الوسائل توظف الذكاء الإجتماعي القائم على التعاون بين المستخدمين و تثمين خاصية التفاعل و المقصود في هذا التعريف أن الشبكات الإجتماعية هي من التطبيقات التي أنتجها الجيل الثاني للشبكة العالمية ، والتي سمحت بالتفاعل و مشاركة المستخدمين لثقافتهم و أفكارهم و توجهاتهم و معلوماتهم و خبراتهم وهي الشبكات التي أدت إلى تغيير راديكالي لمختلف الأنساق الإجتماعية الثقافية و الإجتماعية و الإقتصادية وهي الشبكات التي أدت إلى الإنتقال من النماذج الإتصالية الخطية إلى النماذج الدائرية التفاعلية (نبيح، 2018، صفحة 93).

بينما يعرفها كل من (kumar , hsiao and chiu, 2009) "مجموع التكنولوجيات الرقمية ، التي يتم توظيفها لتقاسم المعلومات و مناقشتها و تبادل التجارب الإنسانية بين مستخدميها ، و ذلك بطريقة أكثر فعالية قائمة على التفاعل و بناء العلاقات الإجتماعية ، بصيغ تختلف عن تلك الموجودة في الواقع الفيزيائي" ، يعني أنها خلقت نوع جديد من العلاقات الإجتماعية والتفاعلات التي تنشأ في داخل بيئة رقمية والتي تقوم ما بين المستخدمين في هته المواقع وهي عبارة عن علاقات افتراضية (نبيح، 2018، صفحة 94) .

كما تعرف بأنها " مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب حيث تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي يجمع ما بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء (بلد ، مدرسة ، جامعة) يتم التواصل ما بينهم من خلال الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية و معرفة أخبارهم و معلوماتهم التي يتيحونها للعرض ، وهي وسيلة فعالة للتواصل ما بين الأفراد . " (هويدي و فرحات، 2019، صفحة 35)



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

في حين اهتم عدد من الباحثين الإعلاميين بدراسة هذه الشبكات باعتبارها وسائط إعلامية أو كما تم تسميتها بالإعلام الاجتماعي والتي هي بمثابة شكل جديد من أشكال النيوميديا على أنها عبارة عن " محتوى إعلامي يتميز بالطابع الشخصي يتناقل ما بين مرسل و مستقبل عبر شبكة اجتماعية " و المقصود من هذا التعريف أن الشبكات الاجتماعية فتحت الباب أمام المواطنين لصناعة محتوى إعلامي شخصي و المضامين الإعلامية وهي المواقع التي جعلت من المتلقي أيضا صانع للرسائل الاتصالية و مشاركا في العملية الإعلامية (هويدي و فرحات، 2019، صفحة 35).

نستنتج من خلال التعريفات السابقة أن شبكات التواصل الاجتماعي طرحت حولها العديد من التعريفات المختلفة وكل تعريف حسب وجهة نظر وتخصص الباحثين لذلك يصعب علينا أن نضع لها تعريف دقيق ومن خلال ما تم عرضه نصل إلى أنها عبارة عن شبكات اجتماعية تفاعلية و افتراضية من مخرجات الجيل الثاني للشبكة العالمية و تتيح للمستخدمين العديد من الخدمات ، بحيث أنها قامت بدمقرطة الإتصال و فتحت الباب أمام الجميع و قربت المسافات و لغت الحدود الزمانية و المكانية و جعلت الشعوب تطلع على بعضها ، كما أنها جعلت من المواطنين صانعين لمضامين إعلامية فالكل ينشر ما يريد وقت ما يريد وفتحت لهم حرية التعبير و المشاركة و التعليق و التناقش و أحد ركائزها الأساسية التكنولوجيا الحديثة و الوسائل الاتصالية التي صاحبت التطور التكنولوجي و شبكة الإنترنت كما يمكن القول أنها الشبكات التي قامت بخلق نوع جديد من العلاقات الاجتماعية ، و حياة افتراضية موازية للحياة الواقعية .

2-2 نشأة و تطور شبكات التواصل الاجتماعي :

لقد أنشئت شبكات التواصل الاجتماعي بغرض التواصل وقد مرة بالعديد من المراحل في تطورها و زيادة انتشارها ، بحيث بدأت شبكات التواصل الاجتماعي على الشبكة العالمية العنكبوتية في صورة مجتمعات مباشرة ، فقد كانت بداياتها جد بسيطة تقدم خدمات أولية للمستخدمين كالتسجيل فيها و فتح غرف الدردشة و تشجيعهم على عرض بياناتهم الشخصية وكمثال نجد "ذاجلوب دوت كوم"



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

theGlobe.com في سنة 1995 و كذلك تريبوند دوت كوم Tripod.com أيضا في نفس السنة . (المعرفة الالكترونية، 2012، صفحة 09)

واهتمت هذه الشبكات الإجتماعية و التي بدأت تنتج مجتمعات افتراضية على جمع أكبر عدد من الناس و التواصل فيما بينهم ، كما شجعتهم على مشاركة معلوماتهم الشخصية و فتحت لهم غرف الدردشة للتمكن من الحديث و التفاعل فيما بينهم ، كما أنها دفعتهم لمشاركة أفكارهم أيضا عبر الأرضيات عن طريق توفير آليات نشر سهلة الإستعمال بالإضافة إلى مجانية الإستخدام. (المعرفة الالكترونية، 2012، صفحة 09)

لكن مصطلح الشبكة الإجتماعية شاع استخدامه خلال قرن من الزمان قبل ظهور هذه المواقع فهو يشير إلى مجموعة العلاقات المعقدة بين الأعضاء في المنظومة الإجتماعية أي العلاقات الإجتماعية التي تربط أفراد المجتمع بعضهم ببعض فهي تشكل شبكة اجتماعية من العلاقات كمثال العلاقات الشخصية العلاقات الدولية العلاقات الإجتماعية و المهنية إلخ فالشبكة الإجتماعية موجودة منذ تأسيس المجتمع لأن الحياة الإجتماعية هي عبارة عن سيرورة من التفاعلات ما بين مختلف الأفراد و التي تنشأ لنا مجموعة الروابط الإجتماعية والشبكات الإجتماعية. (المعرفة الالكترونية، 2012، صفحة 09)

كما ذكرنا سابقا أن شبكات التواصل الإجتماعي الإلكتروني بدأت في الظهور على الويب في نهاية القرن الماضي ، وكانت كل مرة تتطور و تزيد في خدماتها ، فقد ظهرت شبكة "كلاس ميتس" للربط بين زملاء الدراسة _classmaes ثم بعد ذلك ظهرت شبكة "سيكس ديجريز" سنة 1997 وهي روابط مباشرة ما بين الأشخاص بحيث اتبعت طريق مغاير و ذلك عن طريق الإرتباط مع البعض عبر عناوين البريد الإلكتروني ، و ازدادت هذه الشبكات تطورا وكانت كل مرة تعدل صورتها ففي نهاية العقد التاسع تمكن المستخدمين من الحصول على ملفاتهم الشخصية و التي نجد فيها كل معلوماتهم كما تمكنوا أيضا من تكوين قوائم الأصدقاء وأضاف لهم خاصية البحث عن مستخدمين آخرين من نفس توجهاتهم أو مدارسهم أو جامعاتهم أو تخصصاتهم وما إلى ذلك و أصبحت خاصية هذه المواقع أنها تتوفر على الملفات الشخصية للمستخدمين . (المعرفة الالكترونية، 2012، الصفحات 09-10)



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

لكن بالرغم من الخدمات التي قدمتها هذه المواقع إلا أنها لم تتجح و الكثير منها تم إلغائه و لم يستطع أن يكمل و تم غلقها نهائيا ، ثم بعد ذلك ظهرت مجموعة جديدة من المواقع الإجتماعية ما بين سنتي 1999 و 2001 لكنها هي أيضا لم تحقق نجاحا كبيرا . (المعرفة الالكترونية، 2012، صفحة 10)

و بعد ذلك بدأت الكثير من المواقع بتقديم إمكانيات متقدمة للمستخدمين بزيادة دائرة الأصدقاء مع إمكانية التحكم في هذه الدائرة من الصداقات ، و بذلك ازدادت المواقع الإجتماعية تطورا فظهر "ميك أوت كلب" _MAKEOUTCLUB_ سنة 2000 ثم "فريندستر" _Friendster_ في عام 2002 و أصبح من فعاليات الإنترنت ، و في بداية 2005 ظهر الموقع الأمريكي الشهير "ماي سبيس" وهو عبارة عن شبكة اجتماعية أمريكية شهيرة تأسست عام 2003 ، بحيث استقطب عددا كبيرا من الزوار خاصة بعد أن استحوذت عليه شركة نيوز كوربوشين عليه في سنة 2005 مقابل 580 مليون دولار وهو ما اكسب الموقع شهرة و زادت أعداد مستخدميه كثيرا ، وهو أول شبكة اجتماعية تصل إلى جمهور عالمي ، ثم بعد ذلك موقع "الفايسبوك" و الذي أصبح منافس حقيقي لموقع ماي سبايس و الذي أسسه "مارك زوكربورق" و قد بدأت خدماته سنة 2004 ، وازدادت أعداد الجماهير المقبلة عليه حتى وصل اليوم إلى 600 مليون مستخدم وهو ليس بالعدد الهين و أصبح الفاييسبوك أكبر شبكة اجتماعية عالمية بحيث استقطب مختلف الأجناس و الفئات العمرية و الطبقات الإجتماعية على اختلافها (المعرفة الالكترونية، 2012، صفحة 10) .

و تعددت الشبكات الإجتماعية و زادت اعدادها فكل مرة تظهر شبكات جديدة كشبكة انستقرام و تويتر كل واحدة تقدم خدمات و تختلف واجهاتها عن بعضها البعض .

بما أن شبكات التواصل الإجتماعي زاد استخدامها و انتشارها كثيرا خاصة بعد ظهور موقع ماي سبيس و موقع الفاييسبوك الذي أخذ شعبية كبيرة و تم قبوله من طرف الجميع سنقوم بعرض البعض من الإحصائيات للرقمية في العالم في سنة 2022



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

- 5 ملايين من مستخدمي شبكة الإنترنت عبر العالم أي ما يعادل 63 بالمئة من سكان العالم
- 5.32 من مستخدمي الهاتف المحمول .
- 4,65 مليار شخص من مستخدمي شبكات التواصل الإجتماعي أي بنسبة 58,7 بالمئة .
- 6 ساعات و 53 دقيقة هو متوسط الوقت الذي يتم تمضيته في شبكة الإمتزمت في اليوم الواحد ، و 2 ساعة و 29 دقيقة هو متوسط الوقت في استخدام شبكات التواصل الإجتماعي يوميا . (BDM, 2022)
- كما يتم انفاق 170 مليار دولار على تطبيقات الهاتف ، كما أن المشتريات في سنة 2021 للتطبيقات ارتفعت بنسبة 18,8 بالمئة في سنة واحدة .
- 27,16 دولار أمريكي تم انفاقه في المتوسط لكل هاتف ذكي .
- 230 مليار من التطبيقات التي يتم تحميلها كمثل تطبيق (فايسبوك ، ماسنجر ، انستقرامإلخ) بحيث يوجد الكثير من التطبيقات . (BDM, 2022)



الشكل رقم 1 : الرقمنة حول العالم في سنة أفريل 2022_ (BDM, 2022)

3-شبكات التواصل الإجتماعي : خصائصها و مميزاتها .

لشبكات التواصل الإجتماعي مجموعة من الخصائص و المميزات و التي سيتم عرضها فيما يلي :



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

1-3 خصائص شبكات التواصل الإجتماعي :

✓ المشاركة (partager) :

فهذه الشبكات فتحت المجال أمام الجميع للمشاركة مع الآخرين سواء أفكار أو أخبار أو مستجدات ، فهي عبارة عن فضاءات عمومية يتم فيها التشارك و التفاعل ما بين المستخدمين ، كما أنها فتحت الباب أمام الجميع لإبداء آراءهم حول البرامج الإعلامية التي يتم تقديمها فقد قربت المسافة ما بين الجمهور المستقبل ووسائل الإعلام و صانعي الرسائل الإعلامية كما وصنعت للجمهور دور هام في بناء و عرض المضامين الإعلامية. (شميسي، 2014، صفحة 155)

✓ الإنفتاح :

فقد فتحت المجال للجميع للتعبير و إبداء الآراء و نقل صور و فيديو هات من مكان الحدث دون فبركة أو تغيير للحقائق دون أن يتم حجبها أو الغائها ، وكان لها الفضل في زيادة حرية التعبير . (شميسي، 2014، صفحة 155)

✓ المحادثة :

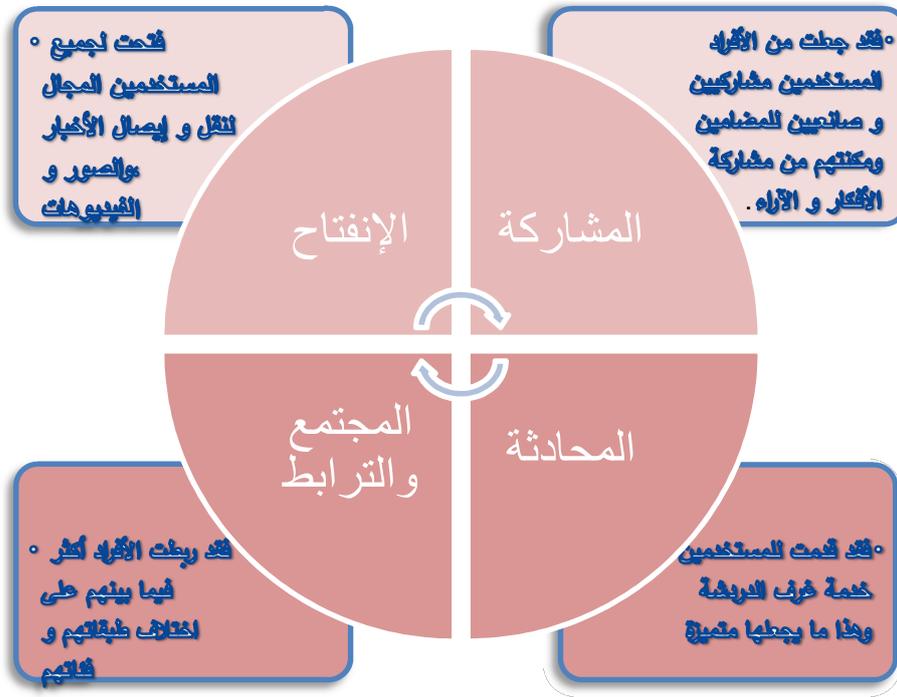
وهذا ما يميز الشبكات الإجتماعية الحديثة و التي هي عبارة عن وسيلة من وسائل الإتصال الحديثة و التي تختلف عن وسائل الإعلام التقليدية فهي تتيح للمستخدمين خدمة المحادثة ما بين بعضهم البعض ، أي المحادثة مع الأصدقاء أو رفقاء العمل أو المحادثة مع أفراد من نفس اهتمامات المستخدم بحيث تكون المحادثات في غرف الدردشة وهذه من بين أهم خدماتها التي تميزت بها (شميسي، 2014، صفحة 155).

✓ المجتمع و الترابط :

تعد شبكات التواصل الإجتماعي عبارة عن أرضية للتعبير و التشارك و التواصل و التفاعل ما بين كل أفراد المجتمع فهي تتميز بصفة الإحتياجات و الإشباع التي يرغب المستخدم في تحقيقها ، كما أنها شبكة مترابطة مع بعضها البعض و ذلك عبر الوصلات و الروابط التي توفرها تلك المواقع و التي تربطك بالمواقع الأخرى و تربطك بكل أفراد المجتمع . (شميسي، 2014، صفحة 155)



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام



الشكل رقم (02): يوضح خصائص الشبكات الإجتماعية (من إعداد الباحثة)

لقد أثبتت الشبكات الإجتماعية نجاحها الكبير في جميع المجتمعات ، فقد دخلت على كل المجالات والتخصصات و الخدمات و أصبح لها دور جد مهم ،ومكانة أساسية وإيجابية في حياة المليارات من البشر فقد قدمت الكثير من الخدمات للبشرية وساهمت بشكل كبير في تنمية المجتمعات و سهلت الحياة و الخدمات وقربت المسافات ، وهي لحد الآن ما تزال في تطور و تقدم مستمر وفي كل مرة تخطو خطوة كبيرة نحو الأمام ومايزال خبراءها يعملون على تطويرها . (شميسي، 2014، صفحة 155)

3-2 مميزات شبكات التواصل الإجتماعي :

بما أن الشبكات الإجتماعية هي اختراع القرن الحالي و الذي استقطب الملايير من البشر وتميز بالقبول لديهم ، و أحدث ثورة كبيرة في عصرنا الحالي فهي لها مميزات جعلتها كما هي عليه اليوم و تتمثل المميزات فيما يلي :

✓ التفاعلية :



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

إن ما يميز هذه الشبكات أنها أتاحت للجميع خصوصية رجع الصدى ف سابقا مع الإعلام التقليدي كان المتلقي عبارة عن عنصر سلبي في العملية الإتصالية ، يستقبل الرسائل الإعلامية و فقط فبعد قيام ثورة الإتصالات و الشبكات الإجتماعية ، أصبح المتلقي له دور كبير في العملية الإعلامية ويتم صناعة المضامين الإعلامية وفق ما يطلبه بحيث أصبح هو من يقرر متى يريد المعلومة و يحدد زمن التفاعل و الحوار بهذا انتقل من دور المتلقي السلبي إلى دور المرسل و الناشر فقد مكنت شبكات التواصل الإجتماعي المستخدمين من صناعة المضامين و الرسائل الإعلامية لم تبق حكرا فقط على الصحفي ، لأنه يملك صفحة خاصة به تحتوي على معلوماته الشخصية و هويته لذلك له حرية نشر ما يريد ، كما أن له العديد من الأصدقاء اللذين يتفاعلون مع منشوراته ، و يتبادلون الآراء حولها و يثرون الفكرة التي قام بنشرها و يشكلون معرفة جديدة فهي بذلك عبارة عن منصات نشيطة جدا يكون فيها التواصل بصفة مستمرة . (الدليمي، 2020، صفحة 138)

✓ سهولة الإستخدام :

إذ لا يحتاج التعامل معها إلى معرفة أو خبرة معلوماتية حتى يتم التفاعل مع محتواها أو استخدامها ، كما لا يحتاج روادها ومسيرو مختلف الصفحات إلى خبرات ، و إنما بمجرد مقدمة و مبادئ أولية موجزة عن طبيعة الإستخدام و فقط . إذا فهي سهلة الإستخدام ولا تحتاج لتدريب و لا خبرة لاستخدامها مجرد أن تدخل فيها و تسجل تصبح تتعامل معها بكل سهولة .

لقد طورت الشبكات الإجتماعية نفسها و سهلة مهمة استخدامها فما على المستخدم إلا أن يملك القليل من الخبرة حول التكنولوجيا يصبح بإمكانه النشر و التعليق و المشاركة و التواصل عبر الإنترنت وهذا على عكس الإعلام التقليدي الذي يتطلب مؤهلات خاصة و خبرة و شهادة و لغة تليق مع المجتمع الذي يتم مخاطبته (الدليمي، 2020، صفحة 139) .

✓ الدوام :

و المقصود هنا بالدوام أن شبكات التواصل الإجتماعي تحتفظ بكل ما يقوم به المستخدمون فيها ، بحيث تبقى المنشورات و المشاركات و الصور فيها و يمكن الرجوع إليها في أي وقت حتى وإن مرة أياما و شهورا و سنوات (الدليمي، 2020، صفحة 139) .



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

✓ التلقائية :

بحيث يكون الإتصال عبر هذه المواقع بكل حرية دون الخضوع لقيود و قوانين تحكم المتفاعلين ، فقد قامت بدمقرطة الإتصال و أصبحت عبارة عن فضاءات للنشر الحر (الدليمي، 2020، صفحة 139) .

✓ المرونة :

إن المرونة فيما معناها هي سهولة التكيف و التماشي مع كل الأوضاع و الظروف ، و الشبكات الإجتماعية تتميز بخاصية المرونة أي إمكانية فتحها و الدخول إليها عبر أي جهاز كالهاتف أو الحاسوب أو اللوحة الرقمية فهي لا تقيد المستخدم في الولوج إليها يمكن أن يدخل في أي وقت و أي مكان و أي جهاز تتوفر فيه شبكة الإنترنت (الدليمي، 2020، صفحة 140) .

✓ التدفق الحر للمعلومات :

من المعروف أننا في عصر تكاثر المعلومات و زيادتها كل يوم بل كل دقيقة و ثانية فالمعلومات في تزايد مستمر دون توقف ، ومن بين الأسباب التي تؤدي إلى هذه الزيادة في المعلومات شبكات التواصل الإجتماعي و التي توفر كما هائلا من المعلومات التي يقوم بمشاركتها و نشرها المستخدمون ليس بالنص وحسب بل أيضا بالصور و الفيديوهات مما يحقق فورية وصول المعلومات و تزايدها (الدليمي، 2020، صفحة 141) .

وهناك من يري أن هته الشبكات تتميز بالميزات التالية :

1_ توفير بيئة اتصالية في مكان واحد بحيث أنها سمحت بجمع البشر من مختلف المجتمعات و الثقافات و البلدان في مكان وتحد و مكنتهم من التواصل و التفاعل فيما بينهم .

2_ مكنت الأفراد من الهروب من الواقع الذي يعيشون فيه و دخولهم في عالم افتراضي قد يشبع رغباتهم و يلبي احتياجاتهم . (الدليمي، 2020، صفحة 142)



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

3_ تبني أفكار وآراء لا تحظى بالقدر الكافي من اهتمام في وسائل الإعلام التقليدية ، أو لم تتم تغطيتها بشكل منظم و موضوعي ، ذلك لأن الإعلام التقليدي يفرض مجموعة من القيود و القوانين في عرض الأخبار و المضامين الإعلامية ، لكن شبكات التواصل الإجتماعي تتميز بمساحة واسعة تمكن المستخدمين من النشر الحر لكل الأخبار و المعلومات و الحقائق دون قيود فهي بذلك عبارة عن إعلام جديد سمح بدمقرطة الإعلام وفك القيود و فتح قنوات الإتصال وقرب المسافة أيضا ما بين المواطنين و جهاز الحكم .

5_ شعور الفرد بالإنتماء تجاه الجماعات في مواقع التواصل الاجتماعي ، و شعوره بأنه مرغوب فيه و مؤثر وقادر على تنمية ذاته و تدعيم هويته . (الدليمي، 2020، صفحة 142)

إن كل هذه الخصائص و المميزات وغيرها هي من جعلت من الشبكات الاجتماعية تستقطب أكبر عدد من الجماهير ومن مختلف الشرائح الإجتماعية والفئات العمرية والطبقات الاجتماعية ، كما أن مجموع مميزاتها مكنتها من اقتحام كل مجالات الحياة وجعلتها أهم اختراع أحدث ثورة كبيرة و نقلة نوعية في الاتصال .

4-أنواع الشبكات الإجتماعية :

بما أن الشبكات الإجتماعية هي أحدث اختراع في القرن الحالي و التي غيرت في مجرى الحياة و الخدمات الأعمال و الوظائف و المهام فهي تقدم العديد من الخدمات ومكنت من سير العديد من الأعمال بكل سهولة ، كما أنها فتحت المجال للجميع للتواصل و فتحت قنوات الاتصال فهي تنقسم تبعا لطبيعتها و أهدافها ، إلى العديد من الأنواع و أهمها :

شبكات عامة خاصة بالأشخاص :

وتقتصر على مجموعة الأصدقاء و المعارف ، و التي تعمل على التواصل الاجتماعي فيما بينهم بجميع الأشكال أي أنها شبكات خاصة بمجموعة العلاقات وتشكيل الروابط الإجتماعية ، حيث يتم إتاحة ملفات للصور الشخصية و المناسبات الاجتماعية فيما بينهم بشكل منظم ، من أجل التواصل و عمل حياة اجتماعية من خلال هذه الشبكات ، أي أن هذه الشبكات هي من النوع التي تقوم فيها مجموعة



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

العلاقات الاجتماعية و يكون التفاعل عبرها رقمي بحيث يتواصل أفراد المجتمع و يشكلون علاقات و معارف و يتشاركون مع بعضهم البعض مستجداتهم و الأخبارهم و مناسباتهم بذلك تتشكل علاقات افتراضية قائمة داخل هته الشبكات وكمثال نجد شبكة facebook , my space (الصادق، 2021، صفحة 311) .

شبكات خاصة بفئات موضوعية معينة :

و قد تشكلت هذه الشبكات لتجميع بعض المهتمين بموضوعات معينة وقد نجد مثلا الشبكات المهتمة بالكتب و المكتبات مثال library thing و التي تمكن المستخدمين من فهرسة أو إعداد قوائم بمحتويات كتبهم و مشاهدة فهارس و قوائم المستخدمين الآخرين ، ومن خلالها يتم التعرف على كتب مئات المكتبات التي تتيح فهرسها على الشبكة ، وتعتمد على التوسيم و التصنيف الاجتماعي لترتيب و تنظيم المعلومات . أي أن هته الشبكات جاءت لخدمة مجموعة الأفراد اللذين ينتمون لنفس التوجهات و التخصصات فهي جد مفيدة كما أنها تتيح العديد من الخدمات كالمثال الذي تم تقديمه ، كما نجد أنها تخدم الطلبة الجامعيين كثيرا (الصادق، 2021، صفحة 311) .

شبكات هوايات و اهتمامات مشتركة :

وهي عبارة عن شبكات اجتماعية فتحت الباب أمام أصحاب الهوايات للتمكن من الإستفادة و التواصل مع الأفراد اللذين لديهم نفس الهوايات فهي شبكات يبحث مستخدموها عن أفراد آخرين يمارسون نفس الهوايات أو لديهم نفس الإهتمامات . كمثال شبكة flickr و التي هي عبارة عن شبكة الكترونية مدعومة بالإعلانات و خدماته مجانية يسمح للمستخدمين مشاركة صورههم مع مجموعاتهم الخاصة أو مع العامة من المستخدمين فهي تجمع الأفراد ذو التوجهات الواحدة أو الهوايات الواحدة أو التخصصات الواحدة في فضاء يمكنهم من التماز و التناقش للإستفادة من بعضهم البعض وتطوير ذواتهم وإمكانياتهم (الصادق، 2021، صفحة 311) .

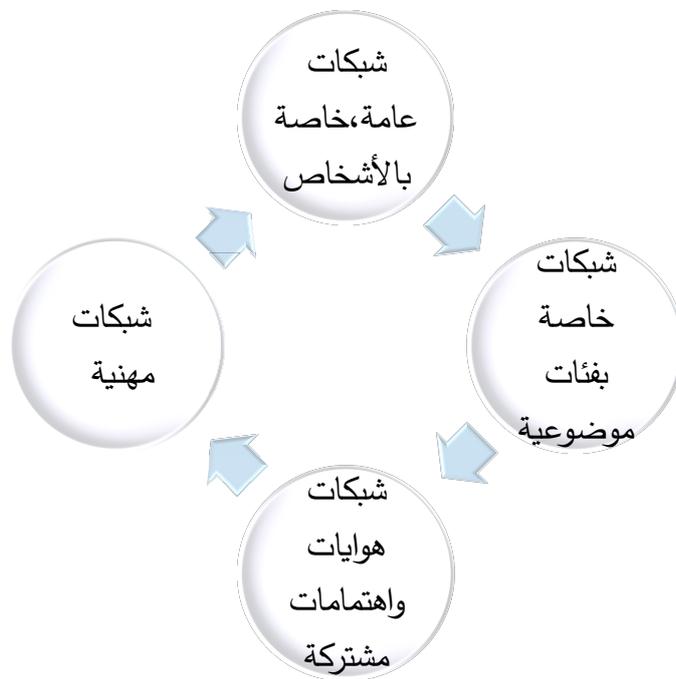
شبكات مهنية :

وهي الشبكات التي تم إنشائها كمؤشر جديد لسوق العمل و لتحقيق الرضا الوظيفي و لممارسة العلاقات العامة في مجال أوسع وأكثر مرونة ولغرض فتح قنوات الإتصال داخل المؤسسات و المنظمات



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

، وقد انتشرت في الآونة الأخيرة لخلق بيئة عمل و بيئة تدريبية مفيدة و حرفية ، و استقبال سير ذاتية للمشاركين مع استقبال طلب توظيف من جانب المؤسسات ، و تقديم خدمات على مستوى المهن المختلفة ، فقد ساهمت في زيادة جودة العمل بحيث كان لها تأثير إيجابي وساهمت في زيادة الإتصال والتواصل مع الجمهور الخارجي و الداخلي للمؤسسات بحيث جعلته أكثر قربا للمؤسسة (الصادق، 2021، صفحة 311)



المصدر: من إعداد الباحثة

شكل رقم 03: أنواع الشبكات الإجتماعية

5- الأشكال الأساسية لشبكات التواصل الإجتماع:

وتصنف الشبكات الإجتماعية في فئات تجمع بين ما تقدمه من خدمات و حسب خصائصها و في

ما يلي أهم أشكالها :

مواقع التواصل الإجتماعي : 



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

وهي عبارة عن منصات فارغة يسجل فيها المستخدمون بإدخال أسمائهم و معلوماتهم الشخصية ، و إضافة أصدقاء بحيث يتمكنون من التواصل معهم عن طريق خدمة المحادثة كما أنهم يتشاركون مع بعضهم المعلومات و الأخبار و الصور و الفيديوهات يتناقشون و يتفاعلون ، بذلك هي عبارة عن منصات اجتماعية تتشكل فيها مجتمعات افتراضية و تقوم فيها علاقات ما بين الأفراد المستخدمين لها كمثال الموقع الأكثر شهرة في وقتنا الحالي موقع الفاييسبوك (نبيح، 2018، صفحة 101) .

المدونات :

وهي من أهم المواقع الإتصالية تتميز بأنها تعرض المذكرات أو المعلومات، تتيح ساحة للكتابة و التعبير وتكون مرتبة حسب التسلسل الزمني التصاعدي (البدء بالموضوعات الحديثة إلى الموضوعات الأقدم أي التي تم مشاركتها) ، لكنها تراجعت في وقتنا وهي متنوعة نصية أو في شكل صور أو فيديوهات . وهي مفتوحة أمام الجميع ، يبدون فيها الأفراد أفكارهم أو آرائهم أو أعمالهم أو يصنعون عبرها مضامين إعلامية ماثرة بحيث تستقطب لهم متابعين (نبيح، 2018، صفحة 101) .

الويكيز :

وهو الموقع الذي يقوم فيه الكل بنشر المعلومات أو إضافة مضامين أو تعديلها ، فهي بذلك عبارة عن قاعدة بيانات تضم عدد لا متناهي من المعلومات حيث يقال أنه إذا ما جمعنا ما يتم كتابه في الويكيبيديا في كتاب سنتحصل على كتاب بعدد لا متناهي من الصفحات ، فالويكيبيديا سمحت للجميع بنشر المعلومات العلمية و الأدبية و الرياضية إلخ ، إنها عبارة عن وثيقة تعبر عن الذكاء الجماعي ، وقد وصلت ل مليون و نصف في سنة 2011 (نبيح، 2018، صفحة 101).

البودكاست :

تتمثل في ملفات صوتية أو فيديوية يقوم بإنشائها المستخدمون على اختلاف تخصصاتهم و مجالاتهم يمكن الإستماع إليها عبر منصات كثيرة تعتمد آلية الإشتراك مثال : apple i tune كما أنها تقدم للمستخدمين امكانية تحميل الأغاني و الافلام (نبيح، 2018، صفحة 102) .

المنتديات :



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

و هي عبارة عن مواقع الكترونية يتم إنشائها من أجل تداول وتبادل مختلف الأفكار والأخبار إذا فهي فضاءات للنقاش والتحاوور تبادل المعلومات ، بحيث يقوم فيها المستخدمون بالعديد من النشاطات ويشاركون الأخبار و الصور و الأفكار وقد ظهرت قبل ظهور وسائل التواصل الإجتماعي ولعل أشهر منتدى محلي هو منتدى الجلفة (نبيح، 2018، صفحة 102) .

التدوين المصغر :

يجمع ما بين خصائص الويب الإجتماعي و التدوين الذي يحمل صبغة نقدية ، حيث يتم توزيع مضامين إلكترونية صغيرة الحجم ، إما عن طريق الإنترنت أو الهاتف المحمول ، ويعتبر التويتر أشهر تطبيقاتها (نبيح، 2018، صفحة 102) .

المجموعات القائمة على تقاسم المضامين :

وهي قائمة على تقاسم نوع محدد من المضامين كاليوتيوب (نبيح، 2018، صفحة 102) .



الشكل رقم 04: أشكال الشبكات الإجتماعية - [https://drgawdat.edutech-](https://drgawdat.edutech-portal.net/archives/14146)

[portal.net/archives/14146](https://drgawdat.edutech-portal.net/archives/14146)



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

5-1 ما هي أهم مواقع التواصل الإجتماعي؟ :

توجد العديد من مواقع التواصل الإجتماعي و التي يتم استخدامها و نجد الإقبال عليها كبير جدا في وقتنا الحالي ومن أهمها نجد :

أولا :موقع LinkedIn :

رمزه في بورصة نيويورك L NKD و يقصد به الأعمال التجارية ذات الصلة بمواقع الشبكات الإجتماعية ، تأسس في ديسمبر 2002 و بدأ في ماي 2003 يستخدم من أجل إقامة مجموعة العلاقات و الروابط المهنية، وقد بلغ عدد أعضائه 85.000.000 عضو في أكتوبر 2010 ، و أكثر من 90 مليون مستخدم في عام 2011 و 33900000 زائر ، بزيادة 63 مقارنة بعام 2010 .

كما يتوفر الموقع على العديد من اللغات الفرنسية و الإنجليزية و الألمانية و الإيطالية و البرتغالية إلخ (نبيح، 2018، صفحة 103) .

ثانيا: موقع التويتر :

إن تويتر هو عبارة عن شبكة اجتماعية تقدم خدمات تدوين مصغر ، أي أن المستخدم مقيد في ما يقوم بنشره عدد الكلمات يجب أن يكون قليل لا يتعدى 280 حرفا ، و التي هي عبارة عن تغريدات ، وقد تم تسميته بتويتر و اعتبر عنوان مثالي لأنه يجمع ما بين كتابة رسالة نصية قصيرة وبين التغريد كالطيور تزداد أعداد مستخدميه منذ إنشائه بلغ عددهم عام 2006 41 مليون مستخدم في مدينة سان فرانسيسكو ، ووصل هذا العدد حوالي 330 مليون مستخدم في سنة 2020 (بوغزالة و ضيف، 2022، صفحة 474) .

ويعرف هذا الموقع بأنه موقع يستخدمه الأفراد والمنظمات والشركات و رجال السياسة للمشاركة وللتعبير عن الآراء والأفكار وكذلك للتفاعل فيما بينهم و تكوين اتجاه معين حول قضية أو قضايا سواء كانت عامة أو خاصة و بلورة فضاء عمومي لتكوين وتشكيل الرأي العام ،إذا فموقع تويتر هو أيضا عبارة عن شبكة اجتماعية يقوم فيها المستخدمين بالتغريد على حساباتهم الشخصية ، كما يمكنهم متابعة مختلف

الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام



الصفحات الإخبارية و الثقافية و الرياضية إلخ وكذلك متابعة أصدقائهم (بوغزالة و ضيف،
2022، صفحة 474) .



الشكل 05: واجهة موقع تويتر _



الشكل رقم 06 : تفاعلات المستخدمين على موقع تويتر _

الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام



الشكل _ رقم 07: يوضح مجموعة المواقع الاجتماعية _ <https://www.clickemarketing.com>

لقد قمنا بعرض أهم المواقع الاجتماعية التي تم تطويرها عبر عدة مراحل و التي أحدثت طفرة في الإتصال و جعلته أكثر سهولة و مرونة و سهلت العملية الإتصالية بصفة عامة و الإعلامية بصفة خاصة فهي اليوم عبارة عن فضاءات عمومية و ساحات للنقاش و التفاعل ، لأنها خلقت مجال عام اجتماعي فهابرماس في طرحه لفكرة الفضاء العمومي انطلق من نظرية الفعل التواصلي ، ويعني به أنه ساحة عامة لجميع الناس و أفراد المجتمع بمختلف طبقاتهم و شرائحهم هذا المجال يسمح لهم بالتواصل فيما بينهم و التمازج و التناقش للخروج برأي عام فالفضاء العمومي قائم أساسا على التواصل و التفاعل وهو مفتاح الممارسة الديمقراطية في نظر هابرماس ، فالشبكات الاجتماعية اليوم أخذت وظيفة مهمة في داخل المجتمعات لأنها حققت ما عجز الإعلام التقليدي عن تحقيقه ، اجتماعيا و سياسيا و ثقافيا ، لقد فتحت القنوات الإتصالية و مكنت أفراد المجتمع من التفاعل و التمازج فيما بينهم و تشكيل رأي عام



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

فالكثير من ثورات الربيع العربي قامت عبرها ، وهذا كله راجع للحرية التي تمنحها للمستخدمين في النشر كما أعطتهم مجال التعليق عن ما يتم مشاركته ، أي نجد فيها رجوع الصدى ، كما تنقل الأخبار عبرها دون تحريف أو تغيير ، لقد أعادت ترتيب العملية الإعلامية و ظهر معها ما يعرف بالإعلام الجديد أو النيو ميديا . لقد انتقلنا من الفضاء العمومي التقليدي إلى فضاء عمومي إلكتروني رقمي و افتراضي و الذي يتميز ب :

إعادة تشكيل الحدود ما بين العام و الخاص :

لقد أصبحت الشبكات الإجتماعية عبارة عن مجالات لبناء الهويات و النقاء الأفراد فيما بينهم واختلط الواقعي بالإفتراضي فبظهورها أصبح لدينا الهويات الإفتراضية و العلاقات الإجتماعية الإفتراضية وما إلى ذلك ، كما يستعرض من خلالها الناس ذواتهم للآخرين و يطلعون على هويات الآخرين التي يقومون بعرضها فتتداخل بذلك العوالم الداخلية و العوالم الخارجية ، هذا التداخل بين هذه العوالم الذاتية و العوالم الخارجية يؤدي إلى إعادة تشكيل المعايير والقيم التي من خلالها تقوم الحياة الإجتماعية للمجتمعات (هوارى، 2015، صفحة 228) .

أشكال جديدة من الفعل الإجتماعي :

فقد فتحت الباب أمام من كانوا مهمشين و يتم حجب أصواتهم و آرائهم ، و فكت لهم القيود و حررتهم من الترسانة القانونية التي كانت تفرض في الإعلام التقليدي ، فأصبحوا ينشرون محتوياتهم بكل حرية و دون وجود رقيب ، فزادت بذلك دائرة التفاعلات و النقاشات و تشكلت فضاءات يحكمها الإنسجام الفكري . كما مكنتهم من عرض أفكارهم و مشاركتها مع العام و الخاص (هوارى، 2015، صفحة 228)

جماليات جديدة :

فقد شكلت مهرجان ملون من الأفكار و الآراء و التوجهات و التي تختلف ، فالمستخدمين يستغلونها لعرض كل هواياتهم و أفكارهم و ثقافتهم و معلوماتهم فهم يصنعون مضامين إعلامية مختلفة كل حسب تخصصه و توجهه و ثقافته (هوارى، 2015، صفحة 228) .

المستخدم المبتكر :



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

لقد خلقت لنا صحافة المواطن ، لانه في الإعلام التقليدي يكون صانع الرسالة الإعلامية الصحفي و الذي ينتمي إلى جهة إعلامية محددة صحافة أو إذاعة أو تلفزيون ، لكن هته المواقع سمحت للجميع أن يكون صانع للرسائل ومضامين إعلامية يشاركها مع المستخدمين ، كالمدونين في اليوتيوب (هوارى، 2015، صفحة 228) .

🚩 نخب جديدة :

أفرزت شريحة جديدة في المجتمعات لم تكن موجودة من قبل كالمدونين و مشرفي صفحات الفاييسبوك و المؤثرين و أصحاب القنوات في اليوتيوب (هوارى، 2015، صفحة 228) .

ومنه نصل إلى أن الشبكات الإجتماعية حولت العملية الإتصالية و الإعلامية كما غيرت في ميكانيزمات الإتصال ، وجعلته أكثر سهولة و مرونة فبفضلها :

- ✓ تم الإنتقال من الإعلام التقليدي إلى الإعلام الحديث .
- ✓ سرعت العملية الإتصالية و لغت الحدود الزمانية و المكانية .
- ✓ جعلت من أفراد المجتمع صانعين للمضامين الإعلامية .
- ✓ مكنت الجمهور من الإنتقال من جمهور سلبي يتلقى و فقط الرسائل ، إلى جمهور نشط يتفاعل معها و يعلق عليها كما يقدم وجهة نظره ووقفها تتم صناعة المضامين الإعلامية .
- ✓ فتحت الباب أمام من كانت أصواتهم لا تصل و أفكارهم محبوسة عندهم فقط ، فقد مكنتهم من مشاركتها مع الآخرين ، وهذا راجع لمجموعة الخدمات التي تقدمها كخدمة المشاركة و النشر إلخ .

✓ تعتبر عبارة عن فضاءات عمومية يتشارك فيها أفراد المجتمع و يتفاعلون و يتناقشون و يتحاورون عبرها لتشكل رأي عام ، فمع ظهورها لم يبق المواطن مجرد مسير من طرف الدولي بل أصبح فاعلا في العملية السياسية فقد زادت من تعزيز الديمقراطية .

✓ أصبحت عبارة عن حلقة وصل ما بين المواطنين و الجهاز الحكومي فقد فتحت قنوات الإتصال ما بينهم و كانت عبارة أداة جيدة لتعزيز مبادئ الحكم الراشد ، هذا ما قام به باراك أوباما عندما أمر برفع كل ما يحدث داخل الجهاز الحكومي عبر الشبكات الإجتماعية .



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

6-الفايسبوك المفهوم و النشأة و التطور :

لقد ظهرت العديد من مواقع الشبكات الإجتماعية وتعددت واختلفت حسب خدماتها و المجال الذي تخدمه ، لكن هناك موقع اجتماعي حقق نجاحا كبيرا جدا والذي ظهر عام 2004 بعد الموقع الأمريكي ماي سبيس ،فقد أقبل عليه الملايين و زاد تطوره و تحسنت خدماته ، وهو موقع الفاييسبوك الذي أسسه مارك زوكربورك فما هو هذا الموقع و كيف نشأ وماهي مراحل تطوره ؟

6-1مفهوم الفاييسبوك :

عرفه مارك زوكربورغ بأنه "موقع ويب مجاني خاص و محدود المسؤولية كملكية خاصة لشركة facebook ، فالمستخدمون بإمكانهم الإنضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة و جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم ، وذلك من أجل الإتصال بالآخرين و التفاعل معهم كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم و ارسال الرسائل إليهم و أيضا تحديث ملفاتهم الشخصية و تعريف الأصدقاء بأنفسهم" ، بذلك أيضا هو عبارة عن أرضية يعرض فيها الأفراد هوياتهم الشخصية مع إمكانية وضع صورهم . كما يمكنهم من اضافة أصدقاء من نفس مدارسهم أو مكان عملهم أو أصدقاء قد يكونوا من مجتمعات مختلفة و ذوي ثقافات أخرى (نبيح، 2018، صفحة 119) .

عرفه قاموس الإعلام و الإتصال بأنه "موقع خاص بالتواصل الإجتماعي أسس سنة 2004 من قبل مارك زوكربيرغ يتيح نشر الصفحات الخاصة (profiles) ، وكانت فكرة اجتماعية بحيث يستطيع الطلبة التواصل مع بعضهم و مع الموظفين و أعضاء هيئة التدريس ، ثم اتسع تدريجيا ليشمل كل دول العالم ، ولكن الدور الأكبر الذي لعبته الشبكات كان في تعزيز المشاركة السياسية مما جعلها تنمو و تحقق شعبية كبيرة ، خصوصا بين الشباب" (الديلمي، 2020، صفحة 151) .

هو موقع اجتماعي تعود أصول تسميته إلى الدليل الذي تسلمه بعض الجامعات الأمريكية لطلابها الجدد و فيه أسماء وصور زملائهم القدامى و معلومات مختصرة عنهم حتى لا يشعرون بالإغتراب ، وهو موقع تفاعل و تواصل يعمل على تكوين الأصدقاء و يساعدهم على تبادل المعلومات و الملفات و الصور الشخصية و مقاطع الفيديو و التعليق عليها و إمكانية المحادثة الفورية ، كما يسهل إمكانية



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

تكوين علاقات في فترة قصيرة إنه يقدم مجموعة من الخدمات لزواره تتمثل في الدرجة الأولى في الرسائل ، المشاركة أي أننا نجد فيه جدار يمكن المستخدمين من مشاركة مختلف أفكارهم و آرائهم و يومياتهم مع أصدقائهم ، بالإضافة لخدمة التعليق أي التعليق على ما يتم نشره كما يسمح لهم أيضا بمشاركة الصور و مقاطع الفيديوهات (كحيل، 2021، صفحة 126) .

تري الدكتورة شعيب في الفيسبوك أنه : "يعتبر مدونة عملاقة يشارك فيها الجميع كمهرجان ملون مضيء للحياة الفكرية و الأدبية" . فالفايسبوك هو هبارة عن موقع يزخر بالعديد من الصفحات التثقيفية و التعليمية مما يجعله يبلور فضاء عمومي للتداول و التناقش و الإبداع (بن عبو و بن نعيمة، 2018، صفحة 220)

و عليه نصل إلى أن الفيسبوك هو أحد أشهر مواقع التواصل الإجتماعي والذي حقق نجاحا كبيرا في وقت قصير جدا ،وهو موقع يمكن الدخول إليه و التسجيل فيه مجانا ، مع تقديم العديد من الخدمات للمستخدمين ، بالإضافة إلى مجانية استخدامه ، لقد جمع ما بين كل عناصر العملية الإتصالية المرسل و المستقبل و رجع الصدى فالمرسل هو المستخدم صاحب الصفحة الفيسبوكية يقوم بنشر مجموعة مضامين ، و يتلقاها أصدقائه اللذين معه في الصفحة فيتفاعلون معها عن طريق تسجيل الإعجاب و كتابة تعليق فهو أيضا يقدم خدمة التعليق بالتالي يكون رجع صدى و يكون النشاط و التفاعل و التداول فيما بينهم . كما أنه من بين أشهر المواقع الإجتماعية و أكثرها استخداما ، جمع ما بين مختلف الثقافات و المجتمعات و قريبا من بعضها البعض ، كما و أنه قدم العديد من الخدمات للمستخدمين ، هذا ما سمح له من أن يدخل في كل مجالات الحياة و غيرها . لقد أحدث نقلة نوعية لها قبول و تجاوب جماهيري عالي في جميع أنحاء العالم . إضافة لفتح الباب أمام الجميع للنشر و التعبير الحر و مشاركة مختلف آرائهم أفكارهم ، مما سمح له بأن يكون فضاء عمومي افتراضي يتشكل عبره الرأي العام ، و يكون فيه التفاعل و التواصل بين مختلف طبقات المجتمع و شرائحهم ذلك لأنه يستقطب جمهور واسع جدا هذا ما جعله أحد أهم متغيرات الإعلام الحديث .

6-2نشأة و تطور الفيسبوك :



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

كانت فكرة الفاييسبوك انطلاقا من مجموعة التفاعلات و التواصل الذي كان ما بين الطلبة في داخل الجامعة بأمريكا كما ذكرنا سابقا أن الفاييسبوك سمي بالأصل ذا فايس بوك ومعناه كتاب الوجوه ، فهي عبارة عن كتب كانوا يقومون بتوزيعها على الطلبة لكي يتمكنوا من التعرف على زملائهم في الصف ، فالفكرة خلف الموقع كانت اصدار الالكتروني تفاعلي لكتاب الوجوه التقليدي هذا ما يتيح للطلبة مشاركة معلوماتهم الخاصة وإضفاء طابعهم الشخصي عليها و تحديثها (الدليمي، 2020، صفحة 147) .

في هذه الأثناء كان مارك زوكربورغ طالبا و يلاحظ ما يقومون به ، بحيث كان يحاول من خلال ملاحظاته أن يقوم بإنشاء موقع الكتروني في حجرته في مسكن الطلبة بالضبط ، بحيث كان هدفه تجميع زملائه الطلبة بعد ما يتخرجون من الجامعة لكي يبقوا على تواصل مع بعضهم فقد كان يسعى لإنشاء منصة الكترونية تسمح لهم أن يتواصلوا فيما بينهم و يتبادلون الأخبار بعد التخرج ، إن أهم ما في تجربة الفاييسبوك أن مارك زوكربورغ كان دقيقا و واضحا في تحديد هدفه ، هذا ما أدى إلى نجاح فكرته نجاحا باهرا ، فقد جعل من الموقع منصة إعلامية و اجتماعية عملاقة تجمع أكثر من مليار مستخدم من سكان العالم بالإضافة إلى أنه يحتوي على فكرة جديدة ومختلفة نوعا ما عن الأفكار التي كانت تأتي بها المواقع التي سبقته لأن مارك لم يكن هدفه إنشاء موقع لجذب الإعلانات أو عرض الأخبار أو مشاركة الأفلام و الأغاني بل كان يهدف إلى إنشاء شبكة الكترونية تفاعلية اجتماعية (الدليمي، 2020، صفحة 147) .

إن مدونة الفاييسبوك كانت في البداية منتشرة في فضاء ضيق بين مجموعة محددة من الأفراد و المتمثلة في الطلبة الجامعيين في جامعة هارفارد ، لقد كان مارك مهموس ببرامج الكمبيوتر ، لذلك كان يحاول أن يطور هته المدونة و لم يخطر بباله أنها ستحقق كل هذا النجاح و ستصل لكل العالم و تجتاح العالم الافتراضي في مدة قصيرة ، فقد زادت شهرتها و تخطت الجامعة و انتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية وضلت مقتصرة على أعداد من الزوار ولو أنها كانت في زيادة مسترمة (الدليمي، 2020، صفحة 147) .

بما أن فكرة مارك كانت محاولة تكوين أو انشاء مدونة تسمح للطلبة بأن يبقوا على تواصل فيما بينهم حتى بعد تخرجهم قام الفاييسبوك بوصف نفسه بأنه موقع يسعى لتحقيق المنفعة الاجتماعية و تقريب



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

المسافات و مساعدة الأشخاص على التواصل و التفاعل أيضا فيما بينهم (الدليمي، 2020، صفحة 147) .

انطلق موقع الفاييسبوك كنتاج لموقع face match الإنجليزي التابع لجامعة هارفارد ، وهو موقع من نوع hot or not بحيث أنه كان يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية ، وقد قام مارك بابتكار face match في 28 أكتوبر 2003 عندما كان طالبا في جامعة هارفارد بأمريكا (نبيح، 2018، صفحة 120)، ووفقا لما نشرته جريدة harvard crimson فإن مارك لكي يتمكن من تأسيس موقعه قام باختراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفارد ، بالتالي قاموا بخلقه لبضعة أيام من قبل إدارة الجامعة فقد تم اتهامه بخرق قانون الحماية و انتهاك حقوق التأليف ، و النشر و كذلك انتهاك خصوصية الأفراد مما يعرضه للطرد من الجامعة و لكن بعد ذلك قاموا بإسقاط كل التهم الموجهة له يقول " هناك أمر واحد مؤكد ، وهو أنني ارتكبت حماقة عندما أقدمت على إنشاء ذلك الموقع ، على كل حال إن أي شخص آخر سيقوم بذلك في نهاية الأمر " (نبيح، 2018، صفحة 121).

و في نصف العام الدراسي قام زوكربورغ بتأسيس موقع فاييسبوك على نطاق thefacebook.com في 4 نوفمبر 2004 و قد قام بالتصريح في جريدة harvard crimson قائلا " لقد كان الجميع يتحدثون عن دليل الصور العالمي المأخوذة من جامعة هارفارد ، أعتقد أنه من السخف أن تستغرق الجامعة عامين للقيام بمثل هذا العمل ، يمكنني أن أقوم بالأمر على نحو أفضل منهم بكثير في غضون أسبوع واحد فقط " (نبيح، 2018، صفحة 121)

إضافة إلى ذلك أن مارك قام بإنشاء الفاييسبوك مع كل من dustin و Hughes و Moskovitz اللذان كانا متخصصان في دراسة علوم الحاسب بحيث أنهم كانا رفيقا مارك في السكن الجامعي (نبيح، 2018، صفحة 122) .

في نيسان 2004 كان انتشر موقع الفاييسبوك في مختلف الجامعات و لم يبق في جامعة هارفارد فقط كما كان سابقا ، إضافة إلى وصوله إلى البعض من المدارس (الدليمي، 2020، صفحة 148) .



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

و بحلول كانون الأول من نفس العام بلغ عدد مستخدمي الموقع حوالي المليون مستخدم و انضمت إليه العديد من الجامعات ، وفي سنة 2005 تم إلغاء كلمة the facebook و أصبحت facebook (الدليمي، 2020، صفحة 148) .

وأخذت خدمات الفاييسبوك بالتطور ففي تشرين الثاني من عام 2005 تم اضافة الصور كتطبيق في موقع الفاييسبوك بحيث أصبح بإمكان المستخدمين أن يضيفوا صورهم الشخصية و زاد عدد مشتركيه في هذه الأثناء بحيث وصلوا لحوالي 5,5 مليون مشترك (الدليمي، 2020، صفحة 148) .

وفي عام 2006 زاد موقع الفاييسبوك من تحسين خدماته و سمح للطلبة بإضافة أصدقاء آخرين لا ينتمون لجامعاتهم و هذا كان حسب طلبهم (الدليمي، 2020، صفحة 148) .

و في نفس السنة قدم الفاييسبوك نوتس نفس الخدمات التي كانت تقدمها المدونات مع امكانية التعليق ، وقام بالسماح بالدخول لأي مدونة من المدونات (الدليمي، 2020، صفحة 148) .

لقد كانت سنة 2006 هي السنة التي شهد فيها الفاييسبوك تطورا كبيرا فقد حسن من خدماته كثيرا وطورها ، فقد أضاف أيضا خدمة تغذية الأخبار ، إذ تمكن المستخدم من الإطلاع على جميع ما يتم نشره ومشاركته في صفحة واحدة ، وأصبح الموقع متاح لجميع الناس بحيث أنه سمح لكل الأفراد اللذين تزيد أعمارهم عن 13 سنة بالتسجيل فيه (الدليمي، 2020، صفحة 149) .

ومع تحسين خدمات الفاييسبوك و تطويرها و تعديلها اضافة إلى انه سمح لجميع المستخدمين بالتسجيل فيه ، زاد انتشاره و زاد عدد مستخدميه فقد بلغ حوالي 12 مليون مستخدم في عام واحد فقط .

وفي سنة 2007 قام الفاييسبوك باستئجار الموقع من اليوتيوب و ذلك للتمكن من اضافة ملفات الفيديو الموجودة في هذا الموقع ، كما أنه قام بإظهار برنامج للتواصل مع الهاتف ليصل بذلك عدد مستخدميه النشطين 50 مليون مستخدم ، كما أقروا احتراماً للخصوصية بأن لا يتم نشر المعلومات الشخصية للمستخدمين كنوع من أنواع الإعلانات التجارية (الدليمي، 2020، صفحة 149) .



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

في 2008 أضاف الفاييسبوك منصة دردشة وبلغ عدد مستخدميه في هذا العام لحوالي 100 مليون مستخدم نشط ، وأصبح أيضا بإمكانه أن يضيف التطبيقات كالألعاب وما إلى ذلك (الدليمي، 2020، صفحة 149) .

في 2009 قام الموقع بإضافة تعديلات على تصميمه فقد قدم خاصيات جديدة كزر الإعجاب أي أصبح المستخدم أن يضيف إعجاب للمنشورات ، ثم في 2010 أضاف الإشعارات notification الشريط الأعلى للموقع فقد وضع تصميمات جديدة للصفحات الشخصية (الدليمي، 2020، صفحة 149) .

و في 2011 سمح الفاييسبوك للمستخدمين بأن يكون لهم صفحات شخصية تكون فيها البعض من معلوماتهم الشخصية و يومياتهم إضافة إلى غلاف الفاييسبوك كي يصبح على شكل كتاب و ليس المشاركات الأخيرة كما كان في البداية (الدليمي، 2020، صفحة 149) .

ثم قام بشراء تطبيق انستقرام وهي أيضا عبارة عن موقع من مواقع التواصل الإجتماعي ، كما أنها اشترت تطبيق الواتساب (الدليمي، 2020، صفحة 150) .

وعليه نصل إلى ان موقع الفاييسبوك تطور عبر عدة مراحل لكن في سنوات قليلة ، لقد كان من مجرد فكرة تدور في ذهن مارك ، إلى أن تطورت و أصبح موقع الفاييسبوك من بين أكثر الشبكات الإجتماعية التي حققت نجاحا باهرا في وقت قصير حيث أنه يرتاده الملايين من المستخدمين ، فقد تميز بتطوير خدماته في غضون سنوات قليلة و متتالية و أضاف العديد من الخدمات و التطبيقات هذا ما سمح بزيادة أعداد مستخدميه فقد سهل عليهم الكثير و سمح لهم بالتواصل فيما بينهم عن بعد و مشاركة أخبارهم دون عناء .

7- الفاييسبوك : المميزات و التطبيقات

7-1 مميزات موقع الفاييسبوك:



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

لقد أضافت شبكة الأنترنت و التطورات التكنولوجية الحديثة تغييرات كبيرة في العملية الإتصالية ، بحيث أنها زادت في دائرته ووسعته فقد حطمت الحواجز و شكلت لنا فضاءات تفاعلية افتراضية من نوع آخر ، لم نكن نعرفها من قبل هذا ما أدى لظهور النيوميديا والتي تتميز بالتفاعل و النشر و التعبير الحر و حرية الرأي ، و صناعة المضامين الإعلامية دون قيود ، فقد قامت بدمقرطة الإتصال ، والفايسبوك هو من بين أهم المواقع الإجتماعية التي تقدم العديد من المميزات والتطبيقات والتي تساهم في تشكيل هته الفضاءات الافتراضية ، و تتمثل مميزاته في :

الملفات الشخصية profile :

فالفايسبوك يقدم للمستخدمين خدمة الملفات الشخصية و التي تكون تحتوي على معلوماتهم و بياناتهم الشخصية فبمجرد أن تسجل فيه و تدخل بياناتك يصبح لديك ملف خاص بك يحتوي على معلوماتك و صورك ، هذا ما يسهل عليك التواصل مع الآخرين فمن خلال الملف الشخصي تكون لك هوية افتراضية داخل هذا الفضاء تميزك عن الآخرين . (المقدادي، 2011، صفحة 35)

إضافة صديق add friend :

وهي خاصية يقدمها لك الفاييسبوك من خلالها يمكن أن تضيف أي شخص على صفحتك و تشكل معه صداقة و تتواصل معه . (المقدادي، 2011، صفحة 35)

إنشاء مجموعة (groups) :

لقد قام موقع الفاييسبوك بجمع الأفراد نو الاتجاهات الواحدة أو الهوايات الواحدة في مكان واحد و ذلك لأنه يتميز بخاصية إنشاء المجموعات الإلكترونية على الإنترنت . والتي هي عبارة عن مجموعات تفاعلية افتراضية . (المقدادي، 2011، صفحة 35)

لوحة الحائط wall :

بحيث أننا نجد في صفحة كل مستخدم مساحة خاصة تتيح له إرسال الرسائل المختلفة كما وتتيح له كتابة ما يرغب فيه و مشاركة الصور و الفيديوهات في صفحته الخاصة. (المقدادي، 2011، صفحة

(36)



الفصل الثاني : شركات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

النكزة pokes :

يتم القيام لإثارة انتباه المستخدمين فيما بينهم وهي عبارة عن إشعار يشير للمستخدم بأن أحد الأصدقاء يرحب به . (المقدادي، 2011، صفحة 36)

الصور photo :

وهي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الصور و الألبومات من الأجهزة الشخصية إلى الموقع و عرضها . أي أن الفايسبوك يتميز بخاصية السماح للمستخدمين بمشاركة مختلف صورههم مع أصدقائهم في الفايسبوك . (المقدادي، 2011، صفحة 36)

الحالة status :

ومن خلالها يمكن للمستخدمين أن يشاركوا أصدقائهم بأماكنهم و ما يقومون به من نشاطات و أعمال في يومياتهم . (المقدادي، 2011، صفحة 36)

7-2 تطبيقات الفايسبوك :

يقدم الفايسبوك للمستخدمين العديد من التطبيقات و التي يتم إنشائها عن طريق شركات ما أو عن طريق المستخدمين و من بين تطبيقاته نجد ما يلي :

المجموعات groups :

بحيث يتيح الفايسبوك للعديد من الأشخاص المهتمين بمجالات خاصة أو هوايات معينة أن يجتمعوا في مكان واحد ، وذلك من خلال تطبيق المجموعات ، و الذي هو عبارة عن فضاء افتراضي يتم انشاءه من طرف المشتركين في الموقع يتبادلون فيما بينهم مختلف أعمالهم و نشاطاتهم و معلوماتهم و أفكارهم (مجاهد، 2010، صفحة 14) .

الصفحات pages :

إن الصفحات هي من أهم التطبيقات التي ساهمت في انتشار الفايسبوك و استخدامه بحيث يقوم المستخدمين بإنشاء صفحة تكون متخصصة في مجال معين أو حول شخصية ما أو حول منتج ، و يقوم

الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام



المستخدمين بالتسجيل إعجابهم للصفحة بحيث يقوم مالك الصفحة بمشاركة المعلومات فيها بشكل يومي كمثال صفحة ثقف نفسك وهي صفحة نجد فيها الملايين من المعجبين تقوم بنشر مختلف المعلومات و الأخبار بشكل يومي (الديلمي، 2020، صفحة 155).

المناسبات :

هذه الخاصية تستخدم في الإعلان عن مواعيد هامة و كذلك الأحداث الهامة ، كالتدوات و المعارض و مباريات كرة القدم ، من خلال كتابة اسم الحدث ، نوعه ، و موقعه (مجاهد، 2010، صفحة

15

غرفة الدشة

البحث عن الأصدقاء ومختلف المنشورات و الصفحات

الإشعارات التي تصل للمستخدم ، كالرد على التعليقات التي قام بكتابتها للمنشورات

اسم المستخدم

الأصدقاء

صورة المستخدم

استكشاف الصفحات ، المجموعات ، المناسبات كذلك الألعاب أي تطبيقات الفاييسبوك وأن ليس للألعاب تطبيقات الفاييسبوك

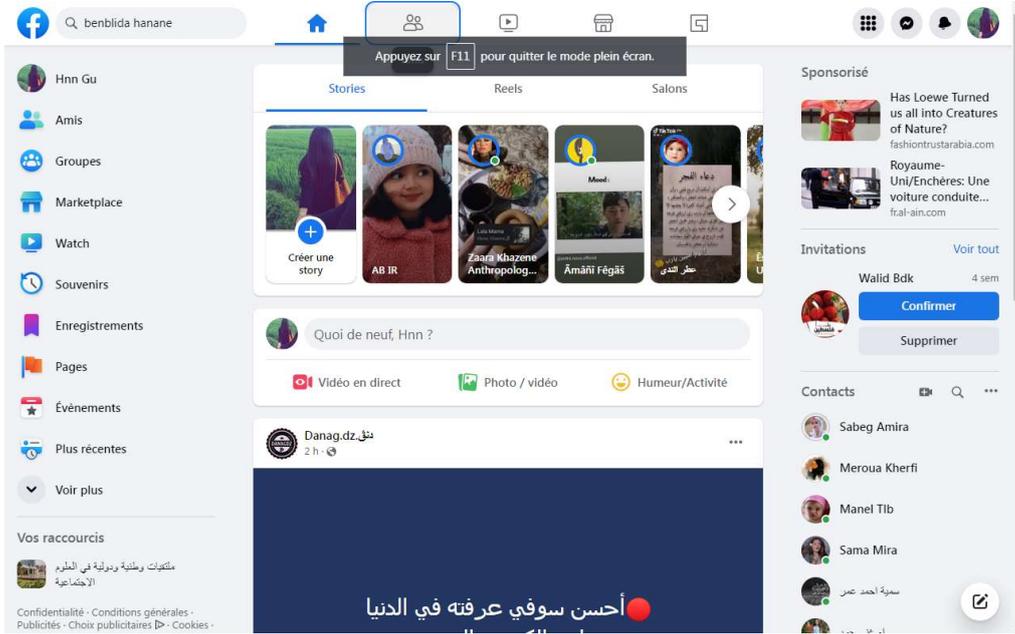
الحائط الذي يكتب فيه المستخدمون منشوراتهم و أفكارهم و مشاركة مختلف الأخبار نجد فيه بم تفكر ؟

عروض الصداقة

الشكل رقم: (08) يمثل الصورة الخاصة بالمستخدم في موقع فيسبوك

البحث عن صديق

الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام



الشكل رقم (09): يمثل صفحة النشاطات الخاصة بالمستخدم

8-خدمات الفاييسبوك :

يقدم الفاييسبوك للمستخدمين العديد من الخدمات ، كما و أنه للوهلة الأولى يتضح لنا أن الفاييسبوك يتسم بنفس الخصائص التي تتميز بها الشبكات الأخرى لكن الفاييسبوك يحتم على الزائر أن يقوم بتسجيل نفسه أولا حتى يتمكن من التصفح بسهولة ، كما بإمكانه أن ينظم للمجموعات التي يكونها الأصدقاء في الفاييسبوك ، فبمجرد ما يقوم بتسجيل نفسه و إدخال بياناته الخاصة تصبح له صفحته الخاصة التي ينشر فيها ما يريد و التي يمكن لأصدقائه عن طريقها أن يتعرفوا عليه داخل هذا الفضاء بالإضافة إلى أنه يمكنه من حجب الآخرين عن دخول حسابه (الدليمي، 2020، صفحة 155) .

و موقع الفاييسبوك يتكون من مجموعة من الشبكات تتألف من أعضاء فالمستخدمون يقومون بإنشاء مجموعات خاصة تجمع بينهم وصفحات يتشاركون و يتناقلون عبرها المعلومات وفقا لمجالهم أو عملهم ،حيث أنها تقوم بالتصنيف لمجموعات على أساس الإقليم أو العمل أو الجامعة أو المدرسة ، إنه فضاء مليء بالتفاعل و التواصل بين الأعضاء المستخدمين ، فداخل المجموعات نجد هناك ساحة



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

للتحاور و التناقش و التعليقات ، كما و أنه يوفر كذلك مساحة للإعلانات (الدليمي، 2020، صفحة 155) .

إن الفاييسبوك ليس عبارة عن منصة للتواصل بين الأصدقاء و حسب بل أن الأمر أكثر من ذلك، فهو على دراية بأمور كثيرة على مستخدميه لدرجة تفوق تصورهم فهو يمكنه أن يقيس مستوى السعادة و الحزن بالنسبة للأفراد المستخدمين، فبالإضافة إلى معلوماتهم الشخصية التي يحتفظ بها في قاعدة بيانات ضخمة ، قامت شركة الفاييسبوك بإطلاق تطبيق يطلق عليه (مؤشر اجمالي السعادة القومية) وهو تطبيق يمكن من قياس أحلام و آمال و أمنيات العالم بأسره وهذا من خلال تتبع مشاعر السعادة لدى مستخدمي الفاييسبوك وذلك بناء على الكلمات التي يتم التقاطها من مراكز الرسائل الخاصة بهم ، و قد اقتصر بداية على مستخدمي الفاييسبوك في الولايات المتحدة الأمريكية . أيضا بينت تقارير أنه يتم تجميع البيانات من الفاييسبوك لكي يتم قياس المزاج العام للأمريكيين على أساس المشاعر التي يتم التعبير عنها ، والتي يقوم المستخدمين بمشاركتها ، وقد تم التوصل إلى أن مستوى السعادة يكون تصاعدي خلال بعض المناسبات و الأعياد . وعليه نصل إلى أن الفاييسبوك هو عبارة عن موقع أو منصة اجتماعية ذات أبعاد عدة ليست للتواصل و فقط بل إنه أتاح العديد من الخدمات و غير في الكثير من مجالات الحياة .

ونجد أيضا من خدمات الفاييسبوك مكانية تكوين ألبومات الصور الخاصة بالمستخدم بالإضافة لخدمات الألعاب ، إضافة لفكرة الملاحظة و التي هي فكرة جديدة يتميز بها الفاييسبوك وهي عبارة عن مفكرة يسجل بها صاحب الحساب أهم مواعيده و ارتباطاته (الدليمي، 2020، صفحة 156) .

كما يقدم العديد من الخدمات نذكر منها ما يلي :

- ✓ مجانية الإشتراك في الموقع ، أي أن المستخدم لا يحتاج لتسديد مبلغ مالي لكي يسجل في الفاييسبوك ، فقط توفر شبكة الإنترنت يمكنه من التسجيل فيه .
- ✓ من بين خدماته أيضا أنه يعطي لكل شخص صفحته الخاصة التي تحتوي على معلوماته و بياناته الشخصية ، بالتالي تمثل هويته الافتراضية ، فله الحرية لكتابة ما يريد و نشر ما يعجبه دون قيود و لا رقابة ، كما يمكنه أن يحدد الأصدقاء اللذين بإمكانهم رؤية منشوراته ، و حجبها عن الآخرين .



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

✓ مشاركة الصور الخاصة بالمستخدم على صفحته الشخصية ، و تكوين ألبوم خاص به (الدليمي، 2020، صفحة 157).

✓ إنشاء مجموعات سواء في المحادثة أو مجموعات للنشر و التعليق تكون خاصة بموضوعات معينة أو مجالات محددة تجمع ما بين الأشخاص ذوي التوجهات الواحدة و الهويات الواحدة وما إلى ذلك .

✓ المشاركة لمختلف النشاطات اليومية و الأفكار و الآراء ، و الصور و نقل الأخبار من عين المكان دون التغيير فيها و تعديلها

✓ انجاز الصفقات التجارية و الأعمال .

✓ ترويج و نشر الأفكار فبفضل الفاييسبوك أصبحت الأفكار لا تتوقف في نقطة واحدة أي لا تبقى حبيسة عند صاحبها فالفايسبوك أتاح له امكانية مشاركتها مع الغير بالتالي ستصل إلى أبعد نقطة (الدليمي، 2020، صفحة 157) .

كما قامت إدارة فاييسبوك بتحسين خدماتها و إضافة خدمات جديدة ومن بينها خدمة الإشتراك دون المصادقة أي أن الفاييسبوك سمح للمستخدمين بالإشتراك أو وضع متابعة للصفحات الشخصية دون أن تكون هناك صداقة ما بينهم و اسمها اشترك (الدليمي، 2020، صفحة 158) subscribe .

بالإضافة لخدمة القصص story وهي خدمة يقوم المشتركين بالنشر فيها أحدث الأخبار الهامة .

لقد أضاف الفاييسبوك العديد من الخدمات منذ بدايته إلى يومنا هذا ففي كل مرة يحاول التحسين منها و تسهيل الخدمة في الفاييسبوك و تسريعها (الدليمي، 2020، صفحة 158)

9-دوافع استخدامات الفاييسبوك :

لقد ذهبت نظرية الاستخدامات و الإشباع إلى أن الجمهور لديه مجموعة من الدوافع التي تجعله يتعرض لاستخدام أي وسيلة إعلامية ، و ذلك لإشباع رغباته النفعية و المعرفية أو رغباته الثقافية و التفاعلية و ما إلى ذلك ، و الفاييسبوك يعتبر اليوم من أهم الوسائل الإعلامية التي يستخدمها عدد كبير من الجماهير بتعدد و اختلاف نظرتهم لهته الوسيلة نظرا لظروفهم و خصائصهم و درجة وعيهم ، أي



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

أن الدافع لاستخدام الوسيلة تتحكم فيه المتغيرات المعرفية و الطبقية و متغير السن و الجنس ، فالجمهور نشط و يستخدم الوسائل بطريقة موجهة تبعا لرغباته و سنقوم بطرح أهم الدوافع التي تجعل الجمهور يستخدم موقع الفاييسبوك :

✓ التعويض الإجماعي تجاوز الخجل و نقائص الشخصية على الهدم ، فالفايسبوك هو موقع افتراضي يمكن للمستخدم أن يخفي هويته الحقيقية فيه ، و يتفاعل بكل حرية يعبر عما يريد دون خجل لأن هويته مجهولة ولا يمكن للمستخدمين أن يتعرفوا عليه (صالحي، شبكات التواصل الإجماعي و الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري الفاييسبوك -أنموذجا- دراسة ميدانية على عينة من الشباب، 2022، صفحة 268) .

✓ التسيير الإجماعي أي تكوين علاقات اجتماعية خاصة بالنسبة للمراهقين فالفايسبوك هو عبارة عن منصة للتعرف ما بين مختلف الأفراد من مجتمعات و ثقافات و بلدان مختلفة ، فقد قرب المسافات و سمح بإنشاء علاقات اجتماعية افتراضية و جمع ما بين الناس من مختلف الأجناس لقد قام بجمع الناس في مكان واحد من مناطق مختلفة .

✓ التحرر من قيود الزمان و المكان التقليدية ، مما يساعد على التعبير عن الذات بدون خجل ، فقد قرب المسافات و لغى الحدود الزمانية و المكانية وحقق ما عجز الإعلام التقليدي عن الوصول إليه . لأنه أعطى الحرية للمستخدم التعبير عن كل آراءه و أفكاره ووصولها لمكان بعيد دون جهد منه ، كما وجعل من المستخدم صانع لمحتويات الإعلامية لأنه يوفر خدمة النشر بكل حرية .

✓ التعلم و زيادة الثقافة و الرصيد المعرفي لأن الفاييسبوك هناك من يعتبره بأنه مهرجان ملون من الحياة الفكرية يزخر بالعديد من الصفحات الثقافية و التعليمية .

✓ تحقيق الإنتماء الإجماعي أي البحث عن الأفراد و الصداقات التي لها نفس التخصصات و الإتجاهات و الميولات ذلك لأنه يقدم خدمة إنشاء المجموعات كما ذكرنا سابقا .

✓ الخروج عن الواقع و الدخول للإفتراضي فالفايسبوك اليوم أصبح عبارة عن فضاء عمومي افتراضي موازي للحياة الواقعية ، ففيه تزول الحدود بين الحقيقي و الإفتراضي و المادي و اللامادي و بين القريب و البعيد .



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

✓ ومن بين دوافع الأساسية لاستخدام موقع الفاييسبوك دافع التسلية فهناك من يعتبره المتنفس من الضغوطات اليومية (صالحي، شبكات التواصل الإجتماعي و الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري الفاييسبوك -نموذجاً- دراسة ميدانية على عينة من الشباب، 2022، صفحة 269).

10-الوظيفة الإتصالية في موقع الفاييسبوك :

إن موقع الفاييسبوك هو موقع اتصالي بحت فهو يتوفر على جميع عناصر العملية الإتصالية و ذلك من خلال خدماته التي يقدمها لذلك ساعدت الأدوات المتنوعة في موقع الفاييسبوك على توفير مجالات متجددة تعمل على كسب عدد متزايد من المستخدمين هذا ما جعله يستقطب أعداد كبيرة من الجماهير ، وتعمل هذه الأدوات بشكل يتيح للمستخدم حرية اختيار المحتوى المراد مشاركته و الإطلاع عليه ، لذا أضاف الفاييسبوك الصورة الرقمية ، و استخدام طريقة الكتابة على الصورة من أجل تعريف الأصدقاء بالأسماء الموجودة في الصورة كما أنه ربط الصورة بالمحتوى المكتوب عن طريق التعليقات هذا ما يؤدي دورا هاما بمدى أهمية الصورة (قاصدي، 2022، صفحة 107).

و تتمثل الوظيفة الاتصالية لموقع الفاييسبوك في أنه يربط الأصدقاء ويجمعهم عن طريق مجموعة من الأدوات التي تعمل على تفعيل المشاركة المتبادلة للمعلومات و البيانات و الصور و مقاطع الفيديو التي ينتجها المستخدم بالإعتماد على نفسه و الإستفادة من مواقع أخرى و تتمثل هذه الأدوات في غرف الدردشة ،التعليقات،المشاركة، النشر ، و التي يسعى عن طريقها إلى نشر معلومات قد لا يمكن للمستخدم نشرها في وسيلة اتصال أخرى ، فهي تعد نافذة للمستخدم للترفيه و الأخبار و التثقيف التي تسمح بمجال من الحرية و المشاركة الفاعلة (قاصدي، 2022، صفحة 108).

كما أن ربط مستخدمي الفاييسبوك بقاعدة من المعلومات و البيانات تساعد المستخدم على توسيع مداركه اتجاه القضايا المهمة في المجتمع و تعطيه دورا في المشاركة و معالجة النواحي السلبية في الواقع ، أي أنه يجعل من المستخدم متلقي إيجابي مشارك في العملية السياسية لأنه فتح قنوات الإتصال ما بينه و بين الحكومة عن طريق رفع كل الأخبار و القرارات و القوانين الجديدة عبره فالحكومة قامت بإنشاء صفحة خاصة في موقع الفاييسبوك لكي تشارك فيها كل ما هو جديد من قرارات و قوانين جديدة و تعليمات وما إلى ذلك ، كما و أنه وسع من ثقافة المستخدم لأنه يحتوي على أعداد لا متناهية من



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

الصفحات التثقيفية المتخصصة في شتى المجالات ، وزاد من التفاعل و مكن من إيصال صوت الشعوب و المطالبة بحقوقها و أخذ آرائها بعين الإعتبار عن طريق ما يقومون بنشره و كتابته في صفحاتهم الخاصة أو تفاعلاتهم مع مختلف الخطابات و المنشورات التي تخص الواقع و المجتمع ، إضافة إلى الجانب الترفيهي و التأثيري فالمستخدم يستخدم قدراته الإبداعية في اختيار المحتوى الأكثر فاعلية و التي يكون لها تأثير على المستخدمين . لقد قدم الكثير من الخدمات وقام بالعديد من الوظائف هذا ما جعله يستقطب الملايين من الجماهير عبر العالم بأسره (قاصدي، 2022، صفحة 108) .

ومن الخدمات التواصلية التي يقدمها الفاييسبوك للمستخدمين نجد :

محتوى المجموعة يقوم ببنائه المستخدمون بحيث يوفر لهم الفاييسبوك الأدوات المبتكرة و الخدمات الإتصالية الفعالة ، و يقوم كل مستخدم ببناء محتوى صفحته بحيث ينشر فيه كل المواضيع و المعلومات و الصور و الفيديوهات ، و بالتالي تتكون شبكة كبيرة جدا من المحتوى الخاص بكل مستخدم (قاصدي، 2022، صفحة 108) .

التواصل المستمر بين المستخدمين : يوفر الفاييسبوك خدمة التواصل الفعال و يضمن استمرار عملية الإتصال و التواصل لأنه عبارة عن موقع يتميز بالتدفق المعلوماتي المستمر ليس فقط الإتصال المباشر بين الأفراد ، و إنما هو أن تصل نشاطات و أخبار المستخدم بشكل آلي دون تدخل يدوي منه ، أي أن المستخدم بمجرد أن يضيف صديق في صفحته تصله كل الأخبار التي تخصه و التي يقوم بمشاركتها في صفحته لأن الفاييسبوك يقدم كل ما هو جديد دون توقف في كل دقيقة كل ما يتم مشاركته في أي صفحة يصل لكل المشتركين و المستخدمين (قاصدي، 2022، صفحة 108) .

كما أن الفاييسبوك يعطي للمستخدم حرية اختيار المحتويات التي يرغب أن يطلع عليها ، وحرية اختيار الأصدقاء و حرية قبول أو رفض طلبات الصداقة و اختيار الصفحات وما إلى ذلك .

يطور من مهارات الإتصال بالنسبة للمستخدمين لأن الفاييسبوك هو موقع تواصل بامتياز فهو يوسع من دائرة علاقات المستخدمين و يزيد من مهاراتهم الإتصالية و تواصلهم الإجتماعي (قاصدي، 2022، صفحة 108) .



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

11-الفايسبوك : الإيجابيات و السلبيات :

إن الفاييسبوك في عصرنا الحالي يعتبر أهم موقع من مواقع التواصل الإجتماعي فقد دخل في حياة المجتمعات و غير فيها ، و مس كل مجالات الحياة ، قرب المسافات و لغى الحدود الزمانية و المكانية ، لقد أصبح الفضاء العمومي الذي يحرك المجتمع و يسيره فهو منصة لتشكل الرأي العام لأنه نجح في زعزعة أنظمة و إسقاطها كما وأنه عبارة عن موقع ساحر مكن المستخدمين من الإتصال بكل العالم في جزء من الثانية ، و الإطلاع على كل الأخبار الجديدة من موقع الحدث ، إنه زاد من معرفة البشر ومكنهم من الوصول إلى القراء و تبادل الآراء معهم ، ومكنهم من معرفة ما يدور في داخل الثقافات الأخرى فهو بمثابة النافذة المطللة على العالم ، كما وأنه أعطى مجالا واسعا لحرية التعبير والمشاركة فالיום و بفضلله أصبح بإمكان أي فرد من المجتمع أن يقوم بإنشاء محتوى إعلامي يشاركه مع المستخدمين ، فقد فتح المجال للتواصل أكثر على عكس الإعلام التقليدي لكن و بالرغم من كل الإيجابيات التي تم ذكرها و بالرغم من أنه سهل الحياة إلا أنه يوجد بالمقابل العديد من السلبيات التي يتصف بها موقع الفاييسبوك فقد خلف العديد من الآثار السلبية على المجتمعات لقد غير من بنية المجتمع و أحدث خلل في داخلها تراجعت وظائف بعض الأبنية والتي هي عبارة عن ركائز يقوم عليها المجتمع كالأسرة والتي تراجعت أدوارها بظهوره بالنسبة لفئة الشباب و بالنسبة لمتغير الهوية و الثقافة و القيم المحلية أيضا أحدث تأثيرا كبيرا عليهم ، وهناك من يعتبر الفاييسبوك هو منصة للحرب الناعمة فالحروب في عصرنا الحالي لم تبق كما كانت عليه سابقا بالسلاح ، اليوم يتم استخدام هته القوى الناعمة للتمكن من استعمار الدول و غزوها ثقافيا و قيميا :

✚ إيجابيات موقع الفاييسبوك :

➤ نافذة مطللة على العالم :

حيث يوجد الملايين من المستخدمين على الصعيد العالمي ، لأن الفاييسبوك من أول ما تم إطلاقه حقق نجاحا باهرا و تمكن من استقطاب الملايين من الجماهير من مختلف طبقات المجتمع و شرائحه و من مختلف مناطق العالم على اختلاف ثقافتهم و لغاتهم و لهجاتهم و دياناتهم ، بحيث مكنهم بأن يتواصلوا و يتعارفوا مع بعضهم البعض (العزم و بن علي، 2017، صفحة 28) .



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

➤ فرصة لتعزيز الذات :

فهو عبارة عن منصة بمجرد أن تسجل فيها تصبح لك صفحتك الخاصة والتي تمثل هويتك داخل الموقع ، ويمكن أن تنشر ما تريد فيها ما تريد دون قيود ولا رقابة من أفكار و آراء و معلومات بالتالي يصبح لك كيان مستقل (العزم و بن علي، 2017، صفحة 28) .

➤ أكثر انفتاحا على الآخر :

وذلك باعتباره النافذة المطلقة على العالم ، فقد زاد من دائرة الإتصال و التواصل ما بين الأفراد من مختلف الثقافات و المجتمعات و الديانات ، هذا ما عزز من الإتصال الثقافي و أنتج لنا ثقافة الإختلاف والتي هي الثقافة التي تنتج نتيجة التعرف على ثقافات أخرى ، إنه مكن المستخدمين من إنشاء علاقات قد تمتد على آلاف الأميال (العزم و بن علي، 2017، صفحة 28) .

➤ منبر للرأي و الرأي الآخر :

فهو فضاء عمومي للتداول و التناقش و تشكيل الرأي العام ، ففيه يتم التفاعل ما بين مختلف المستخدمين حول قضايا و شؤون المجتمع و أحوال الدولة و النظام الحاكم كما ويعطي حرية النشر لمختلف الأخبار فقد انهارت حراس البوابة مع ظهوره ، فبفضله تمكنت الشعوب من إيصال صوتها و المطالبة بحقوقها ، وإذا ما رجعنا لأحداث الربيع الربيعي في مصر و اليمن و سوريا نجد أن موقع الفاييسبوك هو من كان يحرك هته الثورات فقد قامت في الفاييسبوك قبل أن تقوم على أرض الواقع . إضافة إلى حراك فيفري 2019 في الجزائر والذي كان محركه الأساسي موقع الفاييسبوك (العزم و بن علي، 2017، صفحة 28) .

➤ التقليل من صراع الحضارات :

إن الفاييسبوك هو من فتح الثقافات على بعضها البعض و مكن الشعوب من الإطلاع على ثقافات بعضها البعض ، فهو عبارة عن وسيلة اتصالية نشرت مختلف الثقافات المحلية للشعوب و لم تبق منغلقة على نفسها كما كانت سابقا (العزم و بن علي، 2017، صفحة 28) .

➤ سلبيات موقع الفاييسبوك :



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

إن الفاييسبوك من أهم مواقع التواصل الإجتماعي و التي استقطبت الملايين من الجماهير نظرا لتطورها و ما قدمته من خدمات ذات جودة عالية للمستخدمين ، لكن مع كل هذا نجد للفايسبوك العديد من السلبيات والتي أثرت على المجتمعات ، لأن الفاييسبوك هو عبارة منصة للحرب الناعمة والتي تم إنشائها بهدف استعمار الدول ثقافيا و التمكن من ضرب قيمها و هويتها الثقافية ، لتتمكن من طمسها وينجح الغرب في فرض نظامه ألا وهو العولمة .

إنه عبارة عن عامل لطمس الهوية و تحطيم ثقافات الدول المتخلفة خاصة دول العالم الثالث ، فهو عبارة عن تقنية ثقافية تم إعدادها بغرض النجاح في الإستعمار الثقافي و القيمي للمجتمعات لأنه يملك امكانيات ضخمة فهو يصل إلى كل بقاع الأرض و يتميز بالتدفق الحر للمعلومات و سهولة انسيابها ووصولها فهو ينقل الصورة كما هي في الواقع ويحتوي على قواسم مشتركة لقوالب جديدة من التفكير ، ونسق جديد من القيم و أشكال معينة من السلوك لأن تكرار التعرض له يؤدي لغرس العديد من القيم الثقافية القادمة من الغرب ، لقد تمكن من غزو العقول و تبديل وعي الجماهير حيث اتهم شاكوتين وسائل الإعلام الجديدة في كتابه اغتصاب الجماهير بالسطو على أفكار الناس و عواطفهم و ذات الشيء ذهب إليه هاربرت شلر في كتابه المتلاعبون بالعقول حيث تطرق للحديث عن التقنيات الحديثة و الخدع التي تتميز بها وسائل الإعلام لتظليل الجماهير و امتصاص طاقة رد فعلهم بالتالي تولد أفراد سلبيين وتتطوي هذه السلبية على بعد ثقافي و ديني و فكري وهو ما ينتج لنا حالة من الإغتراب و الإبتعاد عن الواقع و التخلي على القيم و الأفكار المحلية ، لقد جعل الفرد مرتبط بعالم وهمي غير منتج ، بل يستهلك طاقته ، و يفقده هويته الحقيقية في ظل اصطناع الشخصيات (صالحي)، شبكات التواصل الإجتماعي والهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري الفاييسبوك نموذجاً-دراسة ميدانية على عينة من الشباب-، 2022، (صفحة 270) .

كما أن الفاييسبوك نظرا لخصائصه و مميزاته و التي تتمثل في النشر الحر و المشاركة الحرة فقد قام بدمقرطة الإتصال و أصبح هو المنتفس الذي يعبر من خلاله أفراد المجتمع عن مشاكلهم فهم يستغلونه كوسيلة للهجوم على الأطراف المتصارعون معهم ، فرسائل التحريض و الكراهية كثيرا ما نجدها في عصرنا الحالي متنامية و متزايدة في موقع الفاييسبوك ، لقد وجدت الكراهية المعادية فيه أرضا خصبة



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

و ذلك نظرا لعدم وجود رقابة على ما يتم نشره و تداوله كذلك عدم وجود قوانين تمنع هذا النوع من الخطابات .

كذلك إن الفاييسبوك أصبح فضاء واسعا لممارسة خطاب الكراهية فهو يوفر امكانية نشر الخطاب أي خطاب الكراهية باسم مستعار ، لأن المشكلة التي نواجهها حاليا أن موقع الفاييسبوك أنتج لنا مشكلة الهوية الإجتماعية أي أن أي مستخدم يمكن أن يسجل فيه باسم مستعار غير اسمه و أن يضيف معلومات حوله تكون خاطئة أو كاذبة ، هذا ما أدى إلى تزايد الجرائم فقد سجلت في 2012 جريمة في كل 40 دقيقة و هذه الجرائم الكثير منها راجع إلى خطابات الكراهية التي يتم نشرها في موقع الفاييسبوك ، فهو موقع خصب للتمر و الهجوم اللفظي والذي يحمل في طياته عنف رمزيا من عبارات تقليل الشأن و الإستهزاء و التهديد ويعنبر كل هذا داخل دائرة خطاب الكراهية (السلام، 2021، صفحة 66)

وعليه نصل إلى أن الفاييسبوك هو عبارة عن سلاح ذو حدين ، فكما أنه أضاف للمجتمعات و قرب المسافات و سهل الإتصال و التواصل ما بين مختلف شعوب العالم ولا يمكن أن ننكر بأنه النافذة التي سمحت للشعوب بالإطلاع على ثقافات الشعوب الأخرى دون الحاجة إلى التنقل فكما ذهب ماكلوهان أن الإعلام جعل من العالم قرية صغيرة ، لكن مع ذلك كان له آثار سلبية على المجتمعات فهو بمثابة المنصات التي تقوم فيها الحروب الناعمة فالدول الغربية و أمريكا تستغله للتمكن من الإستعمار الثقافي و غزو المجتمعات و ضرب ثقافتها و قيمها لكي تتمكن من إلغاء هوياتها و تفرقتها لأنه يتميز بإمكانيات كبيرة جدا ولأن له جمهور واسع وتمكن من استقطابه نظرا لما قدمه من خدمات كثيرة للمستخدمين ، إضافة إلى أنه قام بدمقرطة الإتصال وفتح الباب للجميع للنشر و التعبير بكل حرية لذلك أصبح ساحة للصراع ما بين الأقطاب المتعادية ، فقد وجدت الكراهية فيه أرضا خصبة لتناميها و زيادتها .



الفصل الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) الماهية، الخدمات، الوظيفة الاتصالية ودوافع الاستخدام

خلاصة :

وكخلاصة عامة للفصل نصل إلى أن ظهور الشبكات الإجتماعية تطور عبر عدة مراحل بدءا من الإنتقال من المجتمع الصناعي إلى مجتمع المعلومات و الذي أنتج بدوره التكنولوجيا الرقمية و التي غيرت في منظومة الإتصال و عملية سيره و ميكانزماته ، فبعد ظهور الويب 0.2 طور لنا المواقع الإجتماعية و التي صممت خصيصا للتفاعل و التواصل و تشكيل مجموعة علاقات و روابط اجتماعية كما و تعددت أنواعها و أشكالها وصولا لموقع الفاييسبوك الذي أسسه مارك زوكربورق عام 2006 و الذي تمكن من استقطاب أعداد كبيرة من الجماهير نظرا لمجموعة خدماته التي يقدمها كما و أنه أدى دروا اتصالي هام و تعددت استخداماته لأنه لبي رغبات الجماهير النابعة من الدوافع ، وهو عبارة عن منصة لها إيجابياتها و سلبياتها فقد تمكن من تشكيل فضاءات عمومية للتداول و تشكيل الرأي العام حول مختلف القضايا و هناك من يعتبره منبر للتعبير الحر و مشاركة مختلف الأفكار و تشكيل علاقات اجتماعية افتراضية بالمقابل هناك من يعتبره عبارة عن منصة لممارسة الحروب الناعمة و التي تهدف لهدم القيم و الثقافات المحلية ، كما وأنه عبارة عن فضاء للصراع ما بين مختلف الأطراف المتعادية لأنه يمنح للمستخدمين حرية النشر دون وجود رقابة قانونية فحراس البوابة انهارت مع ظهوره.

الفصل الثالث:



خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية؟

تمهيد

1. الخطاب (مفهومه، عناصره، أساسياته (الاقتناع، الحجاج)
2. ماهية الكراهية.
3. خطاب الكراهية (مفهومه، دوافعه، كيف يبني؟)
4. في معنى الاختلاف والآخر
5. ما بين خطاب الكراهية وحرية التعبير.
6. جذور صناعة خطاب الكراهية.
7. مخاطر خطاب الكراهية
8. الدعاية والتظليل الإعلامي كأحد المرتكزات الأساسية للتأثير وتزيين الوعي الجماهيري (الدعاية، التظليل الإعلامي)
9. إعلام الكراهية (مفهومه، خصائصه)
10. الكراهية الرقمية
11. خطاب الكراهية الإلكتروني
12. الكراهية الرقمية السائلة وتدفقاتها عبر الفضاءات الرقمية.
13. الفايبروك وتغذية خطاب الكراهية واستراتيجية التمكّن والتحصين في الفضاءات الافتراضية.
14. النظريات المفسرة لخطاب الكراهية

خلاصة الفصل



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذوره صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

تمهيد :

يشهد العالم في وقتنا الحالي صعود العديد من الظواهر الغير سوية و التي تمس وحدة المجتمعات و تجانسها ، ومن بين أهم الظواهر التي يتم البحث حاليا في أسبابها ونتائجها ظاهرة "خطاب الكراهية" والذي زاد انتشاره و تداوله في زمن كثرة فيه الحروب و النزاعات و تزايدت فيه مختلف الوسائط الإتصالية الحديثة المتميزة بالتدفق السريع للمعلومات ، هذا ما يؤدي لزيادة تنامي الأحداث و التطورات في المجتمعات و شن الحروب وزيادة حدة الصراعات فما هو خطاب الكراهية ؟ وماهي دوافعه ؟ وكيف يتم تداوله في البيئة الرقمية ؟ وكيف يغذي الفايسبوك هذا النوع من الخطابات المعادية؟

1-الخطاب: مفهومه ،عناصره ،أساسياته (الإقناع والحجاج)

1-1 ماهية الخطاب:

إن الإنسان ما يميزه عن غيره من الكائنات الحية أنه اجتماعي بطبعه لا يمكنه العيش بمفرده فهو بحاجة دائمة إلى الآخر هذا ما وضعه أمام ضرورة إنشاء حياة اجتماعية تجعله يتعايش و يتفاعل مع غيره و يتعامل معه ، وهذا راجع لحاجيات الإنسان و رغباته فلا يمكنه أن يقوم بتغطيتها بمفرده ، لذا وجد نفسه أمام ضرورة إيجاد طريقة لكي يتمكن من فهم الآخر و التعايش معه ، فقام بذلك بالإتصال مع غيره لقد ذهب العلماء و المؤرخون إلى أن الإتصال الإنساني هو قديم جدا فقد ظهر مع ظهور الإنسان فعملية الإتصال أول من قام بها هو الإنسان البدائي بذلك له ماض طويل جدا ، و بما أن الحياة الإجتماعية عرفت تطورات على مر العصور و على عدة مراحل كذلك الإتصال فقد كان في عملية تطور و تغير مستمرين بحيث أنه أخذ أشكالا عديدة منها اتصال لفظي أو اتصال عن طريق الكتابة أو الخطاب فما هو الخطاب و ماذا نعني به ؟

إنه في ضبط تعريفاتنا للخطاب يجب أن نشير أولا إلى أن الخطاب هو حقل واسع و قد طرحت حوله العديد من التعريفات باختلاف التخصصات و التوجهات و النظريات ، لأنه بحديثنا عن الخطاب سوف نحيلنا إلى الدراسات اللغوية و الأدبية إضافة إلى أنه كان في حالة تطور و تغير مستمرين ، وقد بدأ معناه الدلالي لدى ديسوسير في كتابه محاضرات في اللسانيات ، لكن في دراستنا هته نحن نركز



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

على الخطاب على أنه وسيلة اتصال أو عملية اجتماعية اتصالية يقوم بها الإنسان يوميا للتمكن من ضمان سير حياته الإجتماعية ، ولتتمكن من التفاعل و التواصل مع غيره

لغة

يعرفه صاحب لسان العرب خطب : الخطب : "الشأن أو الأمر صغر أو عظم هو سبب الأمر
يقال : ما خطبك ؟ أي ما أمرك ؟ و تقول هذا خطب جليل و خطب يسير" .

"و الخطب هو الأمر الذي تقع فيه المخاطبة ، و الشأن و الحال ، و منهم قولهم :جل الخطب أي
عظم الأمر و الشأن" (بوقرة و جغوب، 2017، صفحة 157) .

"و الخطاب و المخاطبة مراجعة الكلام و قد خاطبه بالكلام مخاطبة وخطابا . وعليه نصل إلى أن
الخطاب هو الشأن و الخطب و الذي يقع بسببه مخاطبة وهو يكون بالكلام أي الخطاب يكون باستخدام
الكلام" (بوقرة و جغوب، 2017، صفحة 157) .

اصطلاحا :

إنه في عرضنا لمصطلح الخطاب والذي يعتبر وسيلة من وسائل الإتصال ، يجب أن نتحدث أولا
عن ميشال فوكو أوائل علماء الحداثة اللذين تحدثوا عن الخطاب ، فقد كان الخطاب هو القاسم المشترك
ما بين كل مؤلفاته ، لقد خصص له كتابين مختصان فيه هما "أركيولوجيا المعرفة " و "نظام الخطاب"
تطرق فيهما لكل من مفهوم الخطاب و مجموع المفاهيم المرتبطة به ، إضافة إلى تحديد المنهج المستخدم
في دراسة الخطاب ووصفه والمتمثل في "المنهج الأركيولوجي" . و تعني كلمة الأركيولوجيا علم الآثار
لكن ما وضعه فوكو أن ليست هناك علاقة مابين أبحاثه و الآثار التاريخ فهو لا يبحث في مجال المعرفة
عن الآثار الغابرة لأجل إعادة البناء و التركيب لماضي المعرفة إن موضوع تحليلاته هو خطاب المعارف
في حاضرها بعيدا عن الماضي ، إن المنهج الأركيولوجي يقوم عند فوكو على أساس الوصف و التحليل
فهو لا يركز على أهمية البحث في الأصول و البدايات و إنما وصف الوجود المتراكم للخطابات (سباع،
2014، صفحة 132).



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

_ إن الخطاب كثيرا ما يقترن بوصف آخر مثل الخطاب الثقافي ، الخطاب الديني ، الخطاب السياسي و ما إلى ذلك ، وهو فعل يجمع ما بين القول و العمل و هذا من سماته الأصلية (الشهيري، 2004، صفحة 58) .

_ تعني كلمة خطاب و المأخوذة من كلمة discours بالعربية مقال أو حديث أو نص ، كما أن كلمة خطاب لا تحمل معنى واحد و إنما نجد لها معاني متعددة تتحصر في ارتباط الخطاب بالعرض و الشأن الذي يبنى حوله هذا الخطاب كما يرتبط بمجالات مختلفة كاللغة و السياسة و الدراسات التاريخية و الأنثروبولوجية (سباع، 2014، صفحة 133) .

وهو عبارة عن حوار متبادل ما بين شخصين على الأقل فهو عملية تلفظية حيوية في الزمان و المكان يديرها شخصان أو أشخاص بالكلام و بغير الكلام (إشارات ،رموز،إيحاءات) (بوقرة و جغبوب، 2017، صفحة 156) .

وعليه هناك من يذهب إلى أن الخطاب ليس هو اللغة كما توجد اختلافات عميقة ما بين الخطاب و النص بالرغم من نشأتهما من الدراسات اللغوية ، إن الخطاب يركز على اللغة و المجتمع ، أي أن الخطاب يستخدم اللغة كأداة أساسية لوصوله للمتلقي وهو متحرك و متغير ، وله جمهور و هدف و قصد معين أي أن الخطاب هو عبارة عن رسالة اتصالية بقصد إيصال فكرة أو معلومة أو خبر للمتلقي ، إضافة إلى أنه يتشكل من النصوص و الممارسات الإجتماعية .إنه في كلمات بسيطة هو طريقة معينة للتحدث عن الواقع و فهمه . كما يشير فير كلاو إلى أن الخطاب يستخدم اللغة المنطوقة و المكتوبة كما و أنه يستخدم الرموز و العلامات و الإشارات مثال : الصور المرئية و الصور الفوتوغرافية الأفلام ،الفيديو وما إلى ذلك كما يستخدم أيضا الإيماءات و الإتصال الغير شفوي كحركات الوجه و اليدين و الرأس ، فقد خلص فلوكر إلى أن الخطاب هو أحد أشكال الممارسة الإجتماعية ، أي أن الخطاب يتم ممارسته من طرف الأفراد يوميا للتمكن من التفاعل و التواصل فيما بينهم ، كما ووضعه في تعريفه الضيق بأنه هو اللغة المستخدمة لتمثيل ممارسة اجتماعية محددة من وجهة نظر محددة (شومان، 2007، صفحة 25) .



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

إن الخطاب هو كل الأشياء التي تكون العالم الإجتماعي و الحياة الإجتماعية ، بما في ذلك هويتنا فهو واقعنا الإجتماعي و إدراكنا لهويتنا ، فبدون الخطاب لا وجود لحياتنا الإجتماعية لأنه هو الأداة للتواصل و التفاعل و فهم الآخر و إيصال المعلومات و الخبرات ، و بدون فهمنا للخطاب لا يمكن أن نفهم واقعنا و تجاربنا أو أنفسنا (شومان، 2007، صفحة 26) .

كما وعرفه فوكو : بأنه" ميدان رحب و يمكننا في تعريفه القول بأنه يتكون من مجموعة من المنطوقات (ملفوظة كانت أو مكتوبة) في تبعثرها كأحداث و في اختلاف مستوياتها"

(سباع، 2014، صفحة 133)

إذا فالخطاب هو عبارة عن وسيلة للإتصال ما بين مختلف أفراد المجتمع و طبقاته و فئاته و أصنافه بهدف نقل الأخبار و المعلومات بحيث يقوم المرسل باستخدام لغة مفهومة و ألفاظ و كلمات مرتبة لكي يفهمه المستقبل ، و كذلك بهدف التفاعل ما بين الأفراد الفاعلين في المجتمع ، فبفضله يقوم الناس بإنشاء مجموعة العلاقات الإجتماعية و الروابط الإجتماعية ، وهذا يكون باستخدام اللغة إذا فاللغة مهمة جدا في الخطاب و التي هي مجموعة الكلمات و الألفاظ و الجمل و العبارات و الرموز التي يستخدمها الإنسان بهدف التخاطب مع غيره .

هو الكلام و الحديث الذي يتم ما بين أفراد المجتمع باستخدام اللغة ، وهو وسيلة من وسائل الإتصال ، وهو من يضمن بقائنا و تفاعلاتنا و تواصلاتنا داخل المجتمع ، إضافة إلى وجود علاقة وثيقة ما بين اللغة و الخطاب فلا يمكن أن يتم الخطاب بدون اللغة ، والتي هي من صنع الإنسان أي يتم إنتاجها داخل المجتمع و نستخدمها للكلام و الحديث و الخطاب ، وهو إلقاء الكلام للناس بهدف اخبارهم و التأثير فيهم أو جذب تركيزهم نحو موضوع معين أو حدث ، إنه توجد علاقة أيضا ما بين الخطاب و المجتمع.



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

1-2 عناصر الخطاب :

أولاً: المرسل :

والذي يعتبر عنصر أساسي في عملية الخطاب و بدونه لا يمكن أن يقوم الخطاب ، وهو الذي يريد أن يوصل رسالة معينة ، وهو أيضا طرف الخطاب الأول ، يستخدم أثناء خطابه اللغة بحيث يختار الكلمات المناسبة لأنه هنا للغة سلطة على الإنسان فهو خاضع لها و لقواعدها و مصطلحاتها لذلك يجب أن يحسن اختيار الكلمات و التي تكون في موضعها و ذلك لكي يتمكن من إفهام المتلقي مقاصده و أو لكي يستطيع التأثير فيه ، كما يجب على المخاطب أن ينتج خطابه وفقا للبيئة التي يقوم في الخطاب بها يستخدم مصطلحات ملائمة للبيئة التي هو فيها كمثال خطاب الرئيس مع الرعية يختلف تماما عند خطابه مع رئيس مثله هنا تختلف الكلمات و المصطلحات و المعاني و المنطوقات (الشهيري، 2004، صفحة 05) .

كذلك تختلف نوعية الخطاب باختلاف مقاصد و أهداف المخاطب فإذا أراد الإقناع يجب أن يختار أدوات و أساليب إقناعية ، لكي يصل لتحقيق هدفه وهو التأثير على المتلقي و الوصول لرضا عقله وقلبه بالتالي سينجح في إقناعه ، و إذا كان هدفه السيطرة مثلا ، فإنه يعتمد على الأدوات التي تضمن تحقيقها ، وعليه فالمرسل عند قيامه بعملية الخطاب يختلف باختلاف البيئة في استخدام المصطلحات و الكلمات ، و من حيث الهدف من خطابه و من حيث مكانته فكل نوع له مصطلحاته الخاصة به و لغته التي تلائمها (الشهيري، 2004).

✓ ثانيا : المرسل إليه :

وهو المتلقي و الذي يمثل الطرف الثاني من الخطاب أي الذي يتواصل معه المرسل ، و الذي هو العنصر الذي يتوجه إليه الخطاب ، و الذي يعبر عن مقاصد المرسل ، وماذا يريد أن يوصل من فكرة أو معلومة أو خبر أو محاولة إقناع من خلال خطابه و المرسل إليه لديه سلطة على المرسل و ذلك لأنه يجبره بطريقة غير مباشرة أن يحسن اختيار لغته و ألفاظه التي يتخاطب بواسطتها معه كما يجب أن يحسن صياغة خطابه و ذلك إنطلاقا من علاقته بالمرسل و الهدف الذي يسعى للوصول إليه كالتأثير أو



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

الإقناع إضافة إلى أن المتلقي سيقوم بتفكيك الخطاب المرسل إليه و يفهمه و يؤله ومن خلاله يتمكن من معرفة إلى ماذا يريد أن يصل المرسل وما هي الأهداف التي يسعى لتحقيقها ، إذا فالمرسل إليه هو الذي يوجه إليه الخطاب و الذي يحاول المرسل أن يوصل له رسالة معينة ، فهو يفرض عليه سلطة بطريقة غير مباشرة فيفرض عليه لغة معينة و طريقة كلام خاصة لكي يتمكن من الوصول لهدفه (الشهيري، 2004، صفحة 05) .

✓ السياق :

إن السياق هو الإطار الذي يسير فيه و ضمنه الخطاب ، وهو يحتاج لأدوات معينة و ألفاظ و لغة و طريقة كلام من طرف المرسل و المتلقي معا ، و ذلك للتمكن من فهم بعضهم البعض ولكي لا يحدث خلط أو تشويش ، فالسياق أيضا يتحكم في عملية الخطاب ومن عناصره المهمة علاقة المتخاطبين ببعضهما أكانت سلبية أي فيها نزاع أو خصام أو سوء تفاهم أو صراع أم إيجابية ، أيضا الزمان و المكان يتحكمان في عملية الخطاب فالخطاب الذي يدور في زمان و مكان معينين قد لا يصلح في مكان و زمان آخر ، فعناصر السياق لها دور مهم في عملية الخطاب وهي تسهم في عملية التعبير عن المقاصد و الإستدلال لإدراكها ، وعليه نصل إلى أن السياق هو المجال الذي يدور فيه الخطاب وهو يقوم على مجموعة من العناصر و التي ينبغي لكل من المرسل و المستقبل أن يحترمها لكي لا يكون هناك سوء تفاهم أو تشويش فهما خاضعان لهته العناصر ، و إن اختيار أدوات العناصر و الآليات اللغوية و الأدوات تشكل لنا سياقاً معيناً يدور فيه الخطاب ، و بمعرفته يمكننا معرفة مقاصد الخطاب و فهمه و تفكيكه (الشهيري، 2004، صفحة 06) .

✓ الخطاب :

وهو الإنتاج الذي ينتجه العناصر الثلاثة المرسل و المتلقي و السياق ، وفيه يخرج الخطاب في صورته النهائية بحيث يظهر لنا أدوات اللغة و الألفاظ و الكلمات التي استخدمها كل من المرسل و المستقبل ، ومن خلال رجوعنا للخطاب و كيف دار ما بين الطرفين وماهي الأدوات التي استخدمها نتمكن من معرفة الطريقة التي تعامل بها المرسل مع ذاته و مع المرسل إليه ، أي انه من خلاله يمكن لأن نعرف طريقة تعامله و تفاعلاته مع المتلقي هل احترمه أو احتقره و قلل من شأنه أو انه كان يحاول



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

إقناعه أو أنه كان يريد أن يقربه أو يبعده أو يفرض عليه سلطته ومن خلاله يمكن أن نصل إلى ان المرسل ماذا فعل من أجل المتلقي هل تنازل عن موقعه و مكانته للتخاطب معه تقديرا له أم أنه لم يتنازل أي نقصد هنا الطريقة التي تعامل بها ، أي أنه لكي نفهم الخطاب يجب أن نرجع لطريقة الكلام و سياق الخطاب و اللغة التي تم استخدامها كلها عناصر ستسمح لنا من معرفة نوعية الخطاب الذي جرى ما بين الطرفين (الشهيري، 2004، صفحة 06) .

وعليه نصل أن الخطاب هو عملية شبه معقدة ، ولا تقوم اعتباطا بل ترتكز على مجموعة من العناصر و المتمثلة في المرسل و المرسل إليه و السياق و الخطاب ، ولكي تنجح عملية الخطاب يجب على الأطراف المتخاطبة أن تخضع لمجموعة من الشروط بدءا من المرسل والذي يكون مفروض عليه أن يحسن اختيار لغته و أدواته و ألفاظه لكي يتمكن من إيصال هدفه للمتلقي إضافة إلى أن المتلقي يمثل سلطة على المرسل بطريقة غير مباشرة فهو يحتم عليه اختيار لغة معينة لكي يتمكن من إيصال رسالته للمتلقي ، إضافة إلى السياق الذي يدور فيه الحديث وهذا السياق يفرض على كل من المرسل و المتلقي أن يخضعوا لمجموعة من العناصر لأن السياق يختلف فيه الخطاب حسب الزمان و المكان وهو يحتاج لأدوات معينة لنجاح عملية التخاطب .

ومنه يمكننا القول أن للخطاب مجموعة من الأهداف و التي يسعى لتحقيقها و المتمثلة فيما يلي :

- ✓ تحقيق التفاعل و التواصل داخل المجتمع .
- ✓ تبادل مختلف الآراء و الأفكار و الأخبار و الخبرات .
- ✓ تحقيق مجموعة من الأهداف و المقاصد التي يحاول المرسل الوصول إليها .
- ✓ الإقناع و توجيه الرأي و تغييره .

1-3 أساسيات الخطاب (الإقناع و الحجاج)

الإقناع:

إن الخطاب لكي ينجح و يصل لتحقيق أهدافه يجب أن يرتكز على نقطة مهمة جدا فلا يمكن أن يقوم أي خطاب بدون الإقناع ، فمن المتعارف عليه أن أي نوع من أنواع الخطاب لا بد أن لا يخلو من



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

الإقناع أي إقناع الآخر و تغيير وجهة نظره أو التأثير فيه فما هو الإقناع وكيف يمكن له أن ينجح عملية الخطاب أو التخاطب ؟

1-3-1 في مفهوم الإقناع :

يعد مفهوم الإقناع من المفاهيم الأساسية في الخطاب وعليه يرى محمد عبد الرحمان عسيوي أن الإقناع هو " آلية رئيسية لتكوين الآراء و المواقف " فهو عنصر مهم في العملية الخطابية و لكي ينجح في تحقيقه يجب أن يحسن اختيار الأدوات و اللغة و الألفاظ المناسبة لكي نضمن نجاحه ، و ذهب والس إلى تعريفه بأنه "تأثير المصدر في المستقبلين بطريقة مناسبة و مساعدة على تحقيق الأهداف المرغوب فيها ، عن طريق عملية معينة ، أي تكون الرسائل محددة لهذا التأثير " هنا والس ركز على الرسالة أي كيف يبني المرسل رسالته للتمكن من إقناع المتلقي (بالقاسم، 2022، صفحة 57) .

أما توماس شايدل فيربط الإقناع بقصدية ووعي منتج الإقناع ، بهدف التأثير في السلوك و يقول أن الإقناع "محاولة واعية في التأثير في السلوك " أي أن الإقناع لكي يقوم به المرسل يجب أن يكون في حالة وعي و إدراك و تركيز مع رسالته ومع المتلقي لكي يتمكن من تحقيق هدفه (بالقاسم، 2022، صفحة 57) .

وعليه فالإقناع هو عبارة عن عملية إدراكية تسعى لتحقيق هدف التأثير و إيصال المتلقي لقبول العقل و القلب ، يرتكز على مجموعة من الشروط ولا يقوم بطريقة اعتباطية ، وهو عملية لإيصال الأفكار و الإتجاهات و القيم إما إحياءاً أو عن طريق التصريح به بألفاظ و كلمات .

إضافة إلى أن مفهومي الإحياء و التأثير يتداخلان مع مفهوم الإقناع ، حيث إن الإحياء هو الذي يكون بطريقة غير مباشرة أي التأثير الغير مباشر في سلوكيات الآخرين عن طريق النفوذ النفسي و القدرات السيكلوجية للمقنع ، ويرى كل من ولبر شرام و دونالد روبرت أن "الإقناع يعتبر عملية اتصال تتضمن بعض المعلومات التي تؤدي بالمستقبل إلى إعادة تقييم إدراكه لمحيطه ، أو النظر في حاجاته و طرق التقائها أو علاقته الاجتماعية و معتقداته و اتجاهاته " (بالقاسم، 2022، صفحة 58).



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

ولكي يتمكن المرسل من تحقيق الإقناع يجب أن يقوم في خطابه على استخدام الحجاج و الذي يعتبر عنصر هام لتحقيق الإقناع وهو يعتبر من المفاهيم التي تلازمنا في حياتنا اليومية ، وهو يرتبط ارتباطا وثيقا بجميع أنواع و أنماط الخطاب عرفه برلمان وتيتكا بأنه " دراسة تقنيات الخطاب التي تقود الأذهان إلى أن تسلّم بما يعرض عليها من أطروحات أو أن تزيد درجة لك التسليم " فالحجاج هو كل البراهين و الحجج التي يستخدمها المرسل للتمكن من دخول ذهن المتلقي و الوصول إلى إقناعه و التأثير فيه (بالقاسم، 2022، صفحة 58) .

كما عرفه العزاوي " إنجاز متواليات من الأقوال بعضها بمثابة الحجج اللغوية و بعضها الآخر بمثابة النتائج التي تستنتج منها " وعرفه آرون إجراء يسعى من خلاله شخص ما و مجموعة ما إلى استدراج السامع الذي تبني موقف ما ، و ذلك باللجوء إلى عروض أو إثبات حجج تهدف إلى تبين صحته" (بالقاسم، 2022، صفحة 58) .

وعليه نصل إلى أن الخطاب هو فعل اجتماعي يقوم به المرسل و الذي يعتبر عنصر فاعل داخل الحياة الإجتماعية ، لكي يتمكن من الوصول لهدفه وهو التأثير في المتلقي يجب أن ينجح في إقناعه فالإقناع هو شرط أساسي لنجاح الخطاب كما يوجد شرط آخر لنجاح الخطاب هو الحجاج والذي يعني كما ذكرنا سابقا أنه مجموعة الحجج و البراهين التي يستخدمها المخاطب للتمكن من الوصول إلى ذهن المتلقي .

1-3-2 عناصر الإقناع:

بما أننا تحدثنا عن الخطاب و ركزنا في حديثنا عليه على الإقناع و الذي يعتبر عنصر هام في الخطاب يجب أن نعرض على المراحل الأساسية التي يمر بها الإقناع و المتمثلة في :

🚩 نية الإقناع :

وتتشكل عند المرسل مرسل الخطاب وتكون قبل إنجاز الرسالة ، و يمكن اعتبارها الحافز الأول على انجازها ، أي هي التي تقوم بدفعه نحو ارسال هته الرسالة فيقوم بتشكيلها وبنائها وفقا للقواعد و



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

التواضعات اللغوية كما يستخدم الأدوات المناسبة و الألفاظ للتمكن من نجاح رسالته ووصولها للمتلقي و التأثير فيه (بالقاسم، 2022، صفحة 60).

🚩 نية التلقي :

وهي تخص المتلقي ، وتعني استعداد ودرجة تركيزه مع المرسل بالإستماع أو القراءة كما تعبر عن درجة قبول المتلقي للمرسل ،وهي تعبر عن قدرتك عن فك شيفرة الرسالة (بالقاسم، 2022، صفحة 60).

🚩 فعل الإقناع :

وهو الخطاب و انجاز الرسالة كاملة التي يبينها المرسل لكي يرسلها للمستقبل و التي تكون خاضعة لمجموعة شروط و قواعد أولها المتلقي (بالقاسم، 2022، صفحة 60) .

🚩 فعل التلقي :

وهو وصول الرسالة للمتلقي دون تشويش بحيث يتلقاها و يفهمها و يفكها في هذه الأثناء يحدث التفاعل مع رسالة المرسل فيكون رجع الصدى (بالقاسم، 2022، صفحة 60) إما :

✓ إستجابة المتلقي لرغبة المرسل و التفاعل معه وبالتالي احتواء مرسل الرسالة للمتلقي أي أن المرسل يكون قد نجح في عملية الإقناع إذا ما تحصل على استجابة المتلقي و القبول .

✓ إحباط المتلقي لمرسل الرسالة ، أي هنا تكون استجابة المتلقي سلبية بالتالي تكون قد فشلت عملية الإقناع وهذا ما يعبر عن فشل المرسل في الوصول إلى ذهن وقلب المتلقي نظرا لعدة أسباب كالتشويش وعدم تفكيك المتلقي للرسالة (بالقاسم، 2022، صفحة 60) .

ومن هنا نصل إلى أن الإقناع يقوم على مجموعة من العناصر الأساسية و المتمثلة في أطراف العملية الإتصالية المرسل و المستقبل و الخطاب أو الكلام المراد إيصاله للمتلقي بهدف إقناعه و تغيير آراءه و توجهاته و التأثير فيه .

وعليه نصل إلى أن الخطاب هو من بين العمليات الإجتماعية المهمة و التي يقوم بها الإنسان لكي تستمر حياته و يضمن بقاءه ، لأن الإنسان هو كائن اجتماعي بطبعه لا يمكنه العيش بمنأى عن الآخر ، والخطاب هو الحديث أو الكلام الذي يدور ما بين الأفراد ، اضافة إلى أنه يقوم على مجموعة



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

عناصر والمتمثلة في المرسل و المتلقي و السياق و الخطاب ، وكل عنصر يخضع لمجموعة من الشروط و التي من دونها لا يمكن للخطاب أن ينجح ، كما أن الخطاب يقوم على الإقناع فكل مخاطب يهدف لإقناع المتلقي ولكي ينجح في إقناعه يجب أن يقوم باستخدام الحجاج والذي يعني مجموعة البراهين التي يستخدمها المرسل للتمكن من اقناع المتلقي .

2-الكراهية :

إن الإنسان هو الكائن الذي يتكون من جسد و روح و نفس ، وهته النفس هي من تتحكم في الإنسان و سلوكاته انطلاقا من مجموعة الأحاسيس و المشاعر التي تكون فيها ، و تتمثل هته الأحاسيس و المشاعر في الحب ، الكراهية ، البغض، الحسد و ما إلى ذلك ، فالكراهية إذا هي عبارة عن مشاعر و أحاسيس نجدهل في نفس الإنسان وهي ظاهرة من الظواهر الإنسانية التي تكون نابعة من النفس ، تؤدي لإحداث أضرار كبيرة على الفرد و على الجماعة التي ينتمي إليها فالكراهية هي أساس إضعاف العلاقات الإجتماعية و قطع الروابط الإجتماعية وهي أيضا أساس قيام الصراعات و العداوة فما هي الكراهية و ما هي أسبابها :

2-1ماهية الكراهية :

أولا : لغة :

الكراهية هي من الكره ، و الكره ما أكرهت نفسك عليه ، و الكره ما أكره غيرك عليه ، و قيل الكره المشقة و الكره الإيذاء و تحمل النفس المشقة ، و المكاره ما يكرهه الإنسان و يشق عليه ، و المكروه ضد المحبوب (العمر، 1436هـ، صفحة 348) .

و قال ابن فارس : (كره) يدل على خلاف الرضا و المحبة ، يقال : كرهت الشيء أكرهه كرها (العمر، 1436هـ، صفحة 348) .



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

ثانيا : اصطلاحا :

الكراهية و الكره وهي عند علماء النفس تعني أحد المشاعر و الإنفعالات السلبية و التي يقوم بها الإنسان و تتجلى في سلوكاته ، و الكراهية هي من صفات البشر تنشأ في داخل أنفسهم نتيجة العديد من الأسباب و الدوافع و المؤثرات فالبيئة الإجتماعية التي يعيش فيها الفرد تؤثر عليه بطريقة مباشرة أيضا مجموعة الأفراد اللذين يتفاعل و يتواصل معهم إضافة إلى الضغوطات كل هته الأسباب قد تؤدي إلى ظهور و طفو مشاعر الكراهية عند الفرد (العمر، 1436هـ، صفحة 350) .

و للحكم على مشاعر الكراهية على أنها إيجابية أم سلبية إنطلاقا من :

أولا : يتعلق ببواعث الكراهية و التي تعني الأسباب التي أدت بالفرد للوصول إلى الكراهية .

ثانيا : يتعلق بلوازمها و آثارها أي ما تخلفه الكراهية عندما تكون في داخل نفس الفرد فكل شعور يتحول لسلوك و كل سلوك له تأثير على الفرد و الجماعة (العمر، 1436هـ، صفحة 350) .

أما في حديثنا عن الدافع الذي أدى إلى حدوث الكراهية فإننا نجد العديد من الأسباب التي تصل بالفرد بأن يصبح كاره فكما ذكرنا سابقا إما أسباب متعلقة بالبيئة الإجتماعية التي يعيش في داخلها الفرد فالإنسان لا يعيش بمنء عن الآخرين فهم يؤثرون و يتأثرون به إضافة للعلاقات الإجتماعية و التي لها دور في تحريك الكراهية لأن الإنسان هو ذئب لأخيه الإنسان حسب هوبز ، إضافة إلى الدافع المتعلق بالصفات الخلقية كاللون و الإنتماء العرقي و الجغرافي ، وهته الأشياء لا يختارها الإنسان بل تخلق معه فالصفات الخلقية لا يختارها الإنسان و لا يمكن أن يختار لونه و لا بشرته كما ليس لديه حرية اختيار عائلته و لا قبيلته ولا المكان الذي سيولد فيه ، إضافة إلى أنه يمكن أن يكون هناك سبب آخر للكراهية و المتمثل في الإختلاف فالإختلاف هو سنة الله في كونه و لايمكن أن نجد في مكان واحد شيئان متشابهان لأن الأجزاء هي مكملة لبعضها البعض ، و بالإختلاف تتضح الأمور ، فجد الإختلاف في الآراء و الأفكار و المعتقدات و التوجهات و الإيديولوجيات و الأخلاق و القيم وما إلى ذلك فهذا يؤدي إلى إحداث الكراهية داخل الثقافة الواحدة ، أي إذا ما حدث تعصب لفكرة معينة أو توجه محدد أو إيديولوجية ما سيزداد رفض الآخر و تصل لدرجة الدوغمائية و التعصب بالتالي ستظهر الكراهية و تزداد و سيغيب



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

التجانس الإجماعي داخل المجتمع فتزداد حدة الصراع و تنشأ حرب ما بين الأقطاب المتصارعة (العمر، 1436هـ، صفحة 350) .

أي أن الحب و الكراهية بناء على الأفكار و المعتقدات هو أمر وارد و موجود ما بين الأفراد أي أنه واقعي وتلقائي ، لأنه في الواقع نلاحظ أنه من يتشبع بفكرة معينة أو خلق ما أو قيمة ما أو ثقافة يحب من يماثله ، و يكره من يعارضه و لا سيما عند الإختلاف الذي يصل لحد التضاد ، وهذا النوع من الحب و البغض ينتشر مثله بين أتباع الثقافات المختلفة ، و نجده أيضا في داخل الثقافة الواحدة (العمر، 1436هـ، صفحة 351) .

و إذا ما زادت الكراهية وتنامت لتوجه ضد توجه آخر أو فكرة أو ثقافة ، ستؤدي إلى قيام صراعات و نزاعات فيقوم كلا من الطرفين بالدعاية و محاولة استقطاب أكبر عدد من الناس لإقناعهم بتوجههم أو فكرتهم ، فالدعاية السيئة تلبس الحق بالباطل و تخترق حياة الناس و تحاول التأثير فيهم و تغييرهم ، من خلال استخدام الكلمات ، فالكلمات اليوم أصبحت أقوى من الطلقات لما لها من تأثير بالغ ، إضافة إلى أنه في عصرنا تم استبدال الحروب من حرب بالأسلحة لحرب بالأفكار و غزو النفوس و تغييرها و تغيير سلوكات حياتها ، فالحروب اليوم هي حروب نفسية ومنه نستنتج أن الكراهية إذا ما تجاوزت المشاعر القلبية و ظهرت في شكل سلوكات ستكون مثلما تم عرضه وستتجسد في شكل دعاية و إختراق أذهان الناس و التأثير فيهم وممارسة الحروب النفسية ستكون لها آثار سلبية وستؤدي للمساس بكرامة الآخر وتشويهه وإحداث الفوضى في داخل المجتمع (العمر، 1436هـ، صفحة 352) .

و عليه نصل إلى أن الكراهية هي حالة نفسية و شعور في الإنسان ، وتعني نبذ الآخر و احتقاره و عدم تحمله و رفضه نتيجة مجموعة من الأسباب التي تكون هي المحرك لشعور الكراهية بدءا من واقع الحياة الإجتماعية التي يعيش في داخلها الفرد و هناك أيضا الدافع الذي يتعلق بالصفات الجسمية و اللون و أيضا الإنتماء و العرق و المنطقة الجغرافية التي ينتمي إليها الفرد ، كما و أننا نجد الإختلاف في الآراء و المعتقدات و الأفكار و الثقافة و التوجهات هو سبب أيضا لإحداث الكراهية وذلك بسبب رفض الإختلاف ، كما و أنه كلما زادت الكراهية داخل المجتمع كلما زادت الصراعات و النزاعات و الحروب ما بين مختلف الأطراف المتعصبة ، فالإنسان لكي يتمكن من تحقيق سيطرته و الإنتصار على



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذوره صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

عدوه الذي يكرهه قام بوضع مجموعة من الطرق للتمكن من فرض هيمنته و سيطرته و النجاح في إيصال فكرته و التأثير في أكبر عدد من الجماهير بالتالي سينجح في محو عدوه الذي يخالفه في فكرته أو توجهه ، ومن بين هته الطرق نجد الدعاية و التي هي عبارة عن آلية للتمكن من الإقناع و التأثير فهي في أصلها عملية إقناعية تضليلية .

3- خطاب الكراهية (مفهومه ،دوافعه،كيف يبني؟)

بعد تطرقنا لكل من مصطلحي الخطاب و الكراهية و حاولنا التفصيل فيهما و شرحهما و التطرق لكل مصطلح على حدا سنقوم الآن بالحديث عن خطاب الكراهية .

يرى فولن أن : " الإنسان هو الممثل الوحيد لعالم الحيوان الذي يلجأ إلى العنف ، لكنه الوحيد الذي ابتكر مجموعة كثيرة من مناهج و وسائل العنف و كذلك نظاما بارعا لاستخدامها بهدف السيطرة على الآخرين و ضبط سلوكهم الإجتماعي " (سموك، صفحة 24)

كما و أن الإنسان استطاع ابتكار نظام القيم الدينية و المبادئ السياسية و الخرافات التي شرعت له العنف و بررت استعماله بشتى الطرق و الوسائل و على مر العصور و بمساعدة الإيمان و الأفكار المسبقة التقليدية و المعتقدات المنطقية . أي أن ما يعنيه أن الإنسان هو كائن عدواني و يمارس العنف على الآخرين لكن بطريقة ثقافية متحضرة لا يشعر بها المستهدف فهو يكون بطريقة غير مباشرة فهو يفرض سيطرته و نفوذه عن طريق مجموعة القيم و المعايير التي وضعها لتنظيم الحياة الإجتماعية و لهدف تجنب الفوضى وهو في هته الأثناء يمارس نوعا من العنف على الآخرين ، كما و أن علم الإجتماع لم يهتم سابقا بدراسة العنف لأنه يعتبره فعل خارج عن العادة لكن في الحقيقة إن العنف هو عبارة عن سلوك يكتسبه الإنسان نتيجة عدة عوامل كالمحيط و الثقافة التي ينشأ فيها ، و العنف لا يقتصر فقط على العنف المادي الملموس كالحروب و الإعتداءات و القتل و القمع لكن هناك نوع آخر من العنف وهو العنف الخفي و الذي يكون في صورة غير مباشرة عن طريق الكلام ، و استخدام اللسان فهو بذلك عنف رمزي يمارس على الأشخاص باستخدام كلمات قاسية و القيام بخطاب يحتوي على العديد من الألفاظ العنيفة و التي تأثر في المتلقي بدون أن يشعر في ذلك ، وخطاب الكراهية هو من بين أشكال



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

العنف الخفي والذي هو خطاب جاء نتيجة الكره و العداوة و رفض الآخر أو رفض الإختلاف وما إلى ذلك فخطاب الكراهية (سموك، صفحة 25) هو :

3-1 مفهوم خطاب الكراهية:

هو خطاب شائك و يصعب التحكم فيه ووضعه مفهومه ذلك لأنه يدور الكثير من الجدل و النقاشات حوله وقد تم طرح العديد من التعريفات حوله ، كما و ترى اليونسكو أن هذا راجع بأنه مصطلح واسع جدا و يسهل التلاعب به و بمصطلحاته ، و لذلك استعملت مفاهيم محددة لكي تتمكن من حصره و ضبطه . فربطه ب كلمة الحظر و الخوف (العمرى، 2021، صفحة 13) .

وهو نوع من أنواع الرسائل في الخطاب أو الكتابة أو السلوك يشوه سمعة الأفراد أو الجماعة على أساس الهوية أو الدين ، أو الأصل الإثني أو الجنسية أو العرق ، أو أي عامل هوية آخر . أي أن خطاب الكراهية هو الكلام الذي يهدف إلى إيصال رسائل والتي تكون من طرف جماعات متعادية على أساس الهوية أو الإلتناء أو الدين ، و ذلك باستخدام خطاب يحتوي على ألفاظ و مصطلحات تكون عنيفة وغير أخلاقية أي أنه خطاب يحمل في طياته عنفا رمزيا . و ذلك بهدف التقليل من شأن الآخر و تحقيره و نبذه و تشويه صورته (العمرى، 2021، صفحة 14) .

وتم تعريفه في الدورة السادسة ضمن إعلان و برنامج ديربان للقضاء على العنصرية و التمييز العنصري و كراهية الأجانب قدمت شركة قاعدة الكراهية تعريفا لخطاب الكراهية وهو تعريف واسع و عملي : " أي تعبير بصرف النظر عن طابعه العدوانى _ يصف مجموعة محددة من الناس على نطاق واسع على أساس سمات خبيثة و نوعية أو ذاتية لا سيما إذا كانت تلك السمات تتعلق : بالأصل العرقي أو الجنسية ، أو الدين ، أو الجنس ، أو العجز ، أو الطبقة " أي أنها تعني من خلال هذا التعريف أن خطاب الكراهية هو خطاب عدواني يستهدف مجموعة معينة من الناس بهدف تشويه صورتها و تحقيرها ، و ذلك نتيجة الكراهية التي هي قائمة و التي طفت و تجسدت في سلوك خطابي بسبب مسألة الدين أو الهوية أو التمييز العنصري وما يجب أن نشير إليه أن أساس هته الكراهية و النبذ هو رفض الإختلاف و



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذوره صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

رفض الآخر و التعصب و الدوغماية لصالح قومه أو فئته أو هويته وما إلى ذلك (العمرى، 2021، صفحة 14) .

وهو كل كلام يثير مشاعر الكره ، نحو مكون أو أكثر من مكونات المجتمع ، و ينادي ضمنا بإقصاء فرد أو جماعة بالطرد و الإفناء ، أي أن خطاب الكراهية هو الكلام الذي يثير مشاعر الكره ، كما و أنه يحتوي في ضمنه مصطلحات و كلمات و يستخدم أدوات بهدف إثارة صراعات مذهبية أو عنصرية أي أنه يقوم بإثارتها و الإشارة إليها بالرغم من أنها كانت سابقا لا تظهر بطريقة مباشرة قد تكون مختبئة خلف ستار القيم و المعايير فخطاب الكراهية يثيرها و يحركها كما وأنه دعوة للعنف ، و التحريض على النزاع بين الطوائف و الجماعات ، فكل خطاب يحمل في طياته عنف و مصطلحات إستهزاء و النبذ فهو يحرض على الكراهية وهو يحدث خلل في الأمن الإجتماعي للحياة الإجتماعية وهو يهدد التجانس الإجتماعي (السلام، 2021، صفحة 60) .

عرف أيضا خطاب الكراهية على أنه كلام عدائي و خبيث يحفره التحيز والتمييز و يستهدف شخصا أو مجموعة من الأشخاص فهو خطاب عدائي المقصود به إرسال رسالة موجّهة مباشرة للطرف الآخر المرفوض ، فهو يستخدم شخصا أو مجموعة من الأشخاص لعدة دوافع كما ذكرناها سابقا فهو يعبر عن مواقف تمييزية رافضة ومعادية و متحيزة تجاه تلك الخصائص ، و يهدف إلى إيذاء الجماعات المستهدفة و تجريدها من إنسانيتها و مضايقتها و ترهيبها و تحطيمها وإثارة عدم الإحساس و الوحشية ضدّهم (جلالي، 2022، صفحة 171) ، كما و أن خطاب الكراهية يحدث في سياقات أخرى فيجب فهم السياقات السياسي و الإقتصادي الذي يدور فيه ، فمن ناحية السياق الإقتصادي يمكن ربطه بالأفكار فقد استعار أوليفر ويندل هولمز بمصطلح " سوق الأفكار " والذي ينتج لنا نوع من الخطابات المعادية و يمكن توضيح ذلك من خلال مناقشة جون ستيوارت ميل لمبدأ الحرية و الذي هو من أهم الفلاسفة و اللذين اهتموا بموضوع الحرية ، و قد قام بانتصار الفرد على الجماعة فهو من وجهة نظره أن طغيان الأغلبية و موافقتهم عن رأي ما إذا ما كان خاطئ فلا يجب أن نقبل به و يحق للفرد معارضتهم أي أن رأي الفرد الواحد يسقط كل الآراء الأخرى ، لذلك اعتبر أن حرية الرأي مفيدة تمكننا من معرفة الصواب من الخطأ و ادعى أيضا أن حرية التعبير هي مفيدة لعملية اكتشاف الحقيقة و منع تطور العقائد الميتة



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذوره صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

لذلك هذا ما قد يؤدي إلى زيادة الصراع و زيادة الإختلاف فسوق الأفكار مفيد في دعم و معارضة خطاب الكراهية حسب الإستثمار الصحيح للحقيقة أو التداول الخاطئ للمعلومة ، من هنا تتولد تعصب للأفكار الزائفة و رفض للأفكار الجديدة التي تأتي لتحارب الأفكار الخاطئة ومنه ينشب خطاب الكراهية ، فالمقصود أن حرية التعبير واختلف وجهات النظر قد يكون في خدمة الفرد و المجتمع كما قد يكون ضده لأن زيادة الآراء يؤدي لزيادة الإختلاف و هذا سوف يذهب بنا للتعصب و الرفض بالتالي تشب نار خطابات الكراهية (جلالي، 2022، صفحة 172) .

وعليه نصل إلى أن خطاب الكراهية هو مبني على مجموعة من المصطلحات و الأدوات والتي تكون عنيفة و تحمل في طياتها عنفا رمزيا ، يهدف هذا الخطاب للتقليل من شأن الآخر و نبذه و تشويه صورته ، لذلك فصاحب خطاب الكراهية هو مشبع بمشاعر الكراهية و التي تدفعه لهذا النوع من الخطاب ، وهو خطاب يأخذ العديد من الأشكال كالخطاب على أساس الهوية أو الدين أو العرق أو اللون أو الإختلاف في الأفكار و التوجهات ، أو حرية التعبير والمتعلقة بسوق الأفكار والتي تؤدي في الكثير من الأحيان إلى التضاربات.

3-2 دوافع خطاب الكراهية:

ومنه فخطاب الكراهية تثيره العديد من الدوافع و الأسباب و المتمثلة في :

🚩 دافع الإنتماء :

إنه بالرجوع إلى أي دولة في العالم لا يمكن إلا أن نجد فيها التنوع في العرق أو السلالة البشرية أو القبيلة أو الدين أو اللهجة فهناك دائما اختلافات في داخل المجتمع الواحد ، و بالرغم من أن كل الدساتير و القوانين في جميع الدول تساوي بين جميع الناس داخل المجتمع الواحد على اختلاف توجهاتهم و أعراقهم و دياناتهم إلا أننا نجد الصراعات ما بين مختلف الفئات الإجتماعية المنتمية لعرق معين أو دين أو سلالة محددة و ذلك من خلال الإغلاق بالرفض و الإنغماس المشوه للسياق الثقافي (مداني، 2018، صفحة 39) .



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

✚ دافع الأقلية:

و التي تعني عدد قليل من الناس في داخل مجتمع معين يختلفون مع باقي الأفراد إما في الدين أو العرق أو اللون وما إلى ذلك ، و الأقلية هم اللذين يتم تصنيفهم من طرف الجماعات المهيمنة على أنهم مختلفون على أساس علامات فارقة في أوضاعهم الإجتماعية أو في شكلهم الخارجي أي اختلافهم في العرق أو الأصل و يوجد تعريف آخر للأقلية والذي هو المجموعات التي لديها درجة من الوعي الجماعي أو الشعور بأنهم يؤلفون مجتمعا يرتكز على اعتقادهم بأن لديهم ثقافتهم الخاصة بهم و المتمثلة في مجموع القيم و العادات و التقاليد و الدين و العرف فهو مصطلح تحدده رؤية الآخرين و تعريفهم و رؤية الأقلية لذاتها و تعريفها أي حسب وجهة النظر و التصور الذي يحمله الآخر عليها و الذي تحمله هي نفسها على ذاتها . فكمثال على الأقليات نجد الأكراد و التي تمثل أقلية في العراق لا يتحدثون اللغة العربية بل لغتهم هي الكردية و التي هي لغة هندو أوروبية ، و لديهم ثقافتهم الخاصة و عاداتهم التي تختلف عن المجتمع العراقي ككل (مداني، 2018، صفحة 35) .

✚ الهوية :

إن الهوية تعني أصل الشيء أي هو ذاته و عينه ، و في حديثنا عن خطاب الكراهية و الهوية سنقوم بتحديد نوع واحد من الهوية ألا وهو الهوية الثقافية ، و التي تعني الشعور بالإنتماء لجماعة معينة و ترتبط بالدين و اللغة و العرف و القيم ، فالهوية الثقافية مرتبطة ارتباطا وثيقا بثقافة المجتمع ، فالثقافة يصبح للمجتمع هويته الثقافية ما بين المجتمعات الأخرى ، و بما أنه لا يوجد مجتمع لا يوجد فيه اختلاف و آراء متباينة و أعراق مختلفة نجد الصراع دائما في داخل المجتمع الواحد بين أقطاب متصارعة لكي تفرض ثقافتها و التي هي ممثلة للهوية الإجتماعية فمسألة الأعراق البشرية و الإختلافات العرقية التي تنتج لنا هويات مختلفة في المجتمع هي الأكثر تفجيرا عاطفيا والأكثر خطورة سياسيا (مداني، 2018، صفحة 34)

3-3 كيف يبني خطاب الكراهية؟ :

لقد تطرقنا في حديثنا سابقا فيما يخص الخطاب على أهم العناصر التي يجب أن تتوفر لكي تتجس عملية الخطاب و الخطاب هو عبارة عن عملية إجتماعية تفاعلية ، يقوم بها الأفراد بغرض تحقيق شيء



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

معين ، و الخطاب يكون ضمن سياق و يتحكم فيه الهدف كما و أنه يرتكز على الإقناع باستخدام الحجج ، وكما ذكرنا أن خطاب الكراهية هو خطاب دوني يحتوي على كل ألفاظ السب و الشتم و النبذ و التحقير و الإستهزاء فتكون عناصر عملية الخطاب في خطاب الكراهية كالتالي :

المرسل :

وهو الذي طرف الخطاب الأول ، و الذي يسعى من خلال خطابه لإيصال فكرة ما أو خبر أو معلومة للمتلقي ، و المرسل في خطاب الكراهية هو الطرف الذي يكره الآخر و يرفض الاختلاف ، و يرفض الآخر على أساس الاختلاف في العرق أو لون البشرة ، فيقوم بخطاب يكون معادي و ينبذ الآخر و يحاول تشويه صورته لذلك فهو يختار الألفاظ و الأدوات المناسبة لكي يتمكن من تحقيق هدفه وهو التأثير في المتلقي أولاً و إثارة غضب الطرف الآخر ثانياً (الشهيري، 2004، صفحة 05) .

المتلقي :

وهو الطرف الثاني من أطراف الخطاب وهو الذي توجه له الرسالة ، فالمرسل خاضع للمتلقي يجب أن يحسن اختيار كلماته لكي يتمكن من التأثير في المتلقي ، ففي خطاب الكراهية المتلقي هو إما الطرف المستهدف الذي يستهدفه المرسل بدافع إثارته و محاربته ، و إما الجمهور الطذي يحاول أن يغير وجهة نظره و توجهه و رأيه اتجاه فكرة محددة أو دين أو لغة أو عرق فيحاول بذلك اللعب على عقولها و التأثير في توجهاتها عن طريق الدعاية و التظليل و تشويه صورة الآخر ، و بناء رسالة تكون غثة و مليئة بالحجج و البراهين التي تحمل في طياتها عنفا ، فالحروب اليوم هي حروب نفسية تستهدف تحطيم النفسيات و إثارة ردود الأفعال فهي تركز على العقول و النفسيات (الشهيري، 2004، صفحة 05) .

السياق :

وهو الحيز الذي يدور فيه الخطاب و مرتبط بالزمان و المكان ، و يرتكز على عنصر أساسي وهو علاقة المرسل بالمتلقي ، و في خطاب الكراهية تكون العلاقة ما بين المرسل و المتلقي علاقة سلبية متوترة ، يتصارع و يتنازع كل من طرفي الخطاب و يكون خطابهم ، خطاب دوني مبني على العنف

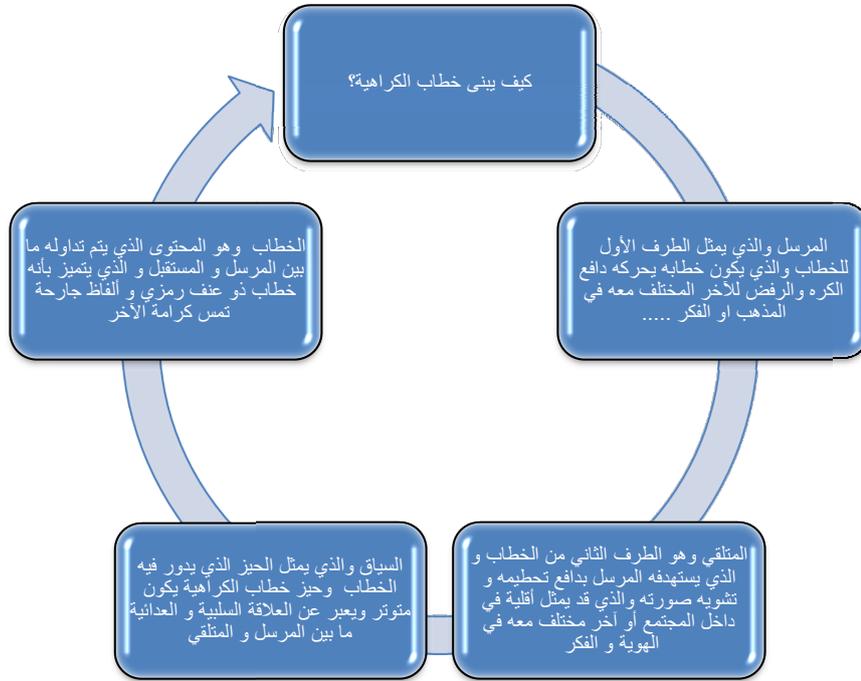


الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

الرمزي و الكراهية ، ففي السياق يمكن أن نتعرف على مدى خطورة التحريض و النبذ و الكراهية . من السياق أيضا يتضح لنا درجة النزاع و الصراع ما بين الطرفين (الشهيري، 2004، صفحة 06) .

الخطاب :

و الخطاب هو يعني خروجه في صفته النهائية و ممارسته ، فيتجلى بذلك نوع الخطاب و المتمثل في خطاب الكراهية (الشهيري، 2004، صفحة 06)



الشكل رقم (10)-مخطط يوضح كيفية بناء خطاب الكراهية- من إعداد الباحثة

4-في معنى الإختلاف و الآخر :

بما أن خطاب الكراهية هو خطاب يكون بدافع الرفض و التعصب و هذا الرفض و التعصب يكون نتيجة وجود الآخر ووجود الإختلاف ، فالإختلاف هو السبب وراء تنامي خطاب الكراهية أيضا غياب ثقافة الإختلاف ، لأن الكراهية لا تنشأ من العدم بل تنشأ نتيجة وجود الآخر المختلف ، إن الإختلاف في الأصل لا يعني الخلل أو الخطأ و إنما هو سنة من سنن الحياة و التي يجب التسليم بها فالأصل الخلاف و النزاع و الصراع هي الخطأ (محفوظ، 2012، صفحة 29)، و الإختلاف لا يعني التشريع



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور

صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

للفوضى أو الفردية و التعصب و إنما يعني أن تمارس حريتك على صعيد الفكر و الرأي و التعبير أي أن الإختلاف هو احترام الآخر و احترام وجهة نظره و أفكاره و توجهاته و ثقافته ،إن الإختلاف هو من نواميس الكون و القاعدة التي يقوم عليها ولا يمكننا إنكاره ، لكن كثيرا ما قد يسبب إثارة مشاعر الكره و النبذ و الرفض بالتالي تشب خطابات الكراهية ، فحينما يختلف الناس في مواقع الفكر أو في مواقع الحياة الخاصة و العامة أو عندما يختلفون في العرق أو اللون أو في الدين و التوجه داخل مجتمع واحد تثار المشاعر و تتعدد المواقف و يزداد التعصب و الرفض التام للآخر و رفض الحوار و التعايش هذا كله سيصبح خطرا على مجموع العلاقات الإنسانية و الإجتماعية ، و يزداد الصدام بين مختلف الأطراف و تحدث بذلك القطيعة و تثار ردود الأفعال التي تكون معادية و فيها حقد و كراهية و عداوة و بغضاء و يتجسد كل هذا في الكلمة الحادة و العنيفة و الغليظة و الموقف الغاضب و اليد المعتدية (محفوظ، 2012، صفحة 49) .

وعليه نصل إلى أن الحياة في داخل المجتمعات قائمة على الإختلاف فكل مجتمع محلي نجد فيه العديد من الإختلافات الثقافية و الدينية و الفكرية ، لكن ما يحقق التجانس الإجتماعي في داخلها هو الإحترام و قبول الآخر وهذا ما يغيب في العديد من المجتمعات التي نجد فيها العديد من الإختلافات ولكن يقابله التعصب و الرفض و النبذ هذا ما يتجلى في مجموع سلوكيات عنيفة و معادية .

الآخر هو موضوع شائك طرح كثيرا في المشهد السياسي و الثقافي و الحضاري المعاصر ، لأنه في عصرنا الحالي شهد العالم تطورات رهيبية و دخلت متغيرات جديدة على المجتمعات غيرت في نظامها و في ثقافتها و أسلوب حياتها و أفكارها بذلك لم تبق كما كانت عليه سابقا بحيث اختلطت الثقافات و زادت الأفكار و التوجهات و دخلت إيديولوجيات جديدة هذا ما زاد من حدة الإختلافات لذلك تقوم العديد من الدول اليوم حافزا هاما لتداول مسألة الآخر و طبيعة العلاقة المرسومة و التعامل معه ، يختلف الآخر من موقع لآخر ومن دائرة لأخرى بما معناه أن الموقع الذي يحده الإنسان لنفسه هو الذي يحدد له القريب أو البعيد أي أنه باختلاف الموقع و العناوين يختلف الآخر ومن خلال الآخر و الأنا يتضح لنا الإختلاف فالآخر بالنسبة للذات الدينية هو الذي ينتمي لديانة أخرى ، و الآخر بالنسبة للذات الثقافية هو الذي ينتمي لثقافة أخرى (محفوظ، 2012، صفحة 48) .



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

لذلك يمكننا القول إن في الوجود الإنساني آخر و بدون الآخر لا يمكن أن نتحدد نواتنا و لا يمكن أن نعرف أنفسنا و الآخر هذا يكون ديننا و مذهبنا و فكرا و عرقا و لونا و ثقافتنا و سياستنا .
وعليه نصل إلى أن الآخر هو ضرورة و حتمية لا بد منها بالنسبة للفرد لكي يتمكن من معرفة ذاته كما و أن في عصرنا الحالي دخلت متغيرات جديدة على كل المجتمعات و التي زادت من دائرة الإختلاف و التعدد داخل المجتمع .

5- ما بين خطاب الكراهية و حرية التعبير :

في حديثنا عن الفصل ما بين حرية التعبير و خطاب الكراهية يجب أن نتطرق أولا للحديث عن حرية التعبير ، لقد ظهرت حرية التعبير في وقت سابق ، لكن بعد قيام الثورة الفرنسية في فرنسا و الثورة الصناعية ببريطانيا العظمى ، تغيرت بنية المجتمع و انتقلنا من مجتمع زراعي إلى مجتمع صناعي أكثر تعقيدا ، لقد كان الفرد سابقا في المجتمعات الزراعية مقيدا و خاضع للنظام الإقطاعي لم تكن له الحرية في التعبير عن آراءه و أفكاره فقد كان النظام كنسي كان الجميع خاضع للكنيسة ، و ما يمكن ملاحظته أنه كان شعار الثورة الفرنسية "الحرية" "العدالة" و "المساواة "

ومن هنا ظهر مصطلح الفرد أي أنه هنا أصبح للفرد حرية و استقل من النظام السابق الذي قمع حريته ، و ابتعد عن الجماعة التي كان يعيش تحت ظل ضوابطها و معاييرها ، بالتالي أصبح له الحرية في التعبير عن آراءه و أفكاره ، و كان قد تحدث جون ستيوارت ميل عن حرية التعبير كما ذكرنا سابقا .

5-1 مفهوم حرية التعبير :

إن حرية التعبير تعني الحرية في التعبير عن الأفكار و الآراء عن طريق الكلام و الكتابة و الأعمال الفنية بدون رقابة و لا قيود حكومية ، يشترط أن لا يمثل طريقة عرض الأفكار أو الآراء بطريقة تكون مخترقة لقواعد و قوانين الدولة الحاكمة ، أي أن حرية التعبير هي التعبير عن كل ما يراه الإنسان من أفكار و توجهات و آراء بكل حرية عن طريق استخدام التعبير كوسيلة أو استخدام الصور و الفيديوهات المعبرة مع الحرص على احترام مجموعة القواعد و القوانين أي أن لا يتجاوز تعبيرهم مجموعة القواعد و القوانين القيم و المعايير التي تحكم المجتمع (طالة، 2021، صفحة 1195) .



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

لقد تطرقت العديد من النصوص الدولية و الإقليمية لإعطاء الشرعية لحرية التعبير فقد نصت المادة 19 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان على " أن لكل إنسان الحق في اعتناق الآراء دونما مضايقة والتعبير عنها بأية وسيلة و دونما اعتبار للحدود" (طالة، 2021، صفحة 1195).

إذا فحرية التعبير هي حق من حقوق أي فرد في داخل المجتمع و لا يمكن لأي شخص أن يتدخل فيها ، فلكل فرد الحق في التعبير عن ما يريد ، و قت ما يريد باستخدام أي وسيلة لكن ما يقابلها حرية التعبير ضرورة احترام مجموعة القيم و المعايير التي تضبط المجتمع إضافة إلى القوانين ، فلو التعبير فيه هجوم أو تحقير سيعاقب عليه القانون .

5-2 العناصر الأساسية للتمييز ما بين حرية التعبير و الخطاب العنيف :

و بما أن حرية التعبير تسمح للفرد أن يعبر عن كل معتقداته و آراءه و أفكاره بكل حرية ، نجدها تتضارب مع خطاب الكراهية فأحيانا الفرد يتعدى مجموعة المعايير و القوانين في أثناء تعبيره ، و يتعدى من كونه حرية تعبير إلى خطاب يحمل في طياته عنفا و تعديا عن الآخر و احتقاره لذلك دائما ما نجد هناك تداخل ما بين حرية التعبير و خطاب الكراهية ، لذلك و لكي نتمكن من التمييز ما بين خطاب الكراهية و حرية الرأي يجب أن تكون لدينا مرجعية نركز عليها و المتمثلة في مجموعة العناصر التالية :

✓ أولا : السياق :

لكي نتمكن من التعرف على نوعية الخطاب يجب أن نستند على السياق الذي يدور فيه هذا الخطاب و الذي يتضمن المحيط الإجتماعي و السياسي و الإقتصادي و الثقافي إضافة إلى معرفة ما إذا كان هذا الخطاب مرتبط أو قائم بسبب نزاع أو صراع ، إضافة إلى الرجوع إلى القانون أي ما إذا كان هذا الخطاب لا يتعدى القانون العام و القيم أم أنه يتعادها ، فإذا تعدى القانون فهو عبارة عن خطاب للتحريض و الكراهية (وافي، 2020، صفحة 73).

✓ ثانيا : قائل الخطاب :

وهو العنصر الذي يلعب دورا مهما في عملية التعبير أو الخطاب ، و للتمكن من التعرف على درجة تأثيره يجب أن نرجع إلى وضعه الإجتماعي أي حالته الإجتماعية و مدى تأثيره على الآخرين ،



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

فإذا كان ذا سلطة و تمكن من اقناع الآخرين سينجح في التحريض على ممارسة العنف و ارتكاب الجرائم لأن خطابه هو خطاب كراهية وله دور و تأثير في عقول الجماهير (وافي، 2020، صفحة 73) .

✓ ثالثا : تحديد المقصود من الخطاب :

لا يمكن الحكم على التعبير بأنه خطاب للتحريض أو الكراهية ، إلا إذا وجدنا في داخل هذا الخطاب العبارات و الكلمات و الأدوات التي توجي بالنبذ و الكره و اللتحقير أو إذا قام باستخدام كلمات و جمل تحمل في طيتها عنفا رمزيا ، إضافة إلى إدراك القائل بأن ما سيقوله سيكون له تأثير و سيؤدي لجرائم العنف وهذا و قد أكدت مستشارة ألمانيا " إينجلا ماركل " بمناسبة إلقائها خطابا أمام البرلمان الألماني ، على أن حرية التعبير لها حدود و أنها تنتهي حيثما يتم التحريض و نشر الكراهية و تنتهك كرامة الآخرين (وافي، 2020، صفحة 73).

✓ رابعا :مضمون الخطاب :

و المقصود بها ما جاء في الخطاب من موضوع و الكلمات و الجمل التي تم استخدامها في هذا الخطاب

وهو من يوضح لنا نوعية الخطاب من خلال الكلمات و العبارات التي يحتويها (وافي، 2020، صفحة 74) .

وعليه نصل إلى أن حرية التعبير تسمح للفرد بالإفصاح عن كل آراءه و أفكاره و معتقداته وما إلى ذلك بدون أي قيود و لا رقابة و لا تدخل من أي طرف ، لكن ما يجب الإشارة له أن حرية التعبير أيضا لمجموعة من المعايير و القيم و القوانين إذا ما تم التعدي عليها ستتحوّل لخطاب كراهية و تحريض ولكي نتمكن من الفصل بين حرية التعبير و خطاب الكراهية يجب أن نرجع لمجموعة العناصر التالية السياق وهو الحيز الذي يدور فيه الخطاب و قائل الخطاب والذي يجب أن نرجع لوضعه الاجتماعي و مدى التأثير الذي يحدثه في عقول الآخرين إضافة لتحديد المقصود من الخطاب فإذا كان هذا الخطاب يحمل في طياته العديد من الكلمات التي توجي بالعنف الرمزي و الذي يهدف لتدمير النفوس و تحطيمها . إضافة إلى مضمون الخطاب أي نوعه و موضوعه و الكلمات و الجمل التي تتكرر و نوعيتها .



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

6- جذور صناعة خطاب الكراهية :

إن خطاب الكراهية هو من بين الأسباب التي تؤدي إلى غياب التجانس الإجتماعي و تفكك مجموعة الروابط الإجتماعية و انحلال مجموع العلاقات التي هي قائمة بين مختلف أفراد لمجتمع على اختلاف طوائفهم و أعراقهم و دينهم و خطاب الكراهية هو من بين أهم الخطابات التي تتدرج ضمن الحروب النفسية و الدعائية و الذي يهدف لتغيير الأفكار و التحريض بطريقة صامتة عن طريق استخدام كلمات ، فالكلمات هي أقوى من الرصاص فالحرب النفسية هي نوع من الأفكار و المعلومات المضللة و الكاذبة فهي تتميز بالتهويل و التهوين تنشرها دول ضد مجتمعات و دول معادية و محايدة بطرق متعددة على نمط فيروسات تحطم جهاز المناعة النفسية و الفكرية لذلك فهي تجعل المجتمع مشوش التفكير و ومشلول الإرادة و الرغبة في المواجهة و التحدي له القابلية للإستسلام لكل القرارات التي تعرض عليه من طرف الدول الحاكمة و المسيطرة . و هناك العديد من المصطلحات المقاربة للحروب النفسية و المتمثلة في الحرب الباردة أو حرب الأعصاب أو حرب الدعايات أو حرب العقول فهي حرب تضرب النفوس و العقول و يكون تأثيرها على المدى البعيد (عبد السلام، 2013، صفحة 148) و يقصد أيضا بالحرب النفسية استخدام الدعاية و غيرها من الأساليب للتأثير في إدارة و عواطف و اتجاهات و عقائد و سلوك جماعات معينة ، قد تكون جماعات عدائية أو محايدة أو صديقة وهي سلاح يتم استخدامه في الحرب و السلم معا (العيسوي، 2004، صفحة 37) ، و منه نصل إلى أن الحرب النفسية تهدف إلى :

1 _ تحطيم النفسيات و تدميرها عن طريق استخدام العديد من الأساليب و الوسائل (العيسوي، 2004، صفحة 38) .

2 _ تغيير الآراء و الإتجاهات و الأفكار عن طريق الإختفاء وراء الدين و الصحافة أو الإذاعة أو الأحداث فهي ليست مباشرة و ليست وجها لوجه بل هي عبارة عن حرب صامتة (العيسوي، 2004، صفحة 38) .



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

3 _ إخفاء الصورة الحقيقية و الغائها من عقول الجماهير ، عن طريق التكرار أي تكرار نشر الأخبار الكاذبة و الأفكار المظلمة بهدف رفع سمعة الدول المتحالفة و مكانتها و الحصول على عطف الدول و تأييدها بالتالي تغرس في العقول و يزداد ما يعرف بالوعي الزائف . (العيسوي، 2004، صفحة 38)

4 _ تشويه صورة العدو و نبذه و احتقاره عن طريق استخدام مجموعة خطابات الكراهية و التي هي عبارة عن خطابات ذات مضامين عنيفة و كلمات و جمل توحى بالعنف الرمزي (العيسوي، 2004، صفحة 38) .

و قد ظهرت الحرب النفسية عندما قاربت الحرب العالمية الأولى على الإنتهاء حيث أنها أصبحت من بين أهم الأدوات التي يتم استخدامها في الحروب ، و في البداية لم تكن وسائل الإعلام التقليدي متاحة لاستخدامها في هذا النوع من الحروب فكانت وسائلها التي تستخدمها هي الكتب و الكتيبات و النشرات و المذكرات و الصحف و المجلات و كانت أهدافها تتمثل في :

1_خلق الكراهية ضد العدو ، و تحطيم معنوياته و تشويه صورته (العيسوي، 2004، صفحة 74)

2_العمل على إقناع الرأي العام المحلي بشرعية و عدالة موقف الحلفاء و لزيادة روح القتال (العيسوي، 2004، صفحة 74) .

3_تنمية و تقوية روح الصداقة مع الأمم التي تحارب مع أمريكا ، كانت تسعى لتوحيد الجماعة مصاحبتا ذلك بغرس الكراهية في النفوس ضد العدو (العيسوي، 2004، صفحة 74) .

كما و تم استخدامها أيضا في الحرب العالمية الثانية حيث كانوا يضللون الأفكار و يشوهون الحقائق و ينقلون الأخبار الكاذبة و يقومون بتحريفها ، لقد استبدلت الحروب العسكرية بالحروب النفسية ذلك أن الحروب العسكرية تدمر و تقتل و يكون فيها العديد من الجرائم الشنيعة في حق العدو أو المستعمر ، لكن تأثيرها لا يكون على مدى بعيد ، فالحروب النفسية هي أقوى الحروب لأنها تؤثر على النفوس و تضرب الفكر و تغير الأفكار و تدس قيم جديدة و تجعل من الأفراد منسلخين من أصلهم و



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذوره صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

ثقافتهم دون أن يشعروا ، لأن الغزو الثقافي أقوى بكثير من الإستعمار المسلح و تعتبر صناعة الكراهية و خطابات الكراهية من بين أهم الوسائل التي يتم استخدامها في الحرب النفسية (العيسوي، 2004، صفحة 83).

إن صناعة الكراهية و دسها في العقول هي من أهم الوسائل الأساسية التي يتم اعتمادها في الحروب النفسية للتمكن من تحقيق التفكك الإجتماعي و إلغاء التجانس الإجتماعي داخل المجتمع ، لذلك يتم صناعة خطابات الكراهية و التي تكون مليئة بالضغينة و الكره و النبذ و تكون كلماته و جملة عنيفة فيتم نشر الأكاذيب و الإفتراءات و تزوير الحقائق و محوها وتغييرها (السلام، 2021، صفحة 63) ، و التلاعب بالعقول فتزداد بذلك الكراهية و النبذ و يزداد التعصب و رفض الآخر و معاداته و عدم تقبله بالتالي تثبت في العقول مجموعة أفكار معادية و عنيفة لا تعرف و لا تفهم الإختلاف و لا تحترم الحريات و لا تقبل وجود الآخر و بعد ذلك بعد أن تصبح فكرة و عقيدة تتحول لسلوك هذا السلوك هو عبارة عن سلوك عدواني عنيف و متطرف ، كمثال الحروب الأهلية التي تحدث في داخل المجتمع الواحد سببها راجع إلى رفض الإختلاف العرقي أو الديني أو الطائفي ، فكلما زاد الرفض زادت الكراهية و زادت حدة الهجوم على العدو و الصراعات و خطابات الكراهية التي تتحول فيما بعد لسلوك عدواني ، فكمثال أيضا جرائم الإبادة الجماعية التي يتم ممارستها ضد الأقلية المسلمة في بورما و المتمثلة في جماعة مسلمي الروهينغا و اللذين يعيشون في أقصى غرب ميانمار وهم أكثر الأقليات اضطهادا في العالم ، وحيث يتم ممارسة التمييز ضدهم من طرف البوذيين و يتعرضون لأقصى أنواع التعذيب و القمع و ذلك بسبب تزايد حدة خطابات الكراهية ضدهم الذي يدسون من خلاله زيادة التحريض ضدهم و معاداتهم ، إن صناعة خطاب الكراهية يتم بنائها عن طريق البث للأحقاد و الضغينة و النبذ و الكراهية للآخر و رفضه و يتم استخدام الدعاية و التظليل وهي صناعة يقوم بها الأنظمة الدكتاتورية المستبدة و الفازدة كذلك النخب السياسية و الفكرية و الثقافية لكي تتمكن من صنع مجتمع متشنت و متفرق ذو منظومة مليئة بالكراهية و المعادة على أساس الإختلاف في العرق أو الطائفة أو الدين (السلام، 2021، صفحة 64) ، وهذه الصناعة نجدها في العديد من البلدان و خاصة العالم العربي و دول العالم الثالث و بالخصوص الدول التي تكثر فيها الطوائف و الإتجاهات الدينية و الأعراق ، و صناعة الكراهية تحظى برعاية من قبل الأنظمة العربية المستبدة و من دول كبرى تمتلك مشاريع جيو استراتيجية تقوم على



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

مبدأ الإنقسام داخل الأمة الواحدة و الدولة الواحدة . و بث الكراهية و التفرقة ما بين الشعوب و إحداث صراعات بينها للتمكن تلك الدول من الوصول إلى أهدافها (السلام، 2021، صفحة 69) .

وعليه نصل إلى أن خطاب الكراهية مرتبط بالحروب النفسية و التي ظهرت مع نهاية الحرب العالمية الأولى و تطورت ففي عصرنا الحالي تم استبدال الحروب العسكرية بالحروب النفسية لأن تأثيرها يكون ذا قوى من الحروب العسكرية وهي عبارة عن حرب تستهدف النفوس و العقول تسعى لتغيير وجهات النظر و الأفكار و التوجهات و القيم و الاخلاق عن طريق الدعاية و استخدام التحريف في نقل المعلومات للتمكن من اسقاط العدو ، و خطاب الكراهية هو من بين أهم الوسائل الأساسية التي يتم استعمالها في الحروب النفسية لانه عبارة عن خطاب معادي يحمل في مضمونه عنفا رمزيا ، يستهدف الطرف الآخر أو العدو و يسعى لتشويهه ، كما وأن صناعة الكراهية هي في تزايد مستمر و يقوم بصناعتها الدول المتقدمة التي تسعى للإطاحة بدول العالم الثالث و الدول العربية على الخصوص و نجد أيضا قادة الأنظمة الإستبدادية يستغلونه لكي يتمكنوا من إحداث التفريق و المعاداة و زيادة الصراعات داخل المجتمع تحت شعار " فرق تسد " وهذا التفريق يكون على أساس الإختلاف في اللون أو العرق أو الدين و نجد أيضا صناعة الكراهية في العديد من الدول التي تسعى لتخريب مجتمعاتها و تفرقتها للتمكن من تحقيق سيطرتها .

7-مخاطر خطاب الكراهية :

لخطاب الكراهية مجموعة من النتائج السلبية و التي تعود بالضرر على الفرد أو الجماعة أو الأقلية المستهدفة و على المجتمع ككل أيضا ومن بين هته الأضرار نجد ما يلي :

✓ غياب التجانس الإجتماعي داخل المجتمع فخطاب الكراهية يؤدي لتداعيات خطيرة على المجتمع ككل ومنها المساس بوحدته و تجانسه ، و الذي يعني التعايش داخل المجتمع وفق التوافق في المبادئ الأساسية بالرغم من الإختلاف و الوصول إلى نقطة مشتركة و اعتماد الحل الوسط الذي يضمن الأمن الإجتماعي و مصلحة الجميع بالتالي الوصول لتحقيق التوازن الإجتماعي (العمرى، 2021، صفحة 25) .



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

- ✓ زيادة حدة الصراعات و النزاعات داخل المجتمع الواحد ، و زيادة التعصب و الرفض التام لآخر و عدم قبوله للتعايش معه أو الوصول معه لحل وسط (العمرى، 2021، صفحة 25) .
 - ✓ زيادة معاناة الأقليات التي يمارس ضدها التمييز العنصري و التي ترفضها أغلبية فئات المجتمع فنتيجة خطابات الكراهية ضدهم تتحول هته الكراهية لمجموعة سلوكيات عدوانية تمارس ضدهم كالقتل و التعذيب و الإبادة و الطرد (العمرى، 2021، صفحة 25) .
 - ✓ خطاب الكراهية لا يمس كرامة المستهدفين فقط أو تشويه صورتهم بل يتعدى لتعريضهم لمختلف أشكال التمييز و أعمال المضايقة و التحرش و مختلف أشكال التهديد و العنف بسبب الكراهية و العداة ، وهذا ما يؤدي إلى إنطواء الأشخاص المستهدفين و انعزالهم عن المجتمع و بيئتهم الإجتماعية التي يعيشون فيها (العمرى، 2021، صفحة 25) .
 - ✓ اضافة إلى انه يزيد من ظاهرة العنف داخل المجتمعات ، و جرائم التعذيب و زيادة حدة التمييز العنصري بالإضافة إلى أنه يزيد من القبول لتبرير التمييز (العمرى، 2021، صفحة 25) .
 - ✓ يؤثر خطاب الكراهية على نسق المجتمع ، بحيث أنه يؤدي إلى حدوث خلل داخل أنظمتها بالتالي يختل التوازن الإجتماعي و تتراجع أدوار أبنيتها (العمرى، 2021، صفحة 25).
 - ✓ يطرح خطاب الكراهية مخاطر جسيمة على تماسك المجتمع الديمقراطي و حماية حقوق الإنسان و سيادة القانون ، بحيث ترى الأمم المتحدة أن تأثير خطاب الكراهية له صلة بالعديد من القضايا كحماية حقوق الإنسان (العمرى، 2021، صفحة 25).
- إن خطاب الكراهية هو خطاب قائم على الكراهية و النبذ و التعصب و تشويه صورة الآخر ، وهو يهدف لتحطيم النفسيات و تدميرها و تغيير وجهات النظر و الأفكار ، وتكون له العديد من الدوافع و الأسباب التي تؤدي إلى زيادته و انتشاره في داخل المجتمعات و لعل أهم سبب هو الإختلاف ، الإختلاف في الدين العرق أو اللون ، فهناك من يرفض هذا الإختلاف و يتعصب لجهته إضافة لمشكلة الأقليات و التمييز العنصري ، و بما أن الخطاب هو عبارة عن متغير من متغيرات الإتصال و الذي يقوم على مجموعة عناصر أساسية و المتمثلة في المرسل و المستقبل و الرسالة و الوسيلة و رجع الصدى ، فخطاب الكراهية هو بحاجة إلى وسيلة اتصالية لكي ينتشر على شكل واسع و يصل لأكبر عدد من الجماهير ، كما ذكرنا سابقا في الفصل المتعلق بالفيسبوك ، أن الإتصال مر بمجموعة من



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

المراحل و التي تطور عبرها بدءا بالإتصال البسيط المباشر ثم تطور مع ظهور عصر الحداثة و الذي صاحبه ظهور الإعلام التقليدي بدءا بالصحافة المكتوبة ثم الإذاعة فالسينما ثم التلفاز والذي يمثل الأداة السمعية البصرية ، فنجد في الإعلام التقليدي أن الكراهية كانت تمارس عبره و ذلك عن طريق استخدام كل من الدعاية و التظليل الإعلامي و الكذب و التمييز كما تقوم بخلق الخلافات و تضخيمها ، ما يعني أن وسائل الإعلام تمثل السلطة الرابعة في المجتمع و لديها القدرة في التحكم في الجماهير عن طريق التركيز على رسائل إعلامية معينة و تكرارها بشكل مستمر بالتالي ترسخ في عقول الجماهير ، فالدعاية و التظليل هي من أهم خصائص الإعلام الذي يمارس الكراهية ، وهي خاصة تطورت مع تطور وسائل الإعلام ، وأهم كتاب يشرح لنا آليات الدعاية و التظليل و الميكانزمات التي تخضع لها عقول الجماهير بالإرتكاز على علم النفس الإجتماعي وهو كتاب اغتصاب الجماهير من خلال الدعاية السياسية ل سارج تشاخونتين و الذي صدر عام 1939 و بعد ذلك قامت بمحاربته مختلف الدكتاتوريات التي عرفها الغرب في تلك الفترة (بوجمعة، 2020، صفحة 14) .

8-الدعاية و التظليل الإعلامي كأحد المرتكزات الأساسية للتأثير وتزييف الوعي الجماهيري :

ماهي الدعاية ؟ و ماهو التظليل الإعلامي؟

8-1الدعاية :

هي الإستخدام الممنهج لأي وسيلة اتصالية للتأثير على عقل و أحاسيس هذه الفئة من الناس لهدف محدد له أهمية اجتماعية (الشحف، 2015، صفحة 08) .

إذا فالدعاية هي مفهوم أوسع من الإعلان ، وتعني النشاط الذي يؤدي إلى التأثير في عقيدة و فكر و آراء و أفكار الجماهير لتغيير فكره و لجعله يؤمن بمبدأ معين أيضا تهدف لمحو فكرة معينة أو مبدأ يؤمن به الناس .

عرفها فيليب تايلور : بالمحاولة للتأثير في عقول الجماهير و نفوسهم و السيطرة على سلوكهم لأغراض مشكوك فيها ، و ذلك في مجتمع معين و زمان محدد . إنها عبارة عن وسيلة لتحقيق غاية و تنتوع أساليبها (سلطاني، 2011، صفحة 88) .



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

إن الدعاية تلعب على العقول و النفسيات و تمارس عملية الإقناع من خلال استخدام حجج و براهين كاذبة و أخبار مظللة و أفكار زائفة ، بالتالي ستتج لنا وعيا زائفا . عرفها لاسويل : " بأنها التعبير عن الآراء أو الأفعال التي يقوم بها الأفراد و الجماعات عمدا ، على أساس أنها ستؤثر في آراء و أفعال الآخرين لتحقيق أهداف مسبقة ، و ذلك من خلال مراوغات نفسية (سلطاني، 2011، صفحة 89)." .

وعليه نصل إلى أن الدعاية هي عملية تغيير و تبديل مجموعة الآراء و الأفكار و التوجهات التي يؤمن بها الناس عن طريق استخدام العديد من الوسائل . ويم استخدامها لتغليب فكرة على حساب فكرة أخرى .

كما أن الدعاية تحاول نشر أكاذيب و أخبار غير صحيحة و إشاعات ما بين أوساط الجماهير باستخدام وسائل الإعلام و الإتصال .

8-2 التظليل الإعلامي :

إن التظليل الإعلامي فيما معناه هو تحريف و تغيير الرسائل الإعلامية و الأخبار و الحقائق قبل وصولها للمتلقي ذلك لأن الرسالة الإعلامية قبل وصولها للجماهير المستهدف تمر على عدة نقاط لكي يتم تعديلها في التظليل الإعلامي يتم تحريف و تغيير الأخبار و المعلومات ، ثم بعد ذلك ترسل للجماهير . وهذا سعي لتحقيق هدف و غاية ما .

عرفه فلوكوف بأنه " معالجة خبر معين بطرق ملتوية من أجل تحقيق أهداف سياسية قبل تحويل أنظار الجمهور و استغلال تلقياتهم و جهلهم بالأشياء " أي أن الهدف من التظليل الإعلامي هو تحويل و تغيير وجهة نظر الجمهور و تغيير آرائهم و أفكارهم (نامق، 2018، صفحة 93) .

وهو أيضا عملية تلاعب بالمعلومات و الأخبار و الأحداث و الصور لتؤدي دورا محددا في التأثير على الأفراد و تغيير مفاهيمهم و توجيه سلوكهم (الغامدي، صفحة 03) .



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

وعليه نصل إلى أن التظليل الإعلامي هو عملية جمع المعلومات و الأخبار الكاذبة بطريقة مقصودة ، بهدف التلاعب بالعقول وتشويش الرسائل و توجيه وعي و إدراك الجماهير نحو رأي ما . كما أن التظليل الإعلامي يتبع مجموعة من الأساليب التي تمكن من نجاحه و الوصول إلى إقناع الجماهير و تتمثل هته الأساليب فيما يلي :

الفبركة :

وتعني كلمة الفبركة التغيير و تحويل الخبر و نقله بصورة خاطئة ، و الفبركة هي أحد أهم الإستراتيجيات التي يتم استخدامها في التظليل الإعلامي ، حيث يتم الحذف أو التعديل أو إضافة صور ذات إichاءات مخادعة أو استخدام فيديو هات (الغامدي، صفحة 06) .

التدليس :

و التدليس هو إيهام الجمهور بأن هته المعلومات و الأخبار التي يتم عرضها هي من مصادر موثوقة ، حتى أنه يقوم بذكر أسماء وكالات الأنباء و مصدر المعلومة كما تحاول أن توصل للجمهور أن الخبر هذا فيه شهود عيان كانوا أثناء وقوعه ، و يعني الإلتفاف في صحة المعلومة أو الخبر . و كمثل على العبارات التي يتم استخدامها (الغامدي، صفحة 07) :

أفاد شهود عيان

تفيد الأنباء الواردة

ذكرت الوكالات
العالمية

قلب الصورة :

أي أنه يقوم بتغيير الحقائق و يجعل المجرم ضحية و الضحية مجرم ، فيشوه صورته و يلسق فيه تهم باطلة و ينقل للجماهير ما ليس فيه كمثل نجد الغرب يحاول تشويه صورة الإسلام و المسلمين فيتهمهم بأنهم إرهابيين و أن الإسلام هو دين العنف و التخويف و التشدد لذلك تم خلق مصطلح **الإسلام فوبيا** (الغامدي، صفحة 08) .



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

✚ التهويل و التضخيم :

إن الإعلام له القدرة في التحكم في عقول الجماهير كما له القدرة في التحكم في أولوية القضايا وهو من له السلطة في تضخيم الخبر أو تحويل التركيز عليه و ذلك عن طريق العرض و استخدام عبارات التهويل و تكرار نقله يوميا للجماهير (الغامدي، صفحة 09)

✚ تزييف الحقائق التاريخية لتتوافق مع الرغبات :

من المتعارف عليه أنه ليس معظم الناس لديهم إطلاع على التاريخ و لا يعرفون معظم الحقائق التاريخية أي لا يتعمقون فيها تكون لديهم معرفة سطحية ، لذلك الإعلام التظليلي يستغل هته النقطة لصالحه ، بالتالي يقوم بتشويه و تحريف تاريخ عدوه ، بالتالي سيكون في موقف الدفاع و النفي ، و الجماهير ستتقبل هته الحقائق حتى لو كانت مشوهة و تم تبديلها ، تصدقها و لا تشك في مصداقيتها (الغامدي، صفحة 11).

✚ شيطنة الآخر :

يقولون دوما أنه من الأفضل لبقاء قوتك وجود شيطان ، لذا يجب أن تختار شيطانا أو تصنع شيطانا (العدو) حيث يساعدك على تمرير الكثير من الرسائل التي تريد الصاقها بالشيطان لكسب الرأي العام (الغامدي، صفحة 13) .

يقول تشومسكي : " الهدف من الإعلام ليس جعل الناس يختارون اختيارا واعيا ، بل خداع الناس باستخدام الصور ، فتجعله جاهلا و يختار بشكل غير واعي " (الغامدي، صفحة 14)

أي أن الإعلام هو وسيلة للتلاعب بعقول الجماهير و تزييف وعيها و تغيير وجهات نظرها و أفكارها حسب ما يريد صاحب الرسالة الإعلامية حتى و إن كان مخطئا بالتالي فهو يلعب على تفكير و وعي الجماهير لمجموعة الحقائق إنه يجعل الصورة غير واضحة و في نفس الوقت يقنع بها الجماهير و تصبح مسلمة صعب تغييرها من عقولهم .

لأن الإعلام هو عبارة عن فن و صناعة الأخبار الزائفة و الحقائق المغلوطة و المعلومات الخاطئة عن طريق استخدام أساليب و مهارات الإتصال .



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

و عليه نصل إلى أن الدعاية و التظليل الإعلامي يسعيان معا لضرب عقول الجماهير و تزييف وعيها و اخفاء الحقائق عليها ، و أن إعلام الكراهية هو من يستخدم هاذان المتغيران بغرض تحقيق مجموعة من الأهداف و المتمثلة في تشويه صورة العدو و مهاجمته و نبذه و التقليل من شأنه .

9-إعلام الكراهية : (مفهومه ،خصائصه)

9-1 ماهية إعلام الكراهية :

قبل التطرق لإعلام الكراهية سنتطرق أولا لتعريف الإعلام بصفة عامة وهو عبارة عن عملية اتصالية تهدف لإيصال مجموعة الأخبار و المعلومات وهو عبارة عن آلية من آليات التعبير و الإتصال بآخر بكل حرية لمن للجمهور باستخدام وسيلة و المتمثلة في كل من الصحافة المكتوبة و الإذاعة و التلفزيون ،إذا فالإعلام جمهوره واسع و تصل رسائله لأبعد نقطة لأن الجمهور هو عبارة عن أعداد كبيرة من البشر و اللذين يختلفون في السن و الجنس و المستوى الدراسي و الطبقات الإجتماعية و الفئات (مزوز ، 2016، صفحة 390) .

و يقصد بإعلام الكراهية التداخل الذي يقع فيه الإعلام مع حرية التعبير ، فحرية التعبير هي حق من حقوق الإعلام التقليدي فالقناة الإعلامية لديها الحرية في نشر الرسائل الإعلامية وينطوي مفهوم حرية الإعلام على عدة مفاهيم أساسية منها حرية الصحافة و حرية البث الإذاعي و التلفزيوني و حرية و هي أيضا تعني حرية التعبير من خلال وسائل الإعلام (مزوز ، 2016، صفحة 391) .

كما و أنه اتضح مؤخرا أن العديد من الجهات الإعلامية وقعت في فخ التغطية الإعلامية غير العادلة ، و اتضح ذلك من خلال مجموعة المعالجات الإعلامية للأحداث الحاصلة بحيث نجد معالجتهم تحتوي على عبارات ذات عنف رمزي تدفع بالتحريض و الإساءة للآخر ، وهذا ممنوع في القوانين الدولية لأنه له نتائج وخيمة و المتمثلة في التحريض و زيادة درجة التعصب و الإستخفاف و النبذ هذا ما يؤدي لزيادة تغذية الكراهية و التي تتجسد بعد ذلك في مجموعة سلوكيات عنيفة (مزوز ، 2016، صفحة 392) .



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

كما أنه وقع خليط ما بين حرية الإعلام و خطابات الكراهية و الخطابات التحريضية بسبب غياب الإستثناءات الواردة على حرية التعبير .

9-2 خصائص إعلام الكراهية :

إن إعلام الكراهية يتميز بمجموعة من الخصائص و المتمثلة في :

✓ أن وسائله تمارس كل من الدعاية و التظليل الإعلامي ، و تنقل رسائل إعلامية كاذبة و معلومات مغلوطة كما أننا نجد في مضامين رسائلها العبارات التي توحى بالعنف و الكراهية (بوجمعة، 2020، صفحة 14) .

✓ أنه إعلام يقوم باختلاق الخلاف داخل المجتمع ، كما أنه يقوم بتضخيمه و زيادة حدته عن طريق التركيز عليه و تكراره واستخدام الصور و الإيحاءات التي تكون كداعم للتأثير في الجمهور و في عقولهم . (بوجمعة، 2020، صفحة 16)

✓ كما أن إعلام الكراهية يركز على قضايا التمييز العنصري فهو يزيد من حدتها ، من خلال ضرب مشاعر التمييز و إيصال رسائل أنه توجد فئة أحسن من فئة هذا ما يثير مسألة القبلية و الإنتماء لدى فئات واسعة من الجماهير و يزداد اشعال نار التمييز خاصة خلال الأزمات السياسية و في حالة ما إذا كان هناك في المجتمع طوائف و أعراق متعددة ترفض التعايش مع بعضها البعض و ترفض هذا الإختلاف الذي بينها . هنا ينجح الإعلام في زيادة الصراع و النزاع (بوجمعة، 2020، صفحة 15) .

✓ يقوم إعلام الكراهية بنشر الأكاذيب فكما زاد نشر الأكاذيب و الأخبار المغلوطة و المعلومات الخاطئة كلما زادت النزاعات خاصة في فترة تكون فيها الدولة في أزمة . هذا و توضح تحاليل المضامين الإعلامية أنه توجد علاقة وطيدة ما بين نشر الأكاذيب و الأخبار المظلمة و بين إرادة نشر الحقد و الكراهية (بوجمعة، 2020، صفحة 15).

بعد أن تطرقنا للإعلام التقليدي و قدمنا نظرة عامة حول إعلام الكراهية ، و أهم الأساليب التي يعتمد عليها لزيادة حدة النزاعات و الصراعات داخل المجتمعات ، سننتقل إلى الإعلام الجديد و الذي ظهر مع ظهور تكنولوجيا الإتصال و التواصل ، بحيث أصبح عبارة عن فضاء موازي للحياة الواقعية تمارس فيه مجموعة التفاعلات و النقاشات و يتم مشاركة و نشر كل الأخبار و المعلومات . ومن بين



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

أهم متغيرات الإعلام الجديد نجد موقع الفايسبوك و الذي هو عبارة عن موقع اجتماعي يقدم للمستخدمين العديد من الخدمات ، كما و أنه يتيح خدمة النشر الحر أنشر ما تريد ففي حائط واجهة الفايسبوك نجد كلمة أكتب لذلك فهو عبارة عن فضاء للمشاركة و النشر و التفاعل و التواصل ما بين مختلف أفراد المجتمع ، لكن هناك من يستخدم هته المنصة للهجوم فقد وجدت فيها الأطراف المتعادية أرضا خصبة لتنامي هته الصراعات و النزاعات و زيادتها . هذا ما أدى لظهور مصطلح الكراهية الرقمية فماذا تعني ؟

10-الكراهية الرقمية :

إن الكراهية الرقمية هي في معناها إستخدام مختلف الوسائط الإتصالية الحديثة في التعبير عن الغضب و الكره ، فقد أصبحت شبكات التواصل الإجتماعي و البيئة الرقمية عبارة عن فضاءات لنشر الكراهية و زيادة تناميها داخل المجتمع .و تعني أيضا تحول البيئة الرقمية إلى بيئة هجومية من خلال استغلال مختلف المواقع الإلكترونية للتعبير عن الكراهية و مهاجمة العدو عن طريق نشر الأكاذيب و الدعاية و التظليل فقد ساهمت الوسائط الجديدة في صناعة و نقل و تبادل خطابات الكراهية و أخرجتها من الحدود الضيقة إلى لممارستها في عوالم واسعة و فضاءات تتيح الحرية و التعبير عن كل ما يشعر به المستخدم (الجمعي، 2021، صفحة 14)

إذا فالكراهية الرقمية ظهرت مع ظهور الإعلام الجديد بعد أن تجاوزنا الإعلام التقليدي و الذي كانت تمارس فيه الكراهية لكن من قبل المؤسسات الإعلامية أي أن تدفقها كان من مصدر واحد فقط ، ومع ظهور تكنولوجيا الإتصال و التواصل توسعت الكراهية و زاد انتشارها نظرا للخصائص التي تميز بها الإعلام الجديد عن الإعلام التقليدي فهو يتيح حرية النشر و المشاركة اضافة إلى أنه متاح لجميع الناس لذلك وجدت فيه الكراهية أرضا خصبة لتناميها و زيادتها بالتالي فقد وجدت الكراهية المضادة اتجاه الصحافة و وسائل الإعلام و الصحفيين ، في البيئة الإتصالية الرقمية و مختلف مواقع التواصل الإجتماعي ووسائط اتصالية و وسائل لإطلاق الهجمات المضادة اتجاه الأطراف المتصارعة معها ، و تحولت الصفحات الفيسبوكية إلى منصات هجومية ، ينشر فيها خطابات الكراهية المعادية و العنيفة و التي تهدف لتحطيم العدو ، فأصبح عبارة عن فضاء اتصالي شعبي تتدفق عبره المنشورات الكاذبة و



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذوره صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

التظليلية و المحتويات المفبركة التي تغذي الكراهية إنه أصبح عبارة عن فضاء لإطلاق الهجمات العنيفة و العبارات المشحونة بالغضب (الجمعي، 2021، صفحة 15) .

11- خطاب الكراهية الإلكتروني :

يقصد بـخطاب الكراهية الإلكتروني كل خطاب يتم نشره و تداوله عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، و التي تحمل في طياتها عنفا و تحريضا بهدف التفرقة و اشعال فتيل النزاع ، وهو من أخطر أنواع الخطابات لأنه ينتشر بسرعة و يصل لأكبر عدد من الجماهير (صحراوي، 2022، صفحة 09) .

إن خطاب التنافر الفكري يعتبر من أبرز أشكال الكراهية الرقمية ، ذلك لأن المواقع الاجتماعية بأشكالها و بخاصة منصة الفاييسوك ، وجد فيها أصحاب الفكر المتعصب فضاء عموميا افتراضي للنشر و المشاركة الحرة عن مختلف أفكارهم و آرائهم التي هم في الأصل متعصبون لها ، و يرفضون من يخالفهم فيها ، إضافة إلى مشكلة الهوية التي نجدها في هته المواقع فهم يستعينون بأسماء مستعارة و يخفون هوياتهم الحقيقية ، فهي عبارة عن صفحات وهمية لا نعرف من هو مصدرها لكن نجد فيها المنشورات المعادية التي تكون ذات مضامين عنيفة و دونية هذا ما يؤدي للتفرقة و زيادة اشعال نار الفتنة و حدة العداء فكثير من القضايا في مختلف المجتمعات كانت هادئة و بفعل الصفحات الوهمية التي تستغل هته الأرضيات للتعبير عن كرهها و احتقارها تظهر القضية من جديد و تشتعل النزاعات هذا ما يؤدي إلى قيام مختلف جرائم العنف و التمييز (صحراوي، 2022، صفحة 10) .

ومن بين أشكال خطاب الكراهية الإلكتروني نجد :

✓ **خطاب التمييز و العنصرية :** و الذي هو عبارة عن خطاب يقوم على أساس الإختلاف في الدين أو العرق أو الجنس أو اللون أو الإنتماء السياسي (صحراوي، 2022، صفحة 10)

✓ **خطاب التحريض :** معنى التحريض هو زيادة التشجيع نحو القيام بشيء عنيف ضد الجماعات المختلفة أو المعادية، و خطاب التحريض هو الخطاب الذي يشجع على زيادة الكراهية و النبذ



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

و الرفض التام للآخر وهذا ما يؤدي للتفرقة و زيادة العنف و الجرائم المختلفة و يخلف أضرارا جسدية و معنوية (صحراوي، 2022، صفحة 10).

✓ **خطاب الحقد و الدعوة إلى القتل** : وهذا النوع من الخطاب يدعو إلى زيادة التشجيع على أعمال الشغب و القتل و مختلف الجرائم (صحراوي، 2022، صفحة 10) .

✓ **خطاب ينطوي على الشتم و الوصم** : وهو الخطاب الذي يمثل العنف الرمزي ، فالعنف الرمزي هو عنف غير مرئي يهدف لتحطيم النفسيات و تحقير الآخر و التقليل من شأنه فهو عبارة عن خطاب مسيء و جارح يستخدم ألفاظ السخرية و الإستهزاء (صحراوي، 2022، صفحة 10) .

إن خطاب الكراهية و خطاب الكراهية الإلكتروني ووفقا لما قمنا بطرحه هو نفسه لا يختلفان عن بعضهما إلا في نقطتين هما الأولى تتمثل في **الوسيلة** و الثانية **درجة الانتشار** فالخطاب المنشور عبر المنصات الرقمية أشد خطورة نظرا لسرعة تدفق و تداول المعلومات في الفضاءات الافتراضية دون وجود قيود إضافة إلى أن فكلاهما هما عبارة عن خطاب دوني و عنيف سببه الرئيسي هو الإختلاف في العرق أو الجنس أو اللون أو الإنتماء الفكري و السياسي (صحراوي، 2022، صفحة 10) .

12-الكراهية الرقمية السائلة و تدفقاتها عبر الفضاءات الرقمية :

قبل التطرق إلى الحديث عن الكراهية الرقمية في الفضاءات الإتصالية الحديثة ، سنقوم بتقديم شرح حول الكراهية الرقمية السائلة ، إن كلمة السائلة هي ضد الصلبة وهو ما جاء به فكر ما بعد الحداثة و الذي يرى علمائه أن ما بعد الحداثة هو الإنتقال من الصلب و الذي يعني الخاضوع للقيم و العلم و الأعراف و ما إلى ذلك إلى السائل الذي يتصرف بكل حرية دون وجود أي مرجعية أخلاقية أو دينية أو قيمية ، فخطابات الكراهية الرقمية هي في تزايد مستمر لأنها لا تخضع لأي ترسانة قانونية أو مجموعة قيم تحكمها ، وهذا راجع للخدمات التي تقدمها الوسائط الإتصالية الحديثة فهي تتيح خدمة النشر و المشاركة و التفاعل و التعليق الحر لذلك وجدت الكراهية فيها أرضا خصبة لتناميها فالأطراف المتعادلة تستغلها للهجوم ، فهي تقوم بممارسات أكثر تحررا و بأشكال سلسلة سريعة و لا متناهية بالتالي فهي سائلة ، إضافة إلى أن مصادرها غير محددة ، وقد تكون من داخل الوطن أو من خارجه فنجد مثلا العديد من الصفحات المحرصة و العدائية و التي تشعل فتيل الفتنة و الكراهية مسيرها يكون خارج الوطن



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

، كما و أن الكراهية الرقمية هي عبارة عن مثير للقضايا الكامنة ، فهي تنقلها من قضايا هامشية لقضايا متداولة داخل المجتمع ، والتي قد تعود بالضرر على الأفراد . كما و أنها من مصادره (الجمعي، 2021، صفحة 16) .

ولقد ساهمت العديد من العوامل النفسية و السوسيوثقافية في تغذية هذا النوع من الخطابات ، و زيادة تدفقاتها ، حيث يرى زيغوموند باومان أن الكراهية السائلة هي الإنتقال من الإكراه المادي ، كالتجويد و التعذيب الجسدي و الفيزيولوجي و التهميش و الإقصاء الإجتماعي إلى الكراهية التي تمارس عبر الفضاءات الرقمية ، كما سمحت الفضاءات الرقمية باستقطاب الأصوات الغير مسموعة و الجماعات المهمشة في داخل الفضاء الإجتماعي فقد أصبحت عبارة عن متنفس للمكبوتات فقد حفزها الفضاء الإتصالي المفتوح على الظهور و التعبير و نقل الأفكار و الآراء والتي تكون مشحونة بالكراهية بالنبذ و التمييز هذا ما سيؤدي لزيادة التصادم و التفرقة و غياب التجانس الإجتماعي . فهي تستخدم بذلك الدعاية و التظليل و التحريف و الفبركة كوسائل للإقناع و توجيه الرأي و تغييره (الجمعي، 2021، صفحة 16) .

وعليه نستنتج أن :

- ✓ الشبكات الإجتماعية و الفايبروك خاصتا هي عبارة عن فضاءات للممارسة الدعائية ، و زيادة تغذية الكراهية لأن الأطراف المتصارعة وجدت فيها المتنفس الوحيد لإيصال أصواتها .
- ✓ أن الشبكات الإجتماعية هي عبارة عن منصات هجومية لممارسة الكراهية الرقمية السائلة ، و التي لا تخضع لأي ترسانة قانونية فهي بذلك تتجاوز مجموعة القيم التي تضبط المجتمع .
- ✓ أن الكراهية انتقلت من الإكراه المادي للعنف الرمزي و الذي هو عنف غير مرئي يحطم النفسيات .
- ✓ أن الكراهية الرقمية تستغل المنصات الإتصالية لزيادة حدة النزاع و الصراع فالعديد من القضايا التي كانت كامنة في المجتمع قامت هي بإثارتها .
- ✓ أن الكراهية الرقمية تستخدم الدعاية و التظليل و الكذب لكي تتمكن من توجيه الآراء و تغيير الإتجاهات و المهاجمة .



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور

صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

✓ اضافة إلى أن خطاب الكراهية الذي يمارس في الوسائط الإتصالية الحديثة يكون مصدره مجهول ، لأن المواقع الإجتماعية نجد فيها مشكلة اخفاء الهوية ، فالصفحات التي ينشر فيها الدعايات و الهجمات و الأخبار الكاذبة تكون ذات أسماء مستعارة .

13- الفايسبوك و تغذية خطاب الكراهية و استراتيجية التمكين و التحصين في الفضاءات

الإفتراضية :

إن الفايسبوك هو عبارة عن منصة اتصالية قدمت للمستخدمين العديد من الخدمات و المتمثلة في النشر و المشاركة و التعليق و المحادثة ، كما و أنه يقدم خدمة امكانية فتح صفحات تخص موضوعات و مجالات مختلفة ، لذلك أصبح عبارة عن فضاء عمومي افتراضي تتداول فيه مختلف القضايا و الأحداث و الأخبار المحلية و العالمية فهو عبارة عن قوة لها دور و تأثير ، كما و أنه فتح المجال للنشر و التعليق و المشاركة الحرة ، ووسع من مجال حرية التعبير و إبداء الرأي و أوصل الأصوات الغير مسموعة سابقا ، إنه أدى إلى انتقال الظواهر الإجتماعية المختلفة من المجتمع الطبيعي البشري إلى الفضاء الإلكتروني الرقمي ، فهو عبارة عن فضاء موازي للحياة الواقعية تتجلى فيه كل أشكال الحياة الإجتماعية ، و خطاب الكراهية هو من بين الظواهر الإجتماعية الغير السوية التي عرفها الإنسان ، فقد انتقل إلى البيئة الرقمية و أصبح يتم ممارسته عبرها ، بالرغم من أنه كان يمارس سابقا مع الإعلام التقليدي لكن كان من مصدر واحد فقط أي تمارسه جهات إعلامية ، لكن مع ظهور موقع الفايسبوك وجدت الكراهية في موقع الفايسبوك أرضا خصبة لزيادتها و نموها ، و هذا راجع للخدمات التي يقدمها كما نكرنا سابقا النشر الحر و المشاركة الحرة ، إبداء الرأي بكل حرية حرية التعبير ، فهناك من يتعدى هته الحرية و يتجاوز مجموعة القيم و المعايير الضابطة ، فيتم نشر المحتويات المحرصة و المعادية التي تجند الأتباع و تقنعهم بالتطرف و ووجههم للإعتداء على الجماعات المستهدفة ، لقد وجدت فيه الأطراف المتعادية ساحة للصراع و مهاجمة بعضهم البعض ، هذا ما انتج لنا خطاب الكراهية الإلكتروني والكراهية الرقمية ، والتي هي في تزايد مستمر ، ما جعل الفايسبوك أيضا مغذي لخطاب الكراهية و يتم استغلاله لإيصال الأصوات المتعادية هو مشكلة الهوية ، فموقع الفايسبوك نجد فيه العديد من الأسماء المستعارة التي يتم اخفاء الهوية الحقيقية وراءها ، لقد تحول خطاب الكراهية بصفة عامة و الكراهية الرقمية خصوصا إلى ظاهرة مرضية تمس الضمير الجمعي فهي تُوَرِّق المجتمع المدني و تهدد



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

التعايش السلمي ما بين مختلف فئات و طبقات المجتمع ، كما و أن الولايات المتحدة نوهت على خطورة ازدياد خطابات الكراهية عبر المنصات الافتراضية ،بالتالي لجأت إلى وضع استراتيجية عمل بهدف محابة خطابات الكراهية حيث تقول "تعصف بالعالم موجة عارمة مثيرة للقلق من كراهية الأجانب والعنصرية والتعصب بما في ذلك تزايد معاداة السامية وكراهية المسلمين و اضطهاد الأجانب....."القد تضمنت وثيقة الأمم المتحدة ما يلي (الجمعي، 2021، صفحة 16 17) :

- ❖ مراعاة حرية الرأي و التعبير ، فالأمم المتحدة تعزز التواصل لا تقيده ، على اعتبار أن حرية الرأي و التعبير هو الوسيلة الوحيدة لحل مشكلة خطابات الكراهية (الجمعي، 2021، صفحة 17) .
- ❖ تحمل مسؤولية مواجهة خطابات الكراهية تكون على عاتق الجميع من حكومات و مؤسسات و مجتمعات و القطاع الخاص (الجمعي، 2021، صفحة 17) .
- ❖ تعزيز المواطنة الرقمية من خلال دعم الجيل الجديد المستخدم للتكنولوجيا الحديثة ،وذلك من أجل تمكينهم من معرفة خطابات الكراهية التي تواجههم والتي يتم نشرها لكي يتم التمكن من التصدي له . (الجمعي، 2021، صفحة 17)
- ❖ إجراء العديد من الدراسات و البحوث للتمكن من معرفة الأسباب الكامنة وراء تنامي هذه الظاهرة (الجمعي، 2021، صفحة 17).

14-النظريات المفسرة لخطاب الكراهية :

خطاب الكراهية هو عبارة عن خطاب ناتج عن الكراهية و الرفض و التعصب بالتالي فهو عبارة عن متغير من متغيرات العنف ، وهو عبارة عن عنف غير مرئي راجع للعديد من الأسباب وهذا ما قامت النظريات بمحاولة تفسيره

🚩 نظرية الإحباط :

إن الإحباط هو فيما معناه عدم تحقيق الفرد لرغباته ، وكثيرا ما يصاحبه خيبة أمل و حسرة ، وله تأثيرا على الصحة النفسية ، وتعود نظرية الإحباط إلى دولر و ميلر اللذان قاما بدراسة الإحباط و علاقته بالعنف و العدوان ، فالإحباط هو سبب للعدوان و كلما زاد الإحباط زاد العدوان ، وقد توصل هاذان الباحثان للعديد من النتائج و المتمثلة فيما يلي (الطائي، 2020، صفحة 45):



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

✚ أن العنف و العدوان استجابة فطرية للإحباط أي أن العدوان من أحد أهم أسبابه هو الإحباط الذي يتعرض له الفرد ، فكلما أحبط أكثر كانت ردة فعله عدوانية أكثر .

✚ يزداد العدوان لدى الأفراد كلما تكرر الإحباط . (الطائي، 2020، صفحة 45)

✚ إذا منع الإنسان من تحقيق أهدافه الضرورية ستكون له ردود فعل عدوانية مباشرة أو غير مباشرة (الطائي، 2020، صفحة 45).

✚ أن الإحباط هو حالة نفسية تترتب عليها إعاقة السلوك الفردي على تحقيق أهدافه و إشباع حاجاته الأساسية ، أي أن الإحباط هو ناتج عن عجز الفرد للقيام بالسلوكات التي تسمح له بتحقيق أهداف و اشباع رغباته . (الطائي، 2020، صفحة 45)

✚ و أن الإحباط قد يكون راجع لأسباب داخلية أي نفسية أو خارجية وهذا يكون متعلق بالمحيط و البيئة التي يعيش في داخلها الفرد فهو يؤثر و يتأثر بها (الطائي، 2020، صفحة 45) .

وعليه فإن خطاب الكراهية ، هو عبارة عن خطاب يعبر على سلوك عدواني تعود أسبابه للرفض و الإختلاف كما أن الإحباط هو من أحد أهم الأسباب المؤدية لتنامي و زيادة خطاب الكراهية داخل المجتمع ، فهو يعبر بواسطته عن مشاعر الكره التي بداخله والتي تولد نتيجة عدم وصوله لأهدافه و تحقيق رغباته فقد نجد مثلا الشباب محبطون من واقعهم المعاش والذي هو عكس رغباتهم ، بالتالي تصبح سلوكياتهم أكثر عدوانية .

✚ نظرية التعلم الإجتماعي :

يذهب أصحاب هذا الإتجاه إلى أن السلوكات العدوانية و العنيفة هي عبارة عن سلوكات مكتسبة يكتسبها الفرد من بيئته ، عن طريق عملية التنشئة الإجتماعية و التي تعني تحويل الكائن الإنساني إلى كائن اجتماعي ، بالتالي فالبيئة و المحيط الإجتماعي هي من تشكل شخصية الفرد و تتحكم فيها ، فهو يمتص كل أشكال الحياة الإجتماعية و الثقافة السائدة في مجتمعه ، فالفرد هو ابن بيئته ، كل سلوكاته يمكننا أن نفسرها بالرجوع إلى المحيط و المجتمع الذي تنشأ في داخله (الطائي، 2020) .

وعليه نصل إلى أن خطاب الكراهية حسب توجه نظرية التعلم تعود أسبابه للمجتمع و المحيط الذي تنشأ فيه الكاره ، فمثلا في المجتمعات الغربية منذ أن يولد الطفل تدس له أفكار معادية للدين الإسلامي



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

و أن المسلمين هم عبارة عن إرهاب و جماعات مسلحة و غير مسالمة ، فتكبر في داخله الكراهية ضد المسلمين و يقابلهم بالرفض التام و يمارس ضدهم خطابات تدعو لنبذهم و كرههم و التعصب ضدهم (الطائي، 2020، صفحة 45) .



الفصل الثالث : خطاب الكراهية مفهومه، دوافعه، جذور صناعته وكيفية تداوله في البيئة الرقمية

خلاصة :

و في الأخير نصل إلى أن خطاب الكراهية هو عبارة عن خطاب استعلائي و هجومي تحركه العديد من الدوافع كدافع الإنتماء والأقلية والهوية والتمييز العنصري ،وهو خطاب كثيرا ما يتضارب مع حرية التعبير و الرأي، كما و أن ظهوره وبداية صناعته بدأت مع ظهور الحروب النفسية أين تم استبدال الحروب العسكرية بالحروب النفسية لتحطيم النفسيات وتدمير العدو واستهداف العقول وتزييف وعيها فكان خطاب الكراهية من بين أهم الوسائل المغذية للحرب النفسية فهو يتضمن عنفا رمزيا و ألفاظ جارحة ، وله العديد من المخاطر على أمن ووحدة المجتمعات ،كما وأن خطاب الكراهية وجد في وسائل الإعلام فضاءا مناسباً لزيادة انتشاره بدءا بإعلام الكراهية ثم بعد ذلك الإعلام الجديد والذي يستخدم كل من الدعاية و التظليل الإعلامي بهدف زيادة تشويه الآخر وفبركة الحقائق و التدليس لزيادة كسب الدعم للأطراف المتعادية ،فقد وجد في الشبكات الإجتماعية بصفة عامة و الفايسبوك خاصتا حرية أكثر هذا ما أنتج لنا ما يعرف بالكراهية الرقمية و الكراهية السائلة وزيادة الحرائق الرقمية .

الفصل الرابع:

الإجراءات المنهجية للدراسة

تمهيد

1. مجالات الدراسة (المكاني، الزماني، الموضوعي، البشري)
2. منهج الدراسة
3. مجتمع وعينة الدراسة
4. أدوات جمع البيانات (أداة تحليل المضمون (صدقها، ثباتها) الاستبيان (صدقها، ثباته)

خلاصة الفصل

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

تمهيد:

بعد الإنتهاء من بناء نموذج التحليل ،وتحديد أبعاد و أهداف الدراسة وضبط المفاهيم ،وعرض التراث النظري لمتغيري الدراسة ،نمر إلى مرحلة جد مهمة في دراستنا وهي مرحلة الدراسة الميدانية ذلك لأن الدراسة تنقسم لشقين شق نظري وشق ميداني والتي من خلالها نقوم بقياس تساؤلات الدراسة ومحاولة تحقيق الأهداف التي تسعى إليها الدراسة ،فمن خلال هذا الفصل سنحاول عرض مختلف الإجراءات المنهجية التي اتبعناها للوصول للنتائج النهائية .

1-مجالات الدراسة :

وتنقسم مجالات الدراسة إلى ثلاثة مجالات و المتمثلة فيما يلي :

1-1 المجال المكاني :

إنه في حديثنا عن المجال المكاني يجب أن نتكلم أولاً على أهمية المجال وعلاقته بمختلف الظواهر ، حيث يذهب علماء الاجتماع بالقول إلى أن الإنسان ابن بيئته حيث أنه عضو فاعل فيها وتؤثر فيه بطريقة مباشرة إذا فالبيئة تتحكم في سلوكيات و أفعال الفرد فمنها يكتسب عاداته و ثقافته وتتشكل شخصيته ضمنها لذلك يجب على الباحث أثناء القيام بدراسته أن يحدد البيئة او المكان الذي يجري فيه دراسته (بلخيري، 2020، صفحة 202).

ويقصد بالمجال المكاني ،الحيز الذي سيجري فيه الباحث موضوع دراسته أو المكان الجغرافي للدراسة الميدانية ، حيث يقوم الباحث في تحديده للمجال المكاني بتحديد حدوده الجغرافية أو الطبوغرافية ، لكي يتمكن أي شخص من التعرف على هذا المكان و التعرف على خصائصه (بلخيري، 2020، صفحة 202).

و قد قمنا بإجراء دراستنا الحالية بجامعة محمد خيضر بسكرة والتي تطورت عبر عدة مراحل بدءا بالمرحلة الأولى ما بين (1984-1992) في المعاهد الوطنية والتي جمعت كل من المعهد الوطني للري ،المعهد الوطني للهندسة المعمارية و المعهد الوطني للكهرباء التقنية والتي كانت مستقلة إداريا و بيداغوجيا وماليا ثم بعد ذلك تحولت هذه المعاهد إلى جامعة حسب المرسوم رقم 295-92 المؤرخ في 1992/07/07 ، ثم بعد ذلك جاء مرسوم آخر عام 1998 و الذي بمقتضاه تحول المركز الجامعي إلى جامعة تضم 07 معاهد ، ثم تطورت بعد ذلك الجامعة ففي 2004 ضمت الجامعة 04 كليات ، و في 2009 بعد صدور القرار للمرسوم التنفيذي تقرعت كل من كلية العلوم و كلية علوم المهندس ، وكلية

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

الأداب و العلوم الإجتماعية والإنسانية ، لتصبح الكلية تتكون من ست (06) كليات (بسكرة، 2023، صفحة 02) .

أما في مجال البحث العلمي صنفت الجامعة في العديد من السنوات بمراتب عليا حسب times higher education world و حسب قاعدة بيانات (بسكرة، 2023، صفحة 03)scopus.

الهيكل البيداغوجية :

تبلغ مساحة جامعة محمد خيضر بسكرة 126.523 و تتكون من ثلاث مجتمعات .

المجمع الأول :

يحتوي المجمع الأول على إدارة الجامعة و مختلف المصالح ويتكون من كلية العلوم الدقيقة و علوم الطبيعة والحياة ،كلية العلوم و التكنولوجيا ،كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير كلية الآداب و اللغات ،معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية و الرياضية (بسكرة، 2023، صفحة 12) .

المجمع الثاني :

يحتوي على كلية علوم الإنسانية والإجتماعية وكلية الحقوق و العلوم السياسية وكلية العلوم و التكنولوجيا ،بقدره استيعاب تقدر ب 12000 مقعد بيداغوجي ، ويحتوي على 600 مقعد (بسكرة، 2023، صفحة 12) .

المجمع الثالث :

موقعه في حي الحاجب والذي يضم قسم علوم الطبيعة و الحياة بألفان مقعد بيداغوجي إضافة لعيادة بيطرية (بسكرة، 2023، صفحة 12).

لقد قمنا بإجراء دراستنا بالضبط في كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، والتي تتشكل من قسمين هما قسم العلوم الإنسانية و قسم العلوم الاجتماعية و تضم هذه الأقسام حوالي 5389 طالب في عدة ميادين

وتمنح 12 شهادات في الليسانس و 15 شهادات في الماستر .

موقع الويب للجامعة : <http://univ-biskra.dz/index.php/ar>

البريد الإلكتروني للجامعة : webmaster@univ-biskra.dz

واختيار الجامعة لم يكن اعتباطا بل كان لعدة أسباب :

•سهولة الوصول للعينة و سهولة القيام بالدراسة الميدانية .

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

- على اعتبار أن موضوع دراستنا يتطلب مستوى مرتفع من الوعي و الفهم للتمكن من الإجابة على أداة الدراسة و فهمه فهما جيدا .
- إمكانية قياس أبعاد متغير الفاييبوك و خطاب الكراهية في الجامعة ،وتبين لنا ذلك بعد قيامنا بالدراسة الإستطلاعية .
- على اعتبار أن الشباب هو الفاعل الأساسي للجامعة ، والذي تنشأ على التكنولوجيا الحديثة و أهم متغيراتها حيث أنها أصبحت جزء لا يتجزأ من يومياته .

2-1 المجال الزمني :

ونعني بالمجال الزمني الوقت الذي استغرقه الباحث للقيام بدراسته ،أي منذ بداية مرحلة القطيعة إلى مرحلة المعاينة و تحليل النتائج ،كما عرف بأنه الفترة الزمنية التي أجريت الدراسة خلالها بدءا بمرحلة الإحساس بالمشكلة ثم جمع البيانات و المعلومات والتراث النظري الذي كتب حولها ،ثم اختيار ميدان الدراسة وصياغة الفرضيات و اختبارها وصولا لتحليل النتائج (بلخيري، 2020، صفحة 201) .

إن البحث السوسولوجي هو عبارة عن بحث كلي متكامل يتكون من مجموعة من الأجزاء المترابطة و المنظمة و المكتملة لبعضها البعض ،بحيث لا يمكننا فصلها عن بعضها البعض لذلك يتم وضع الحدود الزمنية وفقا لم طرحه سابقا (بلخيري، 2020، صفحة 201) .

لقد بدأت الحدود الزمانية لموضوع دراستنا منذ بداية اختيار موضوع الدراسة وذلك في 2021/04/24 ،حيث بدأنا في المرحلة الأولى وهي مرحلة القطيعة و التي ضمت ضبط سؤال الإنطلاق ،ثم بعد ذلك شبكة القراءة والتي تعني جمع المادة العلمية ومختلف المراجع و التراث النظري الذي كتب حول متغيرات الدراسة ،وذلك للتمكن من الإبتعاد من المعرفة الساذجة التي لدى عامة الناس إلى المعرفة العلمية الدقيقة و الصحيحة و التي تمكننا من التحكم في موضوع دراستنا الحالي وكذلك التمكن من ضبطه و الوصول لمرحلة القطيعة ، لقد قمنا بتتبع طريقة معينة في القراءة فقد اخترنا بعناية أهم المراجع التي تمكننا من فهم و استيعاب موضوع البحث و استخراج الفائدة ،وبعد أن انتهينا من مرحلة القراءة انتقلنا لمرحلة القطيعة والتي فيها قمنا ببناء الإشكالية وحددنا مسار الدراسة و قمنا بضبطها وضبط عن ماذا نبحث وتوصلنا لضبط أهداف الدراسة ، وبعد مرحلة القراءة انتقلنا إلى مرحلة بناء نموذج التحليل أين قمنا بالتحليل المفهومي و ضبط تساؤلات الدراسة وذلك بعد تفكيك المتغيرات لأبعاد قابلة للقياس ، ثم بعد ذلك قمنا ببناء الفصول النظرية بحيث قسمناها لفصلين فصل حول متغير "الفايبوك" والذي عرضنا فيه

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

التطور التاريخي للشبكات الإجتماعية أولا و أنواعها و تصنيفاتها ثم بعد ذلك تطرقنا للفايسبوك و تطوره التاريخي و عرضنا وظيفته الإتصالية و دوافع استخدامه و سلبياته و إيجابياته أما الفصل الثاني كان حول متغير "خطاب الكراهية" فقد عرضنا في هذا الفصل تعريف خطاب الكراهية و جذور صناعته و مخاطره كما تطرقنا لإعلام الكراهية ثم تحدثنا عن ممارسة الكراهية في البيئة الرقمية ، و الكراهية الرقمية و قمنا بتحليل العلاقة ما بين استخدام الفاييسبوك و تغذية خطاب الكراهية ، و بعد الإنتهاء من الجانب النظري قمنا بالنزول للميدان لتطبيق الدراسة ، حيث قمنا أولا ببناء استمارة تحليل المضمون بعد الدراسات الإستطلاعية التي قمنا بها في العديد من الصفحات و اعتمدنا على صفحة واحدة و المتمثلة في صفحة "مدرسة الوعي dz" ، لأنها تتوفر على خصائص الدراسة و تمكننا من تحليل المضمون وفق متغيرنا ، ثم بعد ذلك قمنا بوضع التعريفات الإجرائية و بداية التحليل الكمي من خلال حساب التكرارات و النسب المؤوية ثم الكيفي وذلك بتحليل أبعاد كل فئة ، و بعد الدراسة التحليلية انتقلنا للدراسة الميدانية بعد أن قمنا ببناء الإستبيان و اخيار عينة الدراسة و التي كانت مناسبة تماما للتمكن من قياس متغير الكراهية و الفاييسبوك ، و تم توزيع الإستمارة بداية من 2023/05/05. و استرجعناها كلها وذلك يوم 2023/07/07.

أما عن فترة اكتمال هذه الدراسة فقد استمرت إلى غاية كتابة التقرير النهائي للبحث ، و إعداده بطريقة منظمة و ممنهجة وذلك يوم : 2024/05/04

1-3- الحدود الموضوعية :

ركزت دراستنا على الفاييسبوك و تغذية خطاب الكراهية لدى الطلبة الجامعيين ، حيث تمثل المتغير المستقل في "الفايسبوك" أما المتغير التابع هو "خطاب الكراهية" ، و كما هو متعارف عليه أن المتغير المستقل و التابع هناك علاقة ارتباطية و تأثيرية بينهما ، و المتغير المستقل يدخل على المتغير التابع فيغير فيه ، لذلك فمتغير الفاييسبوك هو المتغير الذي دخل على خطاب الكراهية فجعله أكثر استفحالا و انتشارا لأنه يمثل الإعلام الجديد التفاعلي و الفضاء العمومي الحر الذي يتحاور و يتناقش فيه مختلف المستخدمين بكل حرية دون وجود رقابة .

1-4- المجال البشري :

إن الحدود البشرية تعني الأفراد اللذين سيقوم الباحث بإجراء دراسته عليهم و يتحدد المجال البشري أثناء تحديد الحدود المكانية لأنهم هم من يمثلون هذا المكان ، كما و يقوم الباحث بالتعرف على

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

خصائصهم ومميزاتهم ، أي جمع كل المعلومات حولهم حيث يصبحون بعد ذلك بالنسبة له "مجتمع معلوم" و ذلك للتمكن فيما بعد ذلك من تصميم العينة (بلاخيري، 2020، صفحة 203). وفي دراستنا هذه تم تطبيق أدوات الدراسة على عينة من الطلبة الجامعيين بجامعة محمد خيضر بسكرة ،بكلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية .

2- منهج الدراسة:

إن كل علم يجب أن يرتكز على ثلاثة عناصر أساسية ، وإحدى أهم هذه الخصائص نجد المنهجية ، والتي تلعب دورا مهما فهي من تقوم بتنظيم و ضبط مجموعة المعارف و المعلومات التي تخص كل علم ، إذا فالمنهجية هي عبارة عن مصطلح حديث النشأة تم تداوله في الدراسات العليا ، وهي الطريقة التي يتبعها الباحث منذ بداية دراسته وملاحظته للمشكلة وصولا للنتائج المتوصل إليها ، فالمنهجية هي عبارة عن مجموعة من الخطوات المرتبة و المضبوطة و التي يجب على الباحث إتباعها للتمكن من تحقيق أهداف دراسته و لضمان الوصول للنتائج الصحيحة و الدقيقة ، إنها تهدف إلى تلقين الطالب و الباحث البحث العلمي وتنمية الروح العلمية فيه ، كما وأنها تسهل له عملية البحث وتجنبه الوقوع في الخطأ (العسكري، 2004، صفحة 10)

وبما أن المنهجية هي عبارة عن مجموعة من الخطوات العلمية المضبوطة و الممنهجة فإن المنهج هو أحد أهم الخطوات الأساسية التي يجب أن يمر بها الباحث ،وهناك الكثير من يخطئ ما بين المنهج و المنهجية ومن ما تم طرحه نستنتج أن المنهجية هي أعم من المنهج ،فاختيار المنهج هو جزء من المنهجية المنهجية هي الكل أم المنهج هو جزء ،إن المنهج هو فرع من المنطق وهو من يعطي الصبغة العلمية لكل علم ،فعلم المنهج هو بمثابة الجنس الذي تندرج تحته المناهج النوعية للعلوم الخاصة (العسكري، 2004، صفحة 03) ، لقد تم الجمع ما بين المنهج و البحث العلمي في عصر الحداثة حيث قام مجموعة من الفلاسفة بذلك ومن بينهم "فرانسيس بيكون" ، أما بالنسبة للتتظير في العلاقة ما بين المنهج العلمي و البحث العلمي فقد بدأت مع "روني ديكارت" في كتابه "خطاب المنهج" (تمار، 2019، صفحة 33).

ويمكن تعريف المنهج بأنه مجموعة الطرق و الأدوات التي يجب على الباحث اتباعها في أي بحث علمي يقوم به أو أي دراسة ميدانية يحاول للوصول إلى نتائج من خلالها . (تمار، 2019، صفحة 32)

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

يعرفه المعجم الفلسفي بأنه : " وسيلة محددة توصل إلى غاية معينة " ، وهو أيضا الترتيب الصحيح لمجموعة العمليات العقلية من أجل الكشف عن الحقيقة .

وهو عبارة عن تحليل منظم و دقيق و استراتيجي مرتبة وواضحة للعمليات العقلية و التجريبية ، والتي تنظم وتضبط البحث العلمي و توجهه (العسكري، 2004، صفحة 01) .

وعليه نصل إلى أن المنهج هو عبارة عن نسق ضروري في أي علم وهو بمثابة التوجه الذي يتميز بمجموعة من الخطوات و الأدوات والتي تختلف من منهج إلى آخر ، كما أن المنهج واختياره يحدده موضوع الدراسة ، فكل دراسة المنهج الملائم في تنظيمها و تحليلها وفهمها و تفسيرها ، وفي دراستنا الحالية اعتمدنا على المنهج الوصفي نظرا لتلائمه مع موضوع دراستنا فالمنهج الوصفي وهو عبارة عن منهج يتم الإعتماد عليه كثيرا في البحوث والدراسات في العلوم الإنسانية لأنه يحلل الظواهر في وقتها الحالي و يصفها كما هي في الواقع والعلوم الإنسانية بطبيعتها تسعى لفهم الإنسان ووصف مختلف الظواهر الإجتماعية السوية والغير سوية و البحث في أسبابها لذلك فهو ملائم لها (المشهادي، 2019، صفحة 125) ، وهو المنهج الذي يقوم بدراسة وفهم الظاهرة كما هي عليه في الواقع ويقوم بوصفها وصفا دقيقا وواضحا و يعبر عنها كما و كيفا ، التعبير الكمي يحلل الظاهرة ويعرفها ويعطي خصائصها و أسبابها و تطورها ، أما التعبير الكيفي فيخص قياس الظاهرة و فهمها إحصائيا (المشهادي، 2019، صفحة 126) .

إن طبيعة موضوع دراستنا هو من حدد لنا المنهج الوصفي ، فخطاب الكراهية هو عبارة عن ظاهرة أنية الحدوث وزادت في مختلف المجتمعات ، خاصة في ظل التحولات الحاصلة في عصرنا الحالي وزيادة الصراعات و النزاعات السياسية و الإجتماعية وتعدد الهويات و التوجهات داخل المجتمع الواحد ، إضافة إلى أن الفايسبوك هو من بين أكثر الشبكات المستخدمة و التي تجذب أكبر عدد من الجماهير فقد أصبح عبارة عن بناء وجب التسليم به ، لذلك فتبنينا لهذا المنهج كان وفق طبيعة الموضوع و أهداف الدراسة كما وأن أدواته ساعدتنا في الوصول إلى تحليل ووصف وتفسير هذه الدراسة حيث مكنتنا الإستبيان من الإقتراب من الجمهور وقياس الغرس أي غرس الكراهية من خلال استخدام موقع الفايسبوك وكيف أنه يشكل التصورات و الصور الذهنية للمستخدمين كما أن أداة تحليل المضمون ساعدتنا على تحليل وقرب لنا الصورة حول كيفية تداول خطاب الكراهية في الفضاءات الرقمية . كما و أنه يتم الإعتماد على

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

الوصف لأننا بحثنا في أسباب وجود ظاهرة خطاب الكراهية وحاولنا تشخيصها والكشف عن مختلف جوانبها كما وأنه ساعدنا في كشف العلاقة ما بين متغيري الدراسة من خلال قياس الارتباط .

3-مجتمع الدراسة وعينة الدراسة:

3-1مجتمع البحث :

يقصد بمجتمع البحث ، المجتمع الذي سيقوم الباحث بإجراء دراسته الميدانية عليه ،وذلك بعد قيامه بالدراسات الإستطلاعية و التأكد من أنه مجتمع مناسب ويمكن قياس المتغيرات عليه ، يسميه البعض "المجتمع الإحصائي" وهناك من يطلق عليه "المجتمع الأصلي" ،وهو المجتمع الذي يأخذ منه الباحث عينة دراسته وهو يمثل نقطة البحث و الإهتمام في الدراسة ،وهو المجتمع الذي يتميز بمجموعة من الخصائص و الصفات والتي تكون مناسبة تماما للدراسة التي سيتم إجرائها (بوعلاق، 2009، صفحة 15) .

أولاً: الإستبيان

وقد تمثل مجتمع الدراسة في بحثنا الحالي في الطلبة الجامعيين المنتسبين "الجامعة محمد خيضر بسكرة"

بكلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية ،والذين يدرسون إما علوم إجتماعية أو علوم إنسانية لأن الكلية تحتوي على قسمين هما قسم العلوم الإجتماعية و قسم العلوم الإنسانية على اختلاف التخصصات في كلا القسمين ،حيث بلغ عدد مجتمع بحثنا 5393 طالب .

ثانياً:تحليل المضمون

إن مجتمع البحث في تحليل المضمون هو المجال الذي سنجري فيه دراستنا أو هو المجال الذي سنقوم بإجراء التحليل عليه والذي يتمثل في مقالات ،أو تقارير ،مقابلات ،محتوى سمعي ،محتوى سمعي بصري ،صفحات تم إنشائها في مختلف الشبكات الإجتماعية (فايسبوك ،انستقرام ،تويتر) (تمار، أصول تحليل المضمون وتقنياته، 2017، صفحة 76) وفي دراستنا الحالية ينحصر مجتمع البحث في الفاييسبوك ،على اعتباره المتغير الأساسي في الدراسة فبحثنا يركز على ممارسة خطاب الكراهية عبر موقع الفاييسبوك على اعتباره فضاء عمومي اتصالي وتحويري انهارت حراس البوابة بظهوره لذلك وجدت فيه الكراهية مكانا مناسباً لتناميها وللتعبير بكل حرية دون وجود قيود وقيم وقوانين ضابطة كما وأنه أصبح فضاء افتراضي يتبلور فيه الرأي العام الجماهيري وتتشكل فيه مختلف الآراء والأفكار ،بالتالي

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

مجتمع بحثنا هو مختلف الصفحات الفيسبوكية التي تنشط وتنتشر بصفة يومية ولها أعداد كبيرة من المتابعين وتهتم بمختلف القضايا الحساسة في المجتمع والتي قد تؤدي لصراعات وخلافات بمجرد الحديث عليها وتداولها في الوسط الاجتماعي .

3-2 عينة الدراسة :

أولاً: الإستبيان

إن عينة الدراسة تعني الجزء الممثل لمجتمع البحث ،ويتم الإعتماد على العينة إذا ما كان مجتمع البحث كبير ،فهي تمثل الجزء من الكل لكن بشرط أن يكون الجزء ممثلاً تمثيلاً جيداً للكل ويتم اختيارها بهدف تعميم النتائج التي يتوصل إليها الباحث كما أن العينة يعتمد عليها الباحث بسبب كبر حجم البحث وعدم قدرته للوصول لكل الأفراد الممثلين (بوعلاق، 2009، صفحة 15).

كما عرفت بأنها اختيار جزء من مجتمع الدراسة مع أن يكون ممثل لكل عناصر مجتمع البحث ،يتم اختيارها وفق طريقة معينة وتختلف من نوع إلى آخر ،كما وأن بعد الوصول للنتائج والتي أجريت على عينة يتم تعميم النتائج على مجتمع البحث ككل لذلك يشترط أن تكون العينة ممثلة (عبيدات، أبو نصار، و عقلة، 1999، صفحة 84).

3-2-1 نوع العينة :

إن اختيار نوع العينة متوقف على موضوع الدراسة والأهداف التي يسعى إلى تحقيقها ،ونوع مجتمع البحث ،وفي دراستنا الحالية اعتمدنا على العينة العشوائية الطبقية ،فنحن في النوع الأول من العينات "العينات العشوائية" والتي تتميز بأنها تعطي فرصة لكل مفردة بأن تكون ممثلة ،ويكون الإختيار وفق مبدأ العشوائية لأن كل أفراد مجتمع البحث يمكن أن يمثل أفراد المجتمع .

وتم الإعتماد في دراستنا على "العينة العشوائية الطبقية" والتي تعرف بأنها أكثر كفاءة من العينة البسيطة ،ويتم تبنيها عندما يريد الباحث أن يدرس كل خصائص الطبقات المشكلة لمجتمع البحث على اختلافها ،كما ويلجأ إليها الباحث في حالة ما إذا كانت المجتمعات البحثية كبيرة ومقسمة لأجزاء مختلفة . (رزقي و شيقارة، 2017، صفحة 284)

حيث قمنا بالإعتماد على العينة الطبقية في دراستنا لأن مجتمع بحثنا كبير ومتجانس ،مكون من مجموعة من الطبقات و المقسمة حسب السنوات الدراسية الطبقة الأولى تمثلت في السنة الأولى جذع مشترك علوم إنسانية و إجتماعية ، الطبقة الثانية السنة الثانية على اختلاف التخصصات في السنة

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

الثانية في كل من العلوم الإجتماعية و الإنسانية ،الطبقة الثالثة تمثل السنة الثالثة ليسانس ،أما الطبقة الرابعة تمثل طلبة الماستر السنة الأولى و السنة الثانية .

3-2-2 مبررات اختيار العينة :

لقد قمنا بالإعتماد على العينة الطبقية وفقا لعدة أسباب والمتمثلة فيما يلي :

•كبر عدد مجتمع البحث والذي قدر ب5393 مفردة.

•على اعتبار أن كل طلبة كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية يمكنهم فهم متغير خطاب الكراهية وفهم مختلف أبعاده نظرا لقربه لتخصصاتهم فهو متغير يمكن دراسته من عدة زوايا ومن وجهة نظر كل التخصصات .

•لأن الطلبة هم الفئة الأكثر استخداما للشبكات الإجتماعية فهي عبارة عن متغير أساسي من متغيرات عصرهم وجيلهم والتي يتميزون بها عن غيرهم من الأجيال .

•لأن الطلبة الجامعيين هم الفئة الأكثر تأثيرا في المجتمع ويمثلون أهم نسق فهم الطبقة الأكثر وعيا .

•كما وأن الطالب هو من يمثل العجلة التي تسير نحو نمو المجتمعات وتقدمها .

3-2-3 حساب العينة :

لكي نقوم بحساب حجم العينة ، ونحدد حجم كل طبقة من الطبقات يجب أن نقوم بالتالي :

أولا : حساب حجم العينة وفق معادلة **ستيفن ثامبسون** و جاءت كالتالي :

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

15:13 Terminé

Sheet1 Sheet2 Sheet3

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S

2 5393 ادخل حجم المجتمع N في الخلية المقابلة

7 358,676851 = حجم العينة: إذا

11 0,05 1,96 3,8416

12 0,0025 0,5

15
$$n = \frac{N \times p(1 - p)}{[(N - 1 \times (d^2 + z^2)) + p(1 - p)]}$$

16 معادلة ستيفن ثامبسون

20 N حجم المجتمع

21 z الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى الدلالة 0.95 وتساوي 1.96

22 d نسبة الخطأ وتساوي 0.05

23 p نسبة توفر الخاصية والمحايدة = 0.50

Fusionner Renvoyer à la ligne automatiquement

الشكل رقم (11): يمثل عينة الدراسة باستخدام معادلة ستيفن ثامبسون

بعد إدخال حجم المجتمع الأصلي وتطبيق المعادلة بلغ عدد العينة من مجتمع البحث ككل ب 358 مفردة .

N: حجم المجتمع .

Z : الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى الدلالة 0.95 وتساوي 1.96.

d: نسبة الخطأ وتساوي 0.05.

P:نسبة توفر الخاصية و المحايدة = 0.50 .

وبعد تطبيق المعادلة واستخراج حجم العينة سنقوم بتطبيق المعادلة الثلاثية لاستخراج حجم العينة من كل طبقة وكانت كالتالي :

$$5393 \times \frac{358}{1200}$$

تطبيق المعادلة على طبقة طلبة السنة الأولى جذع مشترك علوم إنسانية و إجتماعية و اللذين بلغ عددهم 1200 طالب و بعد القيام بالمعادلة بلغ حجم العينة "79 مفردة" .

$$\frac{1200 \times 5393}{5393} = 79$$

وتم اعتماد نفس الطريقة في باقي الطبقات .

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

✓ السنة الثانية بلغ حجم العينة : 83.

✓ السنة الثالثة : 70

✓ الماستر : 119

ثانيا : تحليل المضمون

بما أن مجتمع البحث كبير جدا ووحداته أعدادها كبيرة، حيث تتعدد الصفحات الفيسبوكية لأنه يقدم خدمة إنشاء الصفحات والنشر فيها بكل حرية نجد العديد من الصفحات التي تم إنشاؤها بهدف إثارة العديد من القضايا الحساسة والتي تثير الرأي العام الجماهيري وبعد قيامنا بالدراسة الاستطلاعية على مختلف هذه الصفحات تحصلنا على صفحة وتم أخذها كعينة تجرى حولها الدراسة ، والمتمثلة في **صفحة مدرسة الوعي dz** وهي عبارة عن صفحة نشطة تنشر بصفة دورية ولها أعداد كبيرة من المتابعين بلغ عددهم

k22، كما وأنها تركز على قضية جد حساسة في داخل المجتمع الجزائري والتي يثار الجدل حولها منذ استقلال الجزائر، والمتمثلة في قضية الإنتماء لأرض الجزائر ما بين العرب والبربر، حيث تركز منشورات الصفحة على الحديث عن ما يقوم به هذه الأطراف المتصارعة ضد بعضهم فهي تغذي الكراهية كما وأنها تتحاز لفئة على حساب أخرى لذلك كثيرا ما نجد مختلف المنشورات مظلمة وكاذبة وتهدف للتشويه .

كما وتم تحديد عينة الدراسة من الصفحة بحيث كان نوع العينة ،العينة القصدية والتي يختارها الباحث بشكل مقصود وبطريقة يرى أنها تتلائم مع موضوع دراسته ، حيث تم تحديد تاريخ المنشور الأول من 21ديسمبر 2021 إلى غاية ماي 2023 وبلغ عدد المنشورات 67 منشور وتم اختيار هذه المنشورات لأنها منشورات تحتوي على قضايا مختلفة كالتاريخ والهوية الثقافية والدين إضافة إلى انها منشورات تحتوي على عنف رمزي وصور تعبيرية وفيديوهات مفبركة .

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

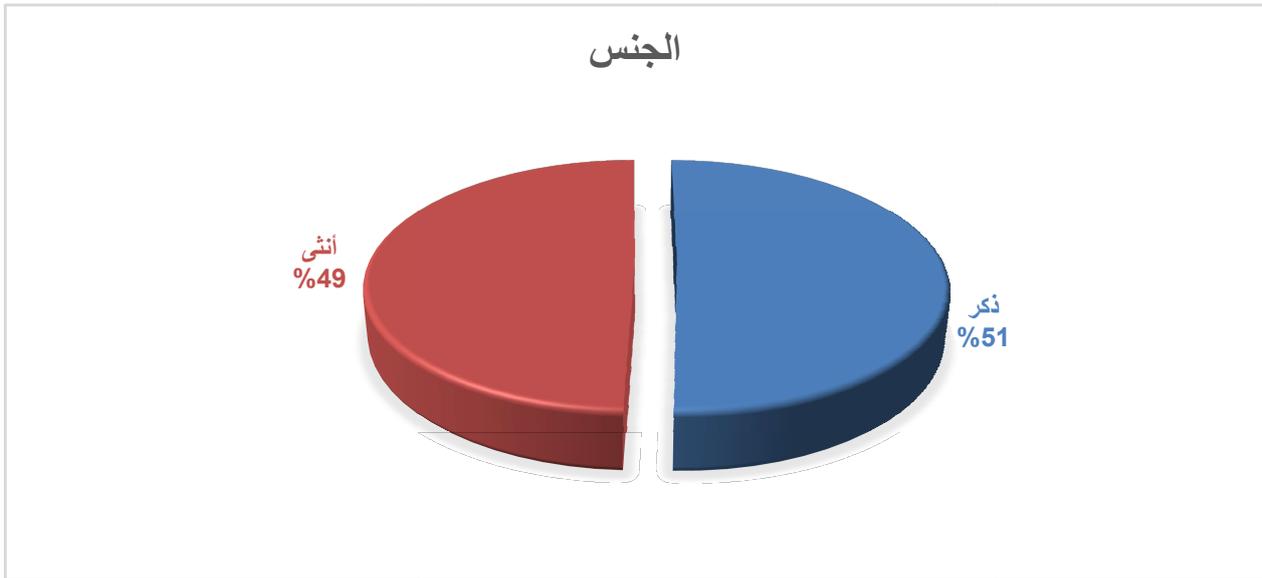
3-2-4 خصائص عينة الدراسة :

خصائص العينة من حيث الجنس:

| النسبة المئوية | التكرارات | الجنس |
|----------------|-----------|---------|
| 50,6% | 177 | ذكر |
| 49,4% | 173 | أنثى |
| 100% | 350 | المجموع |

الجدول رقم (01) يوضح خصائص العينة من حيث الجنس

من خلال الجدول رقم () تبين أن معظم أفراد العينة كانوا ذكورا بنسبة مئوية قدرها: 50,6% ، في حين بلغت نسبة الاناث ب: 49,4% .



الشكل رقم (12) يمثل خصائص العينة من حيث الجنس

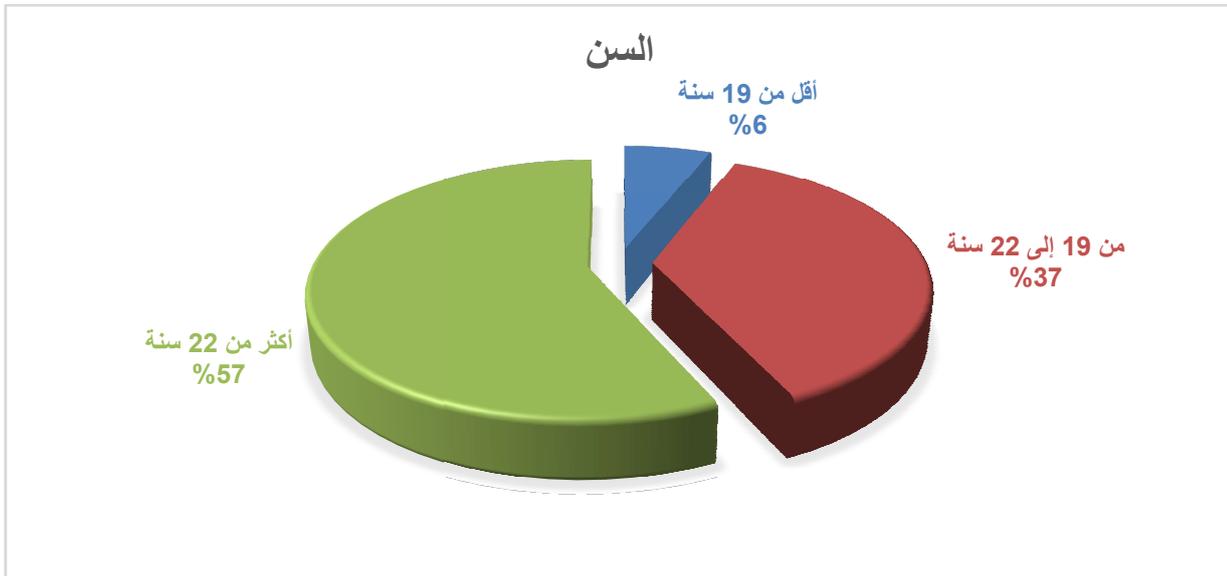
الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

خصائص العينة من حيث السن:

| النسبة المئوية | التكرارات | السن |
|----------------|-----------|------------------|
| 6% | 21 | أقل من 19 سنة |
| 37,1% | 130 | من 19 إلى 22 سنة |
| 56,9% | 199 | أكثر من 22 سنة |
| 100% | 350 | المجموع |

الجدول رقم (02) يوضح خصائص العينة من حيث السن

من خلال الجدول رقم () تبين أن معظم أفراد العينة كانوا يبلغون من السن أكثر من 22 سنة بـ: 56,9%، في حين بلغت نسبة الذين يبلغون السنمن 19 إلى 22 سنة بـ: 37,1%، أما الذين يبلغون السن أقل من 19 سنة بنسبة مئوية قدرها: 6%.



الشكل رقم (13) يمثل خصائص العينة من حيث السن

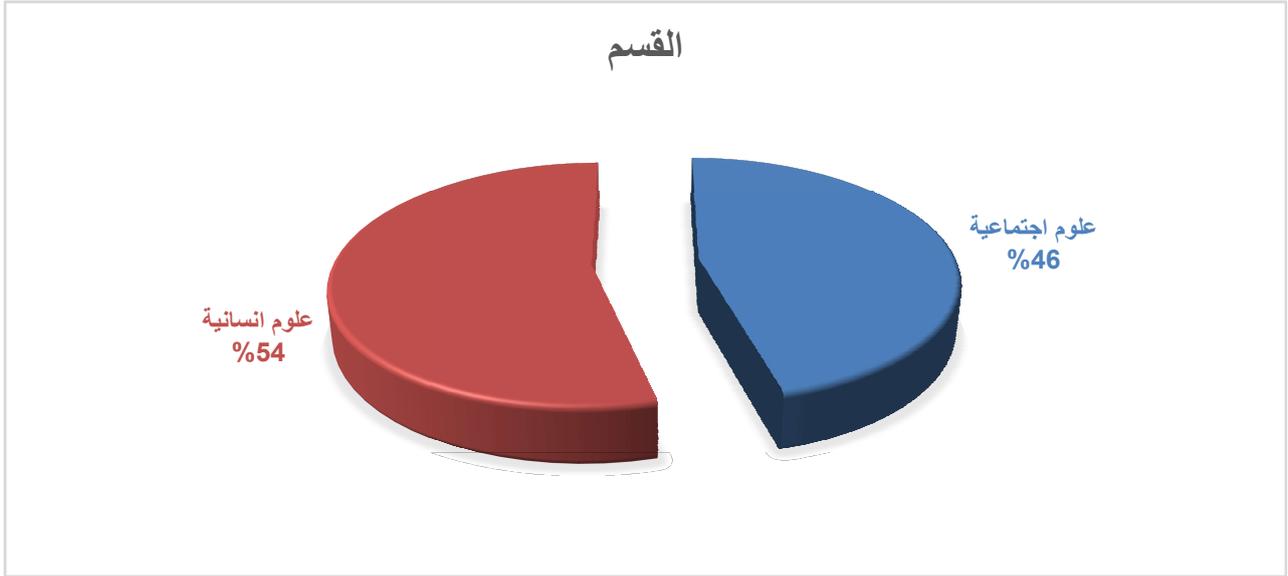
الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

خصائص العينة من حيث القسم:

| القسم | التكرارات | النسبة المئوية |
|---------------|-----------|----------------|
| علوم اجتماعية | 161 | %46 |
| علوم انسانية | 189 | %54 |
| المجموع | 350 | %100 |

الجدول رقم (03) يوضح خصائص العينة من حيث القسم

من خلال الجدول رقم () تبين أن معظم أفراد العينة كانوا ينتمون إلى قسم العلوم الإنسانية بنسبة مئوية قدرها: %54، أما الذين ينتمون إلى قسم العلوم الاجتماعية فقد قدرت نسبتهم ب: %46.



الشكل رقم (14) يمثل خصائص العينة من حيث القسم

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

خصائص العينة من حيث التخصص:

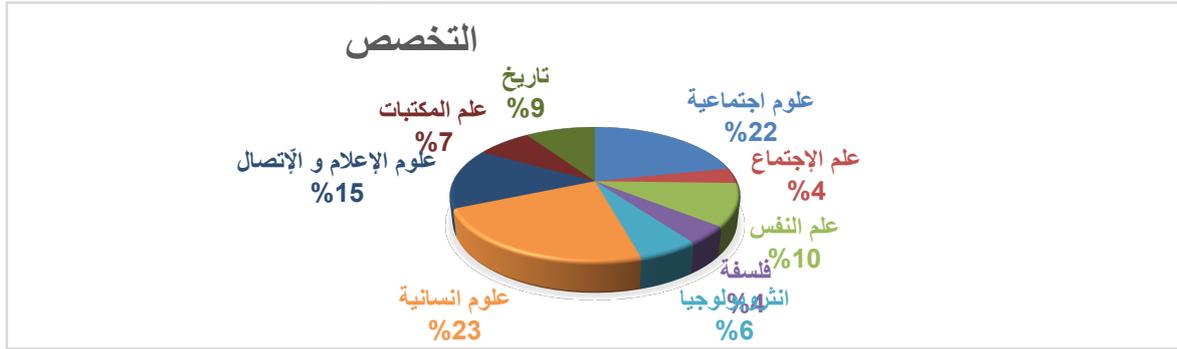
| التخصص | التكرارات | النسبة المئوية |
|-----------------------|-----------|----------------|
| علوم اجتماعية | 76 | 21,7% |
| علم الاجتماع | 13 | 3,7% |
| علم النفس | 36 | 10,3% |
| فلسفة | 15 | 4,3% |
| انثروبولوجيا | 20 | 5,7% |
| علوم انسانية | 80 | 22,9% |
| علوم الإعلام والاتصال | 51 | 14,6% |
| علم المكتبات | 26 | 7,4% |
| تاريخ | 33 | 9,4% |
| المجموع | 350 | 100% |

الجدول رقم (04) يوضح خصائص العينة من حيث التخصص

من خلال الجدول رقم () تبين أن أغلبية أفراد العينة كانوا يتوزعون على التخصصات التالية بالترتيب التالي:

علوم إنسانية 22,9%، علوم اجتماعية 21,7%، علوم الإعلام والاتصال 14,6%، علم النفس 10,3%، تاريخ 9,4%، علم المكتبات 7,4%، انثروبولوجيا 5,7%، فلسفة 4,3%، علم الاجتماع 3,7%.

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة



الشكل رقم (15) يمثل خصائص العينة من حيث التخصص

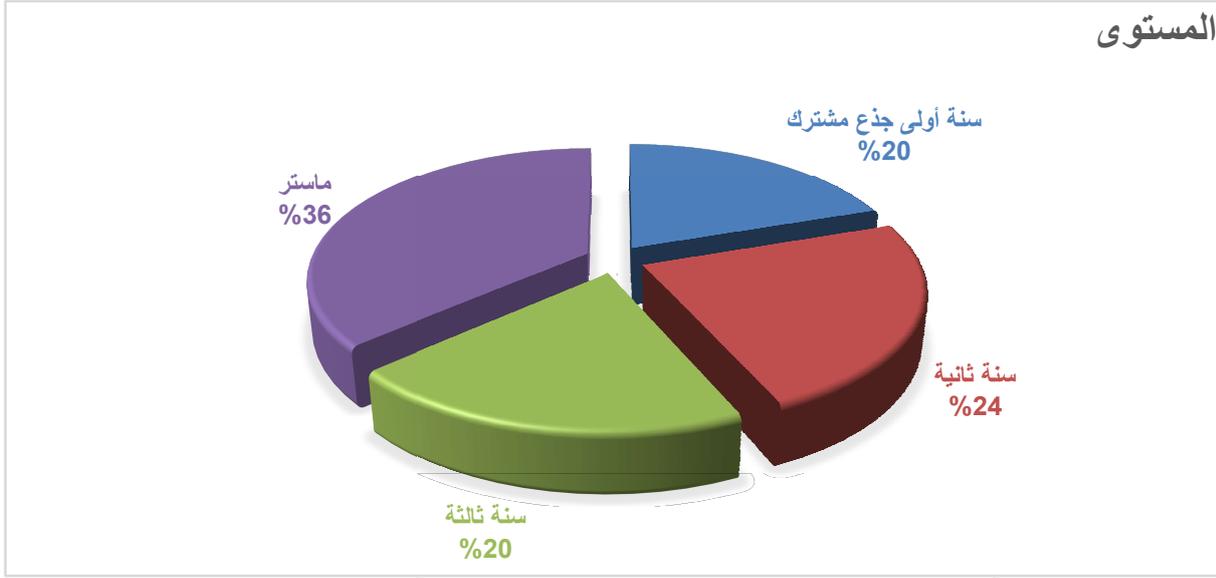
خصائص العينة من حيث المستوى:

| النسبة المئوية | التكرارات | المستوى |
|----------------|-----------|--------------------|
| 19,7% | 69 | سنة أولى جذع مشترك |
| 23,7% | 83 | السنة ثانية جامعي |
| 20% | 70 | السنة ثالثة جامعي |
| 36,6% | 128 | ماستر |
| 100% | 350 | المجموع |

الجدول رقم (05) يوضح خصائص العينة من حيث المستوى

من خلال الجدول رقم () تبين أن معظم أفراد العينة كانوا ذوي مستوى ماستر بنسبة مئوية قدرها: 36,6%، في حين بلغت نسبة ذوي المستوى السنة ثانية جامعي بـ: 23,7%، أما الذين هم في مستوى السنة الثالثة جامعي فقد بلغت نسبتهم 20%، وأخيرا بلغت نسبة ذوي المستوى جذع مشترك بـ: 19,7%.

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة



الشكل رقم (16) يمثل خصائص العينة من حيث المستوى

4- أدوات جمع البيانات :

بعد قيام أي باحث من ضبط إشكاليته و إنهاء التحليل المفهومي و ضبط التساؤلات و تحديد الاهداف يجب أن يستعين بأداة بحث تمكنه من الوصول إلى مجتمع بحثه ، كما وأن اختيار أداة البحث تكون وفق منهج الدراسة فلكل منهج أدوات البحث التي يتميز بها إضافتا إلى طبيعة دراسته و الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها كما وأن الأداة البحثية هي الحلقة التي تربط ما بين الباحث و مفردات عينته ، كما هناك من يطلق عليها اسم "تقنيات البحث" أو "أدوات التحليل" عرفها يوسف تمار بأنها الوسائل المادية أو الفكرية التي يستعين بها الباحث لكي يتمكن من فهم وتحليل ومقاربة اشكالية دراسته ، أما التقنيات هي الطرق التي يتم اتباعها و الإعتماد عليها من أجل تحقيق أغراض البحث العلمي (تمار، 2019، صفحة 101)

كما عرفت بأنها الإجراءات و الطرق والخطوات التي تفرضها كل أداة وذلك كاستراتيجية منهجية للتمكن من جمع البيانات من المبحوثين ، فكل أداة لها شروطها و خطواتها وتساؤلاتها التي تصاغ وفقا لاستراتيجيتها (تمار، 2019، صفحة 102) .

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

وفي دراستنا الحالية وبما أننا اعتمدنا على المنهج الوصفي والذي يعتبر أكثر المناهج ملائمة لموضوع دراستنا ،اعتمدنا على أداتين من اهم الأدوات التي يتم اعتمادها في هذا المنهج و المتمثلة في : "استمارة استبيان" كأداة رئيسية و "إستمارة تحليل مضمون" كأداة مساعدة .

وقد اعتمدنا على الإستبيان بهدف قياس رأي الجمهور المستخدم للأداة الإتصالية و المتمثلة في موقع الفايسبوك وبما أنه تبيننا أيضا مقارنة الغرس الثقافي وجب تطبيق الدراسة على الجمهور للتمكن من قياس الإرتباط ما بين استخدام الفايسبوك وغرس الكراهية ، ولكي نتمكن من مسح آراء الجماهير فالفايسبوك أصبح اليوم قوة مسيطرة ومصدر رئيسي لبناء تصوراتهم ،كما و استخدمنا أداة تحليل مضمون كتقنية مساعدة للتمكن من تغطية موضوع خطاب الكراهية في البيئة الرقمية ،وللتعرف على طريقة تداوله وأهم القضايا التي تثار في الفضاء الأزرق بهدف زيادة الكراهية وتظليل الرأي العام الجماهيري وكذلك اعتمدنا على التحليل للتعرف على أهم الأنماط التي يكون فيها خطاب الكراهية .

4-1 : تحليل المضمون :

يعتبر تحليل المضمون من بين أهم الأدوات التي يتم الإعتماد عليها في مختلف الدراسات التحليلية و التي تسعى لتحليل المادة الإتصالية ،وهو عبارة عن تقنية يتم الإعتماد عليها من أجل البحث و تحليل المادة الإتصالية والوصف الشامل لها ،كما وأنه عبارة عن أداة لتحليل مادة اتصالية تسعى لإيصال رسالة معينة سواء كانت مكتوبة أو سمعية أو بصرية (شتاتحة، 2018، صفحة 91) .

يعرفه ناصر قاسيمي بأنه :

عبارة عن بحث على المعلومات التي تحتويها المادة محل التحليل ،واستخراج وتفكيك مختلف رموزها ومعانيها الخفية ، ثم بعد ذلك تشكيلها و ترتيبها و تصنيفها في شكل فئات تمثل أبعاد واستخراج مؤشراتها ،مع الإبتعاد على الذاتية والقيام بالتحليل بكل موضوعية وحيادية ،ويؤكد قاسيمي على أن تحليل المضمون يتميز (قاسيمي، 2017، صفحة 84) بما يلي:

الموضوعية : وتعني القيام بعملية التحليل بكل حيادية ونقل المعلومات والرموز والإيحاءات

وتفكيكها وتحليلها كما عرضت في مضمون الرسالة (قاسيمي، 2017، صفحة 84) .

الشمولية : أي دراسة الموضوع دراسة شاملة دون إهمال أي جانب من جوانبه ،أي تفكيك المتغير

الأساسي وفق أبعاد للتمكن من تغطية الموضوع (قاسيمي، 2017، صفحة 84) .

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

المنهجية : أي القيام بعملية التحليل وفق مجموعة من الخطوات والمراحل المنهجية المضبوطة و الدقيقة (قاسيمي، 2017، صفحة 84).

التكميم : ويقصد بالتكميم حساب التكرارات والنسب المؤوية بعد تحديد العينة ، فالتكميم هو عبارة عن حسابات وقياسات وتقييم دقيق ومعقول ، ويتم الإعتماد على التكميم لأن السلوك الإنساني في غالبيته يكون رمزي ولا يظهر بصفة مباشرة لذلك مختلف الصعوبات تظهر في غموض ألفاظ اللغة ، فمنهجية تحليل المحتوى قائمة على تحليل الوثائق والصور والكتب والمنشورات والبرامج وما إلى ذلك (قاسيمي، 2017، صفحة 84) .

وعليه نصل إلى أن أداة تحليل مضمون هي عبارة عن أداة أساسية لجمع البيانات و المعلومات يتعامل مع الوثائق و مختلف الرسائل المنطوقة و المكتوبة و السمعية و البصرية والتي تعرض في مختلف الوسائل الإتصالية و الإعلامية ، كما وأنه يتميز بصفة العلمية لأنه يركز على مجموعة من الخطوات المنهجية المرتبة و الدقيقة و التي يجب على الباحث اتباعها ، إضافة لاعتماده على التكميم و ضرورة الموضوعية و الشمول أثناء القيام بعملية التحليل .

وقد قمنا بالإعتماد على تحليل المضمون كأداة مساعدة للتمكن من تحليل خطاب الكراهية وتفكيكه في البيئة الرقمية ، وللتعرف على الأساليب التظليلية التي يتم اعتمادها و تفكيك مختلف الرموز اللفظية التي توحى بالعنف وتؤدي لإثارة الغضب ضد الآخر ، وعلى اعتبار أن خطاب الكراهية هو عبارة عن نوع من العنف الغير المرئي الذي يمارس بطريقة غير مباشرة ضد الآخر ولا يظهر إلا ضمناً لذلك قمنا بتحليل هذا النوع من الخطاب للتمكن من فهم معانيه وتفسيرها والوصول إلى الهدف الذي يسعى إليه الممارس لهذا النوع من الخطاب . كما واعتمدنا على أداة تحليل مضمون أيضا من أجل التمكن من الوصف للصفحة التي قمنا بدراستنا عليها ، حيث قمنا بطرح تساؤلات والتي ترتبط بالشكل العام الذي تأخذه منشورات الصفحة إضافة للأسئلة المتعلقة بمختلف المضامين التي تحملها المنشورات اليومية للصفحة وقد قمنا بتقسيم التحليل لفئتين أساسيتين هما : **فئات الشكل و فئات المضمون** .

حيث تعتبر الفئات بمثابة عناصر دالة في الوثائق التي نريد تسجيلها ، كما و أن الفئات هي بمثابة أبعاد نقوم بتبنيها وفقا لمتغير الدراسة إضافة إلى أنه توجد مجموعة من الفئات التي يتم استعمالها عادة في كل تحليل على اختلاف المتغيرات والتي تخدمنا و تمكننا من التعمق في التحليل و تفكيك المادة التي نحاول تحليلها وفهمها (شرفة، 2012، صفحة 117)

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

وفي تقنية تحليل المضمون هناك نوعين من الفئات كما ذكرنا سابقا فئات الشكل و فئات المضمون حيث يقوم الباحث بتحديدهم وفقا لما جاء في المادة محل التحليل ،فتحديد الفئات يكون بالرجوع لعينة الدراسة وقد قمنا بتحليل صفحة مدرسة الوعي dz كالتالي :

1-فئات الشكل : (كيف قيل) وتعني فئات الشكل ،الشكل الذي جاءت فيه مختلف منشورات الصفحة وهي كالتالي :

1-1 فئة البيانات العامة : وهي ما تحتويه الصفحة من خلفية و الإسم وصورة البروفايل وعدد المعجبين و المشتركين و الصورة التي توضح توجهها والتي تكون في بدايتها A la une وجاء كما يلي : "ترفض الخطاب العنصري منشوراتنا تتوجه بالانتقاد للفرونكوبربريست مهما كان انتمائهم وليس لفئة معينة من فئات الشعب "

1-2 فئة اللغة : ويقصد بفئة اللغة نوع اللغة التي يتم الإعتماد عليها في مختلف منشورات الصفحة والتي تعتمد على كل من اللغة العربية الفصحى ، والعامية (الدارجة) و اللغة الهجينة المختلطة .

1-3 فئة القوالب التعبيرية : أي القوالب الصحفية التي توضع فيها مختلف المنشورات التي يتم مشاركتها فإما تكون في شكل مقال أو خبر أو تقرير صحفي .

1-4 فئة الوسائط : ونعني بالوسائط مختلف الأساليب والتقنيات التي يتم الإعتماد عليها بهدف زيادة التأثير والإقناع بحيث يتم مرافقتها مع مختلف المنشورات والمتمثلة فيما يلي :

نص مرفق بصورة ، نص مرفق بفيديو ، نص ،صورة ،كاريكاتير .

1-5 فئة الأساليب الإقناعية : فخطاب الكراهية يحتاج للإقناع و التأثير وتوجيه الرأي العام وتزييف الوعي للتمكن من إثارة الصراع وزيادة هوة التفرقة وإثارة المشاكل والقضايا التي كانت خامدة ،بالتالي فصانع خطاب الكراهية يعتمد على مختلف الإستمالات العقلية والعاطفية و استمالة التخويف .

2-فئات المضمون : ويقصد بفئات المضمون

1-2 فئة القضايا : وتركز فئة القضايا على تحليل مختلف القضايا و المواضيع التي تركز الصفحة على عرضها وتكرار تداولها ومشاركتها مع المستخدمين وجاءت كالتالي :

• **الهوية الثقافية :** وهو الموضوع الذي يتعلق بمتغير اللغة ، فاللغة هي أحد أهم المرتكزات الأساسية للهوية الثقافية في كل مجتمع ، فنجد أن مختلف المواضيع التي تشاركها الصفحة متعلقة

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

بمشكلة اللغة والتي تثير الصراع اللغوي في الجزائر ما بين المعريين والأمازيغ و الفرونكفونيون ،حيث ركزت الصفحة على فئة والتي تم تسميتها بالفرونكوبريست .

• **التاريخ :** وهو جميع الموضوعات المتعلقة بالأحداث التاريخية ،حيث يتم نشر أحداث تاريخية وحقائق حول الفرونكوبريست والوجود الفينيقي في الجزائر وكذلك التركيز على الحديث عن امبراطورية قرطاج ومملكة نوميديا وكذلك التطرق لماسينيسا وعرض حقائق عنه بأنه خائن ولم يكن يتكلم البربرية .

• **الإنتماء :** تعتبر قضية الإنتماء من بين أهم القضايا التي تثير وتحرك خطابات الكراهية ذلك لأن الإنتماء للأرض يؤدي للتحريض على الصراع بين مختلف الفئات المشكلة للمجتمع ،حيث أن الصفحة محل التحليل كثيرا ما تركز في منشوراتها على قضية السكان الأصليين للجزائر ومن ينتمي إليها العرب أم الأمازيغ .

• **الصراع :** حيث تركز الصفحة في منشوراتها على مختلف القضايا التي تؤدي لإثارة الصراع و النزاع ما بين مختلف وحدات و أنساق المجتمع .

• **الدين :** إن الدين يعتبر من أحد أهم المقومات الأساسية في أي مجتمع فبدون الدين لا يمكن أن نتصور وجود للمجتمع ،فالدين يمثل أعلى قيمة والمساس به هو عبارة عن تعدي عن أهم النظم الإجتماعية ،لذلك تركز صفحة مدرسة الوعي dz في منشوراتها على القضايا الدينية لإشغال فتيل الفتنة ما بين العرب و الأمازيغ .

2-2-فئة الأهداف : إن فئة الأهداف تركز على الهدف الذي يسعى إليه القائم بالإتصال من خلال مجموعة رسائله وبما أننا نعالج خطاب الكراهية فصاحب الصفحة يسعى من خلال منشوراته التي سنحللها إلى :

• **التفرقة :** فجميع المنشورات و الموضوعات التي يتم مشاركتها جاءت بهدف التفرقة و زيادة حدة الرفض ما بين الأمازيغ والبربر .

• **رفض الآخر :** ونعني برفض الآخر ما تسعى إليه الصفحة من خلال مختلف الموضوعات والقضايا التي تركز عليها بهدف زيادة التعصب والإغلاق على النفس ورفض الآخر والتعصب لفئة على حساب فئة أخرى .

• **الدعاية :** وهي جميع النشاطات التي يقوم بها أصحاب الصفحة بهدف التأثير في فكر وآراء وتوجهات متتبعي الصفحة .

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

- تشويه صورة الآخر : وهي جميع العبارات والكلمات والحقائق المزيفة التي يتم استخدامها لتشويه صورة الآخر و تحقيره و التقليل من شأنه.
- 2-3 فئة التظليل الإعلامي : ونعني بالتظليل الإعلامي نقل الحقائق و الوقائع بصورة محرفة وغير صحيحة بهدف خدمة مصالح ، ويعتبر التظليل الإعلامي أحد أهم المرتكزات الأساسية التي يعتمد عليها صانعو خطابات الكراهية وذلك من خلال :
- الفبركة : وهي نقل الخبر بصورة خاطئة ،حيث يتم تعديل وحذف وإضافة صور ذو إحياءات مخادعة واستخدام فيديوهات للتمكن من تظليل الجماهير .
- التدليس : إيهام الجماهير بأن ما يتم نشره صحيح ومن مصادر موثوقة حتى أنه يستخدم أسماء شهود عيان ويذكر مصادر المعلومات للتمكن من الإقناع.
- قلب الحقائق : وهي تعني تحريف الحقائق وتشويه صورة الآخر بجعله مجرم فيلسق فيه تهم باطلة وينقل للجماهير حقائق كاذبة ولا يتصف بها .
- 2-4 فئة مصادر المنشورات : ونعني بمصادر المنشورات المنبع الذي تأتي منه مختلف هذه الحقائق و المعلومات والأخبار و المتمثلة فيما يلي :
- مصادر خاصة : وهي مختلف المضامين والمعلومات التي ينتجها مسيروا الصفحة .
- مصادر عامة غير رسمية : والتي تكون من وسائل الإعلام ،أو صفحات شبكات التواصل الإجتماعي .
- مصادر عامة رسمية : وهي مختلف المحتويات التي تكون مصادرها رسمية و موثوقة كمثال الكتب
- 2-5 فئة التفاعل : إن الفايسبوك يمثل إحدى أهم المتغيرات الأساسية للإعلام الجديد ،فهو عبارة عن وسيلة اتصالية إعلامية و إخبارية و تفاعلية فبدخوله تغيرت عناصر العملية الإعلامية وأصبح المتلقي أيضا صانعا للمضمون الإعلامي ومشاركا في العملية الإعلامية فبإمكانه أن يبدي رأيه حول كل ما يتم نشره وذلك من خلال :
- الإعجاب : ونعني بالإعجاب تفاعل المستخدمين مع مختلف المنشورات عن طريق الإعجاب والذي يعتبر أحد أهم خوارزميات موقع الفايسبوك .

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

- **التعليق :** وهي رجع الصدى لمختلف المنشورات والتي تكون في شكل تعليقات مكتوبة أو بالصور أو الملصقات التي يعتمد عليها موقع الفاييبوك ومن خلال التعليق يمكننا أن نحدد توجهات الجماهير .
 - **المشاركة :** ونقصد بالمشاركة إعادة نشر المتصفحين منشورات الصفحة في بروفيلاتهم الشخصية
 - **الهاشتاق :** والذي يتم استخدامه بكثرة من طرف الصفحة و مشاركته في مختلف المنشورات لضمان وصول المعلومات و الأخبار لأبعد نقطة .
 - 2-6 **فئة الإتجاه:** تعتبر فئة الإتجاه من بين أهم الفئات التي يتم الإعتماد عليها في صنافة تحليل المضمون ،وذلك للتمكن من معرفة ميل أو مذهب أو موقف صاحب الصفحة من خطاب الكراهية ،والذي يظهر من كلمات و جمل و أفكار وطبيعة المنشورات ومضامينها ، وينقسم الإتجاه لثلاثة عناصر أساسية هي مؤيد ،معارض،محايد .
 - 2-7 **فئة أنماط خطاب الكراهية :** ونعني بأنماط خطاب الكراهية الطريقة التي يعرض فيها خطاب الكراهية في صفحة مدرسة الوعي dz ،حيث أن خطاب الكراهية يتم تداوله بأشكال مختلفة والمتمثلة فيما يلي :
 - **السخرية والإستهزاء :** وهي مختلف المنشورات المتنوعة والتي تكون في شكل استهزائي و تحقيري للآخر الذي تمارس ضده الكراهية .
 - **الإزدراء والتحقير :** وهي إظهار الآخر في صورة شديدة السلبية و الإشمئزاز .
 - **إظهار التفوق :** وهي أحد أهم الأساليب التي يمارسها الكاره ضد المكروه بهدف المس بكرامته و إيذائه ،وتحطيم نفسيته و معنوياته وتشويه صورته .
- 🚩 **تحديد وحدات التحليل :**

إن تحديد وحدات التحليل تعتبر هي أيضا خطوة مهمة جدا في تحليل المضمون ،وهي تعني ما يتم حسابه فعلا ،وهي أصغر عنصر في أداة تحليل المضمون ،فهي الوسيلة التي يتبناها الباحث للتمكن من تحليل الفئات وقياس مدى تواجد مكونات الفئة ،كما عرفها بوبار وبولاقيت بأنها "مقاطع محددة في المضمون والتي قرر الباحث إدراجها ضمن تحليله" (تمار ، أصول تحليل المضمون وتقنياته، 2017، صفحة 151) ،وعليه نصل أن وحدة التحليل هي العنصر الذي يركز عليه التحليل وهي من يوجه

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

الباحث ويساعده في حساب التكرارات ، كما و أن اختيار وحدة التحليل يرجع لطبيعة الموضوع من جهة والمضمون محل التحليل إضافة للفئات التي سيتم تحليلها ،وهي عبارة عن وحدات إحصائية محددة ،لها قيم ثابتة يمكن الرجوع إليها وحسابها (تمار ، أصول تحليل المضمون وتقنياته، 2017، صفحة 152) .

وقد قمنا بالإعتماد في دراستنا الحالية على وحدة الفكرة للتمكن من تغطية معاني ودلالات المضامين التي يتم نشرها في الصفحة وكذلك للتمكن من استنباط مختلف المعاني و الرموز الخفية والتي هي عبارة عن عنف رمزي يتم ممارسته بطريقة غير مباشرة ،إن وحدة الفكرة هي من بين أكثر الوحدات التي يتم الإعتماد عليها فهي لا تتوقف عند الكلمة أو الجملة بل تمتد لما يقصد به المعنى (تمار ، أصول تحليل المضمون وتقنياته، 2017، صفحة 155) ،كذلك اعتمدنا على وحدة الفكرة للتمكن من تحديد اتجاه صاحب الصفحة وللتعرف على الطرف الذي يؤدي إلى إثارة خطابات الكراهية وللتعرف على طبيعة الموضوعات ودلالاتها ومعانيها وتفكيكها .فكل موضوع يتم نشره في الصفحة يحمل معاني ودلالات محددة .

4-1-1 صدق وثبات الأداة :

إن الصدق و الثبات هما عبارة عن مرحلتين مهمتين يجب أن يمر بهما الباحث في تطبيقه لتحليل المضمون ،وهما عبارة عن مرحلة أخيرة في بناء الأداة فعن طريقهما يتمكن الباحث من التيقن من أن أداته صحيحة ويمكن أن تقيس له متغيرات دراسته ،يقول عايش محمود: "تتطلب أدوات البحث الكمي والنوعي إيجاد الصدق والثبات لها وذلك لرفع مصداقيتها والوثوق بها" (تمار ، أصول تحليل المضمون وتقنياته، 2017، صفحة 162) .

وقد اعتمدنا في دراستنا الحالية في قياس صدق وثبات الأداة على ما يلي :

الصدق الظاهري :

إن الصدق الظاهري يركز على معرفة قدرة الأداة على القياس ،وذلك من خلال الرجوع لطريقة بنائها وشكلها الظاهر ،وما نقصد به هنا هو التركيز على أن شكل الأداة قادر على تحقيق أهداف الدراسة أم لا ،فبعد أن يتمكن الباحث من متغيرات دراسته ويحدد بالضبط مجموعة أهدافه وإلى ما يسعى لتحليله يقوم ببناء أدواته وضبط التعريفات الإجرائية لفئاته فالفئات لا يتم تحديدها إلا بالرجوع للعينة وكذلك التعريفات الإجرائية تحدد من خلال الرجوع للمادة التي سيتم تحليلها ،لكي تتمكن من تحقيق الأهداف التي

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

أعدت من أجلها ،ثم بعد ذلك يتم عرضها على مجموعة من المحكمين من ذوي الخبرة و الكفاءة حيث يركزون في تحكيمهم على ما يلي (تمار، أصول تحليل المضمون وتقنياته، 2017، صفحة 164):

✓ صدق المفهوم ،ويركز هنا المحكم على الربط ما بين اختيار الأداة وما تسعى الدراسة لتحقيقه.
✓ صدق التعريف ،ويتم التركيز على مجموعة التعريفات الإجرائية التي قام بوضعها الباحث للتمكن من التأكد هل هذه التعريفات يمكنها أن تقاس وهل هي متطابقة مع ما جاء في العينة (تمار، أصول تحليل المضمون وتقنياته، 2017، صفحة 164).

✓ صدق المظهر .

✓ الصدق من حيث الفروض والتساؤلات ،وهنا يتم التركيز على التساؤلات التي تم طرحها هل هي فعلا مرتبطة بالفئات التي تم عرضها (تمار، أصول تحليل المضمون وتقنياته، 2017، صفحة 164).

6-1-2 ثبات الأداة :

ويقصد بثبات الأداة التأكد من صحتها وذلك بعد عرضها على مجموعة من المرمرزين ، أو مجموعة من المختصين يكون دورهم النظر إلى مدى صحة التعريفات الإجرائية التي اقترحها الباحث عن فئاته ،مع معناها في المضمون محل التحليل للتأكد ما إذا كانت تقيس وتتطابق مع عينة الدراسة أم لا ، لذلك يجب أن يرفق بالعينة للتمكن من تحكيمه بطريقة صحيحة (تمار، أصول تحليل المضمون وتقنياته، 2017، صفحة 170)

وبعد عرض استمارتنا على مجموعة من المرمرزين ذوي الخبرة للتأكد من صحة الأداة ،سنقوم بقياس ثبات الأداة بتطبيق "معادلة هولستي" والتي قام بوضعها في عام 1969 وهي معادلة سهلة يتم تطبيقها كالتالي : معامل الثبات عند هولستي $N1+N2/2M$

$N1$ و $N2$ هو عدد الحالات التي تم تحليلها من طرف المحكمين .

$2M$ عدد الحالات التي تم الإتفاق عليها .

معامل الثبات : قمنا بتقديم 11 فئة للمحكمين ، وكان الإتفاق حول 10 منها وعليه :

$$. 0.90 = 22/20 ، 22 = 2 \times 11 ، 20 = 10 + 10$$

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

نسبة ثبات الأداة هي 0.90 وهي عبارة عن نسبة عالية من الثبات تعدت نسبة 0.85 على اعتبار أن معامل الثبات يقبل إذا وصل ل 0.85 أو تعدها . (تمار، أصول تحليل المضمون وتقنياته، 2017، صفحة 171)

6-2 الإستبيان :

إن الإستبيان هو من بين أهم الأدوات التي يتم الإعتماد عليها في مختلف الدراسات الإجتماعية، بحيث يقوم الباحث بتبنيها وفقا لمجموعة من الشروط المنهجية، عرفت الإستبانة بأنها عبارة عن استمارة بحث تضم مجموعة من الأسئلة أو البنود التي توجه لمفردات الدراسة بغرض جمع المعلومات والبيانات، عرفها فاخر عاقل بأنها "أداة مفيدة من أدوات البحث العلمي، وهي مستعملة على نطاق واسع للحصول على الحقائق والتوصل إلى الوقائع والتعرف على الظروف والأحوال ودراسة المواقف والإتجاهات" وعليه نصل من خلال هذا التعريف أن الإستبانة تستخدم لأغراض البحث العلمي بهدف التعرف على أسباب ظاهرة ما، وكذلك التعرف على نتائجها و آثارها كما وتهدف لقياس الإتجاهات وآراء الجماهير، وقياس الأدوار التي تلعبها مختلف المتغيرات في المجتمع (بوحوش، عباش، و زكية، 2019، صفحة 71).

كما أن بناء الإستبيان يخضع لمجموعة من المعايير و الشروط والتي يجب على الباحث أن يتبعها، لأن صحة النتائج مرتكزة على الإستبيان، كما ويتطلب بنائها أن يكون الباحث متعرف على خصائص مجتمع بحثه جيدا، لكي يضمن فهمهم لأسئلة استبيانهم، كما ويجب عليه أن يكون دقيقا في تحديد أبعاده ومؤشراته لكي يضمن نجاح بناء الإستبيان، كما ويجب أن تكون الأسئلة بسيطة وواضحة ومفهومة وطرحها بطريقة لا تجعل المبحوث يلجأ للكذب وعد إعطاء الأجوبة الصحيحة . (بوحوش، عباش، و زكية، 2019، صفحة 72)

وقد قمنا بتبني استمارة استبيان نتيجة مجموعة من الإعتبارات والتمثلة فيما يلي :

- ✓ لأن الإستبيان تتطلب من الباحث النزول للميدان و الإحتكاك بمجتمع البحث فهي تمكنه من الإطلاع على مختلف الظروف التي يعيشها كما وأنه يشكل وجهة نظر عامة تساعده في مناقشة النتائج (تمار، مناهج و تقنيات البحث في الدراسات الإعلامية -الإتصالية، 2019، صفحة 112).
- ✓ لأن الإستبيان هي الأداة التي تمكننا من الوصول للجمهور على اعتبار أن الجمهور المستخدم للوسيلة هو عبارة عن أعداد كبيرة من الناس على اختلاف أعمارهم وتوجهاتهم وطبقاتهم .
- ✓ كذلك لأن الإستبيان يمكننا من الحصول على أكبر قدر من المعلومات عن موضوع الدراسة .

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

- ✓ للتمكن من قياس عملية الغرس .
- ✓ لأنها هي الأنسب في دراسات الجمهور .
- ✓ لأن مجتمع البحث والمتمثل في الطلبة الجامعيين ،على قدر عال من الإستجابة لهذا النوع من المواضيع .

✓ لأن الإستبيان هو الأداة التي تكمل لنا عملية التحليل ،فبعد تحليلنا للمادة الإتصالية مكننا الأداة من الوصول للجمهور المستخدم للوسيلة وقياس الإرتباط ما بين استخدام الفايسبوك وغرس الكراهية. وقد قمنا ببناء استمارتنا بعد تفكيك متغيرات دراستنا وتحديد الأبعاد و التساؤلات ، ومن ثم المؤشرات ،كما وركزنا على المقاربة النظرية وتم أخذها بعين الإعتبار في بناء الأداة وذلك كالتالي بما أن الفايسبوك أصبح عبارة عن قوة مهيمنة للكثير ومصدر رئيسي لبناء تصوراتهم ووعيهم ،بالتالي قمنا بمحاولة قياس العلاقة ما بين استخدام الفايسبوك وغرس الكراهية ،وكانت بنود الأداة تعكس ما يتم نشره في الفايسبوك ،لأنه يعمل على موازنة العالم الرمزي الذي يقدمه مع العالم الحقيقي بالتالي تتشكل له صورة متوازنة ما بين الواقعي و الإفتراضي بالتالي يزيد الغرس لأنه حصلت له موازنة وأصبح يعتقد بأن كل ما يتم عرضه هو صحيح .

كما قمنا بالإستعانة بنظرية الإستخدامات و الإشباعات للتمكن من التعرف على عادات و أنماط استخدام الموقع وللتمكن من قياس عملية الغرس وكيف تحدث من خلال الإستخدام الدائم ،ثم قمنا بالتركيز على الفروق ما بين أفراد عينة الدراسة لمفهوم خطاب الكراهية في البيئة الرقمية للتعرف ما إذا كانت هناك فروق لمفهومهم وتصورهم لخطاب الكراهية ،ثم المحور الثالث والذي قسمناه لثلاثة مؤشرات ،ومحور أخير يخص استخدام الفايسبوك وعملية الغرس قمنا ببناء المحورين للتمكن من قياس الإرتباط ما بين استخدام الفايسبوك كفضاء عمومي للتداول والصراع ما بين أفراد المجتمع و عملية غرس الكراهية .

المحور الأول : البيانات الشخصية .

المحور الثاني : عبارات تخص عادات و أنماط استخدام موقع الفايسبوك .

المحور الثالث : عبارات تخص مفهوم خطاب الكراهية في البيئة الرقمية .

المحور الرابع :عبارات تخص استخدام الفايسبوك كفضاء عمومي للتداول والصراع ما بين فئات

المجتمع.

✓ عبارات تقيس النشر وعلاقته بتغذية الكراهية.

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

✓ عبارات تقيس التفاعل والذي تم حصره في (المشاركة ،التعليق،الإعجاب) وعلاقته بتغذية الكراهية.

✓ عبارات تقيس دوافع استخدام الفاييبوك وعلاقتها بتغذية خطاب الكراهية.

المحور الخامس : عبارات تخص الفاييبوك وغرس وتغذية الكراهية .

✓ عبارات تقيس غرس الكراهية .

✓ عبارات تقيس الصورة الذهنية والإيديولوجيا والأفكار .

4-2-1 صدق وثبات الأداة :

بعد قيام الباحث بتصميم الأداة التي اختارها للقيام بدراسته الميدانية يجب أن يقيس هته الأداة أولاً قبل توزيعها على العينة ككل فيقوم بتوزيع أدواته على جزئية من العينة لكي يقيس صدق و ثبات هته الأداة و لكي يعدل البنود التي لم تفهم و التي تظهر أنها لا تقيس و ذلك بتطبيق الشروط السيكوميتريية و المتمثلة في الصدق و الثبات .

حيث يعتبر الصدق من الشروط الأساسية التي يجب أن تكون في أي دراسة يقوم بها أي باحث للتمكن من التأكد من أن أدواته تقيس له ما يرغب بدراسته ، و يكون سؤال الصدق كالتالي : هل أنا أقيس فعلاً ما أرغب في قياسه ؟ (بشته و بوعموشة، 2020، صفحة 118).

و يمكن تعريفه بأنه صلاحية الأداة التي اختارها الباحث للوصول إلى نتائج علمية دقيقة و صحيحة و كذلك لتحقيق أهداف الدراسة على اعتبار أن كل دراسة تسعى لتحقيق مجموعة من الأهداف (بشته و بوعموشة، 2020، صفحة 118).

كما وقام جينجز بوضع بعض الشروط التي يجب أن تتوفر في كل أداة بحثية و المتمثلة فيما يلي

✓ أن تكون عبارات الأداة مفهومة و بلغة بسيطة بحيث يمكن للمبوحثين الإجابة عليها .

✓ توضيح مسار السؤال و معناه للمبوحثين لكي يتمكنوا من إبداء آرائهم (بشته و بوعموشة،

2020، صفحة 119) .

✓ تقديم البنود بشيء من الحماس و الإهتمام .

✓ ضرورة فهم الباحث لكل الإختبارات التي تقيس و إجراءاتها لكي لا يقع في الخطأ و يتمكن

من تجاوز المشكلات التي تواجهه أثناء إجراء الإختبارات (بشته و بوعموشة، 2020، صفحة 119).

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

لقد قمنا في قياسنا لصدق أدواتنا بالإعتماد على الصدق التمييزي و الذي يعتبر إحدى الأنواع التي يتم الإعتماد عليها حيث يقوم هذا النوع من الإختبار باستخدام أتاست ، ويتم في حالة الرغبة في التعرف على مدى قدرة الأداة على التمييز ما بين المستويات المختلفة ، أو لهدف التمييز ما بين الدرجات العليا و الدرجات الدنيا ، فقد تتضمن افتراضات السمة وجود مجموعات مختلفة في درجة امتلاكها للسمة التي يقيسها الإختبار . و بعد القيام بالإختبار و إذا ما تم الوصول إلى وجود فروق ما بين الدرجات العليا و الدنيا فهذا يعني أن هذا القياس يتمتع بالصدق (بشئة و بوعموشة، 2020، صفحة 122).

🇲🇦 صدق المحور الأول : البيانات الشخصية

_ الجنس :

جدول رقم(06) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

| النسب المؤوية | التكرارات | البدائل |
|---------------|-----------|---------|
| 36.7% | 11 | ذكر |
| 63.3% | 19 | أنثى |
| 100% | 30 | المجموع |

من إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج spss v 20_

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 36.7 بالمئة من عينة الدراسة هم من الذكور الطلبة المستخدمين لموقع الفايسبوك ، في حين بلغت نسبة الإناث ب 63.3% من الطالبات المستخدمين لموقع الفايسبوك وهذا يدل على أن عينة الدراسة متجانسة من حيث الجنس.

2 السن :

جدول رقم(07) يوضح توزيع العينة حسب السن

| النسب المؤوية | التكرارات | البدائل |
|---------------|-----------|---------|
|---------------|-----------|---------|

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

| | | |
|------------------|----|-------|
| أقل من 19 سنة | 7 | %23.3 |
| من 19 إلى 22 سنة | 21 | %70 |
| أكثر من 22 سنة | 2 | %6.7 |
| المجموع | 30 | %100 |

من إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج **_spss v 20**

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن أعمار عينة الدراسة جاءت بنسبة 23.3 بالمئة للفئة الأقل من 19 سنة ، أما فئة من 19 إلى 22 سنة فقد بلغت نسبتهم 70 % وهي نسبة مرتفعة ثم بعد ذلك أكثر من 22 سنة و التي بلغت نسبتها 6.7%.

3_القسم :

جدول رقم (08) يوضح توزيع العينة حسب القسم

| النسب المؤوية | التكرارات | البدائل |
|---------------|-----------|---------------|
| %36.7 | 11 | علوم اجتماعية |
| %63.6 | 19 | علوم انسانية |
| %100 | 30 | المجموع |

من إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج **_spss v 20**

نلاحظ من خلال الجدول أن 36.7 % من عينة الدراسة من الطلبة المستخدمين لموقع الفايسبوك تخصصهم هو العلوم الإجتماعية ، أما الطلبة المتخصصين في العلوم الإنسانية و المستخدمين لموقع الفايسبوك فقد بلغ عددهم 63.6 بالمئة ، وهذا يعني أن عينة الدراسة متنوعة من حيث التخصص .

2_ المحور الثاني : عادات و أنماط استخدام الفايسبوك :

1_مدى استخدامات الفايسبوك :

جدول رقم (09) يوضح توزيع العينة حسب استخدامات الفايسبوك

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

| النسب المؤوية | التكرارات | البدائل |
|---------------|-----------|---------|
| 6.7% | 2 | دائما |
| 63.3% | 19 | أحيانا |
| 30% | 9 | أبدا |
| 100% | 30 | المجموع |

من إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج **spss v 20** _

يوضح لنا الجدول مدى استخدامات الفايسبوك حيث جاءت أبدا بنسبة 6.7 و أحيانا 63.3% أما أبدا فقد كانت نسبتها 30 بالمئة ، وعليه نصل أن استخدام العينة للفايسبوك متوسط .

2_ مدة الإشتراك في موقع الفايسبوك :

جدول رقم (10) يوضح توزيع العينة حسب مدة الإشتراك في الفايسبوك

| النسب المؤوية | التكرارات | البدائل |
|---------------|-----------|--------------------|
| 20% | 6 | أقل من سنة |
| 33.3% | 10 | من سنة إلى 3 سنوات |
| 46.7% | 14 | أكثر من 3 سنوات |
| 100% | 30 | المجموع |

من إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج **spss v 20** _

يتضح لنا من خلال الجدول أن 20 بالمئة من عينة الدراسة لها أقل من سنة من استخدام الفايسبوك أما من يستخدمون منذ سنة إلى 3 سنوات فقد بلغت نسبتهم 33.3% و أكثر من 3 سنوات وصلت نسبتهم 46.7% و عليه نصل أن عينة الدراسة تستخدم موقع الفايسبوك منذ فترة طويلة .

3_ الوقت الذي تمضيه عينة الدراسة في موقع الفايسبوك :

جدول رقم (11) يوضح توزيع العينة حسب الوقت الذي تمضيه العينة في الفايسبوك

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

| النسب المؤوية | التكرارات | البدائل |
|---------------|-----------|---------------------|
| 33.3% | 10 | أقل من ساعة |
| 40% | 12 | من ساعة إلى 3 ساعات |
| 26.7% | 8 | أكثر من 4 ساعات |
| 100% | 30 | المجموع |

من إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج **_spss v 20**

نلاحظ من خلال الجدول و الذي يعرض لنا تكرارات و نسب الوقت الذي تمضيه عينة الدراسة في استخدام موقع الفايسبوك ، حيث جاءت إجابة المبحوثين كالتالي : أقل من ساعة 33.3% من ساعة إلى 3 ساعات 40% أكثر من 4 ساعات 26.7% بالمئة وهذا يدل على أن عينة الدراسة تستخدم موقع الفايسبوك بكثافة خلال اليوم .

4 _ متى تتصفح العينة موقع الفايسبوك :

جدول رقم (12) يوضح وقت تصفح العينة للفايسبوك

| النسب المؤوية | التكرارات | البدائل |
|---------------|-----------|-----------|
| 16.7% | 5 | صباحا |
| 23.3% | 7 | مساء |
| 33.3% | 10 | ليلا |
| 26.7% | 8 | في أي وقت |
| 100% | 30 | المجموع |

من إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج **_spss v 20**

يتبين لنا من خلال الجدول أن 16.7% بالمئة من عينة الدراسة يفضلون استخدام الفايسبوك صباحا في حين من يفضلون استخدامه مساءا جاءت نسبتهم ب 23.3% بالمئة ، كما يتضح من خلال الجدول أن 33.3% بالمئة من عينة الدراسة يفضلون استخدام الفايسبوك ليلا ، في حين هناك من يستخدمه في أي وقت بنسبة 26.7% . و هذا يعني أن استخدام الفايسبوك غير محدد ولا يقتصر بوقت معين .

5_ الوسائل التي يتم استخدامها لتصفح موقع الفايسبوك :

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

جدول رقم (13) يوضح وسائل استخدام موقع الفايسبوك

| البدائل | التكرارات | النسب المؤوية |
|---------------|-----------|---------------|
| هاتف ذكي | 26 | %86.7 |
| لوح الكتروني | 2 | %6.7 |
| كمبيوتر محمول | 1 | %3.3 |
| كمبيوتر ثابت | 1 | %3.3 |
| المجموع | 30 | %100 |

من إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج **_spss v 20**

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه و الذي يمثل الوسائل التي يتم الإعتماد عليها في استخدام موقع الفايسبوك و جاءت النتائج كالتالي : هاتف ذكي %86.7 ، لوح الكتروني %6.7 و جاء الكمبيوتر المحمول و الكمبيوتر بنفس النسبة 3.3 بالمئة .

6_ الأماكن المفضلة لاستخدام موقع الفايسبوك :

جدول رقم (14) يوضح الأماكن المفضلة لعينة الدراسة لاستخدام الفايسبوك

| البدائل | التكرارات | النسبة المؤوية |
|---------|-----------|----------------|
| المنزل | 23 | %76.7 |
| المكتبة | 2 | %6.7 |
| الجامعة | 5 | %16.7 |
| المجموع | 30 | %100 |

من إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج **_spss v 20**

يوضح الجدول أعلاه أماكن استخدام الفايسبوك لعينة الدراسة ، بحيث جاءت نسبة 76.7 بالمئة في المنزل أما المكتبة %6.7 و الجامعة 16.7 %.

3- المحور الثالث: فروق مفهوم خطاب الكراهية في موقع الفايسبوك :

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

لقد قمنا بقياس صدق المحور الثالث و المتعلق بالفروق حول مفهوم خطاب الكراهية في موقع الفاييسبوك ، و لقياس صدق هذا المحور قمنا بتطبيق اختبار الصدق التمييزي ، فبعد حسابنا للدرجة الكلية للمحور ثم بعد ذلك قمنا بترتيب هته الدرجات من أدنى فئة لأعلى فئة و قمنا باختبار اتاست وتوصلنا للنتائج التالية :

جدول رقم.(15) يوضح صدق المقارنة الطرفية بين الدرجات العليا والدنيا لمحور الفروق لمفهوم

خطاب الكراهية في موقع الفاييسبوك

| الطرفين | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | درجة الحرية | قيمة "ت" | القيمة الاحتمالية | مستوى الدلالة |
|---------------|-----------------|-------------------|-------------|----------|-------------------|---------------|
| الدرجة الدنيا | 2,41 | 0.184 | 18 | 8.18 | 0.000 | 0.05 |
| الدرجة العليا | 2,93 | 0,075 | | | | |

من إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج spss v 20

نلاحظ من خلال الجدول وجود فروق دالة إحصائية بين الدرجات الدنيا و الدرجات العليا لمحور مفهوم خطاب الكراهية ، حيث قدرت قيمة "ت" ب (8.18) عند درجة حرية 18 و بقيمة احتمالية (0.000) و هي قيمة أقل من (0.001) و هذا يعني أن المقياس يميز بين أفراد الدرجات العليا و الدرجات الدنيا ، مما يجعل المحور يتمتع بدرجة مقبولة من الصدق .

📌 صدق المحور الرابع : استخدامات الفاييسبوك كفضاء عمومي للتداول والصراع ما بين فئات

المجتمع

يخص المحور الثاني استخدامات الفاييسبوك كفضاء عمومي للتداول و الصراع ما بين فئات المجتمع ، وقد اعتمدنا على الصدق التمييزي ، بحساب الفروق ما بين الدرجات الدنيا و الدرجات العليا للإجابات وتوصلنا للنتائج التالية :

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

جدول رقم(16) يوضح صدق المقارنة الطرفية بين الدرجات العليا والدنيا لمحور استخدامات الفايسبوك كفضاء عمومي للتداول والصراع ما بين فئات المجتمع

| الطرفين | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | درجة الحرية | قيمة "ت" | القيمة الاحتمالية | مستوى الدلالة |
|----------------|-----------------|-------------------|-------------|----------|-------------------|---------------|
| الدرجات الدنيا | 2.48 | 0.147 | 18 | 8.36 | 0.000 | 0.05 |
| الدرجات العليا | 2.92 | 0.079 | | | | |

من اعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج spss20

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه وجود فروق دالة إحصائية بين الدرجات الدنيا و الدرجات العليا لمحور استخدامات الفايسبوك كفضاء عمومي للتداول و الصراع ما بين فئات المجتمع ، حيث قدرة قيمة "ت" ب (8.36) عند درجة حرية 18 و بقيمة احتمالية تقدر ب (0.000) و هي قيمة أقل من (0.001) و هذا يعني أن المقياس يميز ما بين أفراد الدرجات العليا و الدرجات الدنيا ، و هذا ما يعني أن المحور صادقا و يمكن إجراء الدراسة به.

📌 صدق المحور الخامس : الفايسبوك و غرس الكراهية و تغذيتها .

المحور الثالث هو محور الفايسبوك و غرس الكراهية و تغذيتها ، وجاءت نتائجه كالتالي بعد حساب الصدق التمييزي للمحور :

جدول رقم (17) يوضح صدق المقارنة الطرفية بين الدرجات العليا والدنيا لمحور الفايسبوك و غرس الكراهية و تغذيتها

| الطرفين | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | درجة الحرية | قيمة "ت" | القيمة الاحتمالية | مستوى الدلالة |
|----------------|-----------------|-------------------|-------------|----------|-------------------|---------------|
| الدرجات الدنيا | 2.52 | 0.058 | 18 | 9.86 | 0.000 | 0.05 |
| الدرجات العليا | 2.85 | 0.087 | | | | |

من اعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج spss20

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية ما بين كل من الدرجات الدنيا و الدرجات العليا لمحور الفايسبوك و غرس الكراهية و تغذيتها ، ، و قدرت قيمة "ت" ب (9.86) عند درجة حرية 18 و بقيمة احتمالية قدرت ب (0.000) وهي قيمة أقل من (0.001) وهذا يعني أن المحور يميز ما بين أفراد الدرجات العليا و الدرجات الدنيا ،منه نصل إلى أن المحور الصادق .

📊 صدق المقياس ككل :

يخص هذا الصدق صدق الأداة ككل و التي تتكون من ثلاثة محاور ، وبعد تطبيقنا للصدق التمييزي توصلنا للنتائج التالية :

جدول رقم(18)يوضح صدق المقارنة الطرفية ما بين الدرجات العليا والدنيا للمقياس الكلي

| الطرفين | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | درجة الحرية | قيمة "ت" | القيمة الاحتمالية | مستوى الدلالة |
|----------------|-----------------|-------------------|-------------|----------|-------------------|---------------|
| الدرجات الدنيا | 2.56 | 0.038 | 18 | 9.60 | 0.000 | 0.05 |
| الدرجات العليا | 2.83 | 0.084 | | | | |

من اعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج spss20

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية ما بين كل الدرجات الدنيا و الدرجات العليا للمقياس الكلي للفيسبوك و تغذية خطاب الكراهية لدى الشباب الجزائري ، حيث بلغت قيمة " ت " 9.60 عند درجة حرية 18 كما أن القيمة الاحتمالية نلاحظ أنها قدرت ب (0.000) وهي قيمة أقل من (0.001) وهذا يعني أن مقياس الفيسبوك و تغذية خطاب الكراهية هو قياس يتمتع بالصدق .

📊 ثانيا ثبات الأداة :

إن ثبات الأداة التي يعتمدها الباحث لغرض إجراء دراسته الميدانية يعتبر أمرا ضروريا ذلك لأن الثبات يعبر على نوعية الأداة و جودتها و قوتها إضافة إلى أنه يعبر عن مصداقيتها العلمية ، و الثبات لا يهتم بالأداة بل يهتم بالنتائج ، و الثبات يتحقق إذا ما تحقق الصدق ، على عكس الصدق ، و الثبات يعني لنا اتساق الأداة و الظاهرة المراد دراستها ، وفي دراستنا هته قمنا بقياس ثبات محاور أداتنا بالإعتماد على " ألفا كرونباخ " و تم التوصل إلى النتائج التالية :

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

جدول رقم(19) يوضح ثبات محاور الأداة

| المحاور | عدد العناصر | معامل ألفا كرونباخ |
|--|-------------|--------------------|
| محور مفهوم خطاب الكراهية | 7 | 0.232 |
| محور استخدامات الفايسبوك كفضاء عمومي للحوار و الصراع ما بين فئات المجتمع | 31 | 0,534 |
| محور الفايسبوك و غرس الكراهية و تغذيتها | 14 | 0.217 |
| المجموع الكلي للمقياس | 52 | 0.605 |

من إعداد الباحثة بالإعتماد على برنامج spssv20

يتضح من خلال الجدول أن قيمة معامل الثبات لمحور مفهوم خطاب الكراهية 0.232 و تساوي معامل الثبات محور استخدامات الفايسبوك كفضاء عمومي للحوار و الصراع ما بين فئات المجتمع و التي بلغت 0.534 و تساوي قيمة المحور الثالث ب 0.217 و تساوي مجموع قيمة معامل الثبات للمجموع الكلي للمقياس 0.605 وهي قيم مرتفعة لأنها أكبر من الحد الأدنى المقبول للثبات 0.60 و عليه يمكن القول أن المحاور تتمتع بالثبات .

5- الأساليب الإحصائية المستخدمة:

1-الصدق والثبات : معامل ألفا كرونباخ للثبات ، صدق المقارنة الطرفية باستخدام t test

2-قياس الفروق: البراميترات شايروويلك، كولوجرون سمينوف، t test قيمة tu key ، قيمة كيدو، annouva، التتوال الاحصائي، المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

3-قياس الارتباط: معامل الارتباط person

خلاصة :

الفصل الرابع : الإجراءات المنهجية للدراسة

وفي الاخير نصل إلى أن هذه الدراسة سيتم إجرائها في الجامعة على عينة من الطلبة الجامعيين المنتسبين لكلية العلوم الإنسانية والإجتماعية ،وقد اعتمدت على المنهج الوصفي نظرا لملائمته على هذا النوع من المواضيع ،كما واعتمدت الدراسة على أداتين وهما الإستبيان كأداة رئيسية وجهت للجمهور المستخدم للفايسبوك و تحليل المضمون كأداة ثانية مساعدة بهدف تحليل و تفكيك رسائل القائم بالإتصال.

الفصل الخامس:

الإجراءات المنهجية للدراسة

- تمهيد

1. عرض وتحليل ومناقشة نتائج الأداة الرئيسية (الاستبيان)
2. عرض وتحليل ومناقشة نتائج الأداة المساعدة (تحليل المضمون)
3. عرض النتائج العامة للدراسة
4. تحليل النتائج في ضوء الدراسات السابقة
5. تحليل النتائج في ضوء المقاربة النظرية

خلاصة الفصل

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

تمهيد :

بعد أن ينتهي الباحث من ضبط إشكاليته و مجموعة الإجراءات المنهجية وضبط أدوات دراسته تأتي مرحلة تحليل النتائج و مناقشتها تعد آخر مرحلة في البحث العلمي ومن خلالها يقوم الباحث بتقديم مجموعة تبريرات علمية وتحليلات للنتائج التي توصل إليها كما و أن في هذه المرحلة يتم تفسير النتائج وفقا للمقاربة النظرية التي تم تبنيها وذلك ليعطي صبغة علمية أكثر لموضوع دراسته ولتكون النتائج دقيقة أكثر .

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

1- عرض و تحليل ومناقشة نتائج الأداة الرئيسية الإستبيان :

التساؤل الأول: ما هي عادات وأنماط استخدام موقع الفايسبوك لطلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد خيضر بسكرة؟

1/ما مدى استخدامك للفايسبوك؟

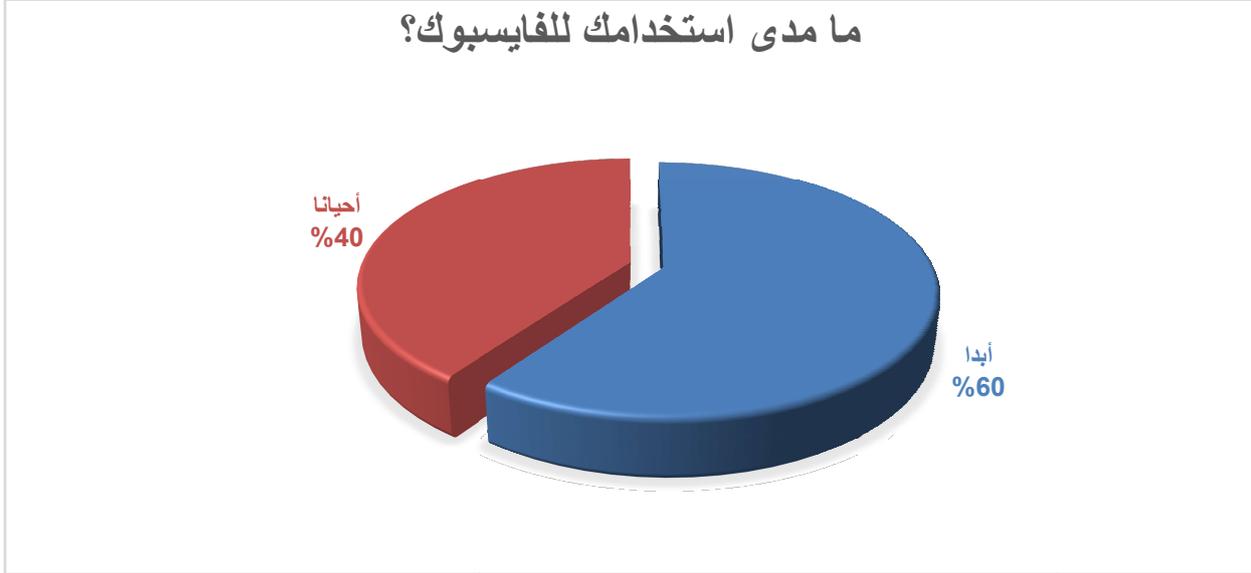
| البدائل | التكرارات | النسبة المئوية | المنوال |
|---------|-----------|----------------|---------|
| دائما | 193 | 55,1% | 1 |
| أحيانا | 129 | 36,9% | |
| أبدا | 28 | 8% | |
| المجموع | 350 | 100% | |

جدول رقم (20): يوضح تكرارات والنسب المئوية لمدى استخدام العينة لموقع الفيسبوك

من خلال الجدول رقم (20) تبين أن معظم أفراد العينة دائما ما يستخدمون الفايسبوك وهذا بالنظر إلى النسبة المئوية التي تحصل عليها البديل دائما حيث قدرت هذه النسبة بـ: 55,1% والقيمة التي تؤكد هذه النتيجة أيضا نجد قيمة المنوال التي بلغت قيمة 1 التي تدل أن الاستجابة على البديل "دائما" الأكثر تكرارا، وفي مرتبة ثانية نجد البديل " أحيانا " تحصل على نسبة مئوية قدرها 36,9%، أما البديل "أبدا" فقد احتل المرتبة الأخيرة بنسبة مئوية قدرها: 8%. يتضح لنا من خلال النتائج أن الجمهور يتعرض للفايسبوك بصفة دائمة بالتالي فقد أصبح الفايسبوك عبارة عن وسيلة اتصالية يستخدمها الجمهور، فمصطلح الإستخدام يعني تكرار التعرض للوسيلة وبفعل التكرار تصبح جزء من النشاط اليومي للجمهور وعادة ،فبما أنه يتعرض للفايسبوك بصفة دائمة فهو مستخدم للوسيلة وهي جزء من نشاطه اليومي على اختلاف الرغبات و الدوافع التي تجعله يستعملها ،إذا فهويتصفح بصفة دائمة مختلف المنشورات و الصفحات الفايسبوكية والتي تعرض العديد من المواضيع و القضايا وتنقل العديد من الأخبار والأحداث بصفة مستمرة دون توقف في كل ثانية .

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

الشكل رقم (17) يمثل استجابات أفراد العينة على التساؤل 6



2/منذ متى وأنت مشترك في موقع الفاسبوك؟:

| البدائل | التكرارات | النسبة المئوية | المنوال |
|--------------------|-----------|----------------|---------|
| أقل من سنة | 55 | 15,7% | 3 |
| من سنة إلى 3 سنوات | 69 | 19,7% | |
| أكثر من 3 سنوات | 226 | 64,6% | |
| المجموع | 350 | 100% | |

الجدول رقم (21) يوضح استجابات أفراد العينة على التساؤل 7

من خلال الجدول رقم () تبين أن معظم أفراد العينة مشتركون في موقع الفيسبوك منذ أكثر من 3 سنوات وهذا بالنظر إلى النسبة المئوية التي تحصل عليها البديل أكثر من 3 سنوات حيث قدرت هذه النسبة بـ: 64,6% والقيمة التي تؤكد هذه النتيجة أيضا نجد قيمة المنوال التي بلغت قيمة 3 التي تدل أن الاستجابة على البديل "أكثر من 3 سنوات" الأكثر تكرارا، وفي مرتبة ثانية نجد البديل "من سنة إلى 3 سنوات" تحصل على نسبة مئوية قدرها 19,7%، أما البديل "أقل من سنة" فقد احتل المرتبة الأخيرة بنسبة مئوية قدرها: 15,7%. ومن خلال النتائج التي تم التوصل إليها يمكن القول أن المستخدم يعتمد على موقع الفيسبوك منذ مدة زمنية طويلة، لأن الفيسبوك هو عبارة عن منصة اتصالية يسجل فيها المستخدمون وتقدم لهم العديد من الخدمات المجانية إضافة إلى أنه مهرجان ملون من الحياة الفكرية وفضاء عمومي للنشر الحر إنطلاقا من خدماته كما وأنه موقع يسهل تبادل المعلومات و الأخبار بشكل انسيابي كما

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

ويسهل تبادل الصور و الفيديوهات فقد جعل من المتلقي صانعا للرسالة وفتح له المجال بأن يكون جزءا من الرسالة الإتصالية و الإعلامية من خلال خدمة التعليق و الإعجاب التي يوفرها بالتالي فقد نجح الفايسبوك بأن يلبي رغبات و حاجات الجماهير ، فالجمهور هو عبارة عن جمهور نشط يختار الوسيلة الأكثر إشباعا و تلبية للرغبات والإحتياجات المعرفية و الوجدانية كما وأنه جعل منه طرفا فاعلا في العملية الإتصالية .

الشكل رقم (18) يمثل استجابات أفراد العينة على التساؤل 7



3/كم من الوقت تمضي في تصفح الفيسبوك؟

| البدائل | التكرارات | النسبة المئوية | المنوال |
|---------------------|-----------|----------------|---------|
| أقل من ساعة | 92 | 26,3% | 3 |
| من ساعة إلى 3 ساعات | 92 | 26,3% | |
| أكثر من 3 ساعات | 166 | 47,4% | |
| المجموع | 350 | 100% | |

الجدول رقم (22) يوضح استجابات أفراد العينة على التساؤل 8

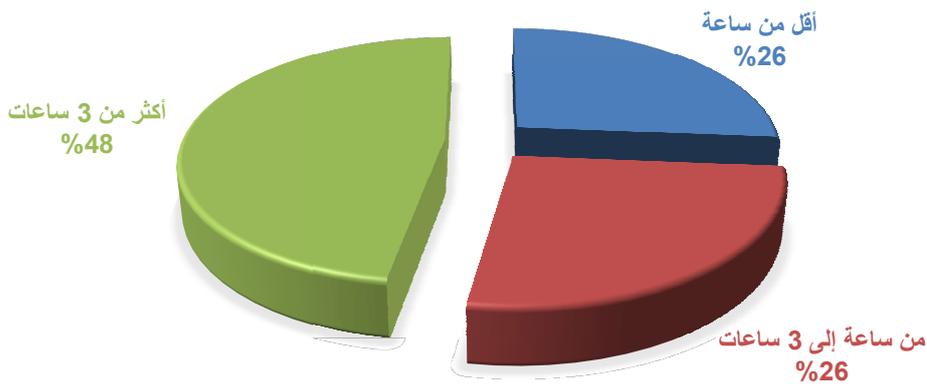
من خلال الجدول رقم () تبين أن معظم أفراد العينة يمضون أكثر من 3 ساعات في تصفح الفايسبوك وهذا بالنظر إلى النسبة المئوية التي تحصل عليها البديل أكثر من 3 ساعات حيث قدرت هذه النسبة بـ: 47,4% والقيمة التي تؤكد هذه النتيجة أيضا نجد قيمة المنوال التي بلغت قيمة 3 التي تدل أن الاستجابة على البديل "أكثر من 3 ساعات" الأكثر تكرارا، وفي مرتبة ثانية نجد البديلين "أقل من ساعة" من ساعة إلى 3 ساعات" تحسلا على نسبة مئوية قدرها 26,3%. من خلال النتائج الموضحة أعلاه نجد أن عينة

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

الدراسة تستخدم موقع الفايسبوك بصفة دائمة أثناء يومها فهو عبارة عن نشاط يومي وعادة لا يمكن أن يستغني عنها ،فهو بذلك يتفاعل مع مختلف المنشورات من خلال فك رموزها وفهمها والتفاعل يكون وفق جانبين اجتماعي ونفسي كما ويختلف التفاعل مع الوسيلة حسب الرغبة و الحاجة التي تدفع بالمستخدم إلى الإعتماد على هذه الوسيلة دون غيرها كما و أن الإستخدام يمكن أن نفسره وفقا لتمكن المستخدم من التقنية حين تشغيله لها و أثناء استخدامه لموقع الفايسبوك حيث يكتشف وظائف جديدة وخدمات هذا ما يحيلنا للحديث عن التحكم في استخدام موقع الفايسبوك و التوجه الذي سوف يأخذه المستخدم على اعتبار أنه وسيلة للنشر الحر أكتب ما تريد وقت ما تريد دون وجود رقابة قانونية يخضع لها المستخدم (رايس، 2016، صفحة 201) ،هذا ما جعل للفايسبوك وظيفة اتصالية على اعتبار أن الحياة الإجتماعية هي عبارة عن سيرورة من التفاعلات لقد وسع من ثقافة المستخدم نظرا لاحتوائه على أعداد كبيرة ولامتناهية من الصفحات التثقيفية والتي تهتم بمختلف المجالات والمواضيع والتخصصات ،كما وأن الفايسبوك وانطلاقا من خدماته تمكن من تطوير مهارات الإتصال بالنسبة للمستخدمين لأنه يمثل فضاء عمومي للنقاش و التماور و التواصل و التفاعل ،لقد ضمن استمرار عملية الإتصال كما وأن موقع الفايسبوك يعطي الحرية التامة للمستخدم في اختيار المحتويات التي يرغب بالإطلاع عليها و كذلك اختيار الأصدقاء .

الشكل رقم (19) يمثل استجابات أفراد العينة على التساؤل 8

كم من الوقت تمضي في تصفح الفيسبوك؟



الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

4/متى تتصفح موقع الفايسبوك؟

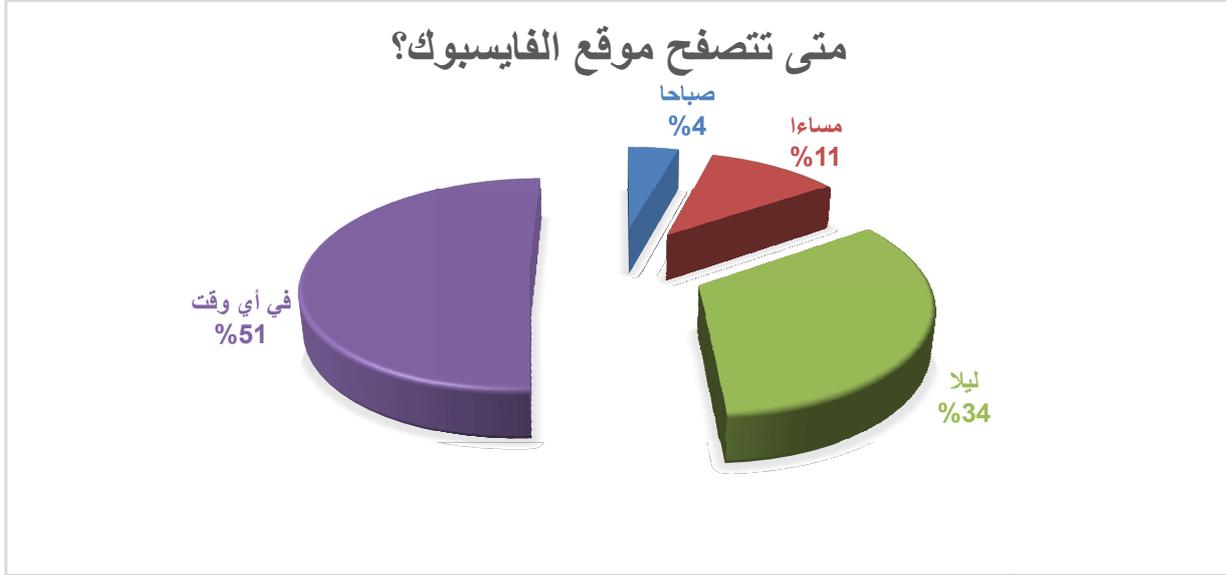
| البدائل | التكرارات | النسبة المئوية | المنوال |
|-----------|-----------|----------------|---------|
| صباحا | 15 | 4,3% | 4 |
| مساء | 39 | 11,1% | |
| ليلا | 118 | 33,7% | |
| في أي وقت | 178 | 50,9% | |
| المجموع | 350 | 100% | |

الجدول رقم (23) يوضح استجابات أفراد العينة على التساؤل 9

من خلال الجدول رقم () تبين أن معظم أفراد العينة يتصفحون موقع الفايسبوك في أي وقت وهذا بالنظر إلى النسبة المئوية التي تحصل عليها البديل في أي وقت حيث قدرت هذه النسبة بـ: 50,9% والقيمة التي تؤكد هذه النتيجة أيضا نجد قيمة المنوال التي بلغت قيمة 4 التي تدل أن الاستجابة على البديل "في أي وقت" الأكثر تكرارا، وفي مرتبة ثانية نجد البديل " ليلا " تحصل على نسبة مئوية قدرها 33,7%، أما البديل "مساء" فقد احتل المرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرها: 11,1%، أما البديل " صباحا" فقد تحصل على نسبة مئوية قدرها: 4,3%. من خلال ما تم عرضه في النتائج الكمية فإن الجمهور يتعرض لموقع الفايسبوك في أي وقت هذا ما يؤكد على أنه وسيلة اتصالية سرعت العملية الإتصالية و قدمت العديد من الخدمات للمتلقى والتي تمكنت من اشباع حاجاته و رغباته الإتصالية فهو عبارة عن نوع من التعويض الإجتماعي وسمح للمتلقى أن يتجاوز الخجل و يبدي بأرائه و أفكاره بكل حرية في هذا الفضاء التفاعلي الافتراضي ،مع امكانية اخفاء الهوية الحقيقية ،كما وأنه حرر المستخدم من قيود الزمان و المكان فقد سمح له بتجاوز هذه الحدود وجعله أكثر قربا لمختلف الثقافات و المجتمعات ونقل له الصورة كما هي أثناء حدوثها إضافتا إلى أن الفايسبوك سمح للمستخدمين من الهروب من الواقع والدخول إلى عالم افتراضي .

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

الشكل رقم (20) يمثل استجابات أفراد العينة على التساؤل 9



5/ماهي الوسائل التي تستخدمها لتصفح الفايسبوك؟

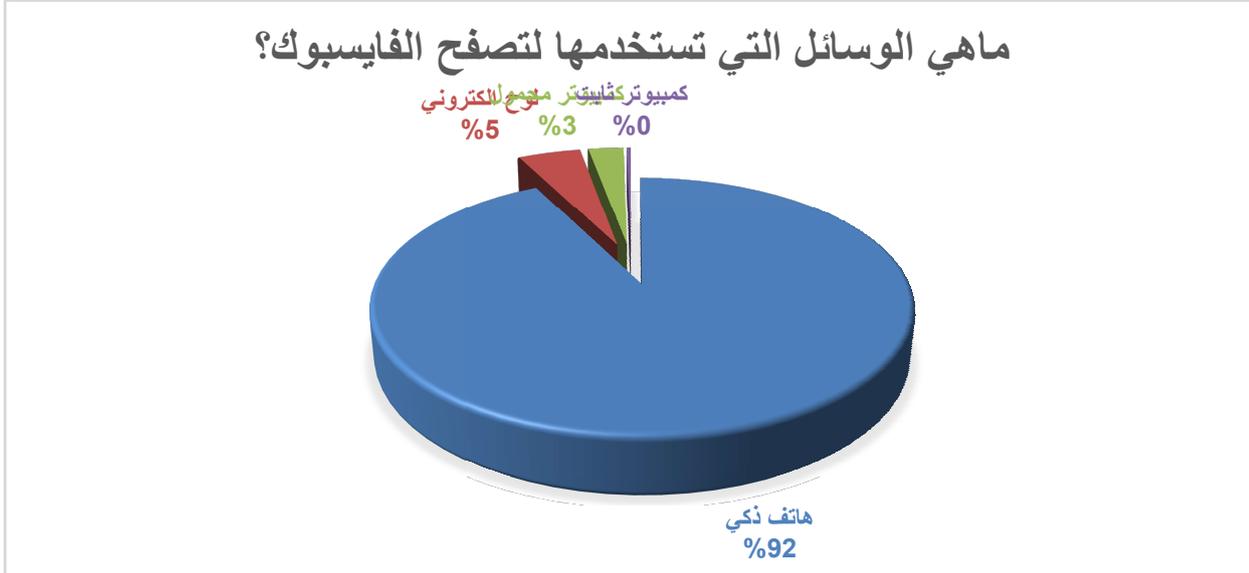
| المنوال | النسبة المئوية | التكرارات | البدائل |
|---------|----------------|-----------|---------------|
| 1 | 92,6% | 324 | هاتف ذكي |
| | 4,6% | 16 | لوح الكتروني |
| | 2,6% | 9 | كمبيوتر محمول |
| | 0,3% | 1 | كمبيوتر ثابت |
| | 100% | 350 | المجموع |

الجدول رقم (24) يوضح استجابات أفراد العينة على التساؤل 10

من خلال الجدول رقم () تبين أن معظم أفراد العينة يستخدمون الهاتف الذكي في تصفح الفايسبوك وهذا بالنظر إلى النسبة المئوية التي تحصل عليها البديل هاتف ذكي حيث قدرت هذه النسبة بـ: 92,6% والقيمة التي تؤكد هذه النتيجة أيضا نجد قيمة المنوال التي بلغت قيمة 1 التي تدل أن الاستجابة على البديل "هاتف ذكي" الأكثر تكرارا، وفي مرتبة ثانية نجد البديل "لوح الكتروني" تحصل على نسبة مئوية قدرها 4,6%، أما البديل "كمبيوتر محمول" فقد احتل المرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرها: 2,6%، أما البديل "كمبيوتر ثابت" فقد تحصل على نسبة مئوية قدرها: 0,3%. يتضح لنا من خلال التحليل الكمي أن أفراد العينة يعتمدون على الهاتف الذكي كتكنولوجيا اتصالية حديثة في استخدامهم لموقع الفايسبوك ذلك لأن الهاتف الذكي هو عبارة عن وسيط اتصالي سهل العملية الإتصالية كما وأنه دمج ما بين مختلف الوسائط الصور والفيديوهات والصوت، فهو تقنية اتصالية متطورة جدا يدمج ما بين الهاتف المحمول و الكمبيوتر

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

الشخصي كما و يقدم العديد من التطبيقات كتطبيق الفايسبوك لذلك يتم الإعتماد عليه أكثر من الوسائل التكنولوجية الأخرى .



الشكل رقم (21) يمثل استجابات أفراد العينة على التساؤل 10

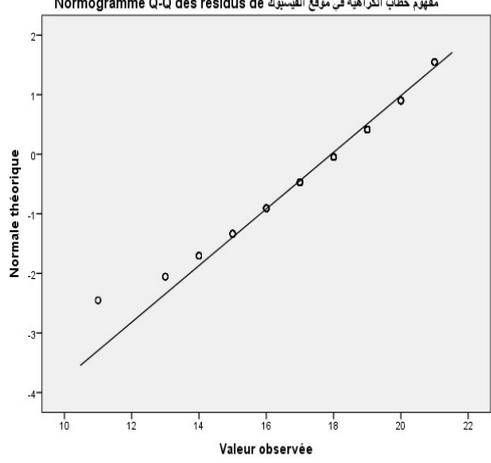
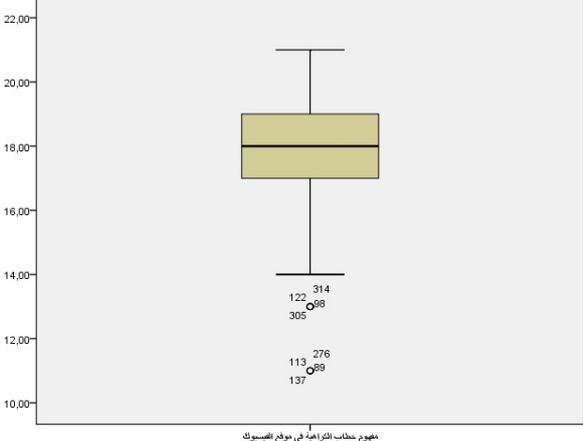
6/ماهي الأماكن المفضلة لكم لاستخدام موقع الفيسبوك؟

| المنوال | النسبة المئوية | التكرارات | البدائل |
|---------|----------------|-----------|--------------|
| 1 | 86,9% | 304 | المنزل |
| | 5,7% | 20 | المكتبة |
| | 6,3% | 22 | الجامعة |
| | 1,1% | 4 | أماكن عمومية |
| | 100% | 350 | المجموع |

الجدول رقم (25) يوضح استجابات أفراد العينة على التساؤل 11

من خلال الجدول رقم () تبين أن معظم أفراد العينة يرون أن أفضل مكان لاستخدام موقع الفايسبوك هو المنزل وهذا بالنظر إلى النسبة المئوية التي تحصل عليها البديل المنزل حيث قدرت هذه النسبة بـ: 86,9% والقيمة التي تؤكد هذه النتيجة أيضا نجد قيمة المنوال التي بلغت قيمة 1 التي تدل أن الاستجابة على البديل "المنزل" الأكثر تكرارا، وفي مرتبة ثانياة نجد البديل " الجامعة " تحصل على نسبة مئوية قدرها 6,3%، أما البديل "المكتبة" فقد احتل المرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرها: 5,7%، أما المرتبة الرابعة فقد تحصل عليها البديل "أماكن عمومية" بنسبة مئوية قدرها: 1,1%.

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

| | |
|---|--|
| | |
| طريقة الجذع والأوراق "توكي" | منحنى غوس |
|  |  |
| اعتدالية البواقي | طريقة العلبة الإحصائية |

الشكل رقم (23): يوضح منحنى غوس

ج- من خلال الأشكال الظاهرة أعلاه نجد أن منحنى غوس يتشكل وفق المنحنى الذي اقترحه Gausse، أما الشكل الخاص بالبواقي فنجد أن نقاط الانتشار الخاصة بالمتغير تلامس الخط المستقيم المعبر عنه احصائياً بخط الميل وتقع في المجال $(-2, +2)$ ، بالإضافة إلى أن هناك تدافع معتدل في الشجرة الإحصائية بين الأحاد (الأوراق) والعشرات (الجذوع)، في حين نجد أن في العلبة الاحصائية نجد أن الخط يقترب من الرباعي الثالث، كل هذه مؤشرات تدل على اعتدالية الدرجات.

ح- البارامترات: les paramètres

| الأخطاء المعيارية | الاحصاءات | | |
|-------------------|-----------|--------|------------------------|
| ,11244 | 17,9314 | | المتوسط الحسابي |
| | 17,7103 | الدنيا | فترة الثقة |
| | 18,1526 | العليا | |
| | 18,0333 | | المتوسط الحسابي المشذب |
| | 18,0000 | | الوسيط |
| | 4,425 | | التباين |
| | 2,10359 | | الانحراف المعياري |

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

| | | |
|------|--------|---------------|
| | 11,00 | الحد الأدنى |
| | 21,00 | الحد الأعلى |
| | 10,00 | المجال |
| | 2,00 | المجال المحدد |
| ,130 | - ,576 | الالتواء |
| ,260 | ,228 | التفرطح |

الجدول رقم (26) يمثل البرامترات

د- من خلال البيانات المدونة في الجدول رقم (26) أعلاه نجد مؤشرات عدة للاعتدالية، فالمؤشر الأول هو أن قيم معامل الالتواء والتفرطح تقترب من الصفر، في حين نجد أن قيمة المتوسط الحسابي تقترب أيضا من قيمة الوسيط، وبالتالي نقرر أن التوزيع طبيعي للدرجات في التساؤل الثاني.

ذ- اعتدالية التوزيع: (شابيرو ويلك، كولموجروف سميرنوف) kolmogrosmirnov-shapiro-wilk

| سميرنوف كولموجروف | | | شابيرو ويلك | | | مفهوم خطاب الكراهية في موقع الفيسبوك |
|-------------------|-------------|---------|------------------|-------------|---------|--------------------------------------|
| الدالة الاحصائية | درجة الحرية | إحصاءات | الدالة الاحصائية | درجة الحرية | إحصاءات | |
| ,000 | 350 | ,947 | ,000 | 350 | ,126 | |

الجدول رقم (27): يمثل اعتدالية التوزيع: (شابيرو ويلك، كولموجروف سميرنوف)

ر- من خلال الجدول رقم (27) نجد أن قيم إحصاءات شابيرو ويلك، وهو غير دال إحصائيا عند مستوى دلالة 0,05، في المقابل قدرت قيم إحصاءات كولموجروف سميرنوف غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة 0,05، ومنه يمكن القول إن البيانات تتوزع توزيعا طبيعيا (معتدل).

ز- التناول الإحصائي:

| مجموعتين مستقلتين | | المتغير |
|----------------------------------|-----------------------------|---------|
| توزيع ملتو | توزيع طبيعي | الشروط |
| تدافع منتظم | تدافع عشوائي | |
| لابارامتري | بارامتري | |
| اختبار مانويتني لعينتين مستقلتين | اختبار "ت" لعينتين مستقلتين | الجنس |

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

| | | |
|----------------------------------|-----------------------------|---------|
| | x | |
| اختبار كروسكال واليس | اختبار أنوفا في اتجاه واحد | السن |
| | x | |
| اختبار مانويتني لعينتين مستقلتين | اختبار "ت" لعينتين مستقلتين | القسم |
| | x | |
| اختبار كروسكال واليس | اختبار أنوفا في اتجاه واحد | المستوى |
| | x | |
| اختبار khii2 | اختبار ذو حدين | التخصص |
| x | | |

الجدول رقم (28): يمثل التناول الإحصائي

المعطيات السوسيوديمغرافية: المعطيات السوسيوديمغرافية:

أولاً: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمفهوم خطاب الكراهية في موقع الفايسبوك تعزى للجنس؟

| قيمة F | الدلالة الإحصائية | قيمة t | درجة الحرية | الدلالة الإحصائية | مستوى الدلالة المعمول به | القرار الاحصائي |
|--------|-------------------|--------|-------------|-------------------|--------------------------|-----------------|
| 1,033 | ,310 | -,095 | 348 | ,925 | 0.05 | غير دال |

الجدول رقم (29): يمثل فروق خطاب الكراهية وفقاً لمتغير الجنس

من خلال الجدول رقم (29) تبين أن التحليل الاحصائي للتساؤل الثاني عن طريق الدرجة الكلية أفرز عن إحصاءات مختلفة، حيث قدرت قيمة F بـ: 1,033 (تحسب عن طريق قسمة التباين الأكبر على التباين الأصغر) أما الدلالة الإحصائية لها فبلغت قيمتها 310, وهذا فيه دلالة أن الباحث اختار البيانات الخاصة بالصف الذي يفترض أن تباين المجموعتين متساو، وبالتالي نستنتج أن هناك تجانس بين الاناث و الذكور من حيث الدرجات على محور مفهوم خطاب الكراهية في موقع الفايسبوك، وتم الإشارة اليه من خلال اختبار هارتلي (f-max) الذي يستعمل في حالة تساوي حجم العينتين أما في حالة عدم تساوي حجوم العينة فإننا نستخدم معادلة شنيديكور.

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

أ- أما قيمة "t" فقد بلغت 0,095- (تحسب عن طريق قسمة الفرق بين متوسطي المجموعتين على الفرق بين الأخطاء المعيارية للمتوسطين) في حين نجد أن الدلالة الإحصائية لها قدرت ب: 925, (أكبر من مستوى الدلالة المعمول به) عند درجة الحرية (تحسب على النحو التالي: $(n_1-1) + (n_2-1)$) $(1-177) + (1-173) = 348$) وبالتالي يمكن الإقرار بأنه: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمفهوم خطاب الكراهية في موقع الفايسبوك تعزى للجنس ويعزى ذلك لأن خطاب الكراهية هو خطاب استعلائي وهجومي يوحي للإشمئزاز و يحرض على العنف و الصراع والنزاع ، كما وكانت توجهات عينة الدراسة كلها واحدة نظرا لأنه تم عرض العديد من المفاهيم و التعريفات التي تدل على أنه معاد ، كما وأنه حسب النتائج التي تم التوصل إليها أن عينة الدراسة تتعرض لموقع الفايسبوك بصفة يومية لذلك فعادة ما يتصادفون مع منشورات معادية و مظلمة ، تستخدم ألفاظ سيئة و جارحة وذلك انطلاقا من أن الفايسبوك يتميز بخاصية النشر الحر وغياب القيود القانونية فموقع الفايسبوك تستخدمه العديد من الأطراف المتصارعة لضرب بعضهم البعض و الإدانة و لتشويه الصورة لذلك لا توجد فروق لمفهوم خطاب الكراهية بالنسبة لعينة الدراسة انطلاقا من متغير سنهم .

ثانيا: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمفهوم خطاب الكراهية في موقع الفايسبوك تعزى للسن؟

| الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | التكرارات | السن |
|-------------------|-----------------|-----------|------------------|
| 1,53219 | 19,6190 | 21 | أقل من 19 سنة |
| 2,11039 | 18,2231 | 130 | من 19 إلى 22 سنة |
| 2,04120 | 17,5628 | 199 | أكثر من 22 سنة |
| 2,10359 | 17,9314 | 350 | المجموع |

الجدول رقم (30): يمثل درجات السن لعينة الدراسة

بتفحص الجدول رقم (30) تبين لنا أن أغلبية أفراد العينة كانت أعمارهم أكثر من 22 سنة بتكرار قدره 199، أما درجاتهم فكانت بمتوسط حسابي بلغ 17,5628، انحراف معياري في حدود 2,04120، في حين نجد أفراد عينة الذين كانت أعمارهم في حدود من 19 إلى 22 سنة كانوا الأقل تواجدا في العينة بمتوسط حسابي قدره 18,2231، وانحراف معياري بلغ 2,11039، في المقابل نجد الأفراد الذين كانت أعمارهم أقل من 19 سنة قد احتلوا المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره 19,6190، وانحراف معياري قدر ب: 1,53219.

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

| الدلالة الإحصائية | قيمة F | متوسط المربعات | درجة الحرية | مجموع المربعات | مصدر التباين |
|-------------------|--------|----------------|-------------|----------------|----------------|
| ,000 | 11,744 | 48,953 | 2 | 97,906 | بين المجموعات |
| | | 4,168 | 347 | 1446,448 | داخل المجموعات |
| | | | 349 | 1544,354 | الكلي |

الجدول رقم (31): يمثل فروق لمفهوم خطاب الكراهية في موقع الفيسبوك تعزى للسن

من خلال النظر إلى بيانات الجدول رقم (31) والمتحصل عليها باستعمال اختبار تحليل التباين الأحادي (Anova-one way) وهذا بغرض التعرف على إمكانية وجود فروق في مفهوم خطاب الكراهية في موقع الفيسبوك تعزى للسن، ومنه كانت النتائج تتوزع على إحصاءات تحليل التباين الأحادي على الشكل التالي:

نجد أن المصادر الثلاثة للتباين قد توزعت على الشكل: بين المجموعات (97,906) ويمثل التباين الذي مرده لأثر المتغير المستقل (السن) أي الفروق في مفهوم خطاب الكراهية في موقع الفيسبوك تعزى للسن، ثم التباين داخل المجموعات (1446,448) وهو التباين الذي يعكس الأخطاء العشوائية وليس تأثير المتغير المستقل، ثم مجموع التباينات (1544,354) بالإضافة إلى تحديد درجات الحرية لكل مصدر من مصادر التباين، ومجموع المربعات ومتوسط المربعات (مجموع المربعات مقسوما على درجات الحرية)، كما يوضح الجدول قيمة النسبة الفائية (11,744) والتي يتم حسابها من خلال قسمة متوسط المربعات بين المجموعات على متوسط المربعات داخل المجموعات (4,168/48,953) وهذا لتقدير الفروق بين الأفراد نتيجة للسن، وبالنظر إلى الدلالة الإحصائية لـ F والتي كانت أقل من مستوى الدلالة المعمول به، نقرر أنه: **توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمفهوم خطاب الكراهية في موقع الفيسبوك تعزى للسن (يوجد أثر للسن).**

جدول رقم (32): يوضح قيمة Tukey للمقارنات الزوجية البعدية من حيث السن

| الدلالة الإحصائية | الخطأ المعياري | الفرق بين متوسط السن (أ-ب) | السن | السن الأكثر ظهورا |
|-------------------|----------------|----------------------------|------------------|-------------------|
| ,011 | ,48017 | 1,39597 | من 19 إلى 22 سنة | أكثر من 22 سنة |
| ,000 | ,46845 | 2,05623 | أكثر من 22 سنة | |

بالنظر إلى بيانات الجدول رقم () نجد أن عملية المقارنات الزوجية البعدية باستخدام الاختبارات التتبعية، حيث يعتبر اختبار توكي (ISI) لأدنى فرق دال من أهمها، وقد تم الاعتماد على هذا الاختبار التتبعي

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

نظرا لكثرة استخدامه في المقارنات الزوجية البعدية، فهو أكثر تسامحا من الاختبارات الأخرى مثل: (Sheffé)، و(Saidak)، وغيرها... إلخ، وبالنظر إلى بيانات الجدول رقم () نجد أن الفروق لصالح الأفراد الذين يبلغون من السن أكثر من 22 سنة باعتبارهم الأكثر تواجدا في العينة، بحيث سجلنا فروقا ذات دلالة إحصائية ما بين درجات الأفراد البالغين أكثر من 22 سنة، وكل من الأفراد البالغين من 19 إلى 22 سنة، أكثر من 22 سنة، وهذا نظرا للدلالة الإحصائية التي كانت أقل من مستوى الدلالة المعمول به الذي حدده الباحث 0.05 (0.011، 0.000) على التوالي.

ويمكن أن نفسر هذه الفروق ما بين عينة الدراسة ، بسبب اختلاف درجة فهم هذا النوع من الخطاب انطلاقا من الخبرة و المعرفة السابقة التي تختلف ما بين الأفراد فالخبرة ودرجة الوعي تختلف انطلاقا من السن كما و أن خطاب الكراهية في كثير من الأحيان يكون ضمنيا ولا يظهر مباشرة وهو خطاب يتميز بالرمزية لذلك فهو يتطلب خبرة أكثر للتمكن من تفكيكه وفهم سياقه الذي يدور فيه .

ثالثا: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمفهوم خطاب الكراهية في موقع الفايسبوك تعزى للقسم؟

جدول رقم (33): يمثل فروق لمفهوم خطاب الكراهية في موقع الفايسبوك تعزى للقسم

| قيمة F | الدلالة الإحصائية | قيمة t | درجة الحرية | الدلالة الإحصائية | مستوى الدلالة المعمول به | القرار الاحصائي |
|--------|-------------------|--------|-------------|-------------------|--------------------------|-----------------|
| ,546 | ,460 | -,405 | 348 | ,685 | 0.05 | غير دال |

من خلال الجدول رقم (33) تبين أن قيمة "t" قد بلغت -405، (تحسب عن طريق قسمة الفرق بين متوسطي المجموعتين على الفرق بين الأخطاء المعيارية للمتوسطين) في حين نجد أن الدلالة الإحصائية لها قدرت ب: 685، (أقل من مستوى الدلالة المعمول به) عند درجة الحرية (تحسب على النحو التالي: $(n_1-1) + (n_2-1)$) = (1-167) + (1-189) = 348) وبالتالي يمكن الإقرار بأنه: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمفهوم خطاب الكراهية في موقع الفايسبوك تعزى للقسم.

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

وهذا راجع لطبيعة التخصصات فقسم العلوم الإنسانية والإجتماعية هما قسمان ذات توجه واحد تهتم بدراسة الإنسان ويشتركون في مختلف النظريات الكبرى لذلك فتوجه الطلبة يكون في طريق واحد ولا يختلف كثيرا لذلك فمفهوم خطاب الكراهية في البيئة الرقمية لا يختلف من وجهة نظرهم وتفسيرهم له وتفكيكهم هو في نفس الإتجاه كذلك لأن الخطاب وتفسيره وفهمه يرتكز على البيئة و المحيط وثقافة الجماعة التي ينتمي إليها الفرد .

رابعاً: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمفهوم خطاب الكراهية في موقع الفيسبوك تعزى للمستوى؟

| الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | التكرارات | السن |
|-------------------|-----------------|-----------|---------------------|
| 1,70726 | 19,3768 | 69 | سنة أولى جذع مشترك |
| 2,30160 | 17,5663 | 83 | السنة الثانية جامعي |
| 1,81915 | 18,2286 | 70 | السنة الثالثة جامعي |
| 1,89992 | 17,2266 | 128 | ماستر |
| 2,10359 | 17,9314 | 350 | المجموع |

جدول رقم (34): يمثل درجات مستوى العينة

بتفحص الجدول رقم (34) تبين لنا أن أغلبية أفراد العينة كان مستواهم الدراسي ماستر بتكرار قدره 128، أما درجاتهم فكانت بمتوسط حسابي بلغ 17,2266، انحراف معياري في حدود 1,89992، في حين نجد أفراد عينة الذين كان مستواهم الدراسي السنة الثانية جامعي كانوا الأقل تواجدا بدرجة ثانية في العينة بمتوسط حسابي قدره 17,5663، وانحراف معياري بلغ 2,30160، في المقابل نجد الأفراد الذين كان مستواهم الدراسي السنة الثالثة جامعي قد احتلوا المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدره 18,2286، وانحراف معياري قدر بـ: 2,30160، أما ذوي المستوى الدراسي السنة أولى جذع مشترك فقد احتلوا المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره 19,3768، و انحراف معياري 1,70726.

| الدلالة الإحصائية | قيمة F | متوسط المربعات | درجة الحرية | مجموع المربعات | مصدر التباين |
|-------------------|--------|----------------|-------------|----------------|----------------|
| | 19,668 | 74,998 | 3 | 224,993 | بين المجموعات |
| | | 3,813 | 346 | 1319,361 | داخل المجموعات |
| | | | 349 | 1544,354 | الكلي |

جدول رقم (35): يمثل مصدر التباين لعينة الدراسة

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

من خلال النظر إلى بيانات الجدول رقم (35) والمتحصل عليها باستعمال اختبار تحليل التباين الأحادي (Anova-one way) وهذا بغرض التعرف على إمكانية وجود فروق في مفهومخطاب الكراهية في موقع الفايسبوك تعزى للمستوى، ومنه كانت النتائج تتوزع على إحصاءات تحليل التباين الأحادي على الشكل التالي:

نجد أن المصادر الثلاثة للتباين قد توزعت على الشكل: بين المجموعات (224,993) ويمثل التباين الذي مرده لأثر المتغير المستقل (المستوى) أي الفروق في مفهومخطاب الكراهية في موقع الفايسبوك تعزى للمستوى، ثم التباين داخل المجموعات (1319,361) وهو التباين الذي يعكس الأخطاء العشوائية وليس تأثير المتغير المستقل، ثم مجموع التباينات (1544,354) بالإضافة إلى تحديد درجات الحرية لكل مصدر من مصادر التباين، ومجموع المربعات ومتوسط المربعات (مجموع المربعات مقسوما على درجات الحرية)، كما يوضح الجدول قيمة النسبة الفائية (19,668) والتي يتم حسابها من خلال قسمة متوسط المربعات بين المجموعات على متوسط المربعات داخل المجموعات (3,813/74,998) وهذا لتقدير الفروق بين الأفراد نتيجة للمستوى، وبالنظر إلى الدلالة الإحصائية ل: فوالتي كانت أقل من مستوى الدلالة المعمول به، نقرر أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمفهوم خطاب الكراهية في موقع الفايسبوك تعزى للمستوى (يوجد أثر للمستوى). وذلك راجع لأن المستوى يلعب دورا أساسيا في تفكيك المفاهيم و فهمها فطلبة الماستر تكون درجة فهمهم لخطاب الكراهية في البيئة الرقمية أعلى من المستويات الأخرى كما وأنهم يستوعبون درجة خطورته على المجتمعات لأنه عبارة عن خطاب يحرض على الصراع و النزاع .

جدول رقم (36): يوضح قيمة Tukey للمقارنات الزوجية البعدية من حيث المستوى

| الدلالة الإحصائية | الخطأ المعياري | الفرق بين متوسط كل مستوى (أ-ب) | المستوى | المستوى الأكثر ظهورا |
|-------------------|----------------|--------------------------------|----------------------|----------------------|
| ,000 | ,29164 | -2,15025 | السنة أولى جذع مشترك | ماستر |
| ,605 | ,27520 | -,33970 | السنة الثانية جامعي | |
| ,003 | ,29028 | -1,00201 | السنة الثالثة جامعي | |

بالنظر إلى بيانات الجدول رقم (36) نجد أن عملية المقارنات الزوجية البعدية باستخدام الاختبارات التتبعية، حيث يعتبر اختبار توكي (LSD) لأدنى فرق دال من أهمها، وقد تم الاعتماد على هذا الاختبار التتبعي نظرا لكثرة استخدامه في المقارنات الزوجية البعدية، فهو أكثر تسامحا من الاختبارات الأخرى مثل: (Sheffé)، و(Saidak)، وغيرها... إلخ، وبالنظر إلى بيانات الجدول رقم () نجد أن الفروق لصالح الأفراد

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

الذين مستواهم الدراسي ماستر باعتبارهم الأكثر تواجدا في العينة، بحيث سجلنا فروقا ذات دلالة إحصائية ما بين درجات الأفراد مستواهم الدراسي ماستر ، وكل من الأفراد البالغين مستواهم الدراسي السنة أولى جذع مشترك و السنة الثالثة جامعي ، وهذا نظرا للدلالة الإحصائية التي كانت أقل من مستوى الدلالة المعمول به الذي حدده الباحث 0.05 (0.000,003) على التوالي، بينما لم نسجل فروقا بين الأفراد ذوي المستوى ماستر و ذوي المستوى الدراسي السنة الثانية جامعي لأن الدلالة الإحصائية كانت أقل من مستوى الدلالة المعمول به 0.605.

خامسا: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمفهوم خطاب الكراهية في موقع الفايسبوك تعزى للتخصص؟

| الاحصاءات | القيم | درجة الحرية | الدلالة الاحصائية التقريبية |
|----------------|---------|-------------|-----------------------------|
| قيمة كيدو | 100,866 | 72 | 0,014 |
| الموثوقية | 108,906 | 72 | 0,003 |
| الارتباط الخطي | 1,763 | 1 | 0,184 |
| عدد الملاحظات | 350 | | |

الجدول رقم (37) يمثل فروق ذات دلالة إحصائية لمفهوم خطاب الكراهية في موقع الفايسبوك تعزى للتخصص

من خلال الجدول رقم (37) تبين أن قيمة كيدو بلغت: 100,866، في حين بلغت الدلالة الاحصائية له 0,003، عند درجة حرية 72، والدلالة الإحصائية له كانت أقل من 0.05 وبالتالي يمكن القول أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمفهوم خطاب الكراهية في موقع الفايسبوك تعزى للتخصص.

التساؤل الثالث: هل توجد علاقة ارتباط ما بين النشر وتغذية خطاب الكراهية لدى عينة الدراسة عند مستوى الدلالة 0.05؟

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

| بيرسون | | | | |
|--------|---------------------|---------------------|---------------------|--------|
| النشر | تغذية خطاب الكراهية | | | |
| ,665 | 1,000 | قيمة معامل الارتباط | تغذية خطاب الكراهية | بيرسون |
| ,002 | . | الدلالة الإحصائية | | |
| 350 | 350 | درجة الحرية | | |
| 1,000 | ,665 | قيمة معامل الارتباط | النشر | |
| . | ,002 | الدلالة الإحصائية | | |
| 350 | 350 | درجة الحرية | | |

الجدول رقم (38) يمثل الدلالة الإحصائية لمعامل ارتباط بيرسون للتساؤل الثالث

خلال الجدول رقم (38) تبين أن قيمة بيرسون قدرت ب: 665, في حين قدرت الدلالة الإحصائية للمعامل ب: 002, وهي قيمة دالة إحصائياً لأنها أقل من مستوى الدلالة المعمول به 0.05, ومنه يمكن القول: توجد علاقة ارتباط ما بين النشر وتغذية خطاب الكراهية لدى عينة الدراسة عند مستوى الدلالة 0.05 .

فقد جاءت نتائج البنود وفق مقياس ليكرت الثلاثي موافق ، معارض ، محايد كالتالي : تعتبر خاصية النشر بدون رقابة التي ينتجها الفيسبوك من اهم الأسباب لزيادة انتشار خطاب الكراهية فقد أخذت موافق أعلى نسبة ب 85,7 بالمئة أما محايد فقد أخذت نسبة 11,4 بالمئة في حين ان معارض فقد أخذت نسبة 2,9 بالمئة ويتضح لنا من خلال هذه النتائج أن الفيسبوك باعتباره عبارة عن منصة اتصالية تتيح للمستخدمين العديد من الخدمات كخدمة النشر و المشاركة بكل حرية دون أية قيود أو قوانين يخضع لها المستخدمون لذلك فكثيرا ما تستخدمه الأصوات المكبوتة كفضاء للتعبير عن كل ما منع عنها بإفصاحه لذلك نجد في هذا الفضاء العديد من الصفحات التي يتم فتحها من طرف أفراد مجهولي الهوية وينشرون خطابات الكراهية بصفة يومية فكثيرا ما نجدهم يركزون على أكثر القضايا حساسية في المجتمع و التي تكون كامنة ، كما وأن خطاب الكراهية يهدف لإيصال رسائل معينة و يحاول صناعة صور نمطية على الآخر بتكرار النشر و التداول في أوساط الجماهير ، كما وجاءت نتائج بند انهيار حراس البوابة في موقع الفيسبوك جعله منصة هجومية تتصارع عبره الأطراف المتعادية فقد بلغت نسبة موافق ب 85 بالمئة أما معارض 4,6 بالمئة ومحايد 10,4 بالمئة وهذا ما يؤكد لنا أن الفيسبوك عادة ما يتم استخدامه

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

كمنصة هجومية تتصارع عبره الفئات المتعادية فالفايسبوك سمح للمستخدم أن يعبر على كرهه في شكل رسائل اتصالية يشاركها فهو يقوم ببناء هذه الرسالة وينشرها مباشرة دون أن تمر على نقاط لتعديلها قبل إرسالها للجمهور ،فخطاب الكراهية في أصله هو عبارة عن خطاب يستهدف مكون أو مكونات مختلفة في المجتمع ويثير مشاعر الكره والتحيز و يحرض على التمييز العنصري لذلك فقد جعل من الفايسبوك منصة ترتكب عبرها الحرائق الرقمية والتي تؤدي إلى تحطيم النفسيات وتدميرها وزيادة اشعال فتيل الفتنة و إثارة القضايا الكامنة ،كما وجاءت نتائج بند تتميز منشورات الفايسبوك بقدرتها على الإقناع عن طريق استخدام مختلف الوسائط (نص مرفق بصورة أو فيديو) موافق 87 بالمئة محايد 9,4 بالمئة أما معارض فقد أخذت نسبة 2,9 بالمئة فالخطاب او قائل الخطاب لكي يؤثر في المتلقي أو المخاطب يجب ان ينجح في إقناعه فالإقناع هو عبارة عن عملية عقلية وهو يهدف لوصول رضا العقل و القلب وهو عبارة عن عملية لإيصال الأفكار و تغيير التوجهات ووجهات النظر فهو يؤدي بالمتلقي بتغيير إدراكه لمحيطه ، لذلك فصانع خطاب الكراهية يعتمد على الصور و الفيديوهات يرفقها مع مختلف منشوراته بهدف إقناع جمهوره المستهدف وتغيير صورته الذهنية اتجاه الآخر لأن قائل خطاب الكراهية هو عبارة عن شخص متعصب و رافض للآخر المختلف عنه في اللون أو العرق أو التوجه كما وأن الصور التي يعتمد عليها تكون صور مفبركة وصور تعبيرية و كاريكاتور بهدف الإستهزاء و التشويه والإدانة ، فقد جاء في البند الرابع أن منشورات الفايسبوك تتميز بالسخرية و الإستفزاز أو الإزدراء والتحقير لفئة لحساب فئة أخرى المختلفة في اللون أو العرق أو الجنس موافق 88,3 بالمئة محايد 9.4 بالمئة أما معارض 2 بالمئة هذا ما يؤكد لنا أن عينة الدراسة عادة ما تتصادف مع مختلف المنشورات العدائية و ذات العنف الرمزي والتي يصنعها القائمون بالإتصال و الأطراف المغذية للكراهية والتي تكتب وتعبر بحرية وتستخدم ألفاظ جارحة وحقائق لا أساس لها من الصحة ، وهذا ما أكدته نتائج بند القائل بأنه عادة ما تكون منشورات الفايسبوك مضللة و كاذبة فقد بلغت نسبة موافق ب 89,7 بالمئة فكثيرا ما يتم مشاركة العديد من المنشورات المغلوطة والأخبار الكاذبة بهدف إثارة غضب الآخر أو الطرف المستهدف فتصبح بعد ذلك حرب على أرض الواقع ،كما وأن منشورات الفايسبوك تقوم بالتدنيس لأنها تقوم بإيهام الجماهير بنصف المعلومات كاستخدام عبارة أفاد شهود عيان للتمكن من غرس الكراهية فقد جاءت نتيجة موافق بنسبة 88 بالمئة .

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

التساؤل الرابع: هل توجد علاقة ارتباط ما بين التفاعل وتغذية خطاب الكراهية لدى عينة الدراسة عند مستوى الدلالة 0.05؟

| بيرسون | | | | |
|---------|---------------------|---------------------|---------------------|--------|
| التفاعل | تغذية خطاب الكراهية | | | |
| ,227 | 1,000 | قيمة معامل الارتباط | تغذية خطاب الكراهية | بيرسون |
| ,000 | . | الدلالة الإحصائية | | |
| 350 | 350 | درجة الحرية | | |
| 1,000 | ,227 | قيمة معامل الارتباط | التفاعل | |
| . | ,000 | الدلالة الإحصائية | | |
| 350 | 350 | درجة الحرية | | |

الجدول رقم (39) يمثل الدلالة الإحصائية لمعامل ارتباط بيرسون للتساؤل الرابع

من خلال الجدول رقم () تبين أن قيمة بيرسون قدرت بـ: 227، في حين قدرت الدلالة الإحصائية للمعامل بـ: 000، وهي قيمة دالة إحصائياً لأنها أقل من مستوى الدلالة المعمول به 0.05، ومنه يمكن القول: توجد علاقة ارتباط ما بين التفاعل وتغذية خطاب الكراهية لدى عينة الدراسة عند مستوى الدلالة 0.05 .

يتضح لنا من خلال النتائج المعروضة أعلاه أنه كلما زاد التفاعل زادت الكراهية في موقع الفيسبوك و الذي يكون عن طريق الإعجاب ،التعليق و المشاركة ، فالمستخدمون يتفاعلون مع مختلف المنشورات التي يتم مشاركتها ونشرها والتي تتميز بأنها منشورات ذات سياق عدائي وعنف رمزي فقد جاءت نتائج بند أجد نفسي مجبراً على التفاعل مع قضايا الإنتماء موافق بنسبة 88 بالمئة أما محايد 8,6 بالمئة معارض 3,4 بالمئة فقضية الإنتماء من بين أكثر القضايا المثارة في مختلف المجتمعات ذلك لأن المجتمعات في طبيعتها دائماً تتكون من مجموعة من الفئات المختلفة في الإنتماء ، لكن هناك من يرفض هذا النوع من الإختلاف و يرفض التعايش مع الآخر فيحولها إلى ممارسات إتصالية عنيفة يستهدف فيها الفئات الأخرى التي تنتمي إلى جهات أخرى فينشأ صفحات معادية ضده ويزيف حقائق و يفبرك أخبار و يروج لدعايات و إشاعات و يكتب منشورات مستفزة تثير غضب الآخر لذلك يتم التفاعل مع هذا النوع من المنشورات فكثيراً ما تنشب حرب في التعليقات ما بين المستخدمين ، كما وجاءت نتائج بند

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

أنفاعل مع الصفحات التي تهتم بالهوية الثقافية الجزائرية موافق 88,6 بالمئة أما محايد 8,3 بالمئة أما معارض 3,1 بالمئة ، ومن أكثر قضايا الهوية الثقافية التي تثار في المحيط الجزائري قضية اللغة و الصراع اللغوي ما بين الأقطاب الثلاثة المعربون و البربر و الفرونكفونيون فهو صراع قائم منذ الإستعمار الفرنسي والذي خلقته فرنسا منذ استعمارها الجزائر قامت بسياسة فرق تسد وظهرت بذلك هذه الأقطاب الثلاثة فكثيرا ما يتم إنشاء صفحات فيسبوكية تثير هذه القضايا و تكون ذات توجه عربي أو بربري بحيث يتم التركيز في مختلف المنشورات على الحقائق المغلوطة و التاريخ المزيف و الصور و الفيديوهات المفبركة هذا ما يؤدي بالمستخدمين للتفاعل مع هذه القضية ويكون تفاعل هجومي و ذو ألفاظ سيئة وصور جارحة قد تمس أطراف أخرى أو تشوه رمز من رموز هوية فئة ما . أما بالنسبة للمشاركة فقد أكدت عينة الدراسة على أنها تشارك الصور و الفيديوهات و الأخبار التي تخص الأطراف المتصارعة و التي تستخدم الفيسبوك كمنصة هجومية فقد جاءت نسبة إجابتها بموافق ب 97.1 بالمئة وذلك لأن الفيسبوك كثيرا ما تنشأ فيه العديد من الصفحات و المجموعات تكون بهدف إثارة الفتنة وتهويل الرأي العام الجماهيري وإثارة انتباهه نحو قضايا تمس وحدة الوطن و تؤدي لزعزعة الأمن و السلم فقد يتم إنشاء صفحة تدين فئة أو مكون من مكونات المجتمع بحيث نجدها تمارس عنفا رمزيا في مختلف منشوراتها مع تكرار العرض فتجذب المستخدم وقد تغير توجهه و رأيه لأنها تؤثر فيه عن طريق تكرار العرض فيصبح مؤيد لها و يدعمها بمشاركته في صفحته الشخصية بهدف التأثير و جذب المستخدمين ، كما وجاءت نتائج بند تساهم المشاركة في قابلية تدفق الأخبار و المعلومات المظلمة و الحقائق الكاذبة موافق 78.9 بالمئة معارض 4,6 بالمئة محايد 16.6 بالمئة فالمشاركة تضمن وصول الرسالة و انتشارها على نطاق واسع فالفايسبوك في وقتنا الحالي سرع العملية الإتصالية و سمح بوصول مختلف الرسائل و الأحداث و الأخبار في أقل وقت لأنه يتيح هذه الخدمة لذلك كثيرا ما تكثر الإشاعات و الدعايات لأنه يسهل انسياب المعلومات على اختلافها لقد وجدت فيه خطابات الكراهية أرضا مناسبة لزيادة انتشارها و اتساعها فقائل الخطاب هدفه كسب الدعم و التأييد و إيصال صوته و التأثير في الجمهور و كسب أكبر عدد من المؤيدين له هذا ما يساعده على طمس الآخر و إلغاء وجوده و زيادة إهانته و رفضه داخل الحياة الإجتماعية ،وكانت نتائج بند أن المشاركة تقوم بإيصال الأصوات المقموعة موافق 78.6 بالمئة ذلك لأن مختلف الأصوات المكبوتة و التي لم تتمكن من إيصال صوتها في وسائل الإعلام تستخدم الفيسبوك كمنصة للتعبير عن إحباطها و تعصبها ذلك لأن موقع الفيسبوك جعل من المتلقي صانعا

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

أيضا للرسالة الإتصالية و ليس مجرد متلقي مع غياب الرقابة القاننية و حراس البوابة لذلك فخاصية المشاركة مكنته من إيصال صوته و التعبير عن ما كان يمنع من قوله في الفضاءات الإعلامية الأخرى.

كما وأن التعليق أيضا هو من بين أهم الخدمات التي جعلت من المتلقي مشاركا في العملية الإتصالية فالיום ومع ظهور موقع الفايسبوك أصبح هناك تفاعل وتشارك ورجع صدى بين أطراف العملية الإتصالية لذلك كثيرا ما نجد العديد من التعليقات التي يقوم عبرها المستخدمون بالرد على المنشورات التي قد تدوس على طرف لهم بحيث جاءت إجابة المبحوثين حول بند تساهم المشاركة في زيادة حدة الصراع و تؤدي إلى إثارة العنف موافق 86,3 بالمئة محايد 10.9 بالمئة معارض 2,9 بالمئة ذلك لأن الفئة المستهدفة و التي يمسه خطاب الكراهية يمكنها الرد على المنشور من خلال التعليق خاصتا إذا كان المنشور استفزازي ويمس كرامة الآخر و يشوه سمعته ،هذا ما أكدته نتائج بند يؤدي التعليق إلى زيادة إظهار الأطراف المتصارعة حيث جاءت موافق بنسبة مرتفعة بلغة 76.9 بالمئة فكثيرا ما تشب مشادات كلامية وخلافات ونزاعات في التعليقات ما بين مختلف الأطراف المتصارعة و المتعادية ومن هنا تظهر مختلف الفئات المتعصبة و التي ترفض التعايش مع الآخر وجاءت نتائج بند يؤدي التعليق إلى زيادة دفع المستخدمين للمشاركة في مواضيع و قضايا قد تؤدي للمساس بأمن الدولة و زيادة الخلافات موافق 82,6 بالمئة محايد 12,6 بالمئة معارض 4.9 بالمئة وهذا ما أكدته أيضا نتائج دراسة أثر خطاب الكراهية في موقع الفايسبوك على الجمهور للباحثان صلاح الدين عمراري و يوسف مقتاش أن معظم المنشورات الفيسبوكية و التفاعلات تكون في شكل إشاعات وبيانات تؤدي للعداوة و التفرقة ما بين مختلف فئات المجتمع كما وتحتوي على أعمال هادفة لإشعال فتيل الفتنة ونشر الثقافات المنحرفة و المحرصة على تخطي النظام العام الإجتماعي و آدابه .

التساؤل الخامس: هل توجد علاقة ارتباط ما بين دوافع استخدام الفايسبوك وتغذية خطاب الكراهية لدى عينة الدراسة عند مستوى الدلالة 0.05؟

| بيرسون | | | | |
|-------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|--------|
| دوافع استخدام الفايسبوك | تغذية خطاب الكراهية | | | |
| 288, | 1,000 | قيمة معامل الارتباط | تغذية خطاب الكراهية | بيرسون |
| 000, | . | الدلالة الإحصائية | | |

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

| | | | |
|-------|------|---------------------|-------------------------|
| 350 | 350 | درجة الحرية | دوافع استخدام الفايسبوك |
| 1,000 | ,288 | قيمة معامل الارتباط | |
| . | ,000 | الدلالة الإحصائية | |
| 350 | 350 | درجة الحرية | |

الجدول رقم (40) يمثل الدلالة الإحصائية لمعامل ارتباط بيرسون للتساؤل الخامس

من خلال الجدول رقم (40) تبين أن قيمة بيرسون قدرت بـ: 288، في حين قدرت الدلالة الإحصائية للمعامل بـ: 000، وهي قيمة دالة إحصائياً لأنها أقل من مستوى الدلالة المعمول به 0.05، ومنه يمكن القول: توجد علاقة ارتباط ما بين دوافع استخدام الفايسبوك وتغذية خطاب الكراهية لدى عينة الدراسة عند مستوى الدلالة 0.05.

لقد تحدثت نظرية الإستخدامات و الإشباعات على دوافع استخدام الوسيلة والتي تختلف من مستخدم إلى آخر ، والفايسبوك يعتبر وسيلة اتصالية تفاعلية حرة لذلك يتم استخدامها وتختلف الدوافع من مستخدم إلى آخر فقد أكدت لنا نتائج الدراسة أن المستخدمين يعتمدون عليه بصفة يومية وهو من بين أهم الشبكات او الوسائل الإتصالية التي تستخدمها عينة الدراسة على اختلاف دوافعهم فكثيرا ما يتم استخدام موقع الفايسبوك بدافع التعبير عن الإحباط أو الدفاع عن هويتهم أو الأقلية التي ينتمون إليها هذا ما ينتج لنا مجموعة من الخطابات ذات التنافر الفكري ليترتب عنه الكراهية السائلة و التي نتجت داخل الفضاءات الرقمية و الشبكات الإجتماعية التي منحت الحرية للمستخدم في التعبير عن ما يريد دون وجود قيم يخضع لها أو أخلاق أو قوانين رادعة حيث يتم فيها ممارسة حرية الرأي والتعبير عن الواقع بأشكال سلسة وسريعة و لامتناهية ،فقد ذهب سيغوند باومان إلى أن الكراهية الرقمية هي الإنتقال من الإكراه المادي كالتجويد وممارسة العنف إلى الكراهية التي تمارس عبر الفضاءات الرقمية والتعبير بكل حرية واستخدام الألفاظ والكلمات الجارحة التي تحطم النفسيات و تقصي الآخر إجتماعيا فقد كانت إجابة المبحوثين كالتالي :استخدم موقع الفايسبوك بدافع التعبير عن كل ما أشعر به اتجاه الآخر موافق 83,4 بالمئة محايد 15,4 بالمئة أما معارض 3,7 حيث أن عينة الدراسة أكدت على أنها تنتشر في موقع الفايسبوك كل ما تراه إتجاه الآخر فكثيرا ما تكون مجموعة العوامل النفسية و السوسيوثقافية هي التي تدفع بالمستخدم لصناعة مضامين اتصالية خاصتا في القضايا الحساسة وفي الأحداث التي تكون فيها الأجواء متوترة ما بين مختلف مكونات المجتمع فنجد المستخدمين ينشرون مقالات أو أخبار تكون لصالح الفئة التي ينتمون إليها كما وأن مضمون منشوراتهم قد نجد فيه إدانة أو ألفاظ جارحة وتحتوي على عنف رمزي ،وهذا ما يؤكد لنا نتائج بند استخدم موقع الفايسبوك بدافع الدفاع عن هويتي وديني وانتمائي والتي قد

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

يمس بها أطراف أخرى موافق أخذت نسبة 85,1 ومحاييد 10,6 بالمئة أما معارض 4,3 بالمئة ،فأثناء الدفاع عن الهوية أو الدين كثيرا ما يختلط التعبير و يأخذ منحى آخر بعيد عن حرية التعبير فحرية التعبير من شروطها احترام الآخر وعدم المساس به فتنحول بذلك إلى هجمات مضادة ويصبح الفايسبوك عبارة عن فضاء شعبي يحتوي على منشورات كاذبة و مفبركة و مظلة تطلق عبره الهجمات العنيفة و الخطابات المعادية . كما و أكدت نتائج بند استخدم موقع الفايسبوك بدافع التعبير عن إحباطي من الواقع الذي أعيش فيه موافق بنسبة 87.4 بالمئة ،إن الإحباط هو عبارة عن حالة نفسية يشعر بها الفرد نظرا لعدم توافق الواقع مع رغباته كما وأنه من أهم الأسباب التي تدفع بالفرد لزيادة كراهيته لمحيطه والتي تتحول في شكل خطابات حيث تعتبر نظرية الإحباط من بين أهم النظريات التي ربطت ما بين الإحباط وممارسة خطاب الكراهية حيث ترى أنه يوجد علاقة قوية ما بين الإحباط وممارسة العدوان ،فالإنسان كلما لم يتمكن من تحقيق أهدافه كلما كانت له ردود أفعال عدوانية . لذلك فاستخدام الفايسبوك قد يحركه دافع التعبير عن الإحباط و محاولة بناء رسالة اتصالية لإيصال صورة عن الواقع المعاش وحجم المعاناة التي يشعر بها الفرد .

التساؤل العام: هل توجد علاقة ارتباط ما بين استخدام الفايسبوك وتغذية خطاب الكراهية لدى طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد خيضر بسكرة عند مستوى الدلالة 0.05؟

| بيرسون | | | | |
|------------------------|---------------------|---------------------|-------------------------|--------|
| استخدام موقع الفايسبوك | تغذية خطاب الكراهية | | | |
| 624, | 1,000 | قيمة معامل الارتباط | تغذية خطاب الكراهية | بيرسون |
| 000, | . | الدلالة الإحصائية | | |
| 350 | 350 | درجة الحرية | | |
| 1,000 | 624, | قيمة معامل الارتباط | استخدام مواقع الفايسبوك | |
| . | 000, | الدلالة الإحصائية | | |
| 350 | 350 | درجة الحرية | | |

الجدول رقم (41) يمثل الدلالة الإحصائية لمعامل ارتباط بيرسون للتساؤل العام

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

من خلال الجدول رقم (41) تبين أن قيمة بيرسون قدرت ب: 624،، في حين قدرت الدلالة الإحصائية للمعامل ب: 000، وهي قيمة دالة إحصائيا لأنها أقل من مستوى الدلالة المعمول به 0.05، ومنه يمكن القول: توجد علاقة ارتباط ما بين استخدام الفايسبوك وتغذية خطاب الكراهية لدى طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد خيضر بسكرة عند مستوى الدلالة 0.05.

إن الفايسبوك هو عبارة عن شبكة اتصالية وفضاء عمومي يتم بلورة الرأي العام الجامهيري من خلاله، فقد تم معالجة العديد من القضايا عبره كما وأنه أصبح يمثل الوسيلة الأكثر استخداما و المصدر الأساسي للمعلومات و الأخبار بالنسبة للمستخدمين، لأنه يتميز بخاصية التدفق المعلوماتي وسرعة انتشارها و سهولة انسيابها، هذا ما جعل منه الوسيلة الأكثر جذبا و تأثيرا في الجماهير، فالفايسبوك هو عبارة عن منصة متعددة الموضوعات و الاخبار و التوجهات والتي يستخدمها كل فرد على حسب دوافعه و رغباته فكما هو شبكة للتواصل و التعارف و تشكيل الرأي العام هو أيضا وسيلة لنشر العنف المجتمعي و زيادة الصراعات و النزاعات كما و أنه يروج للعديد من الدعايات و الحقائق المفبركة، فقد جاءت نتائج البند القائل أن التعرض المستمر لموقع الفايسبوك يؤدي إلى غرس الكراهية موافق 86 بالمئة، محايد 12,3 بالمئة أما معارض 1,7 بالمئة لقد أكدت لنا نتائج الدراسة أن عينة الدراسة تتعرض للفايسبوك بصفة يومية و لساعات طويلة، بالتالي فهي تتعرض لمختلف المنشورات والخطابات العدائية و الحقائق المظلمة و الكاذبة والمقالات المحرفة للحقائق ضد الآخر هذا ما يؤدي لغرس الكراهية في أذهان المستخدمين لا إراديا وذلك بسبب تكرار التعرض و تكرار العرض كما وأنه يخلق عندها وعيا زائفا و عقلا متجمدا يرفض كل ما يخالف ما يتم نشره وهذا ما أكدته نتائج البند الذي يقول يقوم الفايسبوك بغرس العنف المجتمعي و اللفظي و السلوكي بين متصفح ورواد هذا الموقع موافق 84 بالمئة محايد 12,9 بالمئة اما معارض 3,1 بالمئة فكلما زاد التعرض زادت سهولة غرس العنف ما بين أوساط الجماهير لأنه كثيرا ما تتكرر العديد من العبارات الجارحة في مختلف ما يتم مشاركته وكذلك ألفاظ التناز بالألقاب و التي تختلف من منطقة لأخرى وحسب توجه المستخدم أو الفئة التي ينتمي إليها كما وتوصلت دراستنا إلى أن الفايسبوك يعمل على تهويل العنف و زيادة حدة الصراع ذلك لأنه يقوم بغرس العديد من الأفكار والمعلومات المغلوطة في أذهان المتلقين و التي تكون مفبركة و مدلسة، فيتبناها وتترسخ في ذهنه هذا ما ينتج لنا عقل جامد و متطرف يرفض النقاش و الرأي الآخر المخالف، هذا ما يؤدي إلى زيادة انتشار الفتن ما بين مكونات المجتمع وغياب التجانس الإجتماعي وهذا ما توصلنا إليه فجاءت نتيجة موافق ب84 بالمئة، كما وأن ممارسة خطاب الكراهية عبر الفايسبوك تغرس في الجماهير التطرف ما بين الشباب و زيادة التفرقة و التناحر ذلك لأنه ينتج لنا عقل متجمد و متطرف يرفض التعايش مع الآخر و يرفض التعايش السلمي و لغة الحوار والنقاش كما وأنه يعمل على بناء الصور الذهنية و الإيديولوجيا و

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

الأفكار لأنه يعتبر من بين أهم المصادر التي تستقي منها عينة الدراسة المعلومات و الأخبار فقد كانت إجابتهم بموافق بنسبة 84 بالمئة ، كما وأكدت لنا عينة الدراسة أن منشورات الفايسبوك تؤثر في اتجاهاتها فقد جاءت نسبة موافق ب 85,4 بالمئة هذا ما يؤكد لنا أن موقع الفايسبوك هو من يتحكم في تشكيل الرأي العام الجماهيري المعادي لذلك تستخدمه مختلف الأطراف المتعادية كوسيلة للتمكن من جذب أكبر عدد من الجماهير و التأثير فيهم و تغيير وجهات نظرهم ،ذلك لأن أيضا أكدت عينة الدراسة أنها تبني أفكارها من منشورات الفايسبوك لذلك فصانع الرسالة هو متحكم في عقول الجماهير و يسيرها كيفما يشاء و يغير آرائها و توجهاتها بطريقة ناعمة وهذا ما يمكن أن نطلق عليه القوة الناعمة ، فالقوة هي القدرة على التأثير في الآخرين برضا منهم دون الإكراه أو القصر .

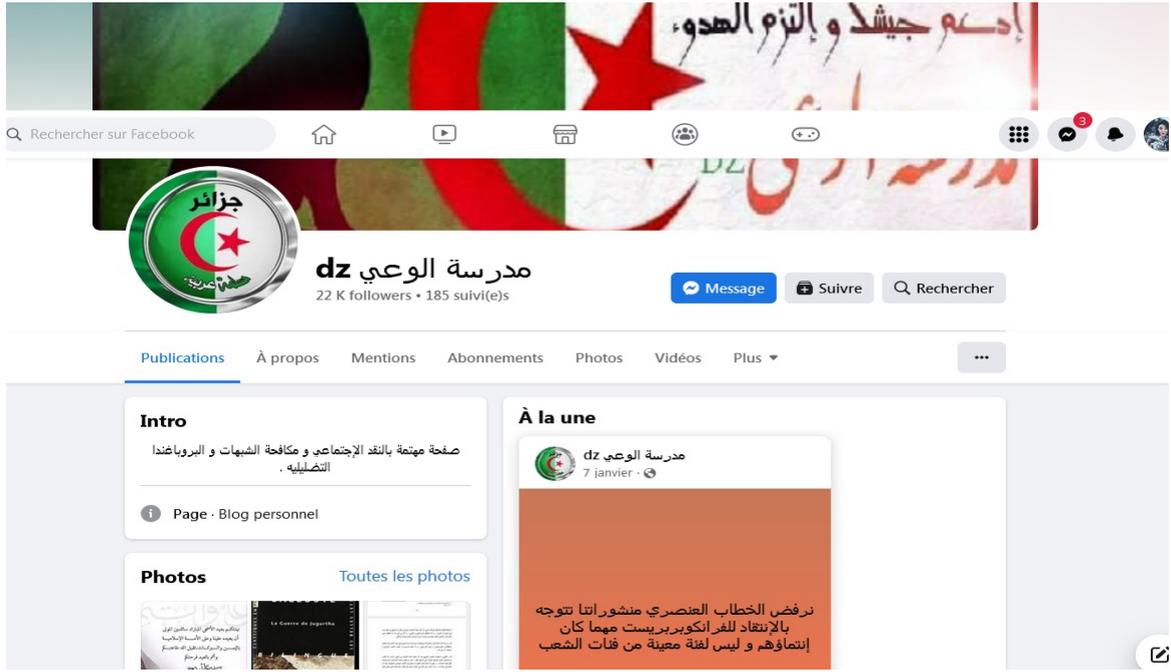
2. عرض وتحليل ومناقشة نتائج الأداة المساعدة تحليل مضمون

أولا : فئات الشكل :

فئة البيانات العامة :

صفحة مدرسة الوعي dz والتي هي عبارة عن صفحة فايسبوكية أنشأت سنة 2019 ، وبلغ عدد متابعيها 22 k أي إثنان وعشرون ألف متابع ، صورة بروفيلا تحمل علم الجزائر مكتوب فيها جزائر عربية مسلمة ، وبالنسبة لصورة الغلاف والتي تم تغييرها في 2021/08/02 وتتضمن علم الجزائر مكتوب فيه ادم جيشك والتزم الهدوء " مدرسة الوعي dz" مكتوب في intro ، صفحة مهتمة بالنقد الاجتماعي ومكافحة الشبهات و البروغندا التضليلية وتضع صورة A la une " نرفض الخطاب العنصري منشوراتنا تتوجه بالانتقاد للفرونكوبربريست مهما كان انتمائهم وليس لفة معينة من فئات الشعب "

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة



الشكل رقم (24): صورة توضح بروفایل الصفحة محل التحليل

إن هذه الصفحة تؤكد أنها تقدم خطابات ضد العنصرية و ضد من يسعى للتفرقة في الجزائر و ضد من يغذي الكراهية فهي توجي لك عند دخولك لها بأنها تهتم بقضية الأقلية الفرونكوبريست لكنها في الحقيقة تستغل هذا الشعار كغطاء لممارسة الكراهية و العنصرية و اشعال نار الفتنة ما بين العرب و الأمازيغ لأن جل منشوراتها تضرب بها فئة الأمازيغ اللذين يمثلون نصف سكان الجزائر و كما هو معروف أن الجزائر هي بلد مختلط من البربر و العرب و تعد اشكالية أصول سكان شمال إفريقيا من أهم و أصعب القضايا فجزورها تمتد منذ سنوات طويلة ، ويرجع هذا إلى تعدد و تنوع و توالي الثقافات و الحضارات على هته المنطقة .

لقد تعايش سابقا العرب و البربر فالفئة العربية كما يقول التاريخ ووفقا لما دونه المؤرخين أنهم جاءوا للمغرب العربي مع الفتوحات الإسلامية ، وتعايش العرب و البربر في هته المنطقة و تبادلوا الثقافات فيما بينهم و امتزجوا و تصاهروا ، وحمل البربر راية الفتوحات الإسلامية و دام الإدماج و التجانس العربي الأمازيغي من القرن السابع ميلادي حتى بداية القرن العشرين (عساس، 2010، صفحة 50) ، فقد بدأ بعد هذه الفترة يظهر النزاع و الصراع و الإختلاف و السبب في ذلك هو دخول فرنسا للأراضي الجزائرية و استعمارها لها ، فقد جاءت بمشروعها الذي يهدف للتفرقة و تفكيك الرابطة ما بين العرب و الأمازيغ ، فقد قامت من أجل انجاح مشروعها بالإستعانة بالأونثروبولوجيين و علماء الإجتماع

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

من أجل وضع مخطط استراتيجي لضرب الوحدة الأمازيغية العربية و ذلك لأنها كانت تعلم أن الجزائر هي عبارة عن مزيج مختلط بين العرب و البربر ، حيث قامت فرنسا بمحاولة ادخال الأفكار في أوساط البربريين و الترويج بان العرب هم غزاة قاموا بغزؤهم و احتلوهم و أخذوا لهم أرضهم ذلك لأنها كانت تتبع سياسة فرق تسد ، كما و أنهم قاموا بتشويه صورة العرب و المسلمين ، ووضعوا العرب في تصنيفات تحقيرية ويظهر ذلك فيما كانوا يروجون له ، في المقابل قاموا بتمجيد القبائل و أعطوهم مكانة عالية و اهتموا بهم فقد قام الكاتب الفرنسي " العرب لا يمكن ادماجهم في الثقافة الفرنسية بينما القبائل يمكن ادماجهم لأن العرب كسلاء و رخاة و بطيئون و يميلون إلى الحزن و التزمت ، أما البربري فهو مجد في عمله و في كسبه و عملي ، وفي النهاية غير غير متدينين كثيرا و إذا مهمتنا في الجزائر هي تتعلق بمحاربة الإسلام عدونا الأبدي و بكل مظاهره" نستنتج من هته المقولة أن العرب ركزت على العرب و حاربتهم و حاولت تشويههم لأنهم مسلمون وهم من جاءوا بالفتوحات الإسلامية لقد أدخلت فرنسا في عقول البربر و قامت بافهامهم أن العرب قاموا باحتلالهم ثقافيا و فرضوا عليهم لغتهم العربية و دينهم الإسلامي (عساس، 2010، صفحة 54).

كما ان فرنسا ركزت على الأمازيغ و درستهم في مدارسها و علمتهم التحدث باللغة الفرنسية وبعدها قامت بتدريسهم أعطتهم مناصب عليا فقد وظفتهم كوسطاء داخل الجزائر المستعمرة أما البربر اللذين لم يتلقوا التعليم تم توظيفهم في المصانع بارسالهم لفرنسا ، هذا ما أدى فيما بعد لظهور طبقة جديدة لقد بدأ البربر يشعرون بهوية جديدة خاصة بهم وهذا راجع للتمييز الذي عملت فرنسا عليه وبدأت بعد ذلك تظهر حركات البربر ضد العرب و منذ ذلك إلى يومنا هذا لا تزال الصراعات قائمة حول هته القضية ، و بدأت المطالبة بالإعتراف بالفئة البربرية ، ونجحوا في نشر فكرة المطالبة بهوية ثقافية أمازيغية ، مما دفع بالطبقة الشعبية القبائلية بالمطالبة عن طريق القيام بالإحتجاجات و المظاهرات أدت إلى نجاحها و ارضاخ الدولة ببإدراج مصطلح الأمازيغية ، والتي أدرجتها كأحد عناصر الهوية الثقافية هنا نلاحظ بداية التفكك و التشتت خاصتا بعد القيام بالمطالبة بهوية فالبلد الواحد له هوية واحدة و التجانس الإجتماعي يتحقق في العيش تحت غطاء هوية و ثقافة واحدة مع قبول الاختلاف ، فهته الصفحة الفيسبوكية لا تهتم بالدعوة للتوحيد و عدم التفرقة و حل المشكلة من جذورها بل تقوم بممارسة الكراهية ضد الأمازيغ بمختلف منشوراتها وهذا ما اتضح لنا من خلال تحليلنا لها (عساس، 2010، صفحة 55) .

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

ثانيا : فئة اللغة :

| فئة اللغة | التكرار | النسبة المئوية |
|----------------------|---------|----------------|
| اللغة العربية الفصحى | 55 | 82,08 |
| اللغة العامية | 1 | 1,49 |
| اللغة الهجينة | 11 | 16,41 |

الجدول رقم (42) يوضح فئة اللغة المستخدمة في منشورات صفحة مدرسة الوعي DZ التحليل الكمي :

يوضح الجدول أعلاه و الأعمدة البيانية التكرارات و النسب المئوية للغة التي يتم استخدامها في منشورات صفحة "مدرسة الوعي dz" وقد جاءت اللغة العربية الفصحى في المرتبة الأولى بنسبة 82,08 % و تليها بعد ذلك اللغة الهجينة بنسبة 16,41 % ثم اللغة العامية والتي تكاد تنعدم في منشورات الصفحة بنسبة 1,49 % .

التحليل الكيفي :

جاء استخدام اللغة العربية الفصحى في منشورات الصفحة محل التحليل في الصدارة ، بالمحيط السوسيوثقافي في الجزائر يتميز بالتعدد و التنوع و الإمتزاج ما بين اللغات و اللهجات و التي تكون ما بين اللغة العربية الفصحى و الأمازيغية و الدارجة ، لكن جاءت معظم منشورات الصفحة باللغة العربية الفصحى ، فقد اختارها صاحب الصفحة كلغة أساسية يعتمدها في منشوراته لأن الفايسبوك هو عبارة عن فضاء للنشر الحر دون وجود قانون يفرض عليك نوع اللغة التي ستعرض بواسطتها رسالتك الإتصالية اضافة إلى أن مختلف المنابر الإعلامية عند قيامها بعرض رسائلها الإتصالية تركز على اللغة العربية الفصحى لكي تتمكن من التأثير في المتلقي ، لأنها لغة لها قوة تأثير و الإعلام عبارة عن وسيلة ثقيلة توجه الرأي العام بواسطة اللغة ، لأن مستوى اللغة المرتفع سيترك أثرا في المتلقي (بسناسي، 2017، صفحة 124) ، بالتالي صاحب الصفحة له هدف وهو التأثير و غرس أفكار ضد الأمازيغ و لتوجيه الرأي العام و زيادة اقتناع المستخدمين بأن الأمازيغ عبارة عن فرونكوفونيين يحاربون اللغة العربية ولا وجود للغتهم التي يقومون بالمطالبة بفرضها إلى جانب اللغة العربية كما يسعى لإثبات أن اللغة الأمازيغية أصل كلماتها من اللغة العربية ، كما تبين لنا من خلال تحليلاتنا أن معظم المنشورات أخذت

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

شكل حقائق تاريخية ومقالات و تقارير صحفية لذلك يستخدم اللغة الفصحى وكانت مصادرهم من كتب و خطابات وهي تستهدف بذلك فئة الفرونكوبريست الذين يطالبون بالهوية الأمازيغية لكن هته المنشورات تمس كل من هو أمازيغي وهي عبارة عن منشورات مغذية للكراهية و تزيد من حدة النزاعات و الخلافات .

ثم بعد ذلك اللغة الهجينة والتي يتم استخدامها من أجل إيصال الفكرة و تشيبتها في عقول المتلقين ، كما ويتم استخدامها لزيادة حدة العنف اللفظي و التعبير عن الكراهية و زيادة التحقير للأخر فقد جاء في المنشورات كما يلي :



شكل رقم (25): يوضح نماذج لآليات الاستهزاء

أما اللغة الدارجة العامة فتكاد تكون غائبة في منشورات الصفحة ، و يرجع السبب لعدم استخدامها أن معظم المنشورات جاءت في شكل مقالات تسرد التاريخ و تقارير صحفية و أخبار ، بحث لا يمكن استخدام اللغة العامية في هذا النوع من القوالب الصحفية .

ثالثا : فئة القوالب التعبيرية :

| النسبة المؤوية | التكرار | فئة اللغة |
|----------------|---------|----------------|
| %37,31 | 25 | المقال |
| %26,80 | 18 | الخبر |
| %35,82 | 24 | التقرير الصحفي |

الجدول رقم (43) يوضح فئة القوالب التعبيرية المستخدمة في منشورات صفحة مدرسة الوعي

DZ

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

التحليل الكمي :

يوضح الجدول أعلاه و الأعمدة البيانية التكرارات و النسب المؤوية لفئة القوالب التعبيرية و التي تستخدمها الصفحة محل التحليل في عرض منشوراتها ، حيث أن هذه الصفحة تضع منشوراتها في شكل تقرير صحفي بنسبة 37,31 بالمئة ، ثم تليها المقال بنسبة 35,82 بالمئة وجاء في المرتبة الأخيرة الخبر بنسبة 26,80 % .

التحليل الكيفي :

إن مسير الصفحة يحاول من خلال ما يقوم بنشره بزيادة الكراهية ما بين فئات المجتمع الجزائري ، كما و أنه يسعى لتوجيه الرأي العام في اتجاه خادام لمصلحته واثبات أن أرض الجزائر عربية وأن اللغة الأمازيغية لا وجود لها وأن الأمازيغ تاريخهم محرف ولكي يتمكن من إيصال رسائله اختار أن تكون منشوراته في شكل قوالب تعبيرية فالمقال جاء في المرتبة الأولى ذلك لأنه يحمل في مضمونه معاني والعديد من المعلومات والحقائق التي تسرد بشكل متسلسل ويكون الهدف منه الإعلان عن شيء يستحق النشر كما أن المقال يجعل المتلقي يبحث دائما عن معلومات قد لا تكون لديه فقد اتضح لنا من خلال التحليل أن صاحب الصفحة طرح العديد من المنشورات في شكل مقالات يعرض فيها حقائق عن تاريخ الأمازيغ و حقائق عن أصل وجود العرب و الفينيقيين في أرض الجزائر وهو يرسل رسائل خفية عن طريق هته المقالات و المتمثلة في أن أرض الجزائر سكانها الأصليين هم العرب ، كما و أنه طرح مقالات عن أصل تسمية بعض الكلمات التي هي في اللغة الأمازيغية بهدف إثبات أنها مأخوذة من اللغة العربية ، كما قام بعرض مقال حول فينيقيو شمال إفريقيا .

كما شارك مقال حول حرق مخطوطات في عين صالح يعود وجودها لأزيد من 400 سنة ، و ذلك ليثبت التهمة ضد الأمازيغ على أنهم هم من قاموا بحرق هته المخطوطات لكي يلغوا الوجود العربي في أرض الجزائر ، كما قام بنشر مقال آخر بعنوان صدمة للمتمزغين ، استخدم فيه حقائق مستعيبنا بأسماء مؤرخين ، وهذا كله بهدف التشويه لأنها عبارة عن مقالات تثير الفتنة و تمس بكرامة الآخر وهذا نتيجة الكراهية لأن الكراهية هي ظاهرة من الظواهر الإنسانية تكون نابعة من النفس وتعود بالضرر على الفرد و الجماعة فالكراهية تحركها العلاقات الإجتماعية لأن الإنسان هو ذئب لأخيه الإنسان ، اضافتا إلى دافع الإختلاف في اللون أو العرق و الجنس و الفئة ، فصاحب هته الصفحة يرفض الآخر المختلف معه في

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

العرق ، أي أن هته الصفحة لاشعال فتيل الفتنة و اثاره الصراع ما بين العرب و الأمازيغ ، لأن المقالات التي يقوم بنشرها جاءت في شكل خطابات كراهية والتي تعرف بأنها أي تعبير بصرف النظر عن طابعها العدوانى يصف مجموعة من الناس على نطاق واسع على أساس سمات كالعرق وهو يهدف من وراءه لإثارة مشاعر الكره و إقصاء و لغاء وجود الآخر و هذا ما يحاول صاحب الصفحة القيام به من خلال هته المقالات .

كما جاء في المرتبة الثانية التقرير الصحفى والذي هو عبارة عن نوع من أنواع القوالب الصحفية الإخبارية ، يتم تقديم وصف من خلاله لمجموعة الأحداث الجارية كالقضايا الإجتماعية ، و تغطية بعض التظاهرات لذلك قام صاحب الصفحة بتغطية البعض من الأحداث المتعلقة بالقضية البربرية و التي يطلق عليهم الفرونكوبربريست وجاء ضمن هاته التقارير الصحفية عنفا رمزيا و عبارات احتقار توحى بالتمييز و تعبر عن الرفض ، كما و نجد الإستهزاء وبالتالي فهي عبارة عن تقارير صحفية عدائية المقصود منها ارسال رسائل موجهة للأمازيغ بهدف التعبير عن مواقف تمييزية رافضة و معادية و متحيزة و ذلك بهدف مضايقة فئة الأمازيغ و ترهيبهم و تحطيمهم و اثاره الوحشية كالتقرير الصحفى الذي قامت بعرضه حول كوهين والذي يصرح فيه أن الجزائر قامت بقمع البربر و أن السلطات الجزائرية يجب أن تعاقب لأنها لا تعطي قيمة للأمازيغ ، بحيث شبة كوهين بالقرى لأنه لإسرائيلي و يتدخل في الشؤون الداخلية للجزائر و يريد اشعال الفتنة ففي هذا التقرير يوجه رسالة للأمازيغ بأنهم بما يقومون به هو خدمة لمصالح الشيطان ، فهو يتهم القبائل بأنه بمطالبتهم و حركتهم لفرض هويتهم ووجودهم هم يدعمون مشروع إسرائيل والذين يسعون للتفرقة في داخل كل المجتمعات.

كما جاء في تقرير آخر حول زمر الأصابع والذي قال فيه أنه من صنع الفرونكوبربريست وتعني هته الرموز تعني (الأرض ، الإنسان ، اللغة) ويعني هذا الرمز قيام دولة لوحدها ، وهو من خلال هذا المنشور يتهم الأمازيغ بأنهم يحاولون خلق دولة لوحدهم سماه تمازغا ، فهو بذلك يوجه التهمة ضد الأمازيغ بأنهم عنصريين كما أنه يحاول ارسال رسالة بأن هناك يد أخرى تحركهم هنا نستنتج أن صاحب الصفحة يقوم بنوع من العنف اللفظي و يهدف للقتل المعنوي و اشعال نار الفتنة ، ويروج لأفكار زائفة لأن الفاييسبوك يمنحه حرية التعبير انشر ماتريد دون الخضوع لترسانة قانونية تحكم وتضبط ما يتم تداوله و نشره ، و يزيد من حدة التعصب و الدوغمائية ضد البربر بأن الأمازيغ يحاولون تفكيك الجزائر وهم

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

بتصرفهم هذا و أفعالهم يمسون الأمن الإجتماعي و يشتتون الآراء و الأفكار ، فمن خلال التحليل نجد أن هذا الخطاب يحركه دافع الإنتماء و دافع اشعال نار الفتنة و التفرقة وجاء كالتالي التقرير



شكل رقم (26): يوضح نماذج لآليات إثارة الصراع الهوياتي

كما جاء في تقرير صحفي آخر يتحدث فيه عن بوذينة ، كتب في بدايته إلى متلى سنخضع إلى منطوق بلا ربي يقول في بدايته نمزغوكم قاع بلا ربي ، فهو بذلك يستهزئ به ويحاول أن يروج إلى أن الفرونكوبرريست يحاولون فرض لغتهم بالقوة فهو يمارس العنصرية ، وينقله لهذه الأنواع من التقارير الصحفية يزيد من شحن النفوس ، لأن الجزائر هي بلد واحد لها هوية واحدة لغتها الرسمية العربية و الأمازيغية وسكانها خليط من العرب و البربر .

ثم بعد ذلك الخبر و الذي كان في المرتبة الأخيرة حيث أن صاحب الصفحة يقوم بنشر الأخبار حول فئة الفرونكوبرريست .

رابعا : فئة الوسائط :

| النسبة | التكرار | الشكل |
|--------|---------|------------|
| 52,23% | 35 | نص + صورة |
| 14,92% | 10 | نص + فيديو |
| 19,40% | 13 | نص |
| 5,97% | 4 | صورة |

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

| | | |
|-----------|---|-------|
| كاريكاتور | 5 | 7,46% |
|-----------|---|-------|

الجدول رقم (44) يوضح فئة الوسائط المستخدمة في منشورات صفحة مدرسة الوعي DZ

التحليل الكمي :

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه و الذي يعبر عن نسب النشر باستخدام الوسائط حيث جاءت النتائج كالتالي : نص+صورة 52.23 % ، النص 19,40 % ، نص + فيديو 14,92 % ، كاريكاتور 7,46 % ، صورة بنسبة 5,97 % .

التحليل الكيفي :

من خلال تحليلاتنا وحساب التكرارات و النسب المئوية اتضح لنا أن أساليب النشر في صفحة مدرسة الوعي dz كانت بنسبة مرتفعة نص مرفق بصورة لأن غاية صاحب الصفحة هو الإقناع ، والإقناع هو عبارة عن آلية رئيسية لتكوين الآراء و المواقف وهو عنصر مهم في عملية الخطاب ولكي ينجح صاحب الصفحة في الإقناع يجب أن يستخدم أدوات و تقنيات لكي يؤثر في المتلقي ، فالإقناع أيضا هو تأثير المصدر في المستقبلين بطريقة مناسبة و مساعدة على تحقيق الأهداف ، لذلك نجد أن صاحب الصفحة في معظم منشوراته استخدم النص المرفق بالصورة فقد أثبت علماء الإعلام و الإتصال أن الصورة الجيدة و المعبرة تعادل المئات من العبارات المطبوعة أو المكتوبة (تمار، 2018، صفحة 127)، فإرفاق المنشورات بالصور يزيد على النص المكتوب العمق و زيادة فهم و تفكيك الرسالة و تبسيطها . وهي أيضا عبارة عن دليل واضح بغرض التوضيح أكثر ، فقد استخدم العديد من الصور على اختلاف أنواعها كالصور التعبيرية والتي يتم تعديلها و تشكيلها ببرنامج الحاسوب ، والتي تحمل في مضمونها عنفا رمزيا و العديد من الرموز الموحية بالكراهية و تشويه صورة الآخر فقد شارك صورة تعبيرية والتي يتحدث فيها على أن الأمازيغ هم من يمنعون تقدم الجزائر وعبر عليها بالصورة التالية ، حيث قام برسم رمز الأمازيغ في الصخرة .

فبمجرد أن يرى المتصفح هته الصورة تترسخ في ذهنه هذه المقولة ، وهي عبارة عن صورة تعبر عن الكراهية و الرفض كما تدعو للتفرقة ، كما أنه يسعى من خلال هذا المنشور إلى القتل المعنوي بالإهانة و الإستعلاء ، إن مسير الصفحة مشبع بمشاعر الكراهية ، إن هته الكراهية تمارس ضد الأقلية و التي صنعتها فرنسا فهته الأقلية ترى نفسها أنها تختلف على أساس العرق كما أن لديهم درجة من

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

الوعي الجماعي بأنهم يؤلفون مجتمع خاص بهم و لديه ثقافته الخاصة ، لذلك قام بمشاركة المنشور حول رمز الأصابع والذي يعبر عن ثلاثية اللغة ،الدين ، التاريخ فصاحب الصفحة ينظر لهم بأنهم أقلية ترى نفسها مختلفة و تطالب بحقوقها . كما أن هته الصفحة وظفت رموز ساخرة فهي تستهدف الأقلية الفرونكوبيريت اللذين درسوا في فرنسا و اللذين يطلق عليهم الزواف إن فرنسا هي من قامت بخلق هته الأقلية وامتدت جذورها إلى مابعد الإستقلال ، والتي بقيت تطالب بالإستقلال و الإنفصال و بقيت تطالب بالهوية الأمازيغية ، اضافة إلى النوع الثاني من الصور التي يقوم بمشاركتها وهي الصور الفوتوغرافية و التي يقوم هو الأدمن بالتقاطها .

وعليه نصل أنه من خلال مشاركاته لهته المنشورات المرفقة بالصور يتناول موضوعات عديدة وهذا ما اتضح لنا من خلال التحليل وتتمثل في التاريخ و مشكلية الهوية الثقافية و أصل سكان الجزائر وهو يضرب البربر ، كما و أن هته الصفحة هي من الصفحات الممارسة للكرهية الرقمية والتي في كثير من الأحيان تصور نفسها بأنها مضطهدة و يمارس ضدها كل أشكال العنف و الرفض كما و أنها تصور نفسها بأنها تواجه عدو مهيم و يسعى لإلغائها وهذا كله كمحاولة لتبرير كرامتها ولتبرير كل الخطابات التي تقوم بنشرها بأنها على حق .

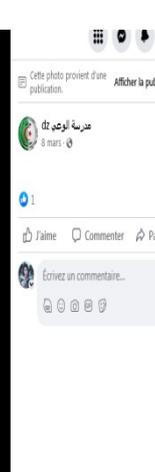
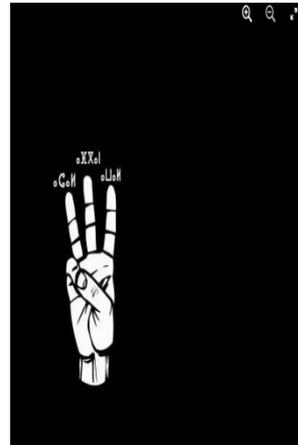
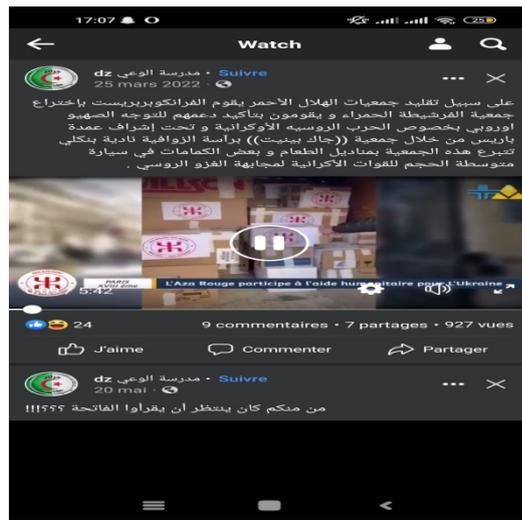
كما جاء في المرتبة الثانية النص ، وذلك بغرض شرح الفكرة للمتلقين و التمكن من غرس توجه صاحب الصفحة عن طريق التكرار المستمر في عرض و نشر النصوص بصفة دائمة ، فصاحب الصفحة غالبا ما ينشر نصوص في قوالب مقالات أو تقارير صحفية ، كما أن هته النصوص كشفت لنا لعب الأدوار السياسية فكثيرا ما نجد نصوص تتحدث عن مواضيع مختلفة كموضوع توقيف جريدة ليبرتي ، والتي هي عبارة عن جريدة ناطقة باللغة الفرنسية ، فهي بذلك فرونكفونية و الفرونكوبيريت عارضوا توقيفها حسب منشور صاحب الصفحة ، كما جاءت العديد من النصوص التي قام بعرضها .

ثم تليها بعد ذلك نص مرفق بفيديو ، فقد وجدنا من خلال تحليلنا أنه قام بمشاركة فيديو حول قبر إيدير و الذي يعتبر مغني اللغة الأمازيغية إنه سفير الأغنية القبائلية فهو عبارة عن رمز مقدس بالنسبة للأمازيغ ، حيث قام بنشر فيديو لقبره يوضح عبره أنه مدفون في مقبرة خاصة بالمسيحيين وماهو معروف أن الجزائريين على اختلاف عرقهم و فنتهم يدينون بالدين الإسلامي كما و أن الدين الإسلامي هو أحد الركائز الأساسية للهوية الثقافية الجزائرية شعارها جزائر عربية بربرية مسلمة ، فهو بذلك يقوم بضرب

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

رمز من رموز البربر ، لأنه هذا الفيديو نسبة للمسيحيين و الديانة هته مخالفة للدين الإسلامي وكل من يتخلى عن ديانته الأصلية هو فرد بلا هوية وبلا قيم وسوف يتم نبذة في المجتمعات لأنه كل من خالف القيم في داخل الجماعة سيتم رفضه ، إنه سيؤدي بهذا المنشور إلى استياء البربر وهو عبارة عن فعل اجتماعي غير سوي سيؤدي إلى الصراع و النزاع في أوساط المجتمع الجزائري ، لأنه يمارس الكراهية و يقوم بنشر خطابات منخفضة القيمة الفكرية

كما أنه قام بمشاركة فيديو استهزائي ، يقول فيه أن الفرونكوبيريست قاموا بمحاكاة الهلال الأحمر للتضامن وغيروا الهلال برمز الفرشيطة وهو يقول برئاسة الزوافة بأنهم يتبرعون للقوات الأوكرانية إنه عبارة عن فيديو الغرض منه التقليل من شأن الآخر و أن ما يقوم به هو عبارة عن هراء . كما جاءت الصور التي تشاركها كالتالي:



الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة



شكل رقم (27): يوضح نماذج الازدراء برموز الثقافة الأمازيغية

أما الكاريكاتور فقد جاء في المرتبة الرابعة وهو من أهم الصور التي تعبر عن الكراهية لأن الكاريكاتور هو أعلى درجات السخرية في نقد السلبيات فالكاريكاتور يعتبر ذا أهمية في التعبير كما وأنه عبارة عن انطباعات و رأي عام ووجهة نظر بطريقة ساخرة لذلك نجده استخدم الكاريكاتور لكي يعبر عن وجهة نظره اتجاه هته الفئة (بن عزة و بدير، 2021، صفحة 910) كما أن الكاريكاتور له تأثير كبير على أذهان المتلقين فهو يشكل لهم صورة ذهنية استهزائية .



شكل رقم (28): يوضح كاريكاتير تعبري عن وجهة نظر مسيري الصفحة

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

ثم في الأخير الصور ، والتي جاءت معبرة عن الكراهية و الإدانة و الإستهزاء كما و انه قام بمشاركة صور مكتوبة .

وعليه نصل إلى أن صاحب هته الصفحة يحاول من خلال منشوراته جاهدا من صور و فيديوهات و نصوص لتغيير وجهة نظر المتلقي و لإثبات التهم ضد الأمازيغ ولكي ينجح في تشكيل صورة ذهنية محددة .

فئة الإستمالات :

| النسبة المئوية | التكرار | فئة الأساليب الإقناعية |
|----------------|---------|------------------------|
| 34,32% | 23 | الإستمالات العقلية |
| 38,80% | 26 | الإستمالات العاطفية |
| 26,86% | 18 | استمالات التخويف |

الجدول رقم (45) يوضح فئة الاستمالات المستخدمة في منشورات الصفحة التحليل الكمي :

يتضح لنا من خلال الجدول أن فئة الأساليب الإقناعية جاءت نتائجها كالتالي الإستمالات العاطفية بنسبة 38,80 بالمئة وجاءت من بعدها الإستمالات العقلية بنسبة 34,32 بالمئة ثم استمالات التخويف بنسبة 26,86 بالمئة .

التحليل الكيفي :

تعتبر الإستمالات من أهم الآليات التي يتم استخدامها بغرض التأثير و الإقناع وهي أيضا من أهم العناصر التي تساعد على انجاح خطاب الكراهية وهي عبارة عن آلية مهمة و يجب التطرق إليها لفهم الغاية و الغرض من خطابات الكراهية ، فقد تبين لنا من خلال التحليل أن صاحب الصفحة ركز على الإستمالات العاطفية والتي تستهدف عواطف المتلقين و مشاعرهم ووجدانهم اضافة إلى أن القائمين بالإتصال كثيرا مت يستخدمون هته الإستمالات العاطفية لجذب أكبر عدد من الجماهير ، لقد أثبتت لنا النتائج أن صاحب الصفحة ركز كثيرا على الإستمالات العاطفية فقد تجلى ذلك في مختلف المنشورات ، و التي أخذت أشكالا مختلفة كالحديث عن الدين فالدين هو أحد المرتكزات الأساسية لقيام أي حياة اجتماعية فهو مصدر القيم و هو ذو قيمة عالية لذلك نجد أن كل المستخدمين يتعاطفون مع قضايا الدين

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

، كما تحدث في منشوراته على أحداث جرت سابقا كحادث حرق المواطن الجزائري جمال في صيف 2021 و الذي تعاطف معه كل العالم العربي ، وهذا بهدف تحريك الرأي العام و اثبات الإدانة ضد البربر . إنه يعلم أن نجاح هذا النوع من الخطابات يكون بضرب عاطفة الجماهير ، لكي يتحصل على ردود أفعال و يضمن أنه حرك فيهم جانب معين .

أما بالنسبة للإستimalات العقلية فقد جاءت في المرتبة الثانية فقد تناول القضايا الحساسة في داخل الشارع الجزائري و استعان بذلك بحجج و براهين من مصادر كالكتب و المؤرخين و تصريحات للرجال سياسة و علماء لغة ، فهو يستخدمها كقوة تخدم مصالحه فهو من خلال هته المنشورات يحاول اثبات الإدانة على الآخر و مغالطته و اثبات عكس ما هو في الواقع ويصور الآخر في صورة ليس له أي علاقة بها ، فقد تم نشر مقال في هته الصفحة حول أصل اللغة في شمال إفريقيا حيث جاء المنشور أن أصل اللغة في بلاد الجزائر هي الفينيقية ، و وضع صورة صفحة من كتاب مع المنشور .

كما وشارك نص بعنوان صدمة للمتمزغين كسيلة و الكاهنة هي شخصيات خرافية ، بحيث تحدث عن قضية كسيلة والذي هو عبارة عن شخصية تاريخية أمازيغية والتي تركت أثرها في منطقة المغرب العربي ، فقد دافع كسيلة عن الهوية الأمازيغية إبان الفتوحات الإسلامية ، كما وأنه رحب بالفتوحات الإسلامية و اعتنق الدين الإسلامي فيما بعد كما و أنه تصدى للأمويين ، وهو زعيم قبائل صنهاجة ، لقد اختلف المؤرخون حول هته الشخصية ، فصاحب الصفحة استخدم العديد من البراهين ضد هته الشخصية ، فقد قال أن كسيلة هو عبارة عن شخصية لا أساس لها و لا وجود لها ، فقد استعان بمؤرخين وجاء المنشور كالتالي :

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

20:03 Rechercher

Publications À propos Vidéos Plus

18 févr. 2023

كل الكتب والمراجع والمصادر تقول بأن لغة الجزائر كانت الفينيقية البونية الكنعانية لكن بعض الرووس الفارغة تريد أن تفرض علينا تاريخا مصنوعا في المخابر ..
مدرسة الوعي dz

الفن أو الفينيقي ، هو الكنعاني لمصر الحديث . والكنعاني هو اسم الفينيقي في العصر البرونزي . واللغة الفينيقية لم تندثر نهائيا إلا بعد انتصار المسيحية في القرن الرابع ب.م. وقد كانت الكتابة واللغة فينيقيتين مثلا في عهد الامبراطور جوردريان (٢٨٣ - ٢٤٤ ب.م.) كما اتضح من العثور على نقود من ذلك العصر .

تقول : بل المعروف فوق ذلك ان القديس اغوستينوس (٣٥٤ - ٤٣٠ ب.م.) احتاج الى مترجم لنقل مواظله الى الفينيقية ، لغة افريقيا الشمالية ، حيث كان يلقي تلك المواظ .

• النظرية الخاطئة : بلاد الاموريين

قال بهذا العلامة كلاي الذي رأى في حال سورية الموطن الاصلي للساميين او على الاقل موطن اقاموا به طوال احقاب قديمة ١١٧٦ ثم جاء موريه الذي ناقش في شرح طويل نظرية شبه جزيرة العرب ١١٨٠ وقال بان الموطن الاصلي انما هو فلسطين وكنعان على الجبال الحصبية وفي البقاع ، ودمشق وما هو شمالها . وقال كونتنو ١١٩٠

والاموريون ادخلوا الى بلاد النهرين دينا ولغة لا يمكن نسبتها للعرب . هذا ما رأيناه في كتابنا الاخير أرغاريت ١٢٠٠ حيث قلنا و قال دوسو

١٦

52 2 commentaires · 5 partages

أبو القاسم سعد الله / أبحاث و آراء في تاريخ الجزائر

مقدمة الطبعة الاولى

عانت مواعيد ونظائر كثيرة في تاريخ المغرب العربي لتتاح ان تصبح واحدة نظر . فمن النتائج جدها مثلا ان البربر قد قاموا « العرب » بتدمير مدينة ازم (البحر الاحمر) وقد روج لهذه الفكرة صحة من التورين الاولى وثالثها الرواد عودت لتؤكد ان صحابي « ومما جدها الاستعمار الاوروبي الحديث (حديث باسم الاستعمار الاوروبي

إطلالة جديدة على التاريخ الجزائري القديم

شكل رقم (29): يوضح نماذج لآليات التزييف

إنه يستخدم هذا النوع من الإستمالات لكي يتمكن من الإقناع و التأثير في عقول الجماهير ولكي يتمكن من اثبات التهم ضد الآخر ، و تسويق صورة ذهنية ضد الأمازيغ بأن تاريخهم كاذب .

أما استمالات التخويف فقد جاءت في المرتبة الثالثة فاستمالات التخويف عادت ما يتم استخدامها لاثارة التوتر في جمهور المتلقين ، فقد استعان بها صاحب الصفحة بهدف الإستشهاد و زيادة تغذية الصراع و الكراهية ما بين العرب و الأمازيغ ، وأن هته الفئة طالما تطالب بالتمزيغ و بهويتها الأمازيغية فهي تهدد الوحدة الوطنية وهذا ما يؤدي للتمزق و غياب الوحدة الوطنية ، كما تحدث في المنشورات على التطرف الإرهابي الماكيستي ، ومما هو معروف أن الإرهاب يثير خوف الأفراد لأنه مرتبط بكل ما هو عنف و قمع و تقتيل و إبادة .

فئة القضايا :

| النسبة المؤوية | التكرار | الشكل |
|----------------|---------|-----------------|
| 28,35% | 19 | الهوية الثقافية |
| 26,86% | 18 | التاريخ |

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

| | | |
|----------|----|--------|
| الإنتماء | 11 | 16,41% |
| الصراع | 14 | 20,89% |
| الدين | 5 | 7,46% |

الجدول رقم (46) يوضح فئة المواضيع المتداولة في صفحة الفيسبوك مدرسة الوعي dz التحليل الكمي :

فبعد حساب التكرارات و النسب المؤوية جاءت النتائج كالتالي قضايا الهوية الوطنية 28,35 % ثم تليها قضايا التاريخ بنسبة 26,86% ثم بعد ذلك الصراع بنسبة 20,89% ثم قضية الإنتماء بنسبة 16,41 بالمئة ثم القضايا الدينية و التي جاءت في الأخير بنسبة 7,46 بالمئة .

التحليل الكيفي :

إن ممارسة الكراهية تحركها العديد من الدوافع و الأسباب و تتجسد هته الكراهية في شكل رسائل تهدف لتشويه سمعة الآخرين ، على أساس الهوية أو الجنس أو اللون ومن خلال تحليلاتنا لصفحة مدرسة الوعي dz اتضح لنا أن هته الصفحة ركزت أكثر على قضايا الهوية الثقافية وتعني الهوية جوهر الشيء ، والهوية الثقافية هي الشعور بالإنتماء للجماعة والتي لها ثقافتها الخاصة و لغتها و دينها وقيمها ، لذلك ركز صاحب الصفحة في حديثه عن موضوع الهوية الثقافية على اللغة و التي تعتبر أحد الركائز الأساسية للهوية الثقافية ، حيث يقول أن الفرونكوبريست يطالبون بفرض لغتهم الأمازيغية بأنها لغة أساسية إلى جانب اللغة العربية من خلال العديد المنشورات ، اضافتا إلى أننا يجب أن نوضح أن المحيط السوسيوغوي الجزائري قائم على ثلاثة أقطاب متصارعة وهي اللغة العربية و اللغة الأمازيغية و اللغة الفرنسية أنصارها الفرونكفونيين ، إن هذا الصراع تجلى مع الإستعمار الفرنسي فقد كانت سابقا اللغة العربية إلى جانب اللغة الأمازيغية ذلك لأن البربر بعد الفتح الإسلامية تقبلوا اللغة العربية و تعاملوا بها ، لكن الإستعمار هو من قام باثارة هته المشكلة حين قام بادخال اللغة الفرنسية في الجزائر و علمها للجزائريين ، وقام بادخال فكرة في عقول البربر و أعقنهم بأن اللغة العربية هي لغة دخيلة عليهم و أن العرب استعمروهم و فرضوا عليهم لغتهم و الغوا اللغة الأمازيغية ، هنا بدأت فئة من الأمازيغ تطالب بالهوية البربرية ، ولم تنته هته المشكلة بعد الإستعمار بل زادت تعقدت أكثر خاصتا بعد بدء سياسة التعريب التي تعريب الذي جاء بها هواري بومدين سنة 1967 فقد اعتمدت الجزائر سياسات التعريب والتي سعت من خلالها لتعميم اللغة العربية وجعل اللغة العربية هي اللغة الأولى هذا ما أدى إلى استياء

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

الأمازيغ و بدأو بمطالبة فرض اللغة الأمازيغية و جعلها لغة إلى جانب اللغة العربية ، فقد تناول صاحب الصفحة في العديد من المنشورات والتي كانت تتحدث عن مطالبة الأمازيغ فرض لغتهم وجاءت كالتالي :

إنه يتحدث في هذا المنشور عن بوزيبة والذي جاء في بدايته إلى متى سنخضع لمنطق بلا ربي ، بوزيبة يقول لكم نمزغوكم أكل بلا ربي ، وهذا ما يعبر عن رفض ساحل الصفحة للفرونكوبريست و يعترف فقط بالوجود العربي و اللغة العربية وهو بهذا المنشور يقوم بزيادة التمييز العنصري و يستهزئ و يصور الآخر في صورة عدوانية بأنه يحاول فرض لغته بأي طريقة من الطرق ، فاللغة العربية و الأمازيغية في كفة واحدة و لغة الجزائر هي اللغة العربية و الأمازيغية .

كما تحدث عن دعاة التمزيع ، كما جاء في منشور يتحدث فيه عن الأمازيغية يقول بأنها مأخوذة من اللغة العربية إنه منشور بهدف الإستعلاء و التقليل من شأن اللغة الأمازيغية



الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

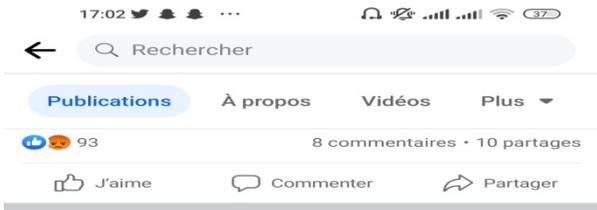


شكل رقم (30): يوضح نماذج بلإثارة الصراع الهوياتي

إن قضية اللغة و صراع الأقطاب الثلاثة هي عبارة عن قضية حساسة جدا قد تؤدي بالمساس بأمن الدولة و الشرح ما بين فئات المجتمع الجزائري لذلك لا يجب تناولها بهته الطريقة فهته المنشورات تتجلى فيها الكراهية و تبين لنا أن من يقوم بهذا النوع من المنشورات له غاية واحدة وهي اشعال نار الفتنة ما بين العرب و البربر على الرغم من أنهم يتعايشون في أرض واحدة ألا أن هذا النوع من الخطابات سيثير الرأي العام ويثير الغضب في داخل النسق الإجتماعي .

أما قضايا التاريخ فقد جاءت في المرتبة الثانية لقد ركز أيضا صاحب الصفحة على التاريخ لأنه يعلم أن هناك خلاف في أصل سكان الجزائر و حقيقة الوجود البربري في شمال إفريقيا و دخول العرب لهته المنطقة ، كما و أنه مرت العديد من الشخصيات التاريخية على هته المنطقة من بينهم شخصيات بربرية فقد قام بمشاركة العديد من المنشورات تتحدث عن شخصيات تاريخية بربرية كما ذكرنا سابقا منشور حول كسيلة و الذي هو شخصية بربرية ، إنه من خلال عرضه لهته القضايا التاريخية نشر مغالطات و حقائق مزيفة في حق البربر وجاءت كالتالي :

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة



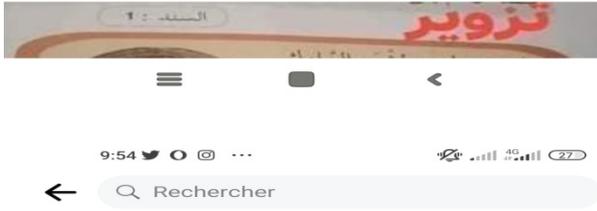
هذه شهادة أحد الطلبة في التاريخ .. درست 5 سنوات في جامعة 3 منها تخصص تاريخ عام و 2 منها تخصص تاريخ بلاد المغرب القديم اطلعت خلال دراستي على أكثر من 100 مصدر كلاسيكي و مذكرتي تناولت أحداث الحرب البونية الثانية في شقها العسكري و السياسي ...

لم اجد معركة واحدة لماسينيسا ضد الاستعمار الروماني ... البعض يخطط الامور و يقول ماسينيسا حارب الرومان ... ماسينيسا حارب الرومان تحت لواء قرطاجة بقيادة الاخوة برقة (حنبعل ، هسدريل ، ماجون) في إسبانيا ...

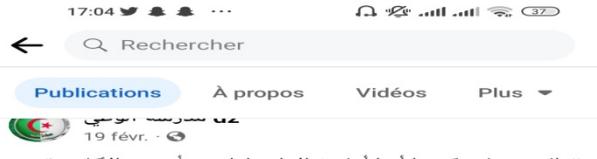
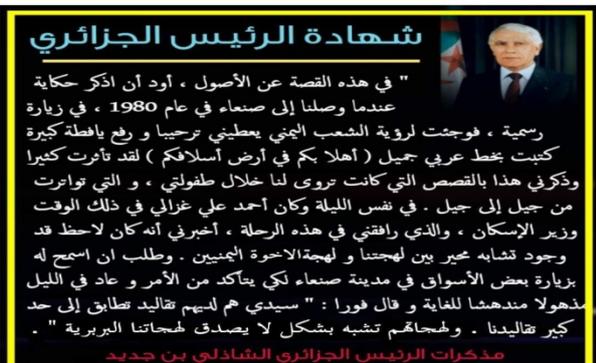
ماسينيسا هو من ادخل الرومان لبلاد المغرب و اعطى الخطط و المسالك البرية للقائد الروماني سكيبيو الافريقي و بعدها رد له سكيبيو الجميل بتصيبه ملك نوميديا و اعطاه لقب " صديق الشعب الروماني " ...

التزوير التاريخي في المناهج التعليمية اصبح سياسة منتهجة

#عادل_ف



نعرض لكم شهادة الرئيس الجزائري الراحل الشاذلي بن جديد في مذكراته حول عروبة الجزائر و الأصول البونية للبربر يبدأ الشاذلي بن جديد مذكراته، بالحديث عن طفولته. حيث كتب أنه ولد سنة 1929 بقرية "السبعة"، في عائلة تنتمي لعرض "الجدايديّة"، التي قدمت من شبه الجزيرة العربية (اليمن تحديداً). وهو من عائلة الشرفاء، تملك أراضي خصبة، وتمردت على السلطة العثمانية ثم الفرنسية. #التمزيغ_كذب_على_التاريخ . #مدرسة_الوعي_dz



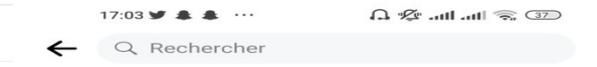
النوميذ لم يكونوا أبدا أمازيغ إلا ابتداءً من تأسيس الأكاديمية البربرية على يد #الصهيوني جاك بينت. كانت لغتهم و كتابتهم بالونيقية و كانوا لا يتكلمون لأصلهم الكنعاني كما أقره سانت أوغستين المصدر الذي لا يبرد كلامه حتى عند المؤرخين العجم. و إليكم شهادة #مؤرخ_نوميدي #لوشيو_أبوليوس.

#البونيقية (البونية) لغة #شمال_إفريقيا قبل الفتح الإسلامي. و البونيقية هي حفيدّة الفينيقيّة.

الأديب النوميدي الجيتولي #لوشيو_أبوليوس ولغته الأم البونيقية.

من الإشارات الأدبية التي تحدثت عن بقاء اللغة البونيقية (الكنعانية) كلغة تخاطب يومي عند المغاربة بعد سقوط قرطاجة، هو ما قاله الأديب النوميدي- الجيتولي الروماني لوشيو أبولوس (124-170م) ابن مدينة مداوروش في #سوق_هراس شرق الجزائر عن ابن أخيه بوندس في إحدى فقرات مؤلفه الدفاعي (APOLOGIA) : ((... لا يتكلم إلا اللسان #البونيقية ولا يجيد من الإغريقية إلا بعض الكلمات التي تعلمها من أمه أما اللاتينية فهو جاهل تماما بها ولا يرغب في تعلمها...)). ومن هذا نستنتج بأن البونيقية هي اللغة الأم لعمة لوكيوس أبولوس وهذا غير مستغرب.

He never speak but in the punic tongue, or any little smattering of greek he may still retain, after learning it from his mother, but in latin he has neither the will nor the inclination to speak, you heard maximus a short time ago.



دخلت عبر الغزو العربي (المبدأ الباطني الثالث:) ضرورة تصحيح التاريخ منطقة شمال افريقيا بإعادة كتابة عناصره ومحيطة الحضاري من جديد) تبدو هذه الاستراتيجية صادمة وغير قابلة للتصديق بحكم ما تنطوي عليه من حجم التفكير العيبي بالمعنى التاريخي والثقافي، وهذا تحديدا هو أحد عناصر إرباكها وقوتها في مواجهة الآخر؛ لأن عدم تصديقها أو النظر إليها بسخرية أو معاملتها في ظل المفهوم التقليدي الساذج للفتنة والفرقة الذي لا ينطبق عليها، ولا على مواجهتها، كل ذلك يعطل الجهود العلمية والثقافية التي ينبغي أن تتحقق في مواجهتها لدفعها أو للتقليل من آثارها على الأقل. تمكن مشروع القبلجة بالفعل من أن يتحول إلى سردية عرقية وثقافية بارزة وواضحة المعالم في الجزائر، أمثل أدواته التنظيمية والسياسية و تسلل حقيقة إلى التحصن بالأطر الدستورية والقانونية ؛ ودخل في دائرة الالتباس بالعمل الوطني والرسمي، ولا بد أن نقول اليوم أن مشروع القبلجة هو المشروع السياسي الأكثر قوة على ساحة الفئود السياسي والثقافي، و الأشد خطرا على مستقبل الجزائر العربية المسلمة؛ إذ لا بد أن نتذكر في هذا المضمار مقولة إدوارد سعيد (من يمتلك السرد يمتلك الأرض)، وها قد تأسست سردية أخرى على مسرح التاريخ المغاربي المعاصر تعمل بكل عنف - إداريا وسياسيا- و تنتكر لعروبة الجزائر، وتجعل من ذلك التنكر الذي لا ينفك عن مشروع الكولونيالية الثقافية، مبدأ لبناء هويتها الجديدة .

تواصل سردية القبلجة التي تشرف على رعايتها مؤسسات رسمية مثل المحافظة السامية للأمازيغية والمجلس الأعلى للغة العربية - وهذا هو الوجه الباطني لحقيقة عمل صالح بلعيد- في مستوى التنفيذ بإنجاز تدخلات متدرجة مباشرة وغير مباشرة على حسب قواعد الاشتباك في المواجهة الثقافية مع الطرف الآخر، وحسب إمكانية الطرف السياسي، وتنشر تدخلاتها عبر الأطر الرسمية وشبه

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة



شكل رقم (31): يوضح نماذج بلاثارة الصراع الانتمائي

إنه بهذا النوع من المنشورات يمس تاريخ البربر ويفسد صورتهم و البربر هم جزء لا يتجزأ من الجزائر فكما تكلمنا سابقا أن الجزائر هي بلد مكون من فئتين هم العرب و البربر وهم يمثلان الهوية الجزائرية و هم أصل الوجود الجزائري بالتالي إذا ما تم ضرب تاريخ البربر فهو يضرب تاريخ الجزائر ككل فبهذا النوع من المنشورات سيخلق لنا مشكلة وهو يعبر عن كراهية تخصه هو و ليس كل الفئة العربية ، فهو مسير من جهة تحاول المساس بأمن الجزائر .

ثم بعد ذلك جاءت قضية الإنتماء ، إن قضية الإنتماء و الصراع حولها لا يمكن أن يخلو أي مجتمع من هذا النوع من الصراع ذلك لأن كل دولة لديها التنوع في العرق أو السلالة البشرية أو الدين ، فالبرغم من أن كل قوانين الدول تساوي بين جميع الأفراد على اختلافهم كما و أنها تحاول الغاء هذا النوع من الاختلاف ، إلا أننا نجد في داخل المجتمعات الصراعات قائمة ، لذلك صاحب الصفحة ركز على قضية الإنتماء وتحدث في كثير من المنشورات على قضية الإنتماء لأرض الجزائر فقد شارك منشور يحمل في مضمونه الحديث عن هته القضية عن عروبة الجزائر و الأصول اليمينية للبربر ويقصد هنا أن البربر عبارة عن عرب و كتب في نهايته هاشتاق التمييز كذب على التاريخ أي أن الأمازيغ لا وجود لهم ولا تاريخ يثبت وجودهم

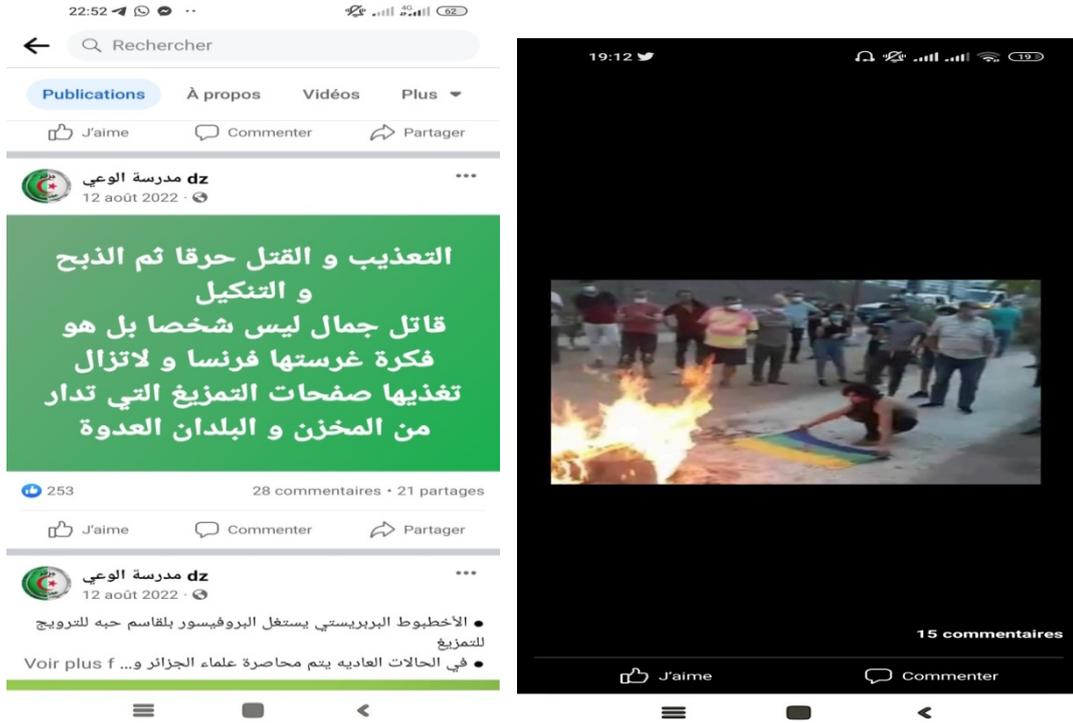
الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

كما شارك منشور آخر كتب فيه إنهم مساكن لو زار أي سائح أجنبيزار المكان الذي وضع فيها التمثال لاستنتج مباشرة أن هذه الأرض هي أرض عربية ، فالتمثال حسبه يعبر عن مصر و العروبة وكل هذا لكي ينجح في إثبات أن العرب هم من ينتمون لأرض الجزائر و أن الجزائر عربية

كما كتب في نص كالتالي : الجزائر ليست أمازيغية عربها الإسلام بل هي عربية يريد أن يمزجها اللثام ، كما تحدث في منشور آخر على أصل سكان مدينة بجاية و حاول أن يثبت بأنهم عرب ، وكما هو معروف أن بجاية معظم سكانها بربر إنه بتطرقه لهته المواضيع و اثارها يقوم بتهديد الوحدة الوطنية و يؤدي لاثارة قضايا لم يكن الرأي العام مهتم بها . وهي تشكل خطرا على المجتمع ككل . فنشوب الحرب و الصراعات يبدأ من خلال تحريك هذا النوع من القضايا و معالجتها بطريقة تحمل عنفا رمزيا و إهانة .

أما قضايا الصراع فقد جاءت في المرتبة الرابعة وقد تطرق لهذا النوع من القضايا لأنها تزيد من حدة الأزمات و تحشد غضب الجماهير نظرا لخطورتها لأنها تغذي الكراهية ، فقد نشر العديد من القضايا التي أثارت فعلا الصراع كقضية الصراع اللغوي الأمازيغي و قضية الصراع ما بين العرب و البربر التي أشعلت نار الفتنة في صيف 2021 وتأثار قضية مقتل جمال والتي هي عبارة عن قضية حساسة جدا إنه بعد حرق جمال ثار غضب الشارع الجزائري و تضارب الآراء حول من قام بقتله ، كما قام بمشاركة صورة كالتالي :

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة



شكل رقم (32): يوضح نماذج لإثارة الفتنة وقضايا الكامنة في المجتمع

إن هته الصورة تعبر عن أثناء القيام بحرق جمال وقد وضع أمامه علم البربر ، إنها عبارة عن صورة تحمل العديد من المعاني الخفية ، صورة تعبر عن عنف رمزي ومادي وتعبر عن طرف كاره و رافض للوحدة الوطنية .

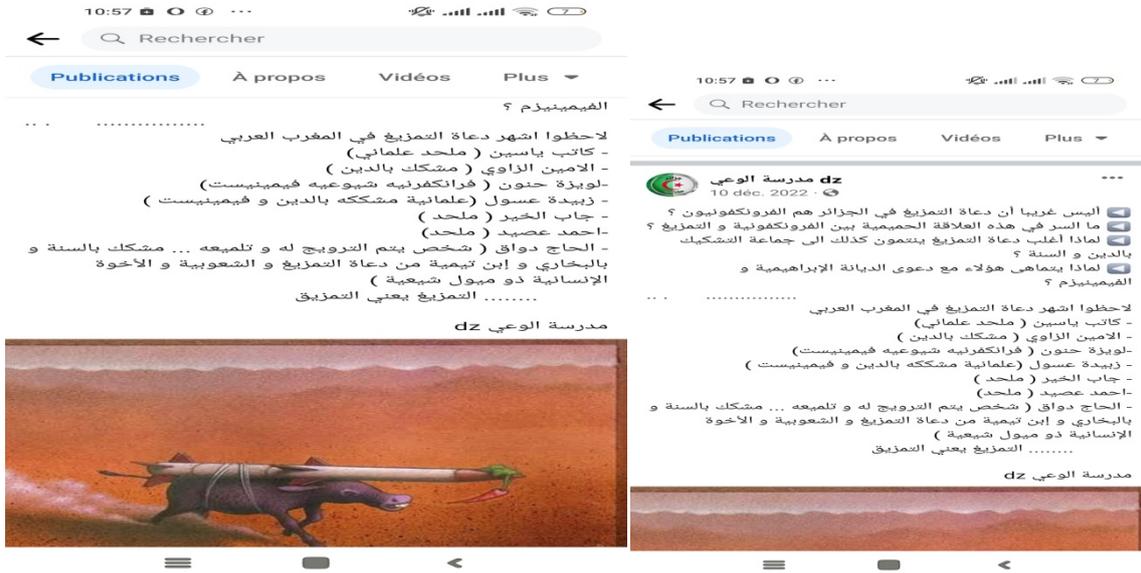
إن هته الصفحة تمثل فعلا خطيرة على الجزائر فهي تعالج كل القضايا الحساسة بطريقة عنيفة و عدائية وتركز على أهم الموضوعات الخطيرة التي يحاول الشعب تجاوزها و غض البصر عليها من أجل تجنب الفوضى وعدم تكرار ما حدث في التسعينات .

ثم القضايا الدينية إن الدين هو أحد أهم العناصر المشكلة للوحدة الوطنية للمجتمعات ، إنه من أقدم الظواهر الإجتماعية ، كما و أنه نظام من المعتقدات المقدسة ، والتي لا يجب المساس بها فالمجتمعات تحترم الدين وتعطيه قيمة عالية ، وإذا ما تم المساس به فستعم الفوضى و تتور احتجاجات في داخل المجتمع لأنه مقدس ، وهو من يضمن لنا تحقيق التوازن الإجتماعي لأن وظيفته بالغة الأهمية ، لذلك نجد أن صاحب الصفحة تحدث عن الدين

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

فقد تحدث عن أصل كلمة أسفاس أمقاز والتي هي عبارة يقولها الأمازيغ بمناسبة رأس السنة الأمازيغية ، بحيث جاء في المنشور أن مقاز هي سنة وثنية ولا علاقة لها بالدين الإسلامي ، وأعط شرح لكلمة مقاز بأنها كلمة مقدسة لدى طائفة من عبدة الشياطين ، و المقاز هو كائن أسطوري ، و المقصود بهذا المنشور أن هذا العيد هو عيد محرم ولا يجوز الإحتفال لأنه ربطه بعبدة الشيطان ، لكن في الأصل و في تاريخ الجزائر يناير هو موسم لحساب السنة الفلاحية لكن صاحب الصفحة قام بتحريمه ، فهو بذلك يمارس كراهية باسم الدين و التحريم ، أننا برجعنا في البحث في ثقافة الجزائر نجد أن يناير هو من الأعراف التي اعتاد المجتمع الجزائري كله بكل فئاته الإحتفال بها و العرف هو جزء من النسق الكلي للثقافة

كما جاء في منشور آخر يتحدث عن جماعة التمزيع و اتهمهم بالتشكيك بالدين وقام بعرض أسماء فرونكوفونيين وهي أسماء معروفة ككاتب يسين يقول أنه ملحد علماني ، وجاء المنشور كالتالي :



الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة



شكل رقم (33): يوضح نماذج لإثارة الكراهية الدينية

إن صاحب الصفحة يمارس الكراهية الدينية حيث أنها ظهرت من خلال هته المنشورات ففي حديثه عن دعاة التمزيع أو عن كاتب يسين أو غيره و اتهامهم بأنهم ملحدون و علمانيين و مشككين بالدين ، نجد أن القانون و الدين الإسلامي في حد ذاته منح للأفراد اختيار الديانة و المعتقد فحرية المعتقد تعني حق الفرد و حرته في أن يعتنق دينا معيناً أو عقيدة محددة ، دون أن ترفض لتحقيق التجانس الإجتماعي فالحياة الإجتماعية تفرض احترام الآخر حتى ولو كان مختلفاً في الدين .

فئة الأهداف :

| النسبة المؤوية | التكرار | الشكل |
|----------------|---------|------------------|
| 29,85% | 20 | التفرقة |
| 26,86% | 18 | رفض الآخر |
| 22,38% | 15 | الدعاية |
| 20,89% | 14 | تشويه صورة الآخر |

جدول رقم (47): يوضح فئات التفرقة ورفض الآخر والدعاية

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

التحليل الكمي :

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه التكرارات و النسب المؤوية لفئة الأهداف وجاءت النتائج كالتالي:

التفرقة بنسبة 26,86 بالمئة ، رفض الآخر 29,85 بالمئة ، الدعاية 22,38 بالمئة ، وتشويه صورة الآخر بنسبة 20,89%

التحليل الكيفي :

إن ممارسة خطاب الكراهية تسعى لتحقيق مجموعة من الأهداف ، لأنه لكل مضمون اتصالي هدف يسعى للوصول إليه ، لذلك فإن صاحب الصفحة استعان بموقع الفايسبوك لأنه فضاء عمومي للنشر الحر لتحقيق مجموعة من الأهداف والتي بعضها كان ظاهرا و بعضها خفي ، فبعد قيامنا بالتحليل لهته الصفحة اتضح لنا أن الهدف الذي يسعى له القائم بالإتصال من خلال ما يقوم بمشاركته في هته الصفحة الفيسبوكية هوالتفرقة ما بين فئات المجتمع الجزائري ، و تمزيق الوحدة الوطنية ، فخطاباته المعادية هو يطرح مخاطر جسيمة على تماسك المجتمع و حماية حقوق الإنسان و سيادة القانون ، كما و أنه يؤدي إلى غياب التجانس الإجتماعي والذي يعني التعايش داخل المجتمع وفق مجموعة المبادئ و القيم و الأعراف بالرغم من الإختلاف ، و الإعتماد الحل الوسط للمحافظة على تماسك النسق الإجتماعي ، إذا فصاحب الصفحة يسعى لإكمال ما جاءت به السوسيولوجيا الكولونيالية الفرنسية وهي التفرقة ما بين العرب و البربر ، و فصل هويتهم عن بعضهم البعض فالمجتمع الواحد له هوية واحدة وليس هويات متعددة ، هذا ما سيؤدي إلى تفكك الجزائر إلى عدة فئات بالتالي سيضعف المجتمع في الوقوف أمام الأزمات ويكون سهل للإستعمار للدول التي تحاول فرض نفوذها .

كما و أنه يسعى لغرس فكرة رفض الآخر المختلف فالكراهية تؤدي بالكاره إلى رفض وجود الآخر وظهر ذلك في العديد من المنشورات التي عكست فعلا رفض الأمازيغ و عدم الإعتراف بأمازيغيتهم و أنهم عرب و أن أصل سكان الجزائر هم عرب و جاءت المنشورات كالتالي :

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

انه في هذا المنشور يتحدث عن التعريب لماذا جاء يقول أن هذا القانون جاء ليصحح ما فرضته فرنسا ، و يقول أن اللغة الأمازيغية فرنسا هي من خلقتها وجعلتها لغة للأمازيغ ، هذا بهدف الإثبات بأن أصل الجزائر عربي وما يمكن استنتاجه من هذا المنشور أن صاحب الصفحة يرفض الآخر المختلف عليه و ينفي وجوده أصلا .

كما جاء في منشور آخر يتحدث فيه عن الأمازيغ وتاريخهم ، يقول أنهم ألفوا كتاب بعنوان ثلاثة و ثلاثين قرنا من تاريخ الأمازيغيين ، ليستغلوه كحجة لإثبات وجودهم فعلا في شمال إفريقيا ، فهو بهذا المنشور ينكر وجودهم و يحاول أن ينفي إنتمائهم وجاء المنشور كالتالي :



شكل رقم (34): يوضح نماذج للتفرقة بين فئات المجتمع

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

إن رفض الآخر يؤدي بنا للتطرف ، وزيادة العصبية ، بالتالي زيادة ظواهر الكراهية ما بين فئتي العرب و البربر .

بالإضافة إلى أنه من الأهداف التي يحاول تحقيقها صاحب الصفحة هي الدعاية ، فالدعاية هي الإستخدام الممنهج لأي وسيلة اتصالية بهدف التأثير في عقول الجماهير كما و أنها تهدف لتغيير أفكار الناس و آرائهم عن طريق استخدام العديد من الأساليب الإقناعية ، فهي عبارة عن وسيلة يتم الإعتماد عليها بغرض الوصول إلى هدف ما مستخدمة الأكاذيب و الأخبار الغير الصحيحة ، فقد اتضح لنا من خلال التحليل الكمي و حساب التكرارات أن صاحب الصفحة اعتمد أيضا على الدعاية كوسيلة للإقناع و التلاعب بعقول الجماهير لكي يتمكن من غرس الكراهية فقد استخدم في منشوراته العديد من الأساليب الإقناعية كاستخدام الإستمالات العاطفية و العقلية و استخدام الصور ، و عرض المنشورات في شكل تقارير صحفية و استخدام اللغة العربية الفصحى في جل المنشورات كما و أنه طرح العديد من المغالطات و حقائق تاريخية مصادرها غير موثوقة .

ومن أهدافه أيضا نجد تشويه صورة الآخر ، إن هذا الفعل الإجتماعي الذي يقوم به راجع لسبب رفض الإختلاف و رفض الآخر لذلك يسعى لتشويه صورته فقد ظهر هذا في العديد من المنشورات الإستهزائية .

نلاحظ في هذا المنشور أنه يحاول تشويه صورة الأمازيغ و ذلك بوصفهم أنهم مع فرنسا و أنهم خونة للوطن ، منذ الإستعمار هذا المنشور كاف للتعبير على الكراهية كما و أن صاحب الصفحة طرف يسعى للتفرقة ذلك لأن الثورة و استقلال الجزائر جاء بالإتحاد و التعاون بين مختلف فئات المجتمع الجزائري فقد قام الثورة العرب و الأمازيغ و جاؤا باستقلال الجزائر العربية البربرية المسلمة .

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

فئة التظليل الإعلامي :

| الشكل | التكرار | النسبة المئوية |
|-------------|---------|----------------|
| الفبركة | 24 | 35,82 |
| التدليس | 19 | 28,35 |
| قلب الحقائق | 24 | 35,82 |

جدول رقم (48): يوضح فئات التظليل الإعلامي

التحليل الكمي :

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه و الذي يوضح لنا تكرارات و نسب المؤوية لفئة التظليل الإعلامي حيث جاءت الفبركة و قلب الحقائق في نفس المرتبة بنسبة 35,82% ، أما التدليس فقد أخذ نسبة 28,35 بالمئة .

التحليل الكيفي :

التظليل الإعلامي هو تحريف و تغيير الأخبار و الرسائل الإتصالية قبل وصولها للجماهير ، كما و أنه عملية تلاعب بالأخبار و المعلومات بهدف التأثير في عقول الجماهير فخطاب الكراهية هو خطاب كثيرا ما نجد فيه التظليل و التحريف و المعلومات المغلوطة بهدف اثبات التهم ضد الآخر و تشويه صورته ، ويتخذ العديد من الأساليب ، هذا ما اتضح لنا من خلال التحليل فصاحب الصفحة اعتمد على الفبركة والتي هي من الآليات الخادمة للكراهية و المؤدية لزيادتها و تناميها ، فقد قام صاحب الصفحة بنقل الأخبار بصورة خاطئة عن البربر ، و استخدم العديد من الصور ذات الإيحاءات المخادعة ، فقد قام بفبركة و تأليف العديد من الحقائق التاريخية و تطرق للعديد من الشخصيات وفبرك حقائقها كما و أنه نقل العديد من الفيديوهات التظليلية ، وجاءت المنشورات التظليلية كالتالي :

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة



شكل رقم (35): يوضح نماذج لتشويه صورة الآخر المختلف

أما التدليس جاء في نفس مرتبة الفبركة ، و يعني التدليس إيهام الجمهور بأن ما يتم نشره صحيح ومن مصادر موثوقة فبرجوع للصفحة نجد أنه اعتمد هذا النمط من التظليل في الكثير من المنشورات فقد حاول ذكر مصادر المعلومات فقد استغل العديد من القضايا و نقلها بصور مزيفة لتنفيذ مخططات .

ثم بعد ذلك جاء قلب الحقائق في المرتبة الثالثة و الهدف منه تشويه صورة الآخر إذ يقوم بالساق تهم باطلة ، وقد ظهر في العديد من المنشورات العديد من التهم التي وجهها للفرونكوبريست فقد جاء في منشور عن اليوم العالمي لتعميم اللغة العربية ، يقول أن العربية هي لسان الشعب و يجب أن تعمم ، و اللغة هي الهوية لكن في الحقيقة لغة الجزائر هي اللغة العربية و الأمازيغية وقد تم تعميمها في كل أرض الوطن ، فهو بذلك يظهر الحقد ضد المتمزجين بحيث يقول من ليست له لغة هو لقيط ومن يعتمد لغة غيره منعدم الذات ، إنه يقصد بهذا الكلام فئة الفرونكوفنيين و البربر ، وجاء في منشور آخر كالتالي بعد فشل الأكاديمية البربرية بفرنسا في جر الأوراس في مؤتمر ضد اللغة العربية سنة 1996 هي تعيد الكرة هذه السنة بغرداية لمسح الأسماء العربية .

وعليه نصل إلى أن صفحة مدرسة الوعي dz اعتمد على التظليل كألية لممارسة الكراهية و تشويه صورة الآخر و للتمكن من تزييف وعي الجماهير ، فقد جعل الصور غير واضحة و أعطى حقائق غير صحيحة و معلومات تظليلية لكي يصبح توجهه مسلم به و لكي يغير الرأي العام و المعتقدات السائدة .

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

فئة مصادر المنشورات :

| النسب المؤوية | التكرار | الشكل |
|---------------|---------|----------------------|
| %31,34 | 21 | مصادر خاصة |
| %28,35 | 19 | مصادر عامة غير رسمية |
| %40,29 | 27 | مصادر عامة رسمية |

جدول رقم (49): يوضح فئات مصادر المنشورات

التحليل الكمي :

يتضح لنا من خلال الجدول الأعلى أن نسبة المصادر العامة الرسمية و التي تعتمد على الصفحة محل التحليل في منشوراتها مرتفعة و ذلك بنسبة 40,29 % كما و نجد المصادر الخاصة بنسبة 31,34% و في المرتبة الأخيرة المصادر العامة الغير رسمية 28,35% .

التحليل الكيفي :

لقد قام صاحب الصفحة بتوظيف مصادر المعلومات التي يأخذ منها المعلومات و الأخبار ، لكي يثبت أن وجهة نظره صحيحة و أنه على صواب ، و لإسقاط الآخر و لكي تؤكد أنها تمثل وجهة نظر أغلب العرب ، لذلك اعتمدت أكثر على المصادر العامة الرسمية ، في الكثير من المنشورات و ذلك لينجح في إثبات انكار أصل البربر و لكي يثبت أن لغتهم لا قواعد لها و أساس لها و أن مصدرها من اللغة العربية ، و سنوضح بعض النماذج وجاءت كالتالي :

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة



شكرا رقم (36): يوضح نموذج لقلب الحقائق

في هذا المنشور استعان بكتاب العفن لمالك بن نبي ، عنوانه بالعفن لأنه عبارة عن مذكرات يتحدث فيه عن الإستعمار الفرنسي و حكم الخونة للذين باعوا بلادهم . فهو يتحدث عن المستشرق ماسيون الذي دعم سياسة تنصير و فرنسا الجزائريين ، ففي هذا الكتاب يتحدث عن أن أصل الجزائريين بأنهم عرب .

أما المصادر الخاصة فقد جاءت في المرتبة الثانية وهي المضامين الإتصالية التي يكتبها صاحب الصفحة فقد كتب في منشور : الإسبان حاربوا العرب و المسلمين و أجزموا في حقهم و مارسوا الإبادة ضدهم لكنهم لم يجربوا على تغيير التاريخ لأسباب عنصرية ، لأن التاريخ العربي هيبة و قيمة ، إنه يمارس من خلال هذا المنشور الإستعلاء ضد الآخر على أن العرب تاريخهم عريق أما الأمازيغ تاريخهم هش لذلك غير .

أما المصادر العامة الغير رسمية فقد جاءت في المرتبة الثالثة فقد اعتمد عليها أيضا صاحب الصفحة كمشاركة منشورات من صفحات فيسبوكية أخرى ذات نفس الإتجاه و نفس الأفكار وهو يلجأ إلى هذا النوع من المنشورات لكي يعزز و يؤكد أنه على صواب فهو متعصب و يرفض الآخر المختلف معه و يقبل من يؤيده .

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

فئة التفاعل :

| النسبة المؤوية | التكرار | الشكل |
|----------------|---------|----------|
| %100 | 67 | الإعجاب |
| %100 | 67 | التعليق |
| %100 | 67 | المشاركة |
| %89,55 | 60 | الهاشاق |

جدول رقم (50): يوضح فئات تفاعل المستخدمين

التحليل الكمي :

من خلال الجدول أعلاه التكرارات و النسب المؤوية لفئة التفاعلات ، فقد جاء الإعجاب و التعليق و المشاركة في نفس المرتبة بنسبة 100 بالمئة ، و الهاشاق تكرر 60 مرة أي بنسبة 89,55 %

التحليل الكيفي :

إن الفاييسبوك يمثل أحد متغيرات الإعلام الجديد ، و الذي هو عبارة عن إعلام تفاعلي و تشاركي ، فمع ظهوره تغيرت العملية الإتصالية فقد سمح للمتلقي بأن يتفاعل مع الرسائل الإتصالية كما و جعله صانعا أيضا للمضامين الإعلامية ، فالفييسبوك هو عبارة عن فضاء عمومي لتبادل الأفكار و الآراء و مشاركة مختلف الأفكار و الموضوعات ، لذلك نجد أن هته الصفحة الفيسبوكية فيها تفاعل كبير عن طريق الإعجاب و الذي يعتبر أحد التقنيات التي يستخدمها الفاييسبوك للسماح للمستخدمين بالتفاعل ، فمن خلال التحليل نجد أن كل المنشورات فيها تفاعل بالإعجاب هذا يعني أن هته الصفحة عبارة عن صفحة نشطة و لها جمهور يتأثر بها و بمنشوراتها ، اضافة إلى خدمة التعليق ففي كل المنشورات نجد تعليقات و التي هي عبارة عن رد من طرف الأمازيغ عن مختلف المنشورات التي يتحدث فيها عن هته الفئة لقد لاحظنا أن التعليقات أيضا عنيفة وفيها استهجان وهجوم على صاحب المنشور كما ونجد تعليقات في نفس توجه المنشورات و المؤيدة لما يتم كتابته وجاءت التعليقات كالتالي :

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

16:28

9 >

Plus pertinents

Salim Khaouini
واش يجيك من الززوواف
28 sem J'aime Répondre

Auteur
dz
مدرسة الوعي
Jugg Juggurtha il parle des zouaves ... Es ce que tu t'identifiant que l'un d'eux ???
27 sem J'aime Répondre

Répondez...

La sélection est sur Plus pertinents, certains commentaires ont donc peut-être été filtrés

Rédigez un commentaire...

16:29

195 >

Bensalah Boudjema
ياكلون من الفلة .ويسبون في الملة !!
30 sem J'aime Répondre 3

Mohamed Ahmed : Suivre
كنا بخير حتى استعربونا
أجداده قبل الفتح الاسلامي تحت قبضة الرومان والفرس :



28 sem J'aime Répondre 1

لزرقي بلعربي
كنت أقرأ كتاباته واتباعه في حصصه في المديح كان عادي جدا ومن بعد اظهر وجهه الحقيقي بعدته الحمد لله رالك عارف الصفر

30 sem J'aime Répondre 2

Auteur
dz
مدرسة الوعي
لزرقي بلعربي كلمة السر لكي تترقى في المناصب الجامعية هي الترويج للتلميز

Rédigez un commentaire...

16:28

1 478 >

في حد ذاته نهمه ... انت تخبيل انتك لما تحط فيديو لهذا الجاهل راح تضلل الناس ... و تخبيل ان الناس اغبياء ... امشي تلعب بعيد
26 sem J'aime Répondre

Répondez...

Ali Amokrane
دخلتم و نشرتم الدين بالسيف ، عربتم الجميع باسم الاسلام ، و تدعون ان العربية لغة الجنة 🤔 ، و بما اني مراقب من طرف الأصدقاء و العائلة فلا أستطيع التعبير ، و ليس علينا إلا قول لا حول و لا قوة إلا بالله
27 sem J'aime Répondre 84

Hafid Ifourah Ali Amokrane akdifk rebi alakhir...
Voir 84 autres réponses...

Bel Yak
خهذه جامعة عالمية كتكتب على تاريخ الامازيغ و تستعمل كلمة امازيغ ،هي ليست ابتدائية بن كاوله و ابتدائية ختال و ابتدائية نعيمة صالح،والفاهم يفهم
26 sem J'aime Répondre 7

Moumouh Hebib
ماسينيسا زعيم اسقاس امقاز
27 sem J'aime Répondre 14

Kamal Benatou

Rédigez un commentaire...

16:26

189 >

Plus pertinents

Riad Salah



25 sem J'aime Répondre 4

Abd El Krim Lat
ما بني على باطل يبقى باطل والخرافة تبقى خرافة إلى يوم الدين
25 sem J'aime Répondre 2

الياس رياحي
خرافة و صدقها العوام #المجد للعربية
25 sem J'aime Répondre 1

Brahim Brahim
يسمى هي لغة مختلقة...امالا انا ثاني سوف أقوم باختراع لغة خاصة بي.
25 sem J'aime Répondre 1

Rédigez un commentaire...

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة



شكرا رقم (37): يوضح نماذج تفاعلات المستخدمين مع منشورات الصفحة

يظهر لنا من خلال هته التعليقات أن المتلقين يتفاعلون مع هته المنشورات وقد اختلفت توجهاتهم فهناك من هو مؤيد لصاحب الصفحة ف جاء تعليق كالتالي : واش يجيك من الزواف أي أنه مؤيد ، وصورة أخرى أنا مسلم لا أحتفل بخرافة السنة الأمازيغية ، كما في تعليق آخر يرد على صاحب الصفحة ، أغيلاس كلمة أمازيغية وتعني النمر البربري ره قالك بلي نوع من النمر خاص بمكان غير الجزيرة العرابانية يعني والله راكم تغيضوا متعرفوش واش ديروا في وجه النهضة الأمازيغية المباركة ، وجاء في تعليق آخر يقول معنى كلمة "عربي" عار أبي .

أما بالنسبة للمشاركة فكل المنشورات التي تقوم بنشرها يتم مشاركتها في صفحات أخرى أو من طرف المتابعين لهته الصفحة ، كما يعرف أيضا أن المشاركة تزيد من نسب المشاهدة و تضمن وصول المنشورات و الرسائل لأكبر عدد من الجماهير فالمشاركة تساعد على نشر الكراهية و زيادة تغذية الصراع و التفرقة .

أما بالنسبة للهاشتاق فقد تم استخدامه في معظم المنشورات و الهاشتاق هو عبارة عن كلمة و شعار مؤثر يتم استخدامه في مختلف الشبكات الإجتماعية ، فيتم استخدامه من أجل تجميع الرأي العام و زيادة الوعي نحو موضوع ما أو قضية ما لذلك صاحب الصفحة استخدم الهاشتاق لكي يجعل المسألة العرابية البربرية تعم و لكي يجمع أطراف مؤيدة أكثر له .

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

فئة الإتجاه :

| النسبة المؤوية | التكرار | الشكل |
|----------------|---------|-------|
| %100 | 67 | مؤيد |
| %0 | 0 | معارض |
| %0 | 0 | محايد |

جدول رقم (50): يوضح فئات اتجاه مسيرو الصفحة

التحليل الكمي :

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه و الذي يبين لنا اتجاه صاحب الصفحة نحو خطاب الكراهية و ذلك بعد حساب التكرارات و النسب المؤوية جاءت النتائج كالتالي : مؤيد جاءت بنسبة 100 بالمئة ، معارض بنسبة 0 بالمئة و كذلك بالنسبة لمحايد جاءت نسبتها 0%.

التحليل الكيفي :

إن الإتجاهات تتشكل وفقا للبيئة الإجتماعية التي تنشأ فيها الفرد ووفقا للخبرات السابقة فقد عرفه كاباسوامي بأنه موقف الفرد اتجاه بعض المواقف أو الجماعات أو الأشخاص ، كما عرفه قاموس مصطلحات علم النفس بأنه الشعور بالتأييد و المعارضة اتجاه موقف أو موضوع ما أو جماعة (حسن، 2012) ، كما و أن الإتجاه ينقسم لاتجاه معرفي و سلوكي ووجداني ، ومن خلال تحليلاتنا اتضح لنا أن اتجاه صاحب الصفحة لخطاب الكراهية هو مؤيد ذلك من خلال استخداماته لموقع الفايبيوك ودوافعه فقد اتضح لنا من خلال منشوراته أن دوافعه هي تغذية الكراهية من خلال القضايا التي تناولها فقد تطرق لأكبر القضايا التي قد تثير صراعات في داخل المجتمع الجزائري ، وبما أن الإتجاه فيه البعد العاطفي فمن خلال البعد العاطفي يمكننا تحديد الإتجاه ، فقد أظهر استجابة سلبية و نفور ، وركز على أهم النقاط السلبية و انتقد البربر فهو بذلك مؤيد للكراهية ، أما البعد المعرفي والذي يرتبط بالمعلومات و الأفكار و الآراء فقد نشر العديد من المعلومات و الحقائق التاريخية المغلوطة و اتضح رأيه اتجاه الآخر بأنه يكرهه و يرفض وجوده و انتمائه ، فجاء في منشور و الأكاديمية البربرنسية اللي داروها في باريس عام 66 لاه مسماوهاش الأكاديمية الماغيزية

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

..... ، كما جاء منشور آخر كالتالي :



شكرا رقم (38): يوضح نماذج الخطابات المعادية

فهته المنشورات تعبر عن اتجاهاته المعرفية و الوجدانية اتجاه الآخر ، وقد بينت لنا هته المنشورات أنه يرفض الآخر و يؤيد خطابات الكراهية و يؤيد القضايا التي تثير الفتنة لأنه يعالجها بطريقة عدائية و عنيفة و يستخدم فيها أساليب اقناعية لكي يؤثر في اتجاهات الجمهور المتلقي .

فئة أنماط خطاب :

| النسبة المئوية | التكرار | الشكل |
|----------------|---------|---------------------|
| 32,83% | 22 | السخرية و الإستهزاء |
| 41,79% | 28 | الإزدراء و التحقير |
| 25,37% | 17 | إظهار التفوق |

جدول رقم (52): يوضح فئات أنماط خطاب الكراهية

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

التحليل الكمي :

يتضح لنا من خلال الجدول التكرارات و النسب المؤوية لفئة أنماط خطاب الكراهية لمدرسة الوعي ، فقد جاء الإزدراء و التحقير في المرتبة الأولى بنسبة 41,79% ثم تليها السخرية و الإستهزاء بنسبة 32,83% ثم تليها اظهار التفوق و الذي جاء في المرتبة الأخيرة وجاءت نسبته كالتالي 25,37%.

التحليل الكيفي :

لقد تنوعت و اختلفت أنماط الكراهية في الصفحة محل التحليل وجاء في قدمتها الإزدراء و التحقير ، فقد ظهرت العديد من المنشورات التحقيرية ، فقد تحدث في منشور عن اسم محند والذي هو اسم بربري ، يقول حتى الأسماء التي يحاول البربريست التميز بها ليست لهم بل هي بمنية ، و أرفقها بصورة ليمني اسمه سعد محند سليمان محند الجحدي ، كما تحدث في منشور آخر يتحدث فيه عن شيشناق و الذي هو عبارة عن شخصية تاريخية أمازيغية ، يقول هل يمكن لأحد المتمزغين أن يخبرنا عن اسم المعركة التي انتصر فيها شيشناقهم على رمسيس الثاني ؟ ولا هاذي نساو يختارعوها ؟ إنه بهذا النوع من المنشورات يزدري و يحقر الآخر ، كما جاء في منشور آخر يتحدث فيه عن ماسينيسا والذي هو جزء من تاريخ البربر يقول أن ماسينيسا كان أسود و لم يكن أشقر ، ماسينيسا كان خائنا لم يكن بطلا ، ماسينيسا لم يتكلم اللغة البربرية ، اللغة البونيقية كانت هي اللغة الرسمية ، لم توجد على مدى التاريخ إثنية أو عرق أو لغة تسمى (الأمازيغ أو الأمازيغية) ، كما تحدث عن اللغة الأمازيغية باحتقار حيث .

أما السخرية الإستهزاء فقد وظفها أيضا في مختلف منشوراته وقد تم نقلها بصورة ساخرة كاستخدام الكاريكاتور و الذي هو عبارة عن نوع من التعبير الساخر ، فقد جاء في منشور يتحدث فيه عن اللغة الأمازيغية ، يقول كيف يخترعون لغة ، و استعان بكتاب محند أعراب بسعود " تاريخ الأكاديمية البربرية" يقول أن هذا الكاتب اعترف بأنه اخترع أسماء بالأمازيغية ، فقد سأله أحد طلبته عن اسم التمساح بالأمازيغية فلم يجد له اسم فقام باختراع اسم لكي لا يصاب الطالب بخيبة ظن الطالب فاخترع كلمة أزرسيف ، و يقول بنفس الطريقة تم اختراع كل ألفاظ هذه اللهجة ، إنه يستهزئ باللغة الأمازيغية ، كما كتب في منشور آخر إنهم مساكن لو أن أي سائح أجنبي زار هذا المكان الذي وضع فيه هذا التمثال لاستنتج مباشرة أن الأرض التي وضع فيها عربية ، يتحدث في هذا المنشور عن عروبة الجزائر و يستهزئ بالبربر لأنهم يقولون أن الجزائر بربرية ، وجاء منشور آخر كالتالي :

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة



شكرا رقم (39): يوضح نماذج الازدراء والسخرية

كما جاء فيديو آخر استهزائي وقد تم ذكره سابقا ، حول الإعانات التي قدمها البربر للقوات الأوكرانية يقول أنهم وضعوا روزهم بدل الهلال الأحمر و لقبها بجمعية الفرشيطة .

إن الهدف من الإستهزاء هو إثارة الآخر و مس كرامته و التقليل من شأنه وهذا ما يحاول صاحب الصفحة أن يفعله لكي يثير غضب البربر و تشتعل الحرب ما بينهم و بين العرب .

أما اظهار التفوق فقد جاء في المرتبة الثالثة حيث ركز فيه على أن العرب هم من ينتمون لأرض الجزائر و هم السكان الأصليون فيها و أن تاريخهم عريق على عكس تاريخ البربر اللذين صور تاريخهم بطريقة غير صحيحة و كاذبة فقد شوه صورة العديد من الشخصيات البربرية و غير العديد من الحقائق التاريخية ، بهدف تقزيم الآخر

النتائج العامة للدراسة :

نتائج الإستبيان :

لقد توصلت دراستنا للنتائج التالية :

✓ أن عينة الدراسة تستخدم الفايسبوك بصفة دائمة كما و أنها مشتركة فيه منذ أكثر من ثلاثة سنوات وتستخدمه لأكثر من ثلاث ساعات في اليوم بالتالي فاستخدام هذه الوسيلة الإتصالية أصبح

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

عبارة عن عادة يومية لا يمكن الإستغناء عنها نظرا لأنه يلبي لهم العديد من الرغبات و يقدم العديد من الخدمات الإتصالية .

✓ كما توصلت دراستنا إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية لمفهوم خطاب الكراهية في موقع الفايسبوك تعزى لمتغير الجنس و القسم في حين أنه توجد فروق في كل من متغري المستوى الدراسي و السن نظرا لأن السن مرتبط بالخبرة السابقة و المعرفة ودرجة الوعي لأنه كلما زاد السن ارتفع المستوى واختلفت درجات الفهم و التحليل و التفسير،خاصتا المواضيع المعقدة كخطاب الكراهية والذي يكون في كثير من الأحيان يحمل رسائل غير واضحة ولا يمكن أن يفككها أي فرد لأنه خطاب يحتوي على عنف رمزي خفي وصامت ولا يمكن لأي فرد أن يدركه إلا إذا كان ذو درجة عالية من الوعي و الخبرة .

✓ وتوصلت نتائج دراستنا إلى أنه توجد علاقة ارتباط ما بين النشر عبر موقع الفايسبوك و تغذية خطاب الكراهية ،ذلك لأنه عبارة فضاء للنشر الحر دون وجود قيود وقوانين وقيم ضابطة فهو عبارة عن فضاء يتميز بالسيولة فقد سمح لمختلف الأصوات المكبوتة و المقموعة بأن توصل ما كان يمنع عنها التعبير عليه ،إضافة إلى أنه قدم العديد من الوسائط و التي يمكن تعزيز المنشورات بها كنص المرفق بصورة أو فيديو أو الهاشتاق وذلك للتمكن من التأثير أكثر في الجماهير وجذبهم لضمان تغذية خطابات الكراهية إضافة إلى أن هذه المنشورات كثيرا ما تكون مظلمة وكاذبة وتوهم الجماهير بنصف المعلومات كما ويتم نشر حقائق غير صحيحة هذا ما يؤدي لزيادة الرفض والتعصب لجهة أو لمكون إجتماعي على حساب باقي الفئات الأخرى .

✓ كما ووجدت الدراسة الحالية أنه توجد علاقة ارتباط ما بين التفاعل و تغذية خطاب الكراهية ،لأن الفايسبوك هو عبارة عن نوع من الإعلام الجديد و الذي سمح للمستخدم بأن يكون مشاركا في العملية الإتصالية عن طريق خدمة المشاركة والتعليق و الإعجاب ،لقد أكدت لنا عينة الدراسة بأنها تستخدم الفايسبوك بصفة يومية ولأكثر من ثلاث ساعات هذا ما يجعلها تتصادف يوميا مع مختلف المنشورات ذات العنف الرمزي والمنشورات المعادية والتي قد تمس طرف من أطرافه هذا ما يستغزه و يجعله يتفاعل معها وذلك بمشاركة منشورات ضد الآخر والتعليق عن كل المنشورات التي تستغزه و تثير غضبه هذا ما يؤدي لنشوب مشادات كلامية ما بين المستخدمين في التعليقات ليصل الصراعات و

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

الخلافات وإثارة قضايا كامنة و زيادة دفع المستخدمين لمشاركة مختلف القضايا المتعلقة بالإختلاف و الصور والفيديوهات والأخبار التي تعني بالأطراف المتصارعة والتي تستخدم الفايسبوك كمنصة هجومية .
✓ وتوصلت دراستنا إلى أنه توجد علاقة ارتباط ما بين دوافع استخدام الفايسبوك وتغذية خطاب الكراهية فكثيرا ما يتم استخدام موقع الفايسبوك بدافع التعبير الإحباط من الواقع فيبني بذلك رسائل عدائية لأن الإحباط كثيرا ما يؤدي لممارسة سلوكيات عنيفة ،كما وأكدت عينة الدراسة أنها تستخدم الفايسبوك بدافع الدفاع عن هويتها و دينها وذلك نتيجة تعرضها للإدانة من أطراف أخرى ترفضها هذا ما يجعل منه منصة هجومية يتصارع عبرها مختلف الأطراف المتعادية .

✓ وفي الأخير توصلت دراستنا إلى أنه توجد علاقة ارتباط ما بين الفايسبوك كفضاء عمومي للتحاور والصراع بين فئات المجتمع و غرس الكراهية ، فالفايسبوك هو عبارة عن وسيلة التي يستخدمها الجمهور بصفة دائمة ،والتي تنتقل العديد من المضامين و الرسائل الخفية التي يكون أثرها على المدى البعيد لأنه يتم استخدامه كمنصة للممارسة خطاب الكراهية و ضمان وصوله لأبعد نقطة فهو عبارة عن قوة ناعمة تأثر في الجماهير و تغير آرائهم وتوجهاتهم فهو يغرس فيهم الكراهية نتيجة تكرار تعرضهم للمنشورات العدائية و نتيجة تكرار عرضها ،فهو يتحكم في عقولهم ويجعلها تتبنى الآراء و الأفكار وفقا لما يرغب هذا ما ينتج لنا عقل متجمد و متعصب رافض للآخر المختلف و لوجهة الرأي المعاكسة لأن المستخدم تجعل منه الأداة ينظر للواقع كما يتم عرضه لها عبر هذه الوسيلة الإتصالية .

نتائج تحليل المضمون :

وقد توصلنا بعد التحليل الكمي و الكيفي للصفحة مدرسة الوعي dz إلى ما يلي :
أن هذه الصفحة نشطة منذ سنة 2019 وبلغ عدد متابعيها k22 ،وقد توصلنا إلى أنها صفحة تقدم و تنشر خطابات الكراهية وترتكز في محتواها على أكثر قضية حساسة في المجتمع الجزائري ،والتي هي عبارة عن قضية قائم عليها النزاع منذ الوجود الفرنسي في الجزائري ،فقد قامت هي الأخيرة باختلاق هذه المشكلة تحت شعار فرق تسد ،والتي خلقت لنا طبقة جديدة ترفض التعايش مع الآخر هذا ما خلق نزاعات وصراعات بين مكونات المجتمع الجزائري ،فهي بمثابة ذباب الكتروني مثير للمشاكل الإجتماعية لمحاربة قيم السلم و التعايش وإثارة الفتنة ،وقد اعتمدت في بناء محتوياتها ورسائلها الإتصالية على اللغة العربية الفصحى في معظم منشوراتها وذلك لأن اللغة الفصحى هي عبارة عن لغة قوية ولها قوة تأثير وجذب الجماهير كما وجاءت منشوراتها في شكل قوالب تعبيرية وقد كانت معظم المنشورات في شكل

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

مقال لأنه يحمل مجموعة من الحقائق و المعلومات المتسلسلة ،فقد عرض مقالات ناقش فيها تاريخ البربر و الوجود العربي وهي عبارة عن مقالات لها دوافع ورسائل خفية لتغيير الرأي العام ووجهات النظر ولإثارة الفئات التي تنتمي للأمازيغ ،كما وجاءت منشوراته أيضا في شكل تقارير صحفية والتي هي عبارة عن قالب صحفي يقدم كل الأحداث والقضايا الإجتماعية الجارية فقد عرض العديد من التقارير بهدف الإحتقار و ارسال رسائل موجّهة للأمازيغ للتعبير عن مواقف تمييزية رافضة لإثارة فئة الأمازيغ و تحطيمهم ،كما واستخدم مجموعة من الوسائط للتمكن من جذب الجماهير فقد اعتمد في مختلف منشوراته على نصوص مرفقة بصور و فيديوهاشقات وإضافة إلى الكاريكاتير كما واعتمد مسيروا الصفحة على الإستمالات العقلية و العاطفية و التخويف بهدف إقناع الجماهير بأن ما يتم نشره صحيح ، وتوصلت دراستنا إلى أن هذه الصفحة ركزت على قضايا مختلفة كقضية الهوية الثقافية والمرتبطة بمشكلة اللغة فقد ركزت على عرض مشكلة الصراع اللغوي في الجزائر والذي هو ما بين الأقطاب الثلاثة و المتمثلة في المعربون و الأمازيغ و الفرونكفونيون ،كما وركز صانعو المحتوى الإتصالي في هذه الصفحة على قضية التاريخ فقد تم عرض العديد من الحقائق المغلوطة وذلك بهدف زيادة الكراهية وتغذية النزاع كما وتم عرض كل من قضايا الإنتماء و الصراع و الدين وهي كلها عبارة عن قضايا حساسة كان في عرضها و نشرها مس لرموز وفئات إجتماعية مختلفة ،كما ووجدنا من خلال تحليلنا الكمي و الكيفي أنها تهدف للتفرقة و لزيادة رفض الآخر والتعصب لجهة كما وتهدف هذه الصفحة لتشويه صورة الآخر ،كما وأنها تعتمد على التظليل الإعلامي من خلال فبركة الحقائق و التدليس وقلب الحقائق ،إضافتا إلى أن مصادرها مختلفة فهناك المصادر الخاصة والمصادر العامة الغير رسمية والمصادر العامة الرسمية ،ومن خلال تحليلنا وجدنا أن تفاعل المستخدمين مع منشورات الصفحة مرتفع وذلك من خلال التعليق على ما يتم نشره وكثيرا ما تكون التعليقات ذات ألفاظ سيئة وجارحة بسبب المنشور والذي يكون في كثير من الأحيان مستفز ومثير للغضب ،إضافة للإعجاب و المشاركة واستخدام الهاشتاق مع المنشورات والذي يضمن انسياب المعلومات و المنشورات ،وفي الأخير توصلت نتائج دراستنا إلى أن هذه الصفحة تمارس خطابات الكراهية والذي يأخذ أنماط مختلفة كالسخرية والإستهزاء والإزدراء والتحقير و إظهار التفوق .

تحليل النتائج في ضوء الدراسات السابقة :

اتفقت نتائج دراستنا مع دراسة صلاح الدين عمراوي و يوسف مقتاش والتي توصلت إلى أنه يوجد أثر لخطاب الكراهية في موقع الفايسبوك على الجمهور فقد وجدت دراستنا أيضا إلى انه توجد

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

علاقة ارتباط قوية ما بين استخدام موقع الفايسبوك وتغذية خطاب الكراهية ذلك لأنه عبارة عن فضاء وجدت فيه الكراهية أرضا مناسبة لزيادتها و انتشارها هذا ما يؤدي لغرس الكراهية والفكر التطرفي في أذهان الجماهير ،كما واتفقت نتائج دراستنا التحليلية مع دراسة هشام شيتور و حياة قزداري والتي وجدت أن للأخبار الزائفة عبر موقع الفايسبوك أثر على العلاقات الأسرية ،لأن موقع الفايسبوك قام بإثارة قضايا كامنة لم تكن محط اهتمام الجماهير سابقا وهذا ما أكدته نتائج دراستنا التحليلية بحيث توصلنا أن موقع الفايسبوك تثار فيه العديد من القضايا الكامنة و الحساسة والتي تهدد أمن و استقرار الدولة ،واتفقت دراستنا أيضا مع دراسة يوسف بالعباس والتي توصلت إلى أن للتفاعلات عبر المنصات الرقمية دور في انتشار خطاب الكراهية فقد توصلت دراستنا أيضا إلى أنه توجد علاقة ارتباط ما بين التفاعل و تغذية خطاب الكراهية .

تحليل النتائج في ضوء المقاربة النظرية :

إن نظرية الغرس الثقافي ترى أن الوسيلة الإتصالية والإعلامية تعمل على غرس العنف في أذهان الجماهير كما و أنها هي من تتحكم فيهم و تبني لهم صورهم الذهنية وفقا لما ترغب فيه بحيث يصبحون يرون الواقع كما يتم عرضه ،بالتالي فالفيسبوك وبما أنه من أكثر الوسائل الإتصالية استخداما من طرف الجماهير ،وبما أنه فضاء شعبي يتميز بالسيولة أي غياب القيم و القواعد القوانين التي تتحكم في المستخدمين ،فهو وسيلة لغرس الكراهية والتمييز العنصري والفكر التطرفي فخطابات الكراهية وجدت فيه متنفسا وقام بإخراجها من المجال الضيق إلى مجال أكثر اتساعا ،فالمستخدم كثيرا ما يتصادف مع مختلف المنشورات المعادية و ذات الألفاظ السيئة و المدينة للآخر و المشوهة لصورته كما وتتميز هذه المنشورات بقدرتها على الجذب والتأثير لأنها تستخدم الصور و الفيديوهات ومختلف الإستمالات فتغير وجهة نظره و تجعله يرى للآخر المختلف عنه مثلما ما يتم عرضه و نشره في موقع الفايسبوك فعملية الغرس تمر بمرحلة التلاشي ثم مرحلة الدمج ثم التشكيل وفي الأخير الرنين هنا ينتج لنا عقل متطرف و متعصب رافض للآخر و رافض لقيم التعايش السلمي و الحوار .

التوصيات :

- ضرورة وضع الرقابة على كل ما يتم نشره و تداوله عبر منصة الفايسبوك .
- ضرورة وضع مجموعة من القوانين الصارمة و فرض عقوبات على ممارسي الكراهية في موقع الفايسبوك .

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

- توعية الجماهير بخطورة الذباب الإلكتروني والذي تتزايد أعداده في وقتنا الحالي لأنه هو من يقوم بإشعال فتيل الفتنة ويهدف للتفرقة و تغييب الوحدة الإجتماعية .
- ضرورة تكثيف الأيام الدراسية و الملتقيات العلمية حول خطابات الكراهية لفهمها أكثر وتفسيرها ومحاولة وضع حدود للحد منها .
- ضرورة توعية الجماهير بالغوص أكثر في البحث عن الحقائق من مصادر أخرى و تنبيههم بأن وسائل الإعلام و الإتصال تعمل على تزييف وعيهم و إيهامهم بنصف الحقائق .

الفصل الخامس : عرض وتحليل نتائج الدراسة

خلاصة :

وكخلاصة عامة للفصل نصل إلى أن مرحلة مناقشة النتائج تعد من أهم المراحل التي يجب أن يمر بها الباحث فمن خلالها يتمكن من الإجابة على اشكالية دراسته ومجموعة الأسئلة التي قام بطرحها في بداية بحثه العلمي ، كما وأنه يستخلص مجموعة من التوصيات و مجموعة من الحلول التي يقدمها كبديل للحد من مختلف الظواهر المرضية .

خاتمة

وكخلاصة عامة لكل ما تم التطرق إليه نصل إلى أن خطاب الكراهية هو عبارة عن ظاهرة مرضية تحركها العديد من الدوافع ومن أبرزها رفض الآخر المختلف و التعصب لفئة أو لمكون من مكونات المجتمع، فالكاره هو عبارة عن فرد رافض للإختلاف لذلك تتجسد كراهيته في شكل خطابات معادية لتحطيم الآخر و إدانته و المس بكرامته ،كما و أنه وجد في المنصات الإجتماعية أرضا مناسبة له لأنها فتحت له مجالا كبيرا من الحرية للتعبير عن كل ما يشعر به دون وجود قيم ضابطة و لا قوانين ردية هذا ما أنتج لنا الكراهية الرقمية والتي تتميز بزيادة انتشارها و سرعة تدفقها في أوساط الجماهير ،فكثيرا ما يقوم العديد من مجهولي الهوية بفتح صفحات لتغذية هذا النوع من الخطاب و لإثارة قضايا كامنة وحساسة والتي قد تمس وحدة المجتمع وترزع أمنه واستقراره كما و تؤدي للتناحر ما بين مختلف فئات المجتمع .

إن الفايسبوك من خلال مجموعة الخدمات الإتصالية التي قدمها للمستخدمين قام بزيادة غرس الكراهية وذلك عن طريق التعرض المختلف لمختلف المضامين العدائية والمنشورات المظلمة و الكاذبة و المفبركة و التي تهدف لتظليل الرأي العام الجماهيري وزيادة الرفض و تشويه صورة الآخر فقد توصلت دراستنا التحليلية إلى أن صانعو خطابات الكراهية يقومون ببناء مختلف المضامين الإتصالية باختيار اللغة المناسبة و القوالب التعبيرية و الإستمالات على اختلافها لضمان نجاح رسائلهم والتأثير في عقول الجماهير كما وأنها تختار أكثر القضايا حساسية في المجتمع و تركز عليها و تنشرها بطريقة مستغزة و مظلمة ،إضافة إلى أنها تهدف من خلال ما تقوم بنشره للترقية و تشويه صورة الآخر و تدليسه كما وأنها تعتمد كثيرا على التظليل الإعلامي وتحريف الحقائق ونقلها بصورة خاطئة ،هذا ما يؤدي لزيادة نمو و تغذية الكراهية و غرسها في أوساط الجماهير ،لأن الجمهور كلما تعرض أكثر لهذه المنشورات كلما تشكلت صورته الذهنية لما يتم نشره فيصبح يرى الواقع كما يتم تداوله في الفضاء الأزرق فتتغير بذلك توجهاته و أفكاره و يتشكل لنا عقول متعصبة و تمييزية و رافضة للإختلاف و التعايش السلمي و عدم الإعتراف بلغة الحوار ،وهذا ما توصلت له نتائج دراستنا الميدانية بأنه توجد علاقة ارتباط قوية ما بين استخدام الفايسبوك و تغذية خطاب الكراهية ،كما ووجدنا إلى أنه توجد علاقة ارتباط ما بين النشر و تغذية خطاب الكراهية و علاقة ارتباط ما بين التفاعل و تغذية خطاب الكراهية .

قائمة المراجع

قائمة المصادر والمراجع

BDM. (2022, 04). que représent le digital en france et dans le monde en 2022. france.

1. الجمعي, ح. (2021, 12 07). الكراهية الرقمية تمثلاتها و ممارساتها في الفضاءات الرقمية و استراتيجيات مواجهتها. مجلة بحوث و دراسات في الميديا الجديدة. 02 (04), pp. 7-22.
2. الحاج, ك. (2020). نظريات الإعلام و الإتصال. سوريا: منشورات الجامعة الإفتراضية السورية.
3. الديلمي, ع. م. (2020). مواقع التواصل الإجتماعي نظرة عن قرب. عمان, الأردن: دار غيداء للنشر و التوزيع.
4. السلام, س. ع. (2021, 01). جذور صناعة خطاب الكراهية في ثقافة المجتمع المعاصر. مجلة التميز الفكري للعلوم الإجتماعية و الإنسانية. 58-74, pp.
5. السلام, س. ع. (2021, 01). جذور صناعة خطاب الكراهية في ثقافة المجتمع المعاصر. مجلة التميز الفكري للعلوم الإجتماعية و الإنسانية. 58-74, pp. (05)
6. الشحف, ف. ح. (2015). الدعاية و التظليل الإعلامي (الأساليب والطرق). (دمشق, سوريا: دار علاء الدين للنشر و التوزيع.
7. الشهيري, ع. ا. (2004). استراتيجيات الخطاب: مقارنة لغوية تداولية. بيروت, لبنان: دار الكتاب الجديد المتحدة.
8. الصادق, ا. آ. (2021). تكنولوجيا الويب 2.0 في مؤسسات المعلومات. القاهرة, مصر: دار المعرفة الجامعية.
9. الطائي, ا. م. (2020, 12 29). النظريات المفسرة للعنف وخطاب الكراهية في وسائل الإعلام. المجلة الجزائرية للإتصال. 22 (02), pp. 34-52.
10. العسكري, ع. ع. (2004). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية. (Vol. 02) دمشق, سوريا: دار النميز للنشر و التوزيع.

11. العمرو، ع. (1436). ه. (01)، ثقافة الكراهية وصلتها بالثقافتين الإسلامية والغربية. مجلة العلوم الشرعية. (34), pp. 343-371.
12. العمري، خ. ع. (2021). سبل مواجهة خطاب الكراهية. الرياض، السعودية: مشروع سلام للتواصل الحضاري.
13. العيسوي، ع. ا. (2004). الحرب النفسية والدعاية: دفاعا و هجوما. منشورات الحلبي الحقوقية.
14. الغامدي، م. ب. (n.d.). التظليل الإعلامي. سلسلة آفاق إعلامية.
15. المزهرة، م. ه. (2012). نظريات الإتصال. دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة.
16. المشهادي، س. س. (2019). منهجية البحث العلمي. عمان، الأردن: دار أسامة للنشر و التوزيع.
17. المعرفة الالكترونية، و. ا. (2012). جامعة الملك عبد العزيز، السعودية: مركز الدراسات الإستراتيجية.
18. المقادي، خ. غ. (2011). ثورة الشبكات الإجتماعية (ماهية مواقع التواصل الإجتماعي و أبعادها التقنية، الإجتماعية، الإقتصادية، الدينية، والسياسية على الوطن العربي). (الأردن: دار النفائس للنشر و التوزيع.
19. بالعباس، بي. (2022, 06 30). التفاعلات الرقمية بين الشباب و سياقات انتشار خطاب الكراهية دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفايسبوك. المجلة الدولية للإتصال الإجتماعي، (02) 09 , pp. 326-351.
20. بالقاسم، م. (2022, 06 01). الحجاج والإقناع في الخطاب الإيديولوجي. مجلة العلوم وأفاق المعارف. (01) 02 , pp. 49-65.
21. بسكرة، ج. م. (2023, 03). الإنجازات البيداغوجية و العلمية لجامعة محمد خيضر بسكرة.
22. بسناسي، م. (2017, 05 01). الوظيفة التأثيرية في الخطاب الصحفي. مجلة الخطاب، (25) 12 , p. 119_138.
23. بثنة، ح. & بوعموشة، بن. (2020, 06 30). الصدق والثبات في البحوث الإجتماعية. مجلة دراسات في علوم الإنسان والمجتمع. (02) 03 , pp. 117-133.

24. بلخيري م. (2020, 12 31). مجالات الدراسة وحدودها في البحوث السوسولوجية. مجلة رؤى للدراسات المعرفية و الحضارية. (02), pp. 198-216, 06 ,
25. بلقبي ف. (2022, 01 30). الأسس المنهجية لتحديد المصطلحات و المفاهيم في البحوث الإجتماعية. مجلة المحترف. (01), pp. 618-632, 09 ,
26. بن عبو و، &، بن نعيمة، ع. ا. (2018, 12 01). الأشكال التفاعلية واللغوية في الوسائط الإعلامية الإلكترونية. المجلة الجزائرية للمخطوطات. (02), pp. 216-240, 14 ,
27. بن عزة، أ، &، بدير م. (2021, 03). فن الكاريكاتير بين جرأة التناول ودوي التأثير في البيئة الإجتماعية. مجلة. (01), pp. 909-921, 35 ,
28. بوجمعة ر. (2020, 12 29). خطابات الكراهية في وسائل الإعلام وآليات مواجهتها: القانون الدولي الإنساني والأخلاقيات المهنية. المجلة الجزائرية للاتصال - (02), pp. 5-33, 22 ,
29. بوحوش ع، عباش ع، &، زكية ر. (2019). منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الإجتماعية. برلين، ألمانيا: المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والإقتصادية.
30. بوخاري م، &، قاسي، إ. (2019, 12 31). الإعلام التقليدي والإعلام الجديد من خلال نظرية الإستخدامات والإشباعات. مجلة روافد للبحوث والدراسات. (02), pp. 25-45, 04 ,
31. بوعلاق م. (2009). الموجه في الإحصاء الوصفي و الإستدلالي في العلوم النفسية و التربوية والإجتماعية. دار الأمن للطباعة و النشر و التوزيع.
32. بوغزالة، ا، &، ضيف ل. (2022, 01 01). متابعة حسابات وسائل الإعلام على تويتر وعلاقته بتشكيل اتجاهات الرأي العام نحو الإستفتاء على التعديل الدستوري في الجزائر. المجلة الجزائرية للأمن الإنساني. (01), pp. 468-490, 07 ,
33. بوقرة م، &، جغبوب، ص. (2017, 12 15). الخطاب، مفهومه، أنماطه، وظيفته... من وجهة نظر الوظيفية أحمد المتوكل أنموذجا. مجلة تاريخ العلوم. (10), pp. 156-168, 04 ,
34. بولطيف، س. (2023, 03 31). حرية العبادة و خطاب الكراهية الدينية في التشريع الجزائري. مجلة الحقوق و العلوم الإنسانية. (01), pp. 1216-1232, 16 ,

35. بولعراس بن ا. (2018, 09 15). المقاربة السوسيوولوجية في البحث الإجتماعي. مجلة الباحث في العلوم الإنسانية و الإجتماعية. 10 (03), pp. 29-38 ,
36. تمار بي. (2018). أصول تحليل المضمون وتقنياته. بن عكنون: ديوان المطبوعات الجامعية .
37. تمار بي. (2017). أصول تحليل المضمون وتقنياته. بن عكنون, الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
38. تمار بي. (2019). مناهج و تقنيات البحث في الدراسات الإعلامية -الإتصالية (Vol. 02) بن عكنون, الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
39. جابر ج. أ. (2017-2018). انتشار حركة الوصول الحر للنشر العلمي في البلدان العربية دراسة فينوميولوجية - أطروحة أعدت لنيل شهادة الدكتوراه اللبنانية في علوم الإعلام و الإتصال . -المعهد العالي للدكتوراه في الآداب و العلوم الإنسانية والإجتماعية, لبنان.
40. جبار أ. (2019, 03 31). نظرية الإستخدامات و الإشباعات بين الدوافع و قياس العائد، محاولة لفهم الأنماط الإتصالية من خلال التعرض لوسائل الإعلام. المجلة الدولية للإتصال الإجتماعي. 06 (01), pp. 49-62 ,
41. جبر م, & عبد اللطيف م. (2017). تطبيقات نظريات الإتصال الإجتماعي. القاهرة , مصر:المكتب المصري للتوزيع .
42. جفال م, & جودي خ. (2021, 12 28). الكراهية في فضاءات الميديا الجديدة دراسة تحليلية لعينة من الخطاب الديني ل "داعش" عبر اليوتيوب. مجلة العلوم الإجتماعية والإنسانية. 11 (02), pp. 26-46 ,
43. جلاي م. أ. (2022, 06 05). خطاب الكراهية بين المفهوم و الواقع. مجلة السياسة العالمية. 06 (01), pp. 169-181 ,
44. حجام ا. (2021, 12 30). الكراهية الرقمية تمثلها و ممارستها في الفضاءات الرقمية و استراتيجيات مواجهتها. مجلة بحوث و دراسات في الميديا الجديدة. 02 (04), pp. 07-22 ,
45. حسن ا. (2012). الإتجاهات الحديثة من منظور علم الإجتماع. مجلة جامعة دمشق 28 , (3+4), p. 299_322.

46. حسن، إ. م. نظريات الإتصال. المكتب المصري للمطبوعات.
47. خيرالله، ه. ر. (n.d.). محاضرات في نظريات الإعلام. محاضرات. كلية التربية النوعية قسم العلوم الإجتماعية و الإعلام، مصر .
48. دليو، ف. (2014). مدخل إلى منهجية البحث في العلوم الإنسانية و الإجتماعية. الجزائر : دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع .
49. ديلمي، ع. ا. (2016). نظريات الإتصال. عمان: دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع .
50. رايس، إ. ع. (2016, 12 25). نظرية "الإستخدامات و الإشباعات" و تطبيقاتها على الإعلام (مدخل نظري). مجلة دراسات وأبحاث. (25) 08 ,
51. رايس، ا. ع. (2016, 12 15). نظرية الإستخدامات والإشباعات وتطبيقاتها على الإعلام الجديد مدخل نظري. مجلة دراسات وأبحاث. (25) 08 ,
52. رداوي، م. (2017, 01 06). رداوي تأثير القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة في برامج الأطفال على ثقافة الطفل الجزائري -دراسة ميدانية على عينة من الأطفال بمدينة المسيلة. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية و الإتصالية. (02) 05 ,
53. رزقي، خ. &، شيقارة، خ. (2017, 12 01). منهجية تحديد نوع وحجم العينة في البحوث العلمية. مجلة معارف. (23) 12 ,
54. سباع، م. ب. (2014, 06 23). تحليل الخطاب عند ميشال فوكو. مجلة دراسات 05 , (01), pp. 131-143.
55. سلطاني، ع. (2011). علاقة الدعاية بالإعلان. مجلة البحوث و الدراسات، (12) 10 , pp. 81-100.
56. سموك، ع. اشكالية العنف في المجتمع الجزائري من أجل مقارنة سوسولوجية. عنابة، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية .
57. شتاتحة، أ. ا. (2018, 12). تحليل المحتوى كمنهج أم تقنية مع نماذج علمية. مجلة العلوم القانونية والإجتماعية جامعة زيان عاشور بالحلفة. (12), pp. 89-114.
58. شرفة، إ. (2012, 12 01). تحليل المعطيات وقرائنها كمنهج تحليل مضمون. مجلة الآداب والعلوم الإجتماعية. (02) 09 , pp. 112-120.

59. شميمسي، و. (15 01، 2014). مواقع التواصل الإجتماعي الإلكترونية والشباب بداية نمط جديد وفسخ للعقد الإجتماعي الموروث. مجلة التراث. 04 (01), pp. 149-161.
60. شومان، م. (2007). تحليل الخطاب الإعلامي أطر نظرية و نماذج تطبيقية. القاهرة، مصر: الدار المصرية اللبنانية .
61. شيتور، هـ، & قزدي، ح. (13 05، 2022). الأخبار المزيفة وخطابات الكراهية على فيسبوك و أثرها على العلاقات الأسرية دراسة إثنوغرافية على عينة من الأسر الجزائرية المختلطة (عرب، أمازيغ). مجلة الرسالة. 07 (03), pp. 137-152.
62. صالح، د. (06، 2022). شبكات التواصل الإجتماعي و الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري الفيسبوك -أنموذجا -دراسة ميدانية على عينة من الشباب. مجلة الإعلام و المجتمع، 06 (01), pp. 263-278.
63. صالح، د. (01 06، 2022). شبكات التواصل الإجتماعي والهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري الفيسبوك-أنموذجا-دراسة ميدانية على عينة من الشباب. مجلة الإعلام و المجتمع، 06 (01), pp. 263-278.
64. صحراوي، ف. (31 01، 2022). مكافحة خطاب الكراهية في البيئة الرقمية دراسة على ضوء القانون. 05-20مجلة دائرة البحوث و الدراسات القانونية و السياسية. 06 (01), pp. 06-20.
65. طالة، ل. (2021). حرية التعبير عن الرأي: قراءة في المفهوم و أهم التجليات الإعلامية و السياسية. مجلة قيس للدراسات الإنسانية و الإجتماعية. 05 (01), 1192-1212.
66. عبد السلام، خ. (01 01، 2013). الحرب النفسية وبرمجة عقول العرب والمسلمين بالإنهزامية والكراهية لبعضهم البعض. مجلة دراسات استراتيجية. 09 (18), p. 147_158.
67. عبيد، ب & ميلود، م. (25 12، 2021). حرية الرأي و التعبير عبر فيسبوك وخطاب الكراهية دراسة تحليلية على عينة من منشورات صفحة kabylie Newes. مجلة الرواق للدراسات الإجتماعية و الإنسانية. 07 (02), pp. 692-709.
68. عبيدات، م، أبو نصار، م، & عقل، م. (1999). منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات. (Vol. 02) عمان، الأردن: دار وائل للطباعة والنشر.

69. عساس، ع. (2010, 11 30). عمر عساس. أزمة الهوية لدى البربر في البحث في الهوية , 04 (02), p. 49_67.
70. قاسمي، ن. (2017). التحليل السوسيولوجي نماذج تطبيقية. بن عكنون: ديوان المطبوعات الجامعية.
71. قاسمي، ن. (2017). التحليل السوسيولوجي نماذج تطبيقية. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
72. قاصدي، س. (2022, 04). مساهمة الفايبيوك في ترسيخ ثقافة التغذية الصحية لدى الشباب الجزائري (دراسة استطلاعية). (المجلة الجزائرية للأبحاث و الدراسات , 05 (02), pp. 104-122.
73. كحيل، ش. ب. (2021, 08 07). العنف في مواقع التواصل الاجتماعي (الفايبيوك نموذجاً). (مجلة الفكر المتوسطي , 10 (01), pp. 122-136.
74. لعزم، ف. &، بن علي، ح. (2017, 06 01). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الثقافية للمجتمع (دراسة ميدانية على عينة من الطلبة بجامعة زيان عاشور الجلفة _ الجلفة). (مجلة سوسيولوجيا , 01 (01), pp. 22-36.
75. مجاهد، أ. ج. (2010, 05). استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة . مجلة دراسات المعلومات , 08, pp. 01-57.
76. محفوظ، م. (2012). ضد الكراهية من أجل تفكيك خطاب الكراهية في العالم العربي. لبنان : إصدار المركز الإسلامي الثقافي .
77. مداني، ل. (2018, 07 01). مراجعة مفاهيمية للأقلية والطائفية...و تسييسها في ظل تنامي الانتماءات الفرعية. (المجلة الجزائرية للأمن و التنمية , 07 (03), pp. 33-43.
78. مزرارة، ن. &، شعباني، م. (2016, 12 15). واقع الطالب الجامعي الجزائري ، من الأمس إلى اليوم ماذا تحقق ؟ (قراءة تحليلية لوضعه الراهن). (مجلة الوقاية و الأورقونوميا , 10 (01), pp. 61-84.
79. مزوز، بك. (2016, 03 04). خطاب الكراهية من خلال وسائل الإعلام و أثره على حماية المؤسسات الإعلامية في زمن النزاعات المسلحة. مجلة مقاربات , 04 (03), pp. 388-402.

80. مزوز, ك. (2016, 03 04). خطاب الكراهية من خلال وسائل الإعلام و أثره على مسألة حماية المؤسسات الإعلامية في زمن النزاعات المسلحة. *مجلة مقاربات* -388 (02), 04 , 402.
81. مغزي, بن. (2020, 12 20). دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تعزيز مؤشرات الحكم الراشد: دراسة لمؤشرات الشفافية، المشاركة، المساءلة. *مجلة الباحث الإجتماعي* , 16 (01) , pp. 245-256.
82. مكاوي, ع. (2022, 12 15). المقاربة النظرية سياق بحثي في العلوم الإجتماعية و التربوية لا بد منه. *مجلة الإنسان والمجال* . 08 (02), pp. 288-314.
83. ميلز, س. (2016). *الخطاب*. القاهرة, مصر: المركز القومي للترجمة.
84. نامق, ج. (2018). *الإبادة الجماعية و أساليب التظليل الإعلامي "نماذج مختارة"*. عمان , الأردن: دار غيداء للنشر و التوزيع.
85. نبي, م. ب. (2000). *مشكلة الثقافة* (Vol. ط). 04دمشق: دار الفكر.
86. نبيح, أ. (2018). *الاتصال الرقمي والإعلام الجديد موقع facebookنموذجاً*. عمان , الأردن: دار غيداء للنشر و التوزيع.
87. هواري, ح. (2015, 09 01). مواقع التواصل الإجتماعي وإشكالية الفضاء العمومي. *مجلة الباحث في العلوم الإنسانية و الإجتماعية* . 20 (07), pp. 221-232.
88. هويدي, ع. ا. & فرحات, ح. ب. (2019, 12 15). شبكات التواصل الإجتماعي و أثرها على الممارسة الإعلامية التقليدية في تغطية الحراك الإجتماعي في الجزائر. *مجلة الإعلام و المجتمع* . 03 (02), pp. 32-49.
89. وافي, ح. (2020, 05 22). خطاب الكراهية بين حرية التعبير و التجريم دراسة من منظور أحكام القانون والقضاء الدوليين. *المجلة الدولية للبحوث القانونية و السياسية* . 04 (01), pp. 67-85.

الملاحق

الملحق رقم : 01:

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر -بسكرة-

كلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: العلوم الاجتماعية

تخصص: علم الاجتماع والاتصال

استمارة استبيان حول :

الفايسبوك وتغذية خطاب الكراهية لدى الشباب الجزائري -دراسة ميدانية على عينة
من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد خيضر -بسكرة-

تحت إشراف: زهية دباب

إعداد الطالبة : بن بليدة حنان

ملاحظة:

في إطار التحضير لنيل شهادة الدكتوراه LMD تخصص علم الاجتماع الإتصال، نوجه إلى سيادتكم هذا الإستبيان للأخذ بآرائكم ووجهة نظركم حول موضوع دراستنا، والذي لم يتم دون تعاونكم، كما ونحيطكم علما بأن هذه الأداة تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط -شكرا على تعاونكم-

المحور الأول : البيانات الشخصية:

- 1-الجنس : ذكر أنثى
- 2-السن : 1-أقل من 19 2-من 19-22 3-أكثر من 22 سنة
- 3-القسم : 1-علوم إجتماعية 2-علوم إنسانية
- 4-المستوى الدراسي : 1- سنة أولى 2-سنة ثانية 3-سنة ثالثة 4-ماستر .
- 5-التخصص : 1-علوم اجتماعية 2-علم اجتماع 3-علم النفس 4-فلسفة 5-انثروبولوجيا 6-علوم إنسانية 7-علوم الإعلام و الإتصال 8- علم المكتبات 9-تاريخ

❖ المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الفايسبوك:

- 6 ما مدى استخدامك للفايسبوك؟

دائماً أحيانا أبدا

- 7 منذ متى و أنت مشترك في موقع الفيسبوك؟

أقل من سنة من سنة إلى 3 سنوات أكثر من 3 سنوات

- 8 كم من الوقت تمضي في تصفح الفيسبوك؟

أقل من ساعة من ساعة الى 3 ساعات 4 ساعات فأكثر

- 9 متى تتصفح موقع الفايسبوك؟

صباحا مساء ليلا

- 10 ماهي الوسائل التي تستخدمها لتصفح الفايسبوك؟

هاتف ذكي لوح الكتروني كمبيوتر محمول كمبيوتر ثابت

- 11 ماهي الأماكن المفضلة لكم لاستخدام موقع الفيسبوك؟

المنزل المكتبة الجامعة أماكن عمومية قاعة

الأنترنت

❖ المحور الثالث: مفهوم خطاب الكراهية في موقع الفيسبوك لدى عينة الدراسة:

| معارض | محايد | موافق | |
|-------|-------|-------|---|
| | | | • 12 خطاب الكراهية هو ذلك الخطاب الذي يهدف لتشويه صورة الآخر المختلف في اللون أو الجنس أو العرق |
| | | | • 13 خطاب الكراهية هو خطاب دوني تستخدم فيه ألفاظ وعبارات سيئة ومؤذية. |
| | | | • 14 خطاب الكراهية هو أي خطاب يعمل على بث الكراهية والتحريض والنزاعات والصراعات |
| | | | • 15 يتضمن خطاب الكراهية التحريض على انكار الآخر وتهميشه ونشر الفتنة واتهام الطرف الآخر بالخيانة. |
| | | | • 16 هو كلام عدائي وخبيث يحفزه التحيز ويستهدف شخص أو مجموعة من الأشخاص ويهدف لإيذاء جماعة مستهدفة وتجريدها من إنسانيتها ومضايقتها وترهيبها. |
| | | | • 17 خطاب الكراهية على مواقع الفيسبوك هو خطاب إلكتروني وهو كل عبارة يتم نشرها وتداولها عبر موقع الفيسبوك والتي تحمل في طياتها تحريضا على العنف وتدعو للتفرقة. |
| | | | • 18 خطاب الكراهية في البيئة الرقمية هو الخطاب الأكثر تحررا وبأشكال سلسة وسريعة ولا متناهية والتي نقلت هذا الخطاب من الكمون إلى الظهور والاستفحال |

| | | | |
|---|--|--|---|
| | | | داخل المجتمع. |
| المحور الرابع (الفايسبوك كفضاء عمومي للتداول والصراع بين فئات المجتمع) | | | |
| النشر | | | |
| | | | • 19 تعتبر خاصية النشر بدون رقابة التي ينتجها الفيسبوك من أهم الأسباب لزيادة انتشار خطاب الكراهية . |
| | | | • 20 انهيار حراس البوابة في موقع الفيسبوك جعله منصة هجومية تتصارع عبره الأطراف المتعادية. |
| | | | • 21 تتميز منشورات الفيسبوك بقدرتها على الاقناع عن طريق استخدام مختلف الوسائط (نص مرفق بصورة أو فيديو) |
| | | | • 22 تتميز منشورات الفيسبوك بالسخرية والاستفزاز أو الازدراء والتحقير لفئة لحساب فئة أخرى المختلفة في اللون أو العرق أو الجنس. |
| | | | • 23 تعتبر منشورات الفيسبوك عبارة عن منشورات للتعبير عن الكره والتعصب والرفض. |
| | | | • 24 عادة ما تكون منشورات الفيسبوك مضللة وكاذبة لتشويه حقائق وطمسها. |
| | | | • 25 عادة ماتقوم منشورات الفيسبوك بالتدنيس وذلك عبر ايهام الجماهير بنصف المعلومات التي ترغب بنشرها |

| | | | |
|---|--|--|--|
| | | | كاستخدام عبارة "أفاد شهود عيان" للتمكن من غرس الكراهية. |
| | | | • 26 عادة ما يتم نشر حقائق غير صحيحة ضد الآخر المختلف مع توجه صاحب الصفحة فيقوم من خلال منشوره بتشويه صورته ويلفق تهمة باطلة |
| | | | • 27 عادة ما يتم التركيز في منشورات الفيسبوك على قضايا تمس وحدة المجتمع وذلك عن طريق تكرار نشرها وتداولها بصفة يومية. |
| التفاعل (المشاركة بالتعليق والاعجاب) | | | |
| | | | • 28 أجد نفسي مجبرا على التفاعل مع قضايا الانتماء |
| | | | • 29 أفاعل مع الصفحات التي تهتم بنقل مسائل الدين والاختلافات المذهبية |
| | | | • 30 أفاعل مع الصفحات التي تنشر بتكرار مستمر عن الآخر المختلف معي في اللون أو الجنس أو العرق |
| | | | • 31 أفاعل مع الصفحات التي تهتم بالهوية الثقافية الجزائرية |
| المشاركة | | | |
| | | | • 32 أشارك أصدقائي كل مايتعلق بقضايا الاختلاف |
| | | | • 33 أشارك الصور والفيديوهات والأخبار التي تخضع الأطراف المتصارعة والتي تستخدم الفيسبوك كمنصة هجومية |
| | | | • 34 تساهم المشاركة في قابلية تدفق الأخبار والمعلومات |

| | | | |
|----------------|--|--|---|
| | | | المضلة والحقائق الكاذبة |
| | | | • 35 تساهم المشاركة في زيادة حدة الصراع وتؤدي الى اثارة العنف |
| | | | • 36 تقوم المشاركة بإيصال الأصوات التي كانت مقموعة سابقا |
| التعليق | | | |
| | | | • 37 أعبّر بحرية عن كل المواضيع التي يتم نشرها ومشاركتها في موقع الفيسبوك |
| | | | • 38 يؤدي التعليق إلى زيادة إظهار الأطراف المتصارعة |
| | | | • 39 يؤدي التعليق إلى زيادة حدة الصراعات والخلافات ويؤدي إلى اشعال نار الفتنة |
| | | | • 40 يؤدي التعليق إلى زيادة دفع المستخدمين للمشاركة في مواضيع وقضايا قد تؤدي للمساس بأمن الدولة وزيادة الخلافات |
| | | | • 41 يساهم التعليق في التحرر من سلطة الرقابة بحيث فتح للمستخدمين التعليق بكل حرية بدون وجود رقابة |
| | | | • 42 يؤدي التعليق الى اثبات التهم ضد الآخر ويزيد من اهانتة والمس بكرامته |
| الاعجاب | | | |
| | | | • 43 يمكننا الاعجاب من معرفة اتجاه المستخدمين |
| | | | • 44 يمكننا الاعجاب من التفرقة بين مؤيد ومعارض في خطاب الكراهية |

| | | | |
|--|--|--|---|
| | | | • 45 يساهم الاعجاب في الاطلاع على ما يتم نشره في الصفحات بصفة يومية |
| | | | • 46 يساهم الاعجاب في زيادة انتشار خطابات الكراهية في الفيسبوك |
| دوافع استخدام الفيسبوك | | | |
| | | | • 47 استخدم موقع الفيسبوك بدافع التعبير عن كل ما أشعر به اتجاه الآخر |
| | | | • 48 استخدم موقع الفيسبوك لأنه موقع للنشر الحر ذلك لأنه قام بدمقرطة الاتصال |
| | | | • 49 استخدم موقع الفيسبوك بدافع الدفاع عن هويتي ولديني وانتمائي والتي قد يمس بها أطراف أخرى |
| | | | • 50 استخدم موقع الفيسبوك بدافع التعبير عن احباطي من الواقع الذي أعيش فيه |
| | | | • 51 استخدم موقع الفيسبوك بدافع إيصال وجهة نظري وأفكاري ومعتقداتي |
| المحور الخامس (الفيسبوك وغرس وتغذية الكراهية) | | | |
| غرس الكراهية | | | |
| | | | • 52 التعرض المستمر لموقع الفيسبوك يؤدي الى غرس الكراهية |
| | | | • 53 يعمل الفيسبوك على غرس العنف وزيادة المشكلات |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | الاجتماعية وذلك بسبب نشر خطابات الكراهية عبره |
| | | | • 54 يقوم الفيسبوك بغرس العنف اللفظي والمجتمعي والسلوكي بين متصفح ورواد هذا الموقع |
| | | | • 55 يعمل الفيسبوك على تهويل العنف وزيادة حدة الصراع |
| | | | • 56 يثير انتشار خطاب الكراهية عبر الفيسبوك الفتن بين مكونات المجتمع |
| | | | • 57 يؤدي خطاب الكراهية عبر الفيسبوك الى غياب التجانس الاجتماعي داخل المجتمع فيصبح ضعيف أمام الأزمات |
| | | | • 58 يؤدي خطاب الكراهية الى زيادة انتشار ظاهرة التمييز العنصري |
| | | | • 59 يؤدي خطاب الكراهية الى غرس التطرف بين الشباب |
| | | | • 60 يؤدي خطاب الكراهية الى التفرقة والتناحر بين أفراد المجتمع |
| | | | • 61 يؤدي خطاب الكراهية عبر الفيسبوك الى غرس ممارسات عنيفة عنصرية |
| الصورة الذهنية والايديولوجيا والأفكار | | | |
| | | | • 62 يعتبر الفيسبوك واحدا من المصادر الذي أستقي منه المعلومات والأخبار |
| | | | • 63 تؤثر منشورات الفيسبوك في اتجاهاتي |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | • 64 عادة ما أبني أفكارى من منشورات الفيسبوك |
| | | | • 65 الفيسبوك هو موقع يتميز بالمصداقية ذلك لأنه ينشر الصور والفيديوهات من الحدث. |

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة -

كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية

شعبة علم الاجتماع

تخصص : علم اجتماع الإتصال

صناعة تحليل مضمون

في إطار التحضير لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع تخصص علم اجتماع الإتصال ،نقدم لكم دليل التعريفات الإجراية لاستمارة تحليل المضمون تحت عنوان : الفاييبوك و تغذية خطاب الكراهية لدى الشباب الجزائري دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية بجامعة -محمد خيضر بسكرة-

حيث سنقوم بتحليل مضامين لعينة من منشورات الصفحة الفيسبوكية :-مدرسة الوعي dz - ويحتوي الدليل على أسئلة الدراسة ،فئات الدراسة وعناصرها ، أولا فئات الشكل والتي تضم فئة البيانات العامة فئة اللغة ،فئة القوالب التعبيرية ،فئة الوسائط وفئة الإستمالات ، ثانيا فئة المضمون والتي تحتوي على فئة القضايا ،فئة الأهداف ،فئة التظليل الإعلامي وفئة مصادر المنشورات فئة التفاعل ،فئة الإتجاه ،فئة أنماط خطاب الكراهية .

وجاءت التساؤلات كالتالي :

السؤال الرئيسي :

• **كيف تساهم صفحة مدرسة الوعي dz في تغذية خطاب الكراهية ؟**

وتندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية متعلقة بكل من فئات الشكل و فئات المضمون وجاءت كالتالي :

- ✓ ماهي اللغة التي يتم استخدامها في منشورات صفحة مدرسة الوعي dz لتغذية خطاب الكراهية ؟
- ✓ ما هي القوالب التعبيرية التي يتم استخدامها في المضامين الإتصالية في صفحة مدرسة الوعي dz لتغذية خطاب الكراهية ؟

- ✓ ما هي الوسائط التي يتم الاعتماد عليها في صفحة مدرسة الوعي DZ الفيسبوكية لتغذية خطاب الكراهية؟
- ✓ ما هي الأساليب الإقناعية المستخدمة في منشورات صفحة مدرسة الوعي DZ لتغذية خطاب الكراهية؟
- ✓ ماهي القضايا و الموضوعات التي يتم مشاركتها في صفحة مدرسة الوعي DZ لتغذية خطاب الكراهية؟
- ✓ ما هي الأهداف التي ترمي إليها منشورات صفحة مدرسة الوعي DZ لتغذية خطاب الكراهية؟.
- ✓ ما هي أساليب التظليل الإعلامي التي تعتمد عليها صفحة مدرسة الوعي DZ والتي تهدف لتغذية خطابات الكراهية؟
- ✓ ما هي مصادر المنشورات التي يتم مشاركتها في صفحة مدرسة الوعي DZ لتغذية خطاب الكراهية؟
- ✓ كيف يتفاعل الجمهور مع منشورات صفحة مدرسة الوعي DZ المغذية للكراهية؟ .
- ✓ ما هو اتجاه صفحة مدرسة الوعي DZ؟ .
- ✓ ما هي أنماط خطابات الكراهية التي تعتمد عليها صفحة مدرسة الوعي DZ؟
- وعلى هذا فإني أتقدم إليكم بصفتمكم أساتذة محكمين في موضوع بحثي هذا راجين أن يتم تقديم التوجيهات اللازمة لإضفاء الصلاحية على تحليل المضمون المستهدف وذلك بالتأشير على التعريفات الإجرائية حسب ما يلي :
- ✓ وضع علامة (0) بين قوسين أمام التعريفات التي ترون أنها مطابقة للمفهوم الذي ورد في عينة الدراسة .
- ✓ إذا رأيتم أن أي تعريف لأي عنصر من عناصر دليل التعريفات الإجرائية لا يطابق يطابق مفهومه الوارد في العينة فالرجاء منكم وضع علامة (/) أمام هذا التعريف .
- ✓ إذا وجدتم أي تعريف يستدعي التعديل ،الرجاء منكم وضع علامة (-) أمامه .
- ✓ إذا وجدتم أن هناك إضافات ضرورية لهذه التعريفات ،الرجاء منكم كتابتها في المكان المناسب أو في ورقة منفصلة .
- وفي الأخير تقبلوا منا فائق الشكر و التقدير .

تحت إشراف : زهية دباب

إعداد الطالبة : بن بليدة حنان

دليل التعريفات الإجرائية لاستمارة تحليل مضمون :

1-فئات الشكل : (كيف قيل) وتعني فئات الشكل ،الشكل الذي جاءت فيه مختلف منشورات الصفحة وهي كالتالي :

1-1 فئة البيانات العامة : وهي ما تحتويه الصفحة من خلفية و الإسم وصورة البروفيل وعدد المعجبين و المشتركين و الصورة التي توضح توجهها والتي تكون في بدايتها A la une وجاء كما يلي : "ترفض الخطاب العنصري منشوراتنا تتوجه بالانتقاد للفرونكوبربريست مهما كان انتمائهم وليس لفئة معينة من فئات الشعب " □

1-2 فئة اللغة : ويقصد بفئة اللغة نوع اللغة التي يتم الإعتماد عليها في مختلف منشورات الصفحة والتي تعتمد على كل من اللغة العربية الفصحى ، والعامية (الدارجة) و اللغة الهجينة المختلطة □

1-3 فئة القوالب التعبيرية : أي القوالب الصحفية التي توضع فيها مختلف المنشورات التي يتم مشاركتها فإما تكون في شكل مقال أو خبر أو تقرير صحفي . □

1-4 فئة الوسائط : ونعني بالوسائط مختلف الأساليب والتقنيات التي يتم الإعتماد عليها بهدف زيادة التأثير والإقناع بحيث يتم مرافقتها مع مختلف المنشورات والمتمثلة فيما يلي :

نص مرفق بصورة ، نص مرفق بفيديو ،نص ،صورة ،كاريكاتير . □

1-5 فئة الأساليب الإقناعية : فخطاب الكراهية يحتاج للإقناع و التأثير وتوجيه الرأي العام وتزييف الوعي للتمكن من إثارة الصراع وزيادة هوة التفرقة وإثارة المشاكل والقضايا التي كانت خامدة ،بالتالي فصانع خطاب الكراهية يعتمد على مختلف الإستمالات العقلية والعاطفية و استمالة التخويف □

2-فئات المضمون : ويقصد بفئات المضمون

1-2 فئة القضايا : وترتكز فئة القضايا على تحليل مختلف القضايا و المواضيع التي تركز الصفحة على عرضها وتكرار تداولها ومشاركتها مع المستخدمين وجاءت كالتالي : □

- الهوية الثقافية : وهو الموضوع الذي يتعلق بمتغير اللغة ، فاللغة هي أحد أهم المرتكزات الأساسية للهوية الثقافية في كل مجتمع ، فنجد أن مختلف المواضيع التي تشاركها الصفحة متعلقة بمشكلة اللغة والتي تثير الصراع اللغوي في الجزائر ما بين المعريين والأمازيغ و الفرونكفونيون ،حيث ركزت الصفحة على فئة والتي تم تسميتها بالفرونكوبربريست □
- التاريخ : وهو جميع الموضوعات المتعلقة بالأحداث التاريخية ،حيث يتم نشر أحداث تاريخية وحقائق حول الفرونكوبربريست والوجود الفينيقي في الجزائر وكذلك التركيز على الحديث عن امبراطورية قرطاج ومملكة نوميديا وكذلك التطرق لماسينيسا وعرض حقائق عنه بأنه خائن ولم يكن يتكلم البربرية □

- الإنتماء : تعتبر قضية الإنتماء من بين أهم القضايا التي تثير وتحرك خطابات الكراهية ذلك لأن الإنتماء للأرض يؤدي للتحريض على الصراع بين مختلف الفئات المشكلة للمجتمع ،حيث أن

- الصفحة محل التحليل كثيرا ما تركز في منشوراتها على قضية السكان الأصليين للجزائر ومن ينتمي إليها العرب أم الأمازيغ
- **الصراع** : حيث تركز الصفحة في منشوراتها على مختلف القضايا التي تؤدي لإثارة الصراع و النزاع ما بين مختلف وحدات و أنساق المجتمع
 - **الدين** : إن الدين يعتبر من أحد أهم المقومات الأساسية في أي مجتمع فبدون الدين لا يمكن أن نتصور وجود للمجتمع ،فالدين يمثل أعلى قيمة والمساس به هو عبارة عن تعدي عن أهم النظم الإجتماعية ،لذلك تركز صفحة مدرسة الوعي dz في منشوراتها على القضايا الدينية لإشغال فتيل الفتنة ما بين العرب و الأمازيغ
- 2-2 فئة الأهداف** : إن فئة الأهداف تركز على الهدف الذي يسعى إليه القائم بالإتصال من خلال مجموعة رسائله وبما أننا نعالج خطاب الكراهية فصاحب الصفحة يسعى من خلال منشوراته التي سنحلها إلى
- **التفرقة** : فجميع المنشورات و الموضوعات التي يتم مشاركتها جاءت بهدف التفرقة و زيادة حدة الرفض ما بين الأمازيغ والبربر
 - **رفض الآخر** : ونعني برفض الآخر ما تسعى إليه الصفحة من خلال مختلف الموضوعات والقضايا التي تركز عليها بهدف زيادة التعصب والإنغلاق على النفس ورفض الآخر والتعصب لفئة على حساب فئة أخرى
 - **الدعاية** : وهي جميع النشاطات التي يقوم بها أصحاب الصفحة بهدف التأثير في فكر وآراء وتوجهات متتبعي الصفحة
 - **تشويه صورة الآخر** : وهي جميع العبارات والكلمات والحقائق المزيفة التي يتم استخدامها لتشويه صورة الآخر و تحقيره و التقليل من شأنه
- 2-3 فئة التظليل الإعلامي** : ونعني بالتظليل الإعلامي نقل الحقائق و الوقائع بصورة محرفة وغير صحيحة بهدف خدمة مصالح ، ويعتبر التظليل الإعلامي أحد أهم المرتكزات الأساسية التي يعتمد عليها صانعو خطابات الكراهية وذلك من خلال
- **الفبركة** : وهي نقل الخبر بصورة خاطئة ،حيث يتم تعديل وحذف وإضافة صور ذو إبياعات مخادعة واستخدام فيديوهات للتمكن من تظليل الجماهير
 - **التدليس** : إيهام الجماهير بأن ما يتم نشره صحيح ومن مصادر موثوقة حتى أنه يستخدم أسماء شهود عيان ويذكر مصادر المعلومات للتمكن من الإقناع
 - **قلب الحقائق** : وهي تعني تحريف الحقائق وتشويه صورة الآخر بجعله مجرم فيلسق فيه تهم باطلة وينقل للجماهير حقائق كاذبة ولا يتصف بها

2-4 فئة مصادر المنشورات : ونعني بمصادر المنشورات المنبع الذي تأتي منه مختلف هذه الحقائق و المعلومات والأخبار و المتمثلة فيما يلي

- مصادر خاصة : وهي مختلف المضامين والمعلومات التي ينتجها مسيروا الصفحة
- مصادر عامة غير رسمية : والتي تكون من وسائل الإعلام ،أو صفحات شبكات التواصل الاجتماعي .
- مصادر عامة رسمية : وهي مختلف المحتويات التي تكون مصادرها رسمية و موثوقة كمثال الكتب

2-5 فئة التفاعل : إن الفايسبوك يمثل إحدى أهم المتغيرات الأساسية للإعلام الجديد ،فهو عبارة عن وسيلة اتصالية إعلامية و إخبارية و تفاعلية فبدخوله تغيرت عناصر العملية الإعلامية وأصبح المتلقي أيضا صانعا للمضمون الإعلامي ومشاركا في العملية الإعلامية فبإمكانه أن يبدي رأيه حول كل ما يتم نشره وذلك من خلال :

- الإعجاب : ونعني بالإعجاب تفاعل المستخدمين مع مختلف المنشورات عن طريق الإعجاب والذي يعتبر أحد أهم خوارزميات موقع الفايسبوك
- التعليق : وهي رجع الصدى لمختلف المنشورات والتي تكون في شكل تعليقات مكتوبة أو بالصور أو الملصقات التي يعتمد عليها موقع الفايسبوك ومن خلال التعليق يمكننا أن نحدد توجهات الجماهير .

- المشاركة : ونقصد بالمشاركة إعادة نشر المتصفحين منشورات الصفحة في بروفيلاتهم الشخصية
- الهاشتاق : والذي يتم استخدامه بكثرة من طرف الصفحة و مشاركته في مختلف المنشورات لضمان وصول المعلومات و الأخبار لأبعد نقطة

2-6 فئة الإتجاه: تعتبر فئة الإتجاه من بين أهم الفئات التي يتم الإعتماد عليها في صنافه تحليل المضمون ،وذلك للتمكن من معرفة ميل أو مذهب أو موقف صاحب الصفحة من خطاب الكراهية ،والذي يظهر من كلمات و جمل و أفكار وطبيعة المنشورات ومضامينها ، وينقسم الإتجاه لثلاثة عناصر أساسية هي مؤيد ،معارض،محايد

2-7 فئة أنماط خطاب الكراهية : ونعني بأنماط خطاب الكراهية الطريقة التي يعرض فيها خطاب الكراهية في صفحة مدرسة الوعي dz ،حيث أن خطاب الكراهية يتم تداوله بأشكال مختلفة والمتمثلة فيما يلي :

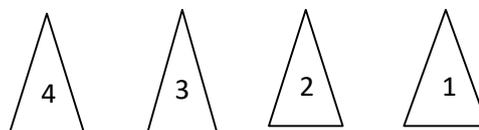
- السخرية والإستهزاء : وهي مختلف المنشورات المتنوعة والتي تكون في شكل استهزائي و تحقيري للآخر الذي تمارس ضده الكراهية .
- الإزدراء والتحقير : وهي إظهار الآخر في صورة شديدة السلبية و الإشمئزاز

• إظهار التفوق : وهي أحد أهم الأساليب التي يمارسها الكاره ضد المكروه بهدف المس بكرامته و

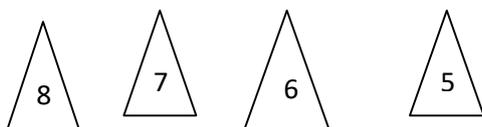
إيذائه، وتحطيم نفسيته و معنوياته وتشويه صورته

الترميز : فئات الشكل :

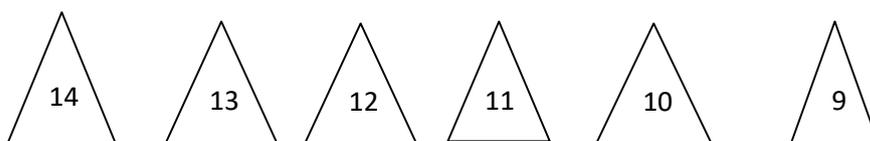
1- فئة اللغة :



2- فئة القوالب التعبيرية :



3- فئة الوسائط :

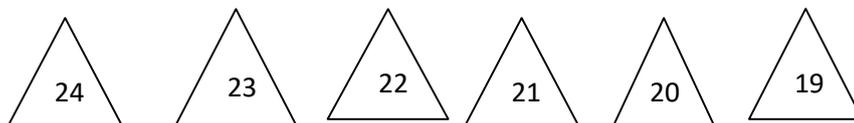


4- فئة الإستمالات :

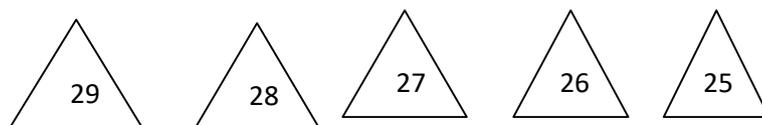


فئات المضمون :

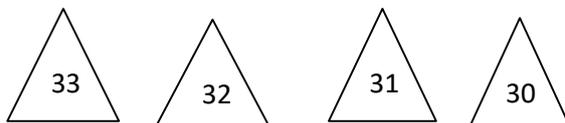
1 - فئة القضايا :



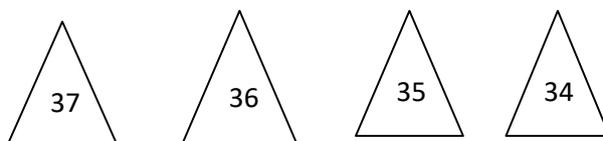
2- فئة الأهداف :



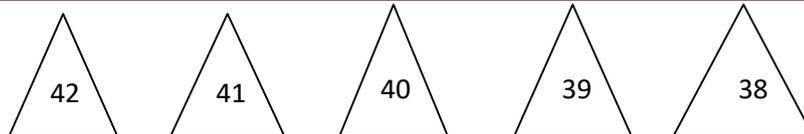
3- فئة التظليل الإعلامي :



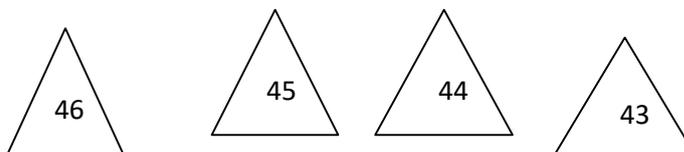
4- فئة مصادر المعلومات :



ملاحق:



5- فئة التفاعل :



6- فئة الإتجاه :



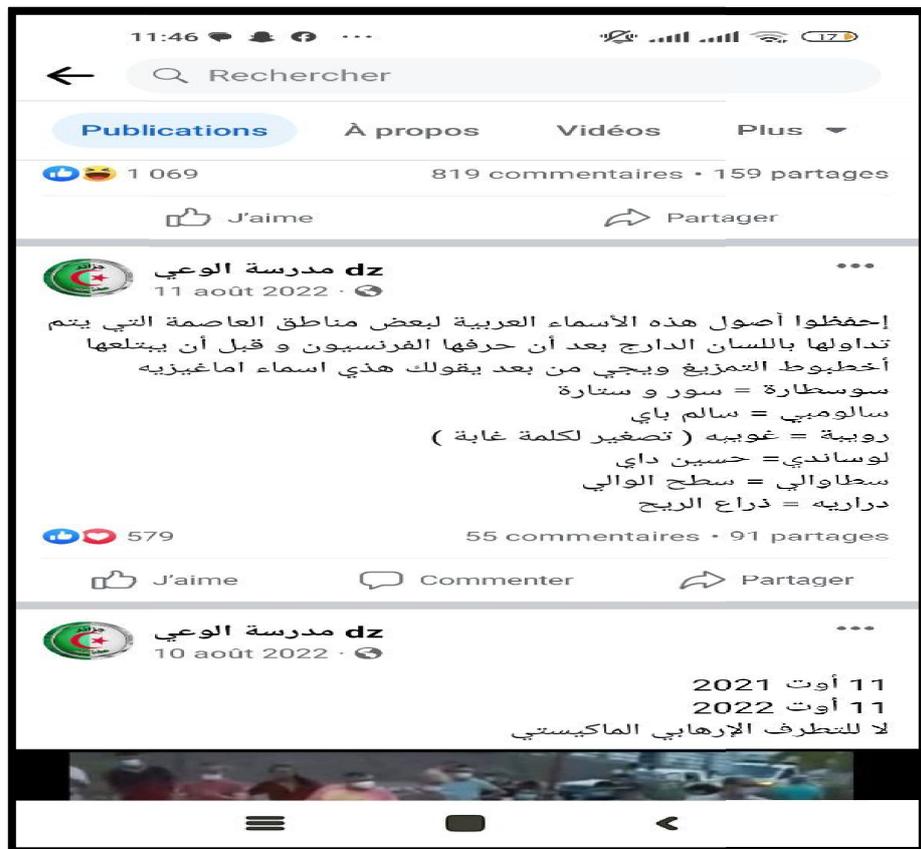
7- فئة أنماط خطاب الكراهية :

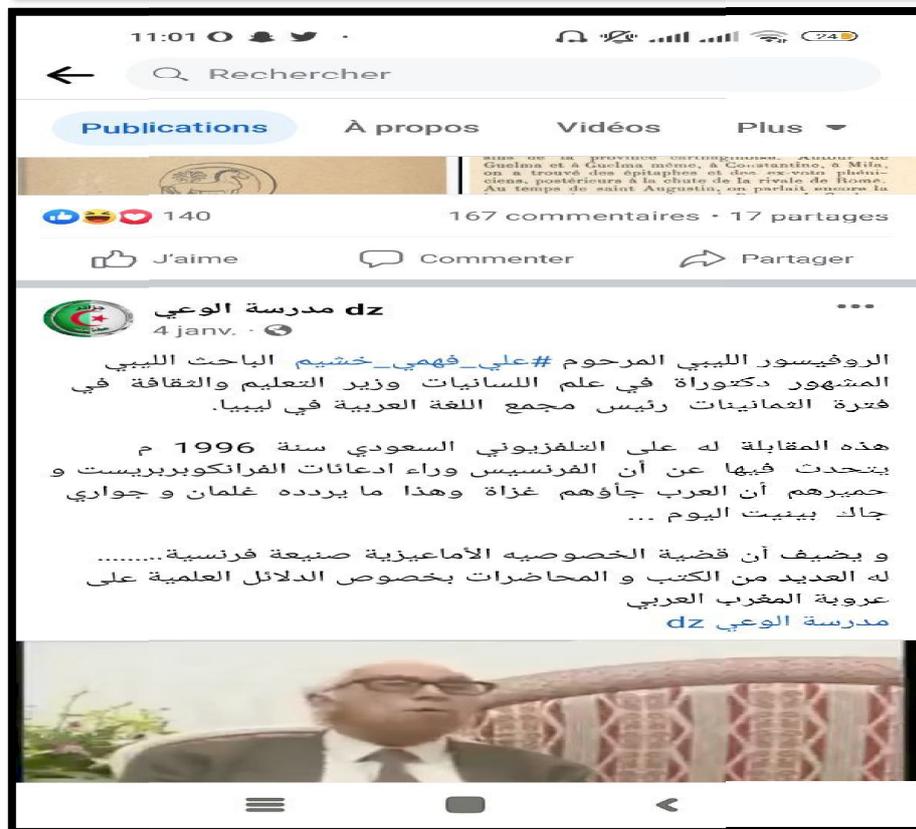
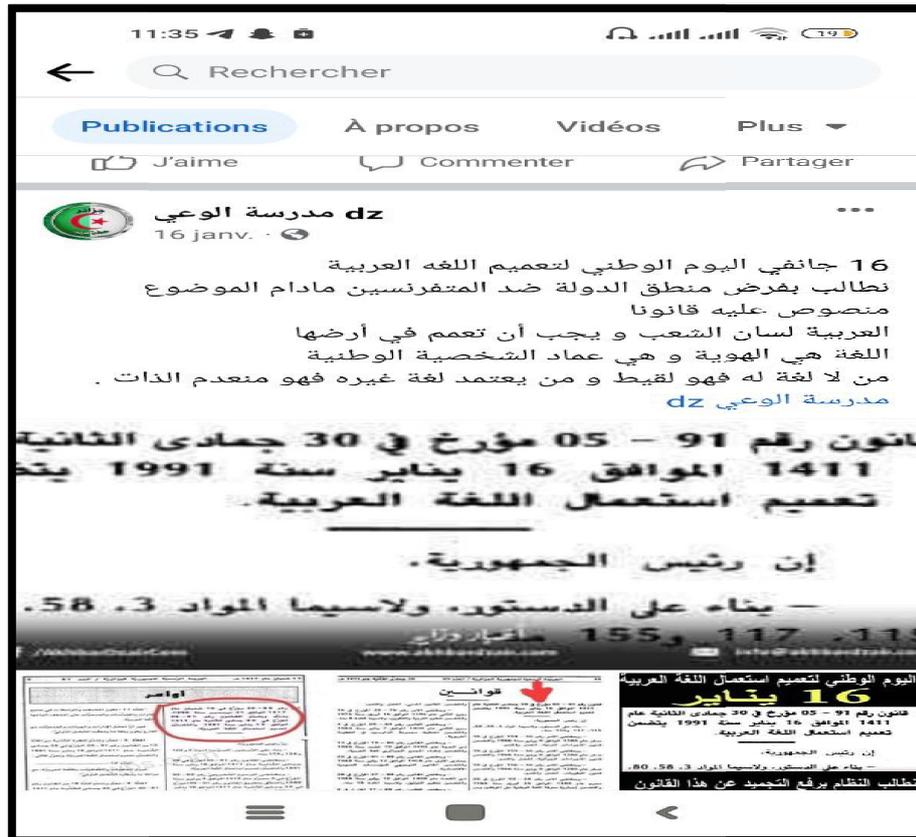
قائمة المحكمين أداة تحليل المضمون

| اسم ولقب الأستاذ المحكم | الرتبة المهنية | جامعة الإنتماء |
|-------------------------|----------------|------------------------------|
| 1-سليمة شيقر | أستاذ محاضر ب | جامعة محمد خيضر بسكرة |
| 2-هشام عبادة | أستاذ محاضر أ | جامعة محمد خيضر بسكرة |
| 3-سامية عواج | أستاذ محاضر أ | جامعة محمد لمين دباغي سطيف 2 |

ملحق رقم 04: عينات الدراسة

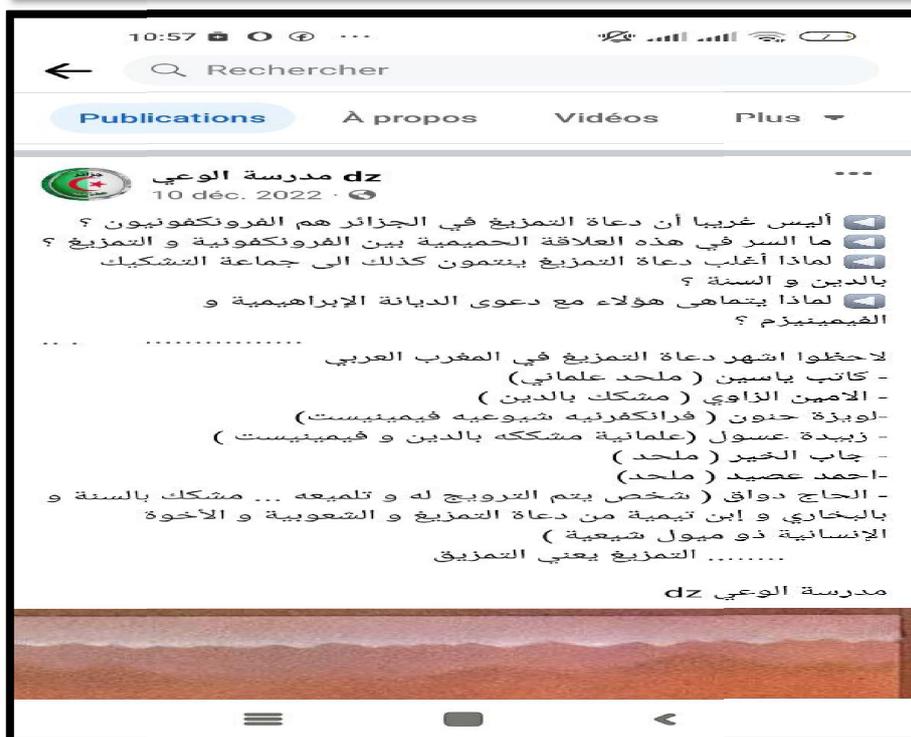


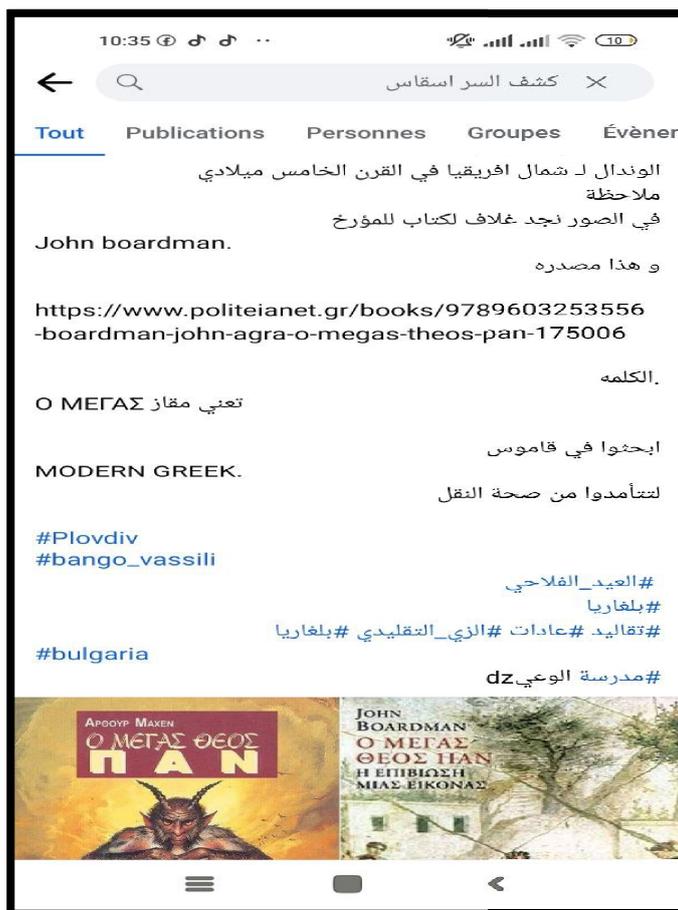


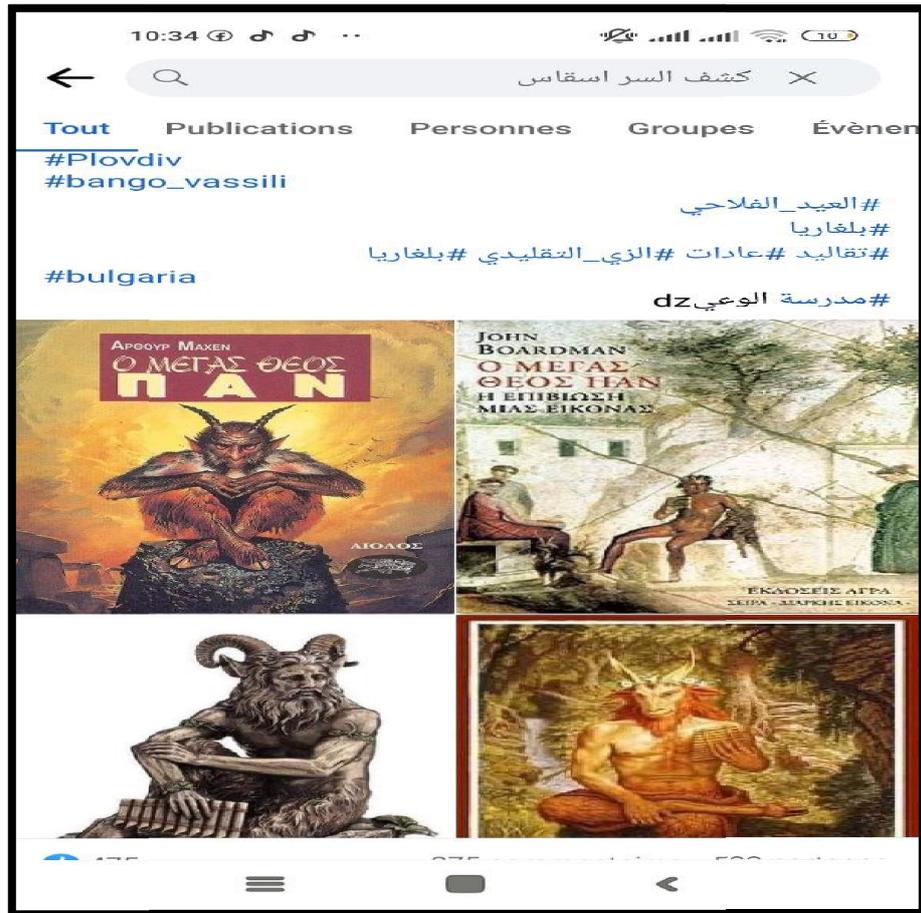












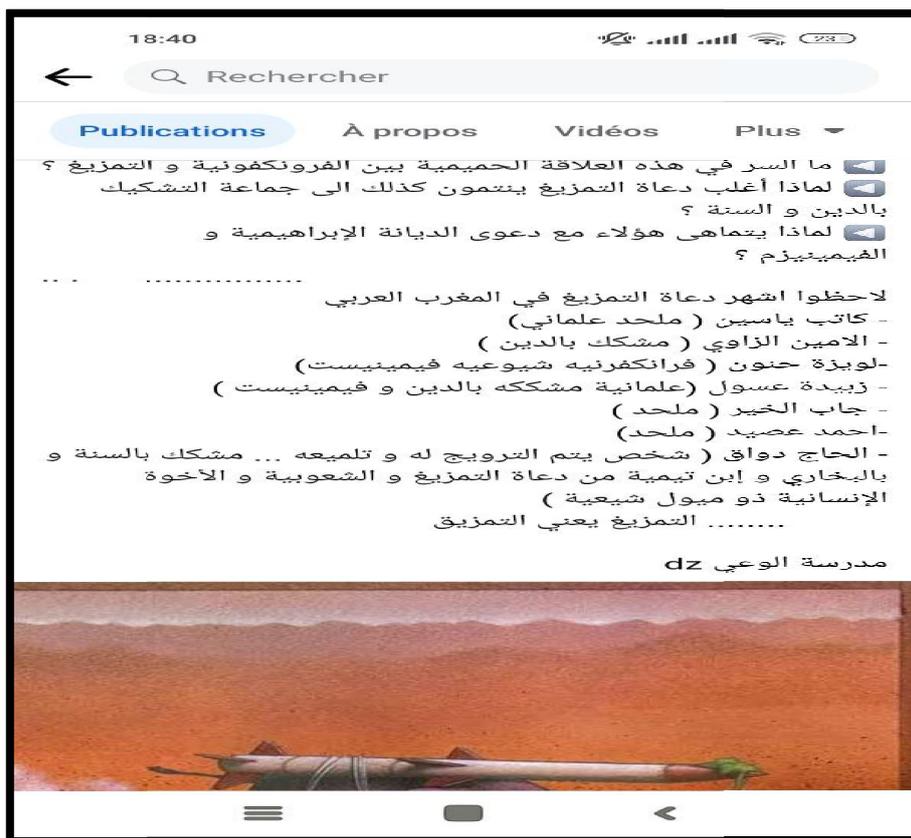
10:21 475 >

Répondez...

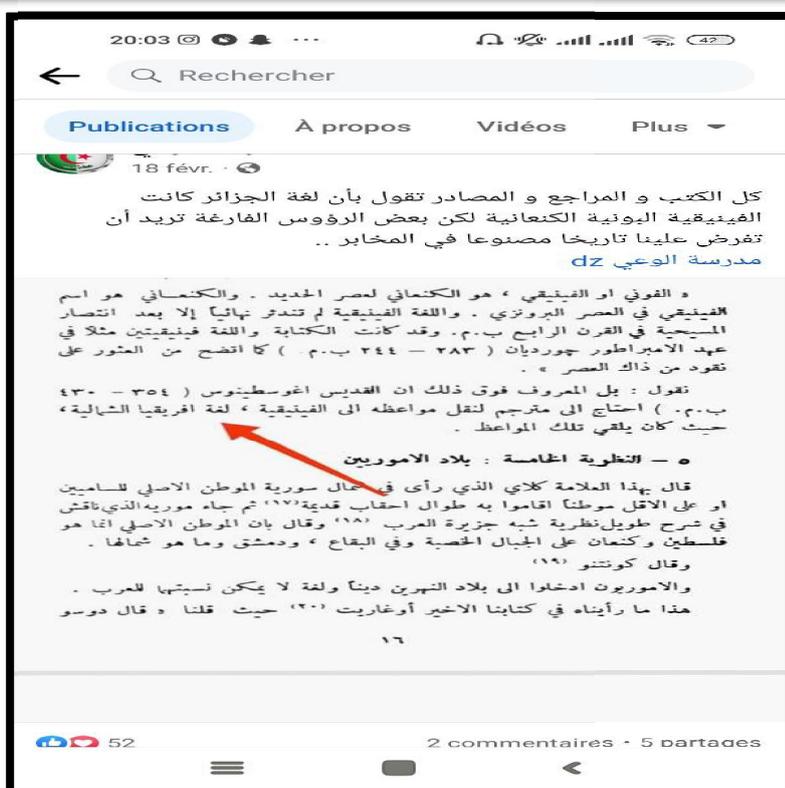
Menad Kherbache

يناير، ليس عيداً وليس عبادة، ولا يتعلق بمعتقد أو دين أو إيديولوجية، يناير موسم أو معلم إتخذه أجدادنا لحساب مواعيد السنة الفلاحية، واليوم أصبح رمزا للتمسك بهويتنا وشخصيتها ولتوحيد كل الجزائريين. فالذين يتحدثون باسم الدين، فيحرمون بعض العادات والتقاليد والأعراف الحميدة التي تقوي أو أصر العلاقات الإجتماعية في بعض المناسبات المرتبطة بالبلد والأرض والسكان من أهل البلد وهنا ليست مسألة عرقية، لأنه قبل مجيء الإسلام كانت هناك أعراف مادامت لا تخالف عقيدة ولا حكما شرعيا ولا مبدأ أخلاقيا عاما، فهي محل الإباحة، ومثال ذلك رأس السنة الأمازيغية المعروف بيناير، الذي هو مرتبط بالفلاحة أمر فلاحى يتزامن مع حدث سياسي تاريخي وهو إعتلاء الملك الأمازيغي "شيشانق أو شاشنق" حكم مصر الفرعونية لما إنتصر على الأسرة الحاكمة وكان ذلك في 950 ق. م وعلى إثر هذا الحدث أعتمد التأريخ الأمازيغي مثله مثل التأريخ الميلادي بميلاد المسيح عليه السلام والهجري بهجرة الرسول صلى الله عليه وسلم، وكالعادة فخلال هذه المناسبة يجتمع الناس ويأكلون أكلات خاصة مما تنتجه أرضهم من الحلال الطيب وتقع صلة الرحم، ويفرح الناس بذلك الخير ويسألون الله أن يبارك في فلاحتهم، لكن للأسف يأتي البعض وينكرون ذلك ويقولون أن هذا الأمر لم يكن على عهد رسول الله صلى الله عليه وسلم، لكن ليعلم هؤلاء سيدنا رسول الله، فى واقعه المعيش كان فى

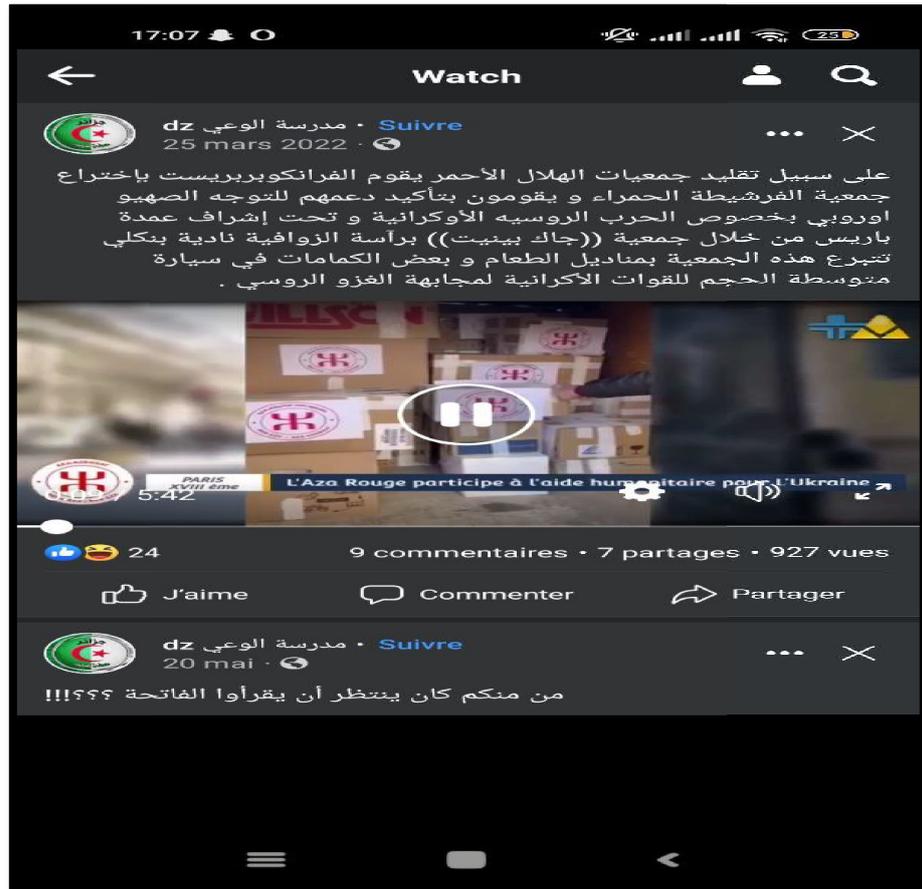
Rédigez un commentaire...



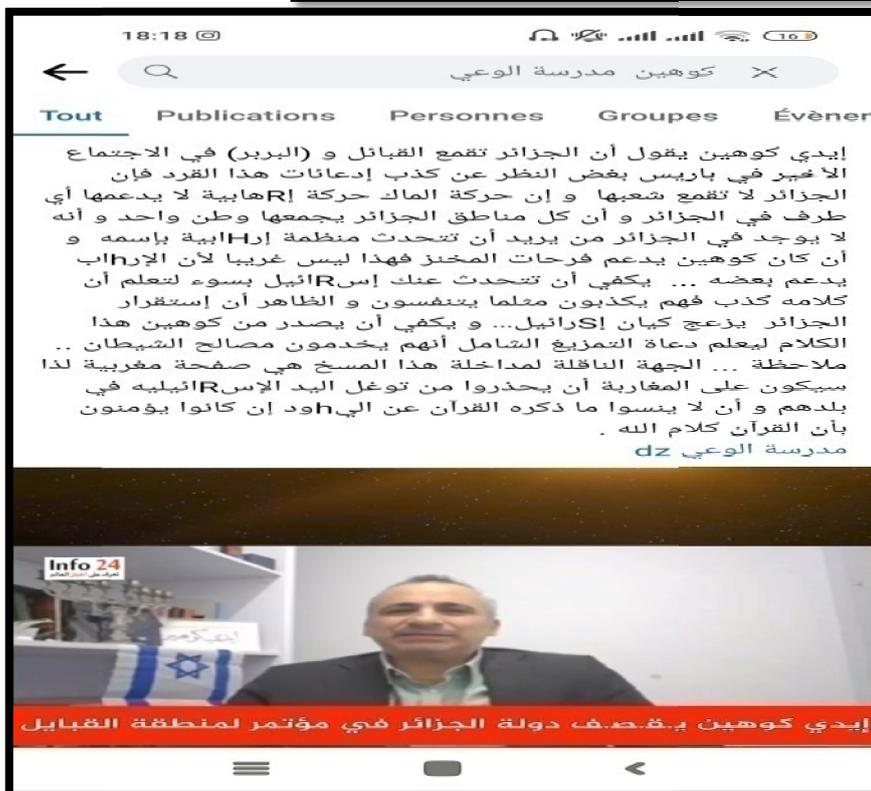


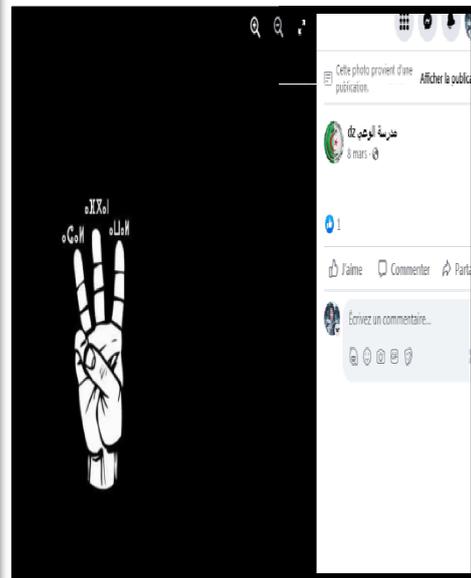












دعوية أوجعني قلبه
2 janvier

يا المصطفى كان يعرف أن كلمة السر التي تمنح أفضاله بل يظهرها
على الألفاظ والتعريفات وبتدق غرورا من الطهور و
الغبرة في القول بمتوى التعريف والتكرار في الجزائر... مع أنه
تعد له أبحاث التاريخ و كان كانه في التاريخ معروضه لا
يذا له نصفه بل أن صوته يطرر وبتدق أفرغ من اللغة الوطنية
المتعلق... يحاول أن يثني أن لغة الجزائر هي اللغة الوطنية
لهذا على الإصغاء والموقف التاريخية العلمية والأدبية و
تربية بنيت على الجزائر من اشتق الإسلام و...
En voir
pht

45 11 Q 1

J'aime Commenter Partage

Plus pertinents

بال لسان
عقلنا وبتدق أفرغ
J'aime Répondre 27 pers

عبد القادر حاشانه
الحق في
J'aime Répondre 27 pers

Écrivez un commentaire...

16:29 195 >

Bensalah Boudjema
يأكلون من الغلة. ويسبون في الملة !!
30 sem J'aime Répondre 3

Suivre محمود احمد
كنا بخير حتى استعربونا
أجداده قبل الفتح الاسلامي تحت قبضة الرومان
والفرس :

28 sem J'aime Répondre 1

لزرق بلعربي
كنت أقرأ كتبته واتباعه في حصصه في المذبح كان
عادي جدا ومن بعد اظهر وجهه الحقيقي بعدته الحمد
لله راك عارف الصغر

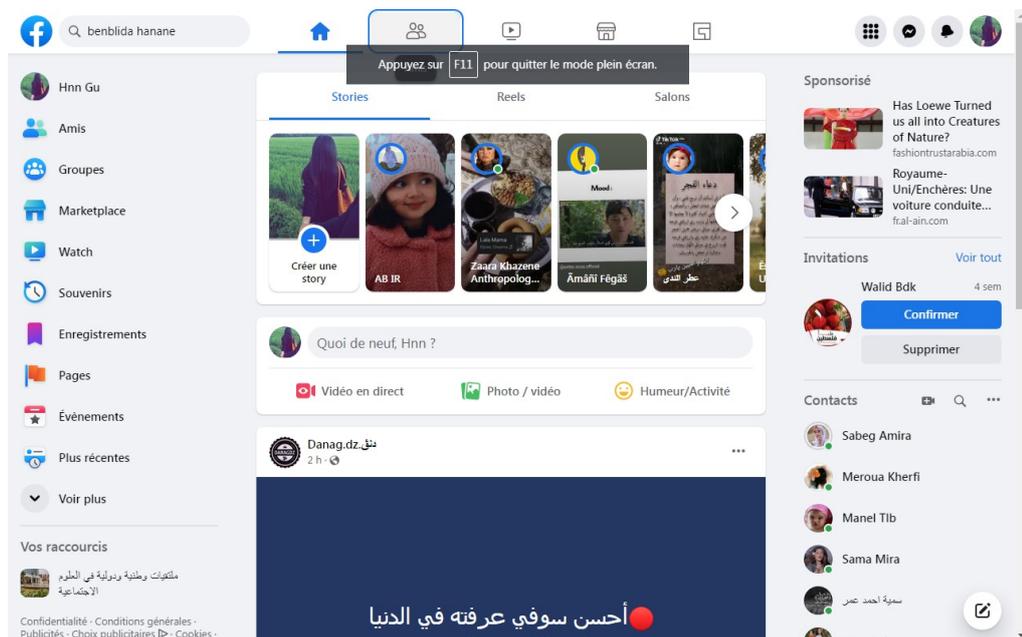
30 sem J'aime Répondre 2

Auteur
مدرسة الوعي dz
لزرق بلعربي كلمة السر لكي تترقى في المناصب
الجامعية هي الترويج للتمزيغ

Rédigez un commentaire...

The screenshot shows a Facebook profile for 'Hnn Gu' (الله نور السموات والأرض) with 166 friends. The profile picture is a woman in a purple headscarf. The bio includes the text 'وأن ليس للإنسان إلا ما سعى وأن سعيه سوف يرى'. The page features a navigation bar with 'Publications', 'À propos', 'Amis', 'Photos', 'Vidéos', 'Lieux', and 'Plus'. A 'Notifications' sidebar on the right lists recent activity, such as mentions and reactions. The main content area shows a post from 'An Wār' dated 26 septembre, 22:25, with a caption in Arabic: 'لله ستخرج بخر جميل في قادم الأيام'. The interface includes a search bar at the top with 'benblida hanane' and a notification 'Appuyez sur F11 pour quitter le mode plein écran.'





| Statistiques de groupe | | | | | |
|------------------------|---------------|----|---------|------------|-------------------------|
| | المبحوثين | N | Moyenne | Ecart type | Moyenne erreur standard |
| الدرجات | الدنيا الدرجة | 10 | 2,52 | ,058 | ,018 |
| | العليا الدرجة | 10 | 2,85 | ,087 | ,028 |

| Test des échantillons indépendants | | | | | | | | | | |
|------------------------------------|---------------------------------|--|------|----------------------------------|--------|------------------|--------------------|----------------------------|---|-----------|
| | | Test de Levene sur l'égalité des variances | | Test t pour égalité des moyennes | | | | | | |
| | | F | Sig. | t | ddl | Sig. (bilatéral) | Différence moyenne | Différence erreur standard | Intervalle de confiance de la différence à 95 % | |
| | | | | | | | | | Inférieur | Supérieur |
| الدرجات | Hypothèse de variances égales | 2,079 | ,167 | -9,868 | 18 | ,000 | -,327 | ,033 | -,397 | -,258 |
| | Hypothèse de variances inégales | | | -9,868 | 15,628 | ,000 | -,327 | ,033 | -,398 | -,257 |

| Statistiques de groupe | | | | | |
|------------------------|-----------|----|---------|------------|-------------------------|
| | المبحوثين | N | Moyenne | Ecart type | Moyenne erreur standard |
| الدرجات | درجة أدنى | 10 | 2,48 | ,147 | ,047 |
| | درجة أعلى | 10 | 2,92 | ,079 | ,025 |

| Test des échantillons indépendants | | | | | | | | | | |
|------------------------------------|---------------------------------|--|------|----------------------------------|--------|------------------|--------------------|----------------------------|---|-----------|
| | | Test de Levene sur l'égalité des variances | | Test t pour égalité des moyennes | | | | | | |
| | | F | Sig. | t | ddl | Sig. (bilatéral) | Différence moyenne | Différence erreur standard | Intervalle de confiance de la différence à 95 % | |
| | | | | | | | | | Inférieur | Supérieur |
| الدرجات | Hypothèse de variances égales | 3,628 | ,073 | -8,368 | 18 | ,000 | -,442 | ,053 | -,553 | -,331 |
| | Hypothèse de variances inégales | | | -8,368 | 13,740 | ,000 | -,442 | ,053 | -,555 | -,328 |

| Statistiques | | |
|---|----------|----|
| ما هي الأماكن المفضلة لكم لاستخدام موقع الفايسبوك | | |
| N | Valide | 30 |
| | Manquant | 0 |

| ما هي الأماكن المفضلة لكم لاستخدام موقع الفايسبوك | | | | | |
|---|---------|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| | | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
| Valide | المنزل | 23 | 76,7 | 76,7 | 76,7 |
| | المكتبة | 2 | 6,7 | 6,7 | 83,3 |
| | الجامعة | 5 | 16,7 | 16,7 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

| Statistiques | | |
|--------------|----------|----|
| الجنس | | |
| N | Valide | 30 |
| | Manquant | 0 |

| الجنس | | | | | |
|--------|-------|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| | | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
| Valide | ذكر | 11 | 36,7 | 36,7 | 36,7 |
| | أنثى | 19 | 63,3 | 63,3 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

| Statistiques | | |
|-------------------------------------|----------|----|
| كم من الوقت تقضيه في تصفح الفايسبوك | | |
| N | Valide | 30 |
| | Manquant | 0 |

| كم من الوقت تقضيه في تصفح الفايبيوك | | | | | |
|-------------------------------------|---------------------|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| | | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
| Valide | أقل من ساعة | 10 | 33,3 | 33,3 | 33,3 |
| | من ساعة إلى 3 ساعات | 12 | 40,0 | 40,0 | 73,3 |
| | أكثر من 3 ساعات | 8 | 26,7 | 26,7 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

| Récapitulatif de traitement des observations | | | |
|--|--------------------|----|-------|
| | | N | % |
| Observations | Valide | 30 | 100,0 |
| | Exclu ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 30 | 100,0 |
| a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure. | | | |

| Statistiques de fiabilité | |
|---------------------------|-------------------|
| Alpha de Cronbach | Nombre d'éléments |
| ,217 | 14 |

| Récapitulatif de traitement des observations | | | |
|--|--------------------|----|-------|
| | | N | % |
| Observations | Valide | 30 | 100,0 |
| | Exclu ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 30 | 100,0 |
| a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure. | | | |

| Statistiques de fiabilité | |
|---------------------------|-------------------|
| Alpha de Cronbach | Nombre d'éléments |
| ,232 | 7 |

| Récapitulatif de traitement des observations | | | |
|--|--------------------|----|-------|
| | | N | % |
| Observations | Valide | 30 | 100,0 |
| | Exclu ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 30 | 100,0 |

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

| Statistiques de fiabilité | |
|---------------------------|-------------------|
| Alpha de Cronbach | Nombre d'éléments |
| ,605 | 52 |

| Statistiques de groupe | | | | | |
|------------------------|-----------|----|---------|------------|-------------------------|
| | المبحوثين | N | Moyenne | Ecart type | Moyenne erreur standard |
| الدرجات | درجة أدنى | 10 | 2,56 | ,038 | ,012 |
| | درجة أعلى | 10 | 2,83 | ,084 | ,026 |

| Statistiques | | | | | | | |
|--------------|-----------|------------------------------|---|---|-----------------------------|--|--|
| | | ما مدى استخدامك للفايسبوك | منذ متى و أنت تستخدم موقع الفايسبوك | كم من الوقت تقضيه في تصفح الفايسبوك | متى تتصفح موقع الفايسبوك | ماهي الوسائل التي تستخدمها لتصفح الفايسبوك | ما هي الأماكن المفضلة لكم لاستخدام موقع الفايسبوك |
| N | Valide | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 |
| | Manquante | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Mode | | 1 | 3 | 3 | 4 | 1 | 1 |

Tableau de fréquences

| ما مدى استخدامك للفايسبوك | | | | | |
|---------------------------|--------|-----------|-------------|-----------------------|-----------------------|
| | | Effectifs | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
| Valide | دائما | 193 | 55,1 | 55,1 | 55,1 |
| | أحيانا | 129 | 36,9 | 36,9 | 92,0 |
| | أبدا | 28 | 8,0 | 8,0 | 100,0 |
| | Total | 350 | 100,0 | 100,0 | |

| منذ متى و أنت تستخدم موقع الفايسبوك | | | | | |
|-------------------------------------|--------------------|-----------|-------------|-----------------------|-----------------------|
| | | Effectifs | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
| Valide | أقل من سنة | 55 | 15,7 | 15,7 | 15,7 |
| | من سنة إلى 3 سنوات | 69 | 19,7 | 19,7 | 35,4 |
| | أكثر من 3 سنوات | 226 | 64,6 | 64,6 | 100,0 |
| | Total | 350 | 100,0 | 100,0 | |

| كم من الوقت تقضيه في تصفح الفايبيوك | | | | | |
|-------------------------------------|---------------------|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| | | Effectifs | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
| Valide | أقل من ساعة | 92 | 26,3 | 26,3 | 26,3 |
| | من ساعة إلى 3 ساعات | 92 | 26,3 | 26,3 | 52,6 |
| | أكثر من 3 ساعات | 166 | 47,4 | 47,4 | 100,0 |
| | Total | 350 | 100,0 | 100,0 | |

| متى تتصفح موقع الفايبيوك | | | | | |
|--------------------------|-----------|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| | | Effectifs | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
| Valide | صباحا | 15 | 4,3 | 4,3 | 4,3 |
| | مساء | 39 | 11,1 | 11,1 | 15,4 |
| | ليلا | 118 | 33,7 | 33,7 | 49,1 |
| | في أي وقت | 178 | 50,9 | 50,9 | 100,0 |
| | Total | 350 | 100,0 | 100,0 | |

| ماهي الوسائل التي تستخدمها لتصفح الفايبيوك | | | | | |
|--|---------------|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| | | Effectifs | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
| Valide | هاتف ذكي | 324 | 92,6 | 92,6 | 92,6 |
| | لوح الكتروني | 16 | 4,6 | 4,6 | 97,1 |
| | كمبيوتر محمول | 9 | 2,6 | 2,6 | 99,7 |
| | كمبيوتر ثابت | 1 | ,3 | ,3 | 100,0 |

| | | | | | |
|--|-------|-----|-------|-------|--|
| | Total | 350 | 100,0 | 100,0 | |
|--|-------|-----|-------|-------|--|

| ما هي الأماكن المفضلة لكم لاستخدام موقع الفايستوك | | | | | |
|---|--------------|-----------|-------------|--------------------|--------------------|
| | | Effectifs | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
| Valide | المنزل | 304 | 86,9 | 86,9 | 86,9 |
| | المكتبة | 20 | 5,7 | 5,7 | 92,6 |
| | الجامعة | 22 | 6,3 | 6,3 | 98,9 |
| | أماكن عمومية | 4 | 1,1 | 1,1 | 100,0 |
| | Total | 350 | 100,0 | 100,0 | |

Explorer

Récapitulatif du traitement des observations

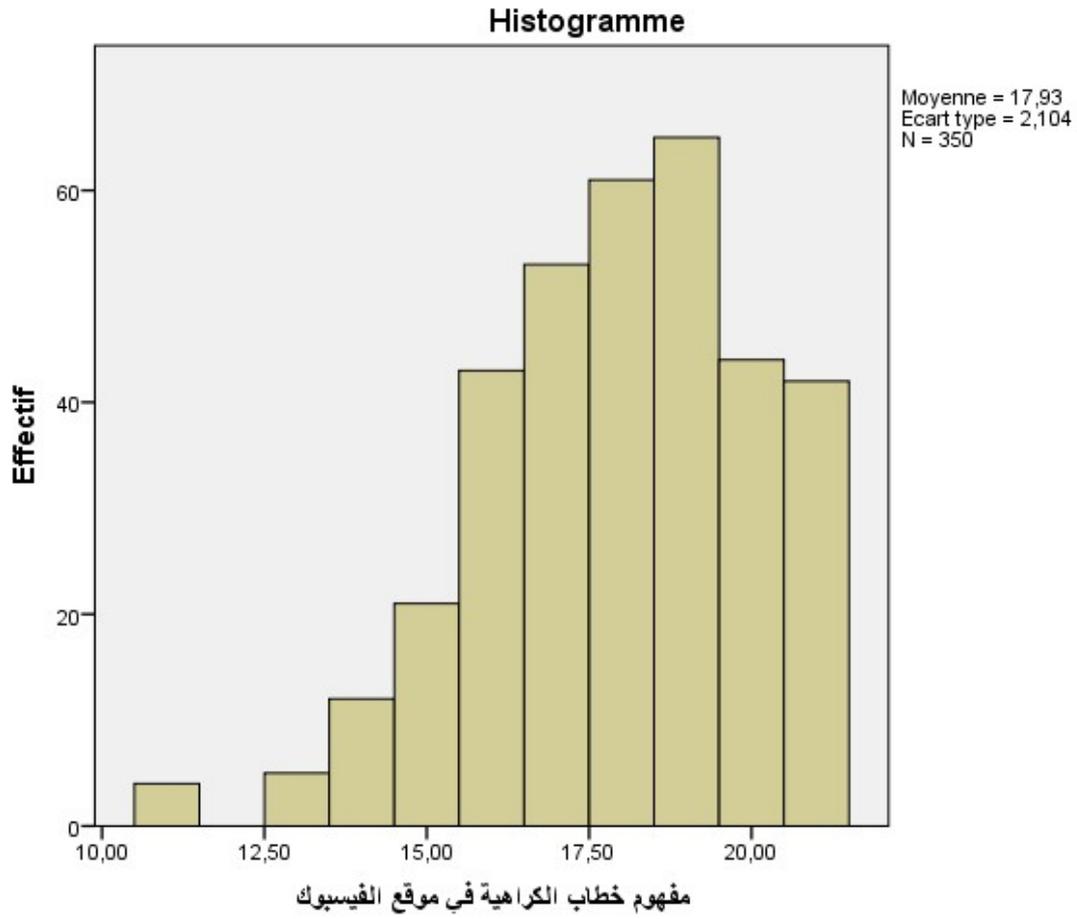
| | Observations | | | | | |
|--------------------------------------|--------------|----------|-----------|----------|-------|----------|
| | Valide | | Manquante | | Total | |
| | N | Pourcent | N | Pourcent | N | Pourcent |
| مفهوم خطاب الكراهية في موقع الفيسبوك | 350 | 100,0% | 0 | 0,0% | 350 | 100,0% |

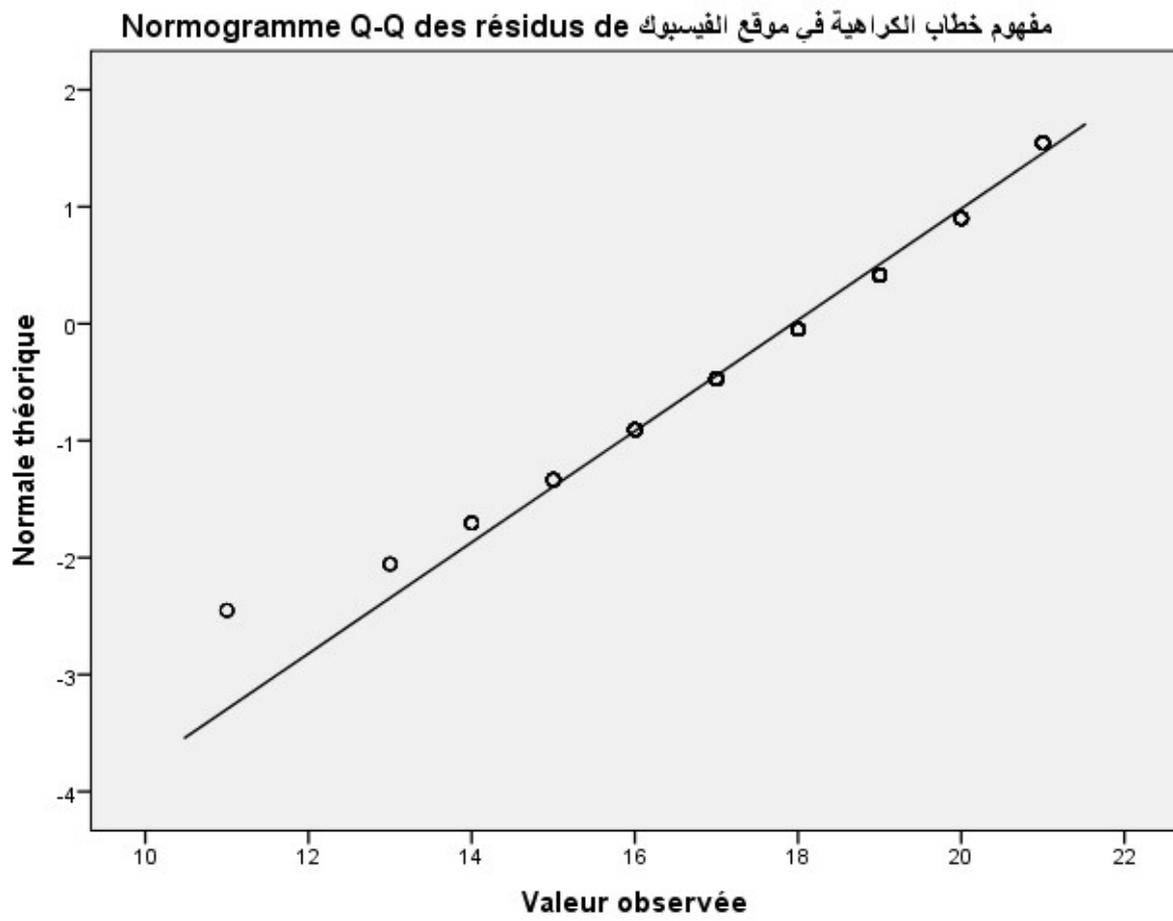
| Descriptives | | | | |
|--------------------------------------|---|------------------|-----------------|--|
| | | Statistique | Erreur standard | |
| مفهوم خطاب الكراهية في موقع الفيسبوك | Moyenne | 17,9314 | ,11244 | |
| | Intervalle de confiance à 95% pour la moyenne | Borne inférieure | 17,7103 | |
| | | Borne supérieure | 18,1526 | |
| | Moyenne tronquée à 5% | 18,0333 | | |
| | Médiane | 18,0000 | | |
| | Variance | 4,425 | | |
| | Ecart-type | 2,10359 | | |
| | Minimum | 11,00 | | |
| | Maximum | 21,00 | | |
| | Intervalle | 10,00 | | |
| | Intervalle interquartile | 2,00 | | |
| | Asymétrie | -,576 | ,130 | |
| | Aplatissement | ,228 | ,260 | |

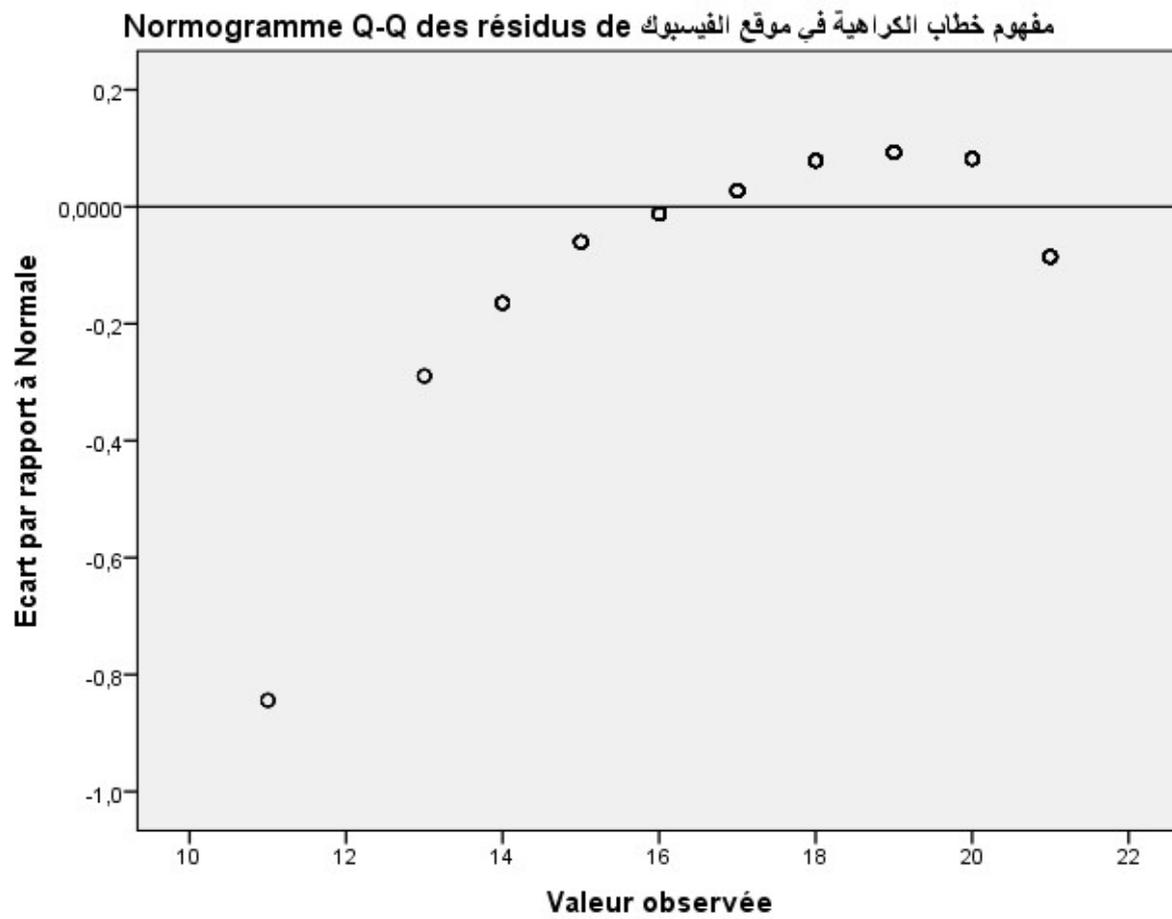
Tests de normalité

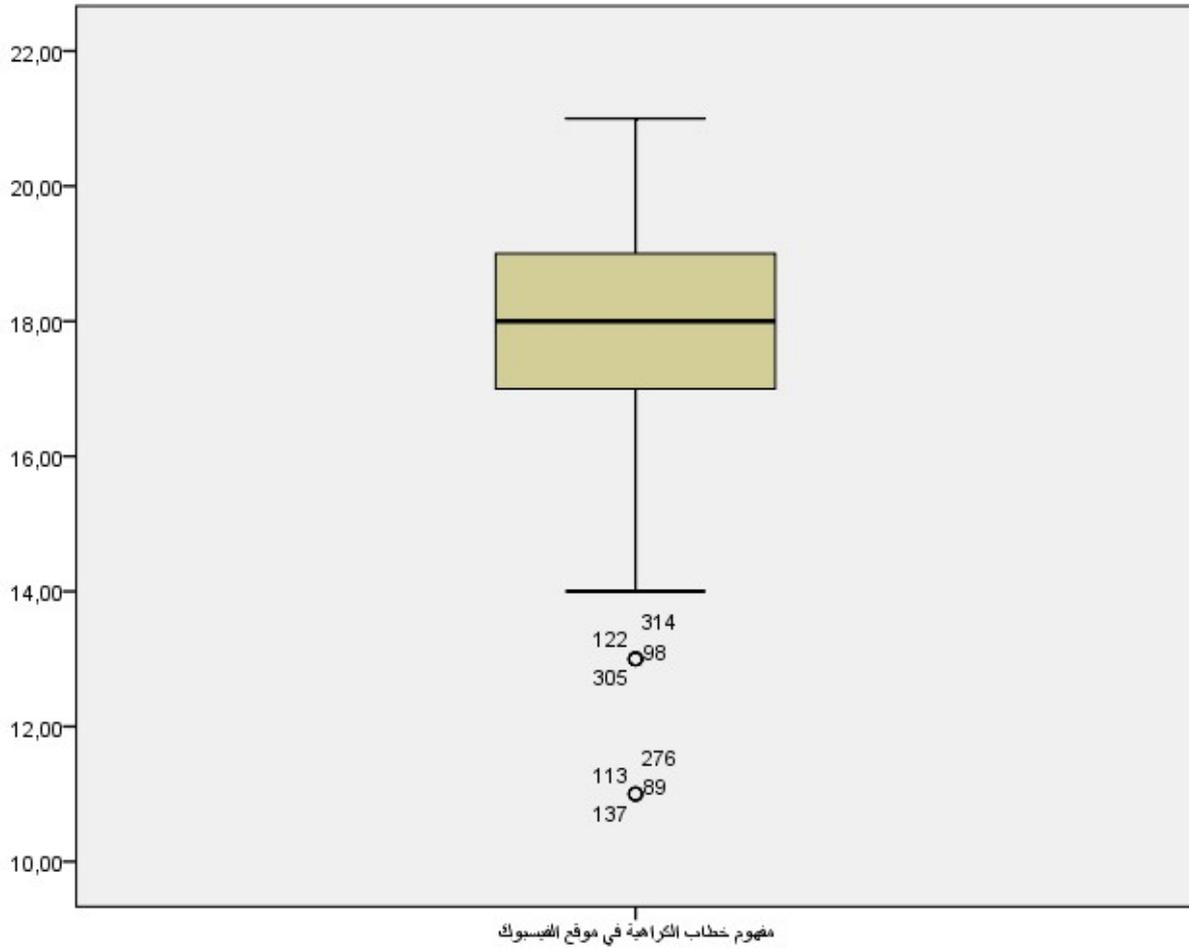
| | Kolmogorov-Smirnov | | | Shapiro-Wilk | | |
|--------------------------------------|--------------------|-----|---------------|--------------|-----|---------------|
| | Statistique | ddl | Signification | Statistique | ddl | Signification |
| مفهوم خطاب الكراهية في موقع الفيسبوك | ,126 | 350 | ,000 | ,947 | 350 | ,000 |

مفهوم خطاب الكراهية في موقع الفيسبوك









Explorer

Remarques

| | |
|-----------------|----------------------|
| Résultat obtenu | 03-FEB-2024 17:13:33 |
| Commentaires | |

| | | |
|-----------------------------------|--|---|
| | Données | C:\Users\home\Desktop\الكراهية\الأطروحة\ادكتوراه.sav |
| | Ensemble de données actif | Ensemble_de_données1 |
| Entrée | Filtrer | <aucune> |
| | Poids | <aucune> |
| | Scinder fichier | <aucune> |
| | N de lignes dans le fichier de travail | 350 |
| Traitement des valeurs manquantes | Définition des manquantes | Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur pour les variables dépendantes sont traitées comme manquantes. |
| | Observations prises en compte | Les statistiques sont basées sur des observations sans valeurs manquantes pour aucune des variables ni aucun des facteurs pris en compte. |
| | Syntaxe | EXAMINE VARIABLES=tot3 /PLOT BOXPLOT STEMLEAF HISTOGRAM NPLOT /COMPARE GROUPS /STATISTICS DESCRIPTIVES /CINTERVAL 95 /MISSING LISTWISE /NOTOTAL. |
| Ressources | Temps de processeur | 00:00:00,66 |
| | Temps écoulé | 00:00:00,72 |

Récapitulatif du traitement des observations

| | Observations | | | | | |
|---------------------|--------------|----------|-----------|----------|-------|----------|
| | Valide | | Manquante | | Total | |
| | N | Pourcent | N | Pourcent | N | Pourcent |
| تغذية خطاب الكراهية | 350 | 100,0% | 0 | 0,0% | 350 | 100,0% |

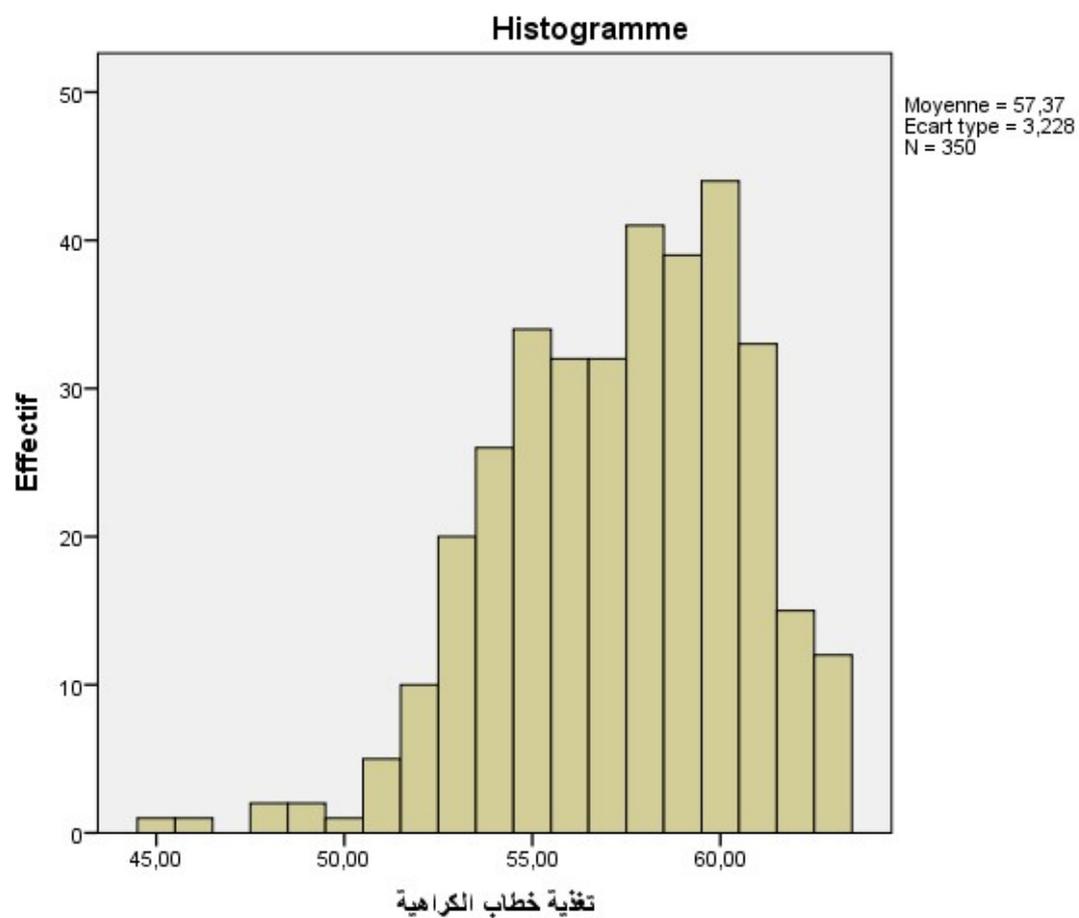
Descriptives

| | | Statistique | Erreur standard |
|---|--------------------------|-------------|-----------------|
| | Moyenne | 57,3657 | ,17256 |
| Intervalle de confiance à 95% pour la moyenne | Borne inférieure | 57,0263 | |
| | Borne supérieure | 57,7051 | |
| | Moyenne tronquée à 5% | 57,4762 | |
| | Médiane | 58,0000 | |
| | Variance | 10,422 | |
| تغذية خطاب الكراهية | Ecart-type | 3,22827 | |
| | Minimum | 45,00 | |
| | Maximum | 63,00 | |
| | Intervalle | 18,00 | |
| | Intervalle interquartile | 5,00 | |
| | Asymétrie | -,547 | ,130 |
| | Aplatissement | ,293 | ,260 |

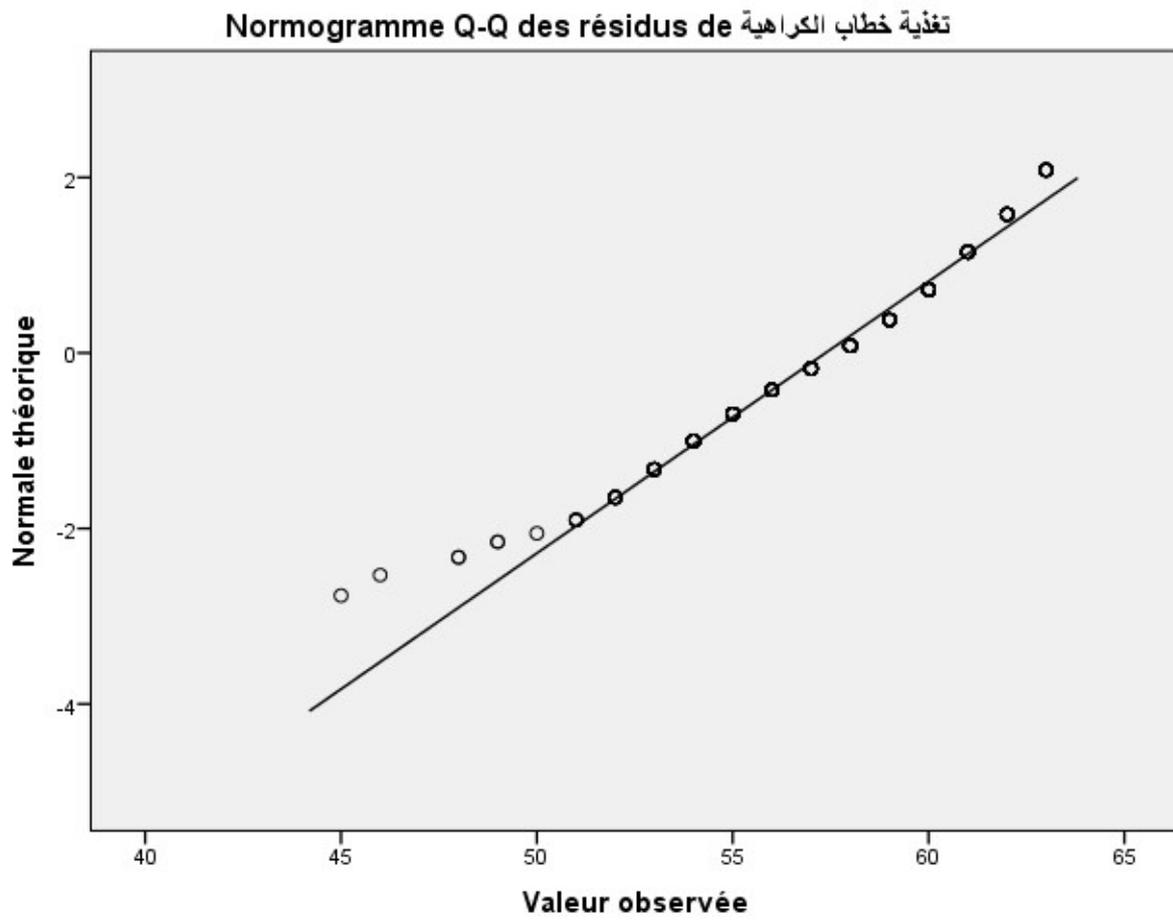
Tests de normalité

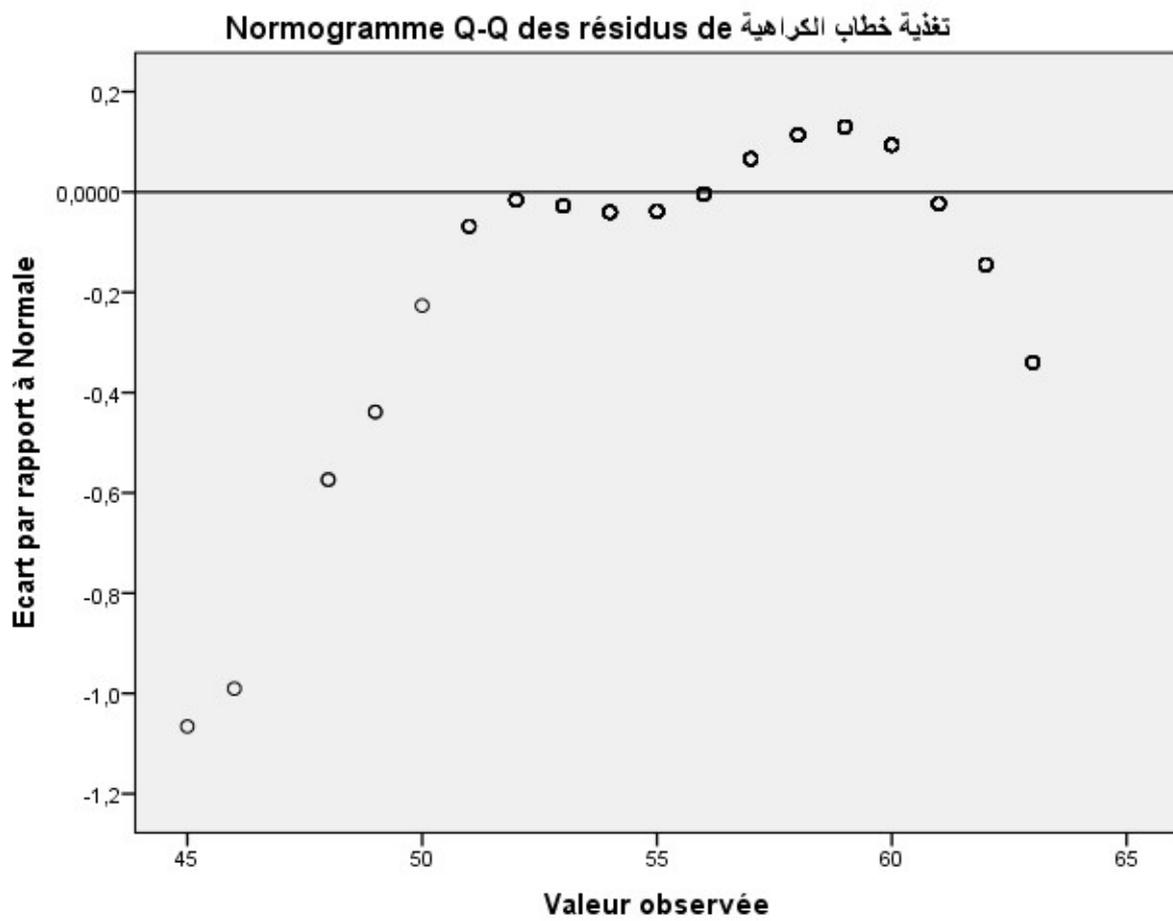
| | Kolmogorov-Smirnov | | | Shapiro-Wilk | | |
|---------------------|--------------------|-----|---------------|--------------|-----|---------------|
| | Statistique | ddl | Signification | Statistique | ddl | Signification |
| تغذية خطاب الكراهية | ,104 | 350 | ,000 | ,967 | 350 | ,000 |

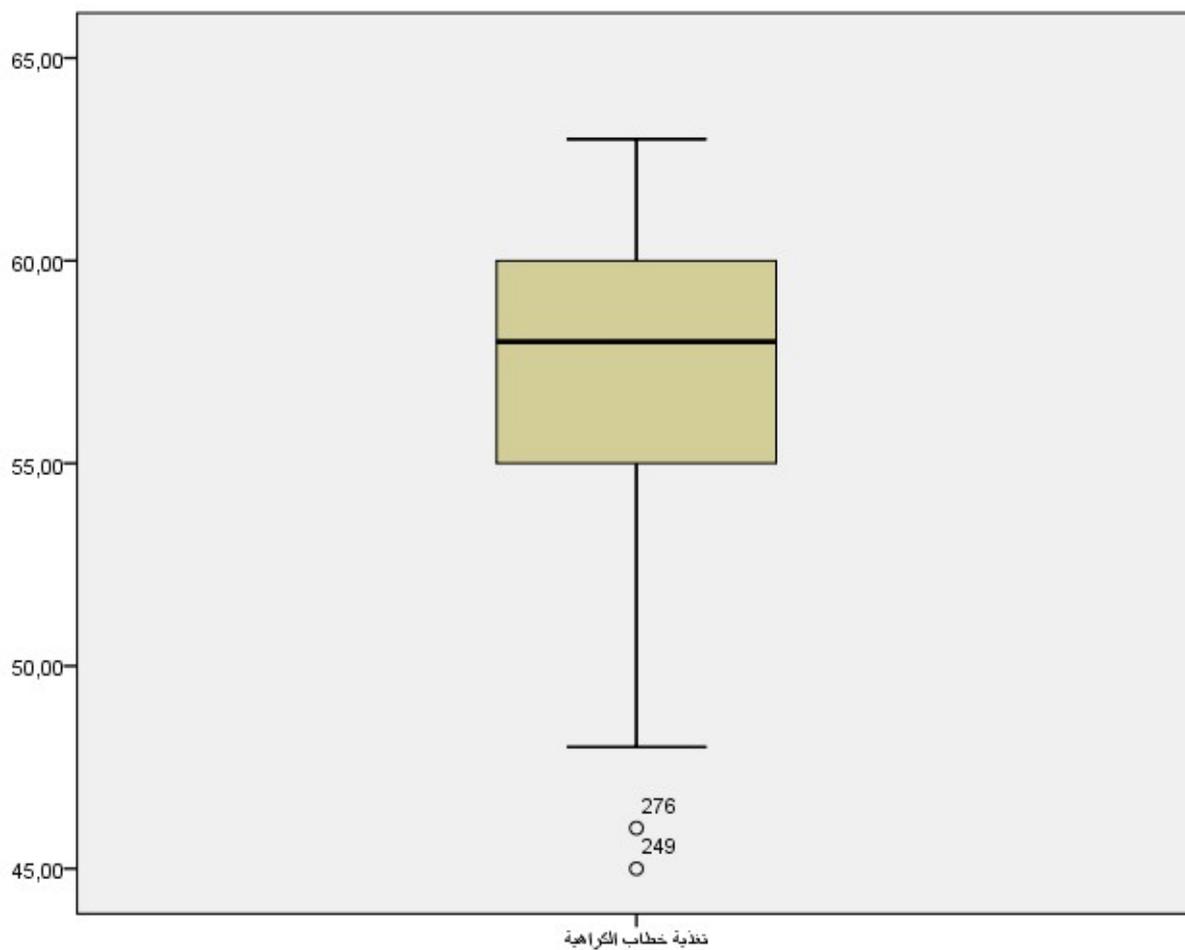
تغذية خطاب الكراهية



| Frequency | Stem & Leaf |
|-----------|---|
| 2,00 | Extremes (= <46,0) |
| 2,00 | 48 . 00 |
| 2,00 | 49 . 00 |
| 1,00 | 50 . 0 |
| 5,00 | 51 . 00000 |
| 10,00 | 52 . 0000000000 |
| 20,00 | 53 . 00000000000000000000 |
| 26,00 | 54 . 00000000000000000000000000 |
| 34,00 | 55 . 00000000000000000000000000000000 |
| 32,00 | 56 . 00000000000000000000000000000000 |
| 32,00 | 57 . 00000000000000000000000000000000 |
| 41,00 | 58 . 00000000000000000000000000000000000000 |
| 39,00 | 59 . 00000000000000000000000000000000000000 |
| 44,00 | 60 . 00 |
| 33,00 | 61 . 00 |
| 15,00 | 62 . 0000000000000000 |
| 12,00 | 63 . 000000000000 |
| | Stem width: 1,00 |
| | Each leaf: 1 case(s) |







Corrélations

| Corrélations | | | |
|---------------------|------------------------|---------------------|---------|
| | | تغذية خطاب الكراهية | التفاعل |
| تغذية خطاب الكراهية | Corrélation de Pearson | 1 | ,227 |
| | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| | N | 350 | 350 |
| التفاعل | Corrélation de Pearson | ,227 | 1 |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 | |
| | N | 350 | 350 |

Corrélations

| Corrélations | | | |
|-------------------------|------------------------|---------------------|-------------------------|
| | | تغذية خطاب الكراهية | دوافع استخدام الفايسبوك |
| تغذية خطاب الكراهية | Corrélation de Pearson | 1 | ,288 |
| | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| | N | 350 | 350 |
| دوافع استخدام الفايسبوك | Corrélation de Pearson | ,288 | 1 |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 | |
| | N | 350 | 350 |

Corrélations

| Corrélations | | | |
|------------------------|------------------------|---------------------|------------------------|
| | | تغذية خطاب الكراهية | استخدام موقع الفايسبوك |
| تغذية خطاب الكراهية | Corrélation de Pearson | 1 | ,624 |
| | Sig. (bilatérale) | | ,000 |
| | N | 350 | 350 |
| استخدام موقع الفايسبوك | Corrélation de Pearson | ,624 | 1 |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 | |
| | N | 350 | 350 |