



جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



الرقم التسلسلي: / 2025

رقم التسجيل:

اتجاهات الشباب الجامعي نحو خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي:
دراسة مسحية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

تحت إشراف:

د. جعفر محمد

إعداد الطالبة:

حريزي سامية

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	المؤسسة الجامعية	الصفة
مرزقلال إبراهيم	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	رئيسا
جعفر محمد	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	مشرفا ومقررا
بوقرة رضوان	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	ممتحنا

السنة الجامعية: 2025/2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الشكر والتقدير

نحمد الله عز وجل الذي وفقنا لإتمام هذا البحث العلمي والذي ألهمنا الصحة والعافية والعزيمة، فالحمد لله حمدا كثيرا.

نتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى الأستاذ المشرف الدكتور جعفر محمد على كل ما قدمه لنا من جهودات وتوجيهات ومعلومات قيمة ساهمت في إثراء موضوع دراستنا من جوانبها المختلفة.

كما نتقدم بالشكر إلى أعضاء لجنة المناقشة الموقرة التي تكرمت بقراءة هذا العمل وتقييمه.

والشكر موصول إلى كافة أساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة المسيلة.

الإهداء

أهدي ثمرة هذا الجهد:

إلى من وهبوني الحياة والأمل، والنشأة على شغف الاطلاع والمعرفة، ومن علموني أن أرتقي سلم الحياة بحكمة وصبرا، برا، وإحسانا، ووفاء لهما والدي العزيز والديتي.

إلى من وهبني الله نعمة وجودهم في حياتي، إلى العقد المتين من كانوا عوناً لي في رحلة بحثي إخواني وأخواتي.

إلى من كاتفنتني ونحن نشق الطريق معا نحو النجاح في مسيرتنا العلمية، إلى رفيقة دربي نور زينب.

إلى كل من ساعدني، وكان له دور من قريب أو بعيد في اتمام هذه الدراسة.

إلى كل طالب علم سعى بعلمه ليفيد الإسلام والمسلمين، بكل ما أعطاه الله من علم ومعرفة.

سائلة المولى العظيم أن يجزي الجميع خير الجزاء في الدنيا والآخرة.

الباحثة:

سامية حريزي

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى الكشف عن اتجاهات الشباب الجامعي نحو خطاب الكراهية، وذلك من خلال معرفة مستوى إدراك الطلبة الجامعيين لخطاب الكراهية، وطبيعة المشاعر التي يثيرها لديهم، وتحديد أنماط تفاعلهم وسلوكهم عند مواجهة هذا الخطاب. واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وتم توزيع استبيان على عينة متاحة مكونة من 60 طالب من قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة.

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، أهمها:

- أغلب الطلبة عينة الدراسة يدركون بدرجة مرتفعة خطورة خطاب الكراهية، وذلك بمتوسط حسابي (3.71)، وأغلبهم يطالبون بضرورة سن قوانين صارمة لمكافحة، ويرون أنه يحمل تأثيرات سلبية مباشرة على وحدة وتماسك المجتمع.
- عبر أغلب الطلبة عينة الدراسة عن مشاعر سلبية قوية تجاه خطاب الكراهية، كالأشمئزاز، والإحباط، والغضب، مما يدل على رفض نفسي واضح لهذه الظاهرة.
- أغلب الطلبة عينة الدراسة يتخذون سلوكا إيجابيا ويتفاعلون عند مواجهتهم لخطاب الكراهية، كالإبلاغ عن المحتوى، أو مقاطعة ناشريه، أو الرد عليه بأسلوب بناء.

الكلمات المفتاحية: اتجاهات، إدراك، خطاب الكراهية، سلوك، شباب جامعي، مشاعر، وسائل التواصل الاجتماعي.

Abstract

The study aimed to reveal the attitudes of university youth towards hate speech, by knowing the level of university students' awareness of hate speech, the nature of the feelings it arouses in them, and determining their patterns of interaction and behavior when confronted with this speech. The study was based on a survey method, and a questionnaire was distributed to a convenient sample of 60 students from the Department of Media and Communication Sciences at Mohamed Boudiaf University in M'sila.

The study reached a number of results, the most important are:

- Most of the students in the study sample have a high awareness of the danger of hate speech, with an arithmetic mean of (3.71), and most of them demand the necessity of enacting strict laws to combat it, and they believe that it has direct negative effects on the unity and cohesion of society.
- Most of the students in the study sample expressed feelings strong negativity towards hate speech, such as disgust, frustration, and anger, which indicates a clear psychological rejection of this phenomenon.
- Most of the students in the study sample adopt a positive attitude and react when confronted with hate speech, such as reporting content, boycotting its publishers, or responding to it in a constructive manner.

Keywords: Attitudes, Behavior, Feelings, Hate speech, Perception, Social media, University youth.

قائمة المحتويات

.....	الشكر والتقدير
.....	الإهداء
.....	ملخص الدراسة
.....	ABSTRACT
.....	قائمة المحتويات
.....	قائمة الجداول
.....	قائمة الرسومات البيانية
1	المقدمة

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

4	1. إشكالية الدراسة
5	2. أسئلة الدراسة
5	3. أهداف الدراسة
6	4. أهمية الدراسة
6	5. تحديد مفاهيم الدراسة
8	6. الدراسات السابقة
11	7. التعقيب على الدراسات السابقة

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

15	1. خطاب الكراهية
15	1.1. ماهية خطاب الكراهية
17	2.1. عوامل تشكل ظاهرة خطاب الكراهية في المجتمع
19	3.1. النظريات المفسرة لخطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي
23	4.1. أشكال خطاب الكراهية
26	5.1. أسباب انتشار خطاب الكراهية في مواقع التواصل الاجتماعي
27	2. ماهية وسائل التواصل الاجتماعي
27	1.2. مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي

- 2.2. أهمية وسائل التواصل الاجتماعي.....29
- 3.2. دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.....30
- 4.2. أهم أنواع وسائل التواصل الاجتماعي.....32

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

1. الإجراءات المنهجية للدراسة.....38

- تمهيد.....38
- 1.1. الدراسة الاستطلاعية.....39
- 1.1.1. هدف الدراسة الاستطلاعية.....39
- 2.1.1. عينة الدراسة الاستطلاعية.....39
- 3.1.1. أداة الدراسة الاستطلاعية.....44
- 2.1. الخصائص السيكومترية لأداة الدراسة.....46
- 1.2.1. صدق الاستبيان.....46
- 2.2.1. ثبات الاستبيان.....46
- 3.1. الدراسة الأساسية.....49
- 1.3.1. منهج الدراسة الأساسية.....49
- 2.3.1. مجتمع الدراسة وعينة الدراسة.....49
- 3.3.1. أدوات الدراسة.....56
- 4.3.1. حدود الدراسة.....57
- 5.3.1. الأساليب الإحصائية المستخدمة.....57
- خلاصة.....58

2. عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة الأساسية.....59

- 1.2. عرض نتائج الدراسة الأساسية.....59
- 1.1.2. النتائج المتعلقة بالسؤال الأول.....59
- 2.1.2. النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني.....65
- 3.1.2. النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث.....71
- 2.2. النتائج العامة للدراسة.....77
- 1.2.2. النتائج المتعلقة بمدى إدراك طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة لخطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي:.....77
- 2.2.2. النتائج المتعلقة بطبيعة المشاعر التي يثيرها خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة:.....79

3.2.2. النتائج المتعلقة بأنماط سلوك وتفاعل طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف

بالمسيلة عند مواجهة خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي: 81

الخاتمة..... 85

قائمة المصادر والمراجع 88

الملاحق..... 93

قائمة الجداول

- الجدول رقم (1) توزيع عينة الدراسة الاستطلاعية حسب متغير الجنس..... 40
- الجدول رقم (2) توزيع عينة الدراسة الاستطلاعية حسب متغير الطور الدراسي..... 41
- الجدول رقم (3) توزيع عينة الدراسة الاستطلاعية حسب متغير مكان الإقامة..... 42
- الجدول رقم (4) توزيع عينة الدراسة الاستطلاعية حسب متغير العمر..... 43
- الجدول رقم (5) أبعاد الاستبيان وأرقام الفقرات وعددها لكل بعد..... 44
- الجدول رقم (6) طريقة تصحيح الاستبيان الكلي..... 45
- الجدول رقم (7) معامل الثبات باستخدام معادلة كرونباخ ألفا..... 47
- الجدول رقم (8) التجزئة النصفية للاستبيان..... 47
- الجدول رقم (9) توزيع العينة الأساسية حسب متغير الجنس..... 50
- الجدول رقم (10) توزيع العينة الأساسية حسب متغير الطور الدراسي..... 52
- الجدول رقم (11) توزيع العينة الأساسية حسب متغير مكان الإقامة..... 53
- الجدول رقم (12) توزيع العينة الأساسية حسب متغير العمر..... 54
- الجدول رقم (13) توزيع العينة الأساسية حسب متغير العمر..... 55
- الجدول رقم (14) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والاتجاه السائد والترتيب لعبارات
البعد الأول المتعلق بالمعرفة والتصورات حول خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي..... 59
- الجدول رقم (15) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والاتجاه السائد والترتيب لعبارات
البعد الثاني المتعلق بالمشاعر والانفعالات تجاه خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي..... 66
- الجدول رقم (16) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والاتجاه السائد والترتيب لعبارات
البعد الثالث المتعلق بالسلوك والتفاعل مع خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي..... 71

قائمة الرسومات البيانية

- 40.....الرسم البياني رقم (1) توزيع عينة الدراسة الاستطلاعية حسب متغير الجنس
- 41.....الرسم البياني رقم (2) توزيع عينة الدراسة الاستطلاعية حسب متغير الطور الدراسي
- 42.....الرسم البياني رقم (3) توزيع عينة الدراسة الاستطلاعية حسب متغير مكان الإقامة
- 51.....الرسم البياني رقم (4) توزيع العينة الأساسية حسب متغير الجنس
- 52.....الرسم البياني رقم (5) توزيع العينة الأساسية حسب متغير الطور الدراسي
- 53.....الرسم البياني رقم (6) توزيع العينة الأساسية حسب متغير مكان الإقامة
- 55.....الرسم البياني رقم (7) توزيع العينة الأساسية حسب فئات متغير العمر

المقدمة

المقدمة

منذ منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي، شهد العالم تطورا تكنولوجيا هائلا أحدث ثورة في عالم الاتصال. ومن مظاهر هذا التطور انتشار شبكة الإنترنت في جميع أنحاء العالم، مما ربط بين مختلف أرجائه وفتح آفاقا جديدة للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار. وأصبحت هذه الشبكة منصة غنية بالوسائط المتعددة، مما جعلها وسيلة فعالة للتواصل بين الأفراد والجماعات.

ومع ظهور المواقع الإلكترونية والمدونات الشخصية وشبكات المحادثة، تغيرت ملامح الإعلام بشكل جذري. أصبحت هذه المنصات تتيح تواسلا مباشرا بين المستخدمين، مما أتاح لهم التعبير عن آرائهم ومشاركة تجاربهم.

ومن جهة أخرى، وفرت شبكات التواصل الاجتماعي فرصا غير مسبوقة للتأثير والتواصل عبر الحدود، مع تقليل القيود والرقابة. أصبحت هذه الشبكات قناة للبحث المباشر من الجمهور، مما غير من جوهر النظريات الاتصالية التقليدية وأوقف احتكار صناعة الرسالة الإعلامية، لينقلها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية. ومع تزايد استخدام الإنترنت، أصبح جزءا أساسيا من الحياة اليومية للعديد من الأفراد، حيث يتيح لهم التفاعل والمشاركة في مختلف المجالات.

ويتميز التفاعل داخل شبكات التواصل الاجتماعي بكونه متعدد الاتجاهات وغير مركزي، مما يسهل على الأفراد إنتاج الخطابات والمشاركة في الاتصال العمومي. هذا التفاعل يساهم في تشكيل فضاء عمومي أوسع، حيث يمكن للأفراد التعبير عن آرائهم والانضمام إلى مجموعات تتبنى مواقف أو اهتمامات مشتركة.

ومع ذلك، ساهم ظهور شبكات التواصل الاجتماعي في انتشار خطابات متعددة، منها خطاب الكراهية والنقد وحرية الرأي. بينما يعتبر النقد وحرية الرأي حقاً مشروعاً، إلا أن خطاب الكراهية يتجاوز التعبير عن الرأي ليشمل التحريض على العنف والإساءة، مما يؤدي إلى استقطاب المجتمع وتقويض القيم المجتمعية مثل التسامح وقبول الآخر.

وقد شهدت الجزائر في الآونة الأخيرة زيادة ملحوظة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة بين الطلاب الجامعيين الذين يعتمدون عليه كوسيلة للتواصل وتبادل الأفكار. ومع ذلك، ظهرت بعض هذه الأفكار المتطرفة التي تسعى لنشر خطاب الكراهية بين أفراد المجتمع، مما يؤثر سلباً على تماسكه ووحدته. في هذا السياق، تهدف دراستنا إلى تسليط الضوء على ظاهرة خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة. ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة، تم الاعتماد على خطة تتضمن مقدمة وخاتمة ومجموعة من الفصول، حيث اشتمل الفصل الأول على الإطار العام للدراسة، والذي تطرقنا فيه إلى إشكالية الدراسة وأهمية الدراسة وأهداف الدراسة، والدراسات السابقة والتعقيب عليها. أما الفصل الثاني فتناول الإطار النظري للدراسة، وذلك من خلال استعراض مفهوم خطاب الكراهية، من حيث مفهومه وعوامل تشكله وأشكاله وأسباب انتشاره، واستعراض ماهية وسائل التواصل الاجتماعي، من حيث مفهومها وأهميتها ودوافع استخدامها وأهم أنواعها. وخصص الفصل الثالث لعرض الإجراءات المنهجية للدراسة، والذي تطرقنا فيه إلى الدراسة الاستطلاعية، وأدوات الدراسة، وعينة الدراسة، والأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة، ثم عرض نتائج الدراسة ومناقشتها.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1. إشكالية الدراسة

تعد وسائل التواصل الاجتماعي في الوقت الراهن جزءا من الحياة اليومية للشباب الجامعي، حيث تمثل فضاء للتواصل فيما بينهم والتعبير والتفاعل مع المضامين التي يتم تداولها عبر هذه الوسائط. ومع تزايد الاعتماد على هذه الوسائل، برزت ظواهر سلبية متعددة، من بينها ظاهرة انتشار "خطاب الكراهية". هذه الأخيرة أصبحت تشكل تهديدا على المستوى الفردي والمجتمعي، باعتبار أن هذا النوع من الخطابات يحرض على العنف والتمييز والإقصاء ضد أفراد أو جماعات على أسس متنوعة، كالدين أو الانتماء السياسي وغير ذلك.

والشباب الجامعي، خاصة طلبة علوم الإعلام والاتصال، يقع ضمن هذه الإشكالية؛ إذ تعتبر هذه الشريحة من الفئات الأكثر استخداما لوسائل التواصل الاجتماعي، ويُفترض أنهم يمتلكون وعيا بطبيعة محتوى الإعلام الاجتماعي وتأثيراته، بحكم التخصص الذي يدرسون فيه. وبالتالي، يعد فهم اتجاهات هؤلاء الطلبة نحو خطاب الكراهية ذا أهمية بالغة.

في هذا السياق، تبرز أهمية فهم ظاهرة خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي، من خلال معرفة مدى إدراك طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة لخطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وطبيعة المشاعر التي يمكن أن يستثيرها لديهم، إضافة إلى معرفة أنماط سلوكياتهم وتفاعلاتهم مع المحتويات التي تتضمن خطاب الكراهية.

من هنا جاءت إشكالية الدراسة كالتالي:

ما اتجاهات طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة نحو خطاب الكراهية

عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

2. أسئلة الدراسة

انطلاقاً من الإشكالية المطروحة، قمنا بطرح الأسئلة التالية:

- ما مدى إدراك طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة لخطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟
- ما طبيعة المشاعر التي يثيرها خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة؟
- ما أبرز أنماط سلوك وتفاعل طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة عند مواجهة خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟

3. أهداف الدراسة

تهدف الدراسة الحالية إلى تحقيق الأهداف التالية:

- معرفة مدى إدراك طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة لخطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- معرفة طبيعة المشاعر التي يثيرها خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة.
- معرفة أبرز أنماط السلوك والتفاعل لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة عند مواجهة خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

4. أهمية الدراسة

تأتي أهمية الدراسة الحالية من كونها تسهم في الكشف عن مدى انتشار خطاب الكراهية عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعي بين الشباب الجامعي بقسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة المسيلة، نظرا لكونها من الوسائل الإعلامية الأكثر استخداما في الجزائر.

كما أنها تساهم في التعريف بالانتهاكات التي يرتكبها الأفراد الذين يمارسون خطاب الكراهية، وآثار تلك الانتهاكات على المستويين الفردي والمجتمعي.

علاوة على ذلك، تكتسي الدراسة أهمية خاصة، باعتبارها تتناول موضوعا يشغل العديد من الباحثين في الوقت الراهن في مختلف التخصصات المعرفية، بما في ذلك أهل الاختصاص في علوم الإعلام والاتصال وذلك من أجل لتسليط الضوء على هذه الظاهرة ومعرفة أبعادها المختلفة وتأثيراتها المختلفة على الأفراد والجماعات والمجتمعات.

5. تحديد مفاهيم الدراسة

الاتجاهات:

يقصد بها في الدراسة الحالية الآراء والمواقف والمشاعر التي يُبديها طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة تجاه خطاب الكراهية المنتشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتم قياسها من خلال مجموع استجابات الطلبة على فقرات الاستبيان، والذي يتضمن الأبعاد التالية: المكون المعرفي والمكون الوجداني والمكون السلوكي للاتجاه نحو خطاب الكراهية.

خطاب الكراهية:

يقصد بخطاب الكراهية في الدراسة الحالية كل محتوى (منشور، تعليق، صورة، فيديو) يُتداول عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ويتضمن تحريضا على العنف أو التمييز أو الإقصاء أو الازدراء تجاه فرد أو جماعة على أساس العرق، أو الدين، أو الجنس، أو اللغة، أو الرأي أو الانتماء، أو يؤدي مشاعر المستهدفين به، أو يهدف إلى نشر الكراهية والتمييز، كما يدركه وقيّمه طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة من خلال إجاباتهم على عبارات الاستبيان.

وسائل التواصل الاجتماعي:

يقصد بها في الدراسة الحالية المنصات الرقمية التي يستخدمها طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة للتفاعل والتواصل وتبادل المضامين (مثل فيسبوك، إنستغرام، تيك توك، تويتر/إكس، يوتيوب...) كما حُددت من خلال استجاباتهم في الاستبيان المتضمن أسئلة حول الاستخدام اليومي، ونوعية التفاعل، والمحتوى المتداول.

الشباب الجامعي:

يقصد بالشباب الجامعي في الدراسة الحالية الطلبة المسجلون في مرحلة الليسانس أو الماستر والذين يزاولون الدراسة بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة خلال السنة الجامعية 2024-2025.

طلبة علوم الإعلام والاتصال:

يقصد بهم أفراد عينة الدراسة الحالية، وعددهم 60 طالبا. والذين يزاولون دراستهم في تخصص علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة، خلال السنة الجامعية 2024-2025

6. الدراسات السابقة

دراسة يوسف خطايبة، عاصم محمد البكار، وفاطمة علي الزبيدي بعنوان "دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر خطابات الكراهية المهددة للأمن الاجتماعي من وجهة نظر الشباب الجامعي الأردني"،

هدفت الدراسة إلى الكشف عن دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر خطابات الكراهية وتأثيرها على الأمن الاجتماعي في الأردن. اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي بالعينة، واستخدمت استبانة تضمنت أسئلة مغلقة وأخرى مفتوحة لاستقصاء آراء الشباب الجامعي حول الموضوع. وتركزت الإشكالية حول مدى مساهمة المنصات الرقمية (مثل فيسبوك، تويتر، واتساب، ويوتيوب) في تعزيز خطابات الكراهية وأشكالها المختلفة، مع دراسة الفروق الإحصائية وفقاً لمتغيرات الجنس، الدخل الشهري، مكان الإقامة، والتخصص الدراسي.

وخلصت الدراسة إلى أن فيسبوك هو الأكثر استخداماً بين الشباب الأردني، وأن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً كبيراً في نشر خطابات الكراهية، مع وجود فروق دالة إحصائية ترتبط ببعض المتغيرات السوسيوديموغرافية.

دراسة صخر أحمد الخصاونة ود. سهل علي العنوم بعنوان "دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين"

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في انتشار خطاب الكراهية بين الأفراد من منظور الصحفيين الأردنيين. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، مستخدمة استبانة مكونة من ثلاثة أقسام؛ الأول لبيانات العينة من الصحفيين (الجنس، المؤهل العلمي، الفئة العمرية)، والثاني

لتحديد أنواع الخطابات الأكثر تداولاً وأبرز خطابات الكراهية، والثالث لقياس ثلاثة أبعاد رئيسية: مفهوم خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل، دور هذه الوسائل في نشره، والآثار المجتمعية الناتجة عنه.

وقد خلصت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 تعزى للمتغيرات الديموغرافية، كما أكدت على الأثر الواضح لوسائل التواصل الاجتماعي في تكريس خطاب الكراهية بين الأفراد.

دراسة ضربان سارة ورايح أحلام بعنوان "مظاهر خطاب الكراهية لدى الشباب في مواقع التواصل الاجتماعي"

هدفت الدراسة إلى الكشف عن أشكال ومظاهر خطاب الكراهية المنتشر بين الشباب الجزائري عبر منصات التواصل الاجتماعي على عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة تيارت. واعتمدت الدراسة على المنهج الكيفي والمنهج الوصفي، مستخدمة أسئلة مباشرة موجهة للطلبة مثل: "ماذا يمثل لك خطاب الكراهية؟"، بهدف استقصاء آرائهم حول أشكال خطاب الكراهية المتداولة وأسباب انتشارها.

وتوصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي، وخاصة الفيسبوك وتويتر وتيك توك، تساهم في نشر خطاب الكراهية من خلال تداول المقالات والصور والفيديوهات المحرّضة، مما يعزز من انتشار هذه الظاهرة بين فئات الشباب.

دراسة بلعليا هاجر وآخرون من جامعة البويرة بعنوان "مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في نشر خطاب الكراهية: قضية حرق جمال بن إسماعيل نموذجا"

هدفت الدراسة إلى استقصاء دور موقع الفيسبوك في نشر خطاب الكراهية وتأثيره على الشباب الجزائري خلال صائفة 2021. اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، باستخدام استبيان مكون من أربعة

محاور: البيانات الشخصية، مدى تعرض الشباب لخطاب الكراهية عبر الفيسبوك، دوافع متابعة هذا الخطاب، وتأثيره في قضية حرق جمال بن إسماعيل.

وخلصت الدراسة إلى أن الفيسبوك يعد أكثر المنصات استخداماً بين الشباب الجزائري، مع تعرضهم بشكل كبير لخطابات الكراهية التي ساهمت في تأجيج المشاعر السلبية تجاه الأحداث الجارية، مما يبرز خطورة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كمنصات لنشر العنف اللفظي والتحرير.

دراسة الباهي أيمن كمال الدين بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في محاربة خطاب الكراهية"

هدفت الدراسة إلى استقصاء دور شبكات التواصل الاجتماعي في الحد من انتشار خطاب الكراهية وتأثيره على منظومة القيم الاجتماعية. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، مستخدمة استمارة استبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات، وتضمنت قسمين: الأول تناول المعلومات الديمغرافية للمستجيبين وعادات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والثاني ركز على خطاب الكراهية عبر هذه المنصات، مقسماً إلى أربعة محاور: مفهوم خطاب الكراهية، الآثار المترتبة على انتشاره، دور مواقع التواصل في مكافحته، وتأثيره على القيم الاجتماعية.

وخلصت الدراسة إلى أن لمواقع التواصل الاجتماعي دوراً بارزاً في التوعية بمخاطر خطاب الكراهية، لكنها في الوقت ذاته قد تساهم في انتشاره إذا لم تُستخدم بشكل مسؤول.

دراسة شاكر فاطمة شيماء وضيف الله سهية بعنوان "خطاب الكراهية والعنصرية في وسائل التواصل الاجتماعي وأساليب الوقاية من وجهة نظر طلبة جامعة المسيلة"

هدفت الدراسة إلى الكشف عن سمات خطاب الكراهية المنتشر عبر الفيسبوك وتأثيراته السلبية على منظومة القيم الاجتماعية. على عينة من طلبة قسمي علم النفس وعلم الاجتماع. واعتمدت الدراسة على

المنهج الوصفي، واستخدمت استبياناً مكوناً من 20 بنداً موزعاً على أربعة أبعاد، شملت أسباب انتشار خطاب الكراهية، تأثيراته، واختلافه وفقاً لمتغير الجنس، بالإضافة إلى أساليب الوقاية منه.

وتوصلت الدراسة إلى أن العوامل الاجتماعية والثقافية والسياسية تساهم بشكل كبير في نشر خطاب الكراهية، وأن لهذا الخطاب تأثيرات سلبية على القيم الاجتماعية، مع وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس في مدى تأثر الأفراد بخطاب الكراهية.

7. التعقيب على الدراسات السابقة

من خلال استعراضنا لمجموعة من الدراسات السابقة التي تناولت موضوع خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، يتبين أن هناك نقاط تقاطع واختلاف بينها وبين الدراسة الحالية التي تهدف إلى معرفة اتجاهات الشباب الجامعي، وتحديدًا طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة، نحو هذه الظاهرة.

- من حيث الموضوع

تتفق معظم الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في اهتمامها بخطاب الكراهية كظاهرة اجتماعية متزايدة عبر منصات التواصل الرقمي، غير أن الزوايا التي عولج منها الموضوع تختلف. فقد ركزت بعض الدراسات على الأثر الأمني والاجتماعي مثل دراسة خطيبة والبكار والزبيدي (2020)، بينما اهتمت دراسات أخرى مثل دراسة الباهي (2022) ودراسة شاكر وضياء (2023) بالبعد القيمي والتوعوي والوقائي لوسائل التواصل في مواجهة خطاب الكراهية. وتعد الدراسة الحالية متميزة من حيث تركيزها على الاتجاهات النفسية والسلوكية لفئة أكاديمية مختصة بالإعلام، مما يمنحها خصوصية معرفية ترتبط بدور هذه الفئة في إنتاج وتوجيه الخطاب الإعلامي مستقبلاً.

- من حيث المنهج المستخدم

إن أغلب الدراسات اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي أو المنهج المسحي، وهو ما يتوافق مع المنهج الذي تعتمده هذه الدراسة. وقد وظفت بعض الدراسات، على غرار دراسة ضربان ورايح (2021)، المنهج الكيفي إلى جانب المنهج الوصفي، بهدف تعميق الفهم النوعي للظاهرة، بينما فضلت دراسات أخرى الاكتفاء بالمعالجة الكمية. وتأتي الدراسة الحالية لتؤكد فعالية المنهج الوصفي المسحي في استقصاء اتجاهات وآراء شريحة واسعة من الطلبة الجامعيين.

- من حيث أداة جمع البيانات

قد اعتمدت معظم الدراسات السابقة على الاستبيان، سواء في صورته المغلقة أو المركبة (مغلقة ومفتوحة)، مثل ما ورد في دراسة الخصاونة والعتوم (2020) ودراسة بلعليا وآخرون (2022). ويعد هذا القاسم المشترك تأكيدًا على صلاحية هذه الأداة في رصد المواقف والاتجاهات المتعلقة بظاهرة خطاب الكراهية. كما أن الدراسة الحالية اعتمدت الأداة نفسها، ما يسمح بإجراء مقارنة كمية دقيقة للنتائج.

- من حيث مجتمع الدراسة والعينة

تناولت أغلب الدراسات عينات من الشباب الجامعي، مثل دراسات خطايبه وضربان وشاكر، وهو ما يتفق مع موضوع الدراسة الحالية. غير أن الدراسة الحالية تركز بشكل أكثر تخصصًا على طلبة علوم الإعلام والاتصال، ما يميزها عن غيرها من الدراسات التي تناولت عينات أوسع أو أقل تخصصًا (كطلبة العلوم الإنسانية أو عامة الشباب). وتجدر الإشارة إلى أن بعض الدراسات، مثل دراسة الخصاونة والعتوم، اعتمدت على فئات مهنية مختلفة كالصحفيين، مما يمنحها منظورًا مهنيًا أكثر منه طلابيًا.

- من حيث النتائج المستخلصة

أجمعت الدراسات السابقة على أن وسائل التواصل الاجتماعي تسهم في نشر وتعزيز خطاب الكراهية، سواء من خلال الصور أو الفيديوهات أو المنشورات النصية، وقد ربطت بعض الدراسات بين هذا الخطاب وتأثيره على القيم الاجتماعية أو الاستقرار الأمني. كما أظهرت دراسات أخرى وجود فروق دالة إحصائيًا تعود إلى متغيرات مثل الجنس، التخصص، أو مكان الإقامة. بينما تسعى الدراسة الحالية إلى تقديم إضافة نوعية من خلال تحليل اتجاهات فئة إعلامية أكاديمية نحو خطاب الكراهية، وتحديد ما إذا كانت هذه الفئة تدرك خطورة الظاهرة وتملك مواقف واعية تجاهها.

بناء على ما سبق، يمكن القول إن الدراسة الحالية تأتي استكمالاً لما أنجزته البحوث السابقة، غير أنها تتفرد بتحديد الفئة المستهدفة بدقة، وتركز على بعد الاتجاهات النفسية والمعرفية، ما يجعلها تساهم في سد فجوة معرفية مهمة في مجال دراسات الإعلام وخطاب الكراهية.

الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

1. خطاب الكراهية

يستخدم مصطلح خطاب الكراهية للإشارة إلى مجموعة واسعة من التعبيرات العدائية التي تتراوح بين الإهانة، التحريض على العنصرية والتمييز العرقي والديني، وصولاً إلى التشهير والسباب. كما يشمل أشكالاً مختلفة من التحيز المتزايد، مما يجعله ظاهرة متعددة الأوجه.

وعلى الرغم من استخدام المفرد عند الحديث عن خطاب الكراهية، إلا أن المصطلح يُغطي أنماطاً متعددة من التحريض على الكراهية والعنف. وفي هذا السياق، يلعب الإعلام دوراً مزدوجاً؛ حيث يمكنه إما امتصاص التوترات وتعزيز ثقافة الحوار وتقبل الآخر، أو أن يكون أداة لنشر الإقصاء والتحريض.

وفي العصر الرقمي، بات الخطاب التحريضي الذي يعتمد على لغة الشتائم والإساءة يشكل تهديداً مباشراً لطبيعة شبكات التواصل الاجتماعي، حيث يُسهم في تشويه بيئة النقاش العام ويؤثر سلباً على التفاعل بين الأفراد والمجتمعات.

1.1. ماهية خطاب الكراهية

لا يوجد تعريف موحد ومتفق عليه لخطاب الكراهية، فهو مصطلح واسع يشمل العديد من الأشكال والمظاهر المختلفة. يُستخدم هذا المصطلح لوصف العنف اللفظي، التعصب الفكري، الكراهية الصريحة، التمييز العنصري، التجاوزات التعبيرية، والنظرة الاستعلائية.

ويمكن تصنيف أي خطاب يهدف إلى بث الكراهية، التحريض على النزاعات والصراعات القائمة على اللون، العرق، أو الطائفة ضمن خطاب الكراهية. كما يشمل ذلك التحريض على إنكار الآخر، نشر

الفتن، واتهام الأطراف الأخرى بالخيانة أو الفساد، مما يجعله أداة فعالة في تعزيز الانقسامات المجتمعية وتأجيج الخلافات. (خديجة وآية، 2022، ص235)

وورد في قاموس ابن منظور، إن مصطلح خطاب الكراهية يتكون من جزئين: "الخطاب" و"الكراهية". وفي اللغة، يُشير الخطاب والمخاطبة إلى مراجعة الكلام وتبادلته بين طرفين، حيث يُقال: "خاطبه كلاماً" أو "هما يتخاطبان". كما يُستخدم المصطلح في سياقات تدل على حثّ الناس على الخروج والفتن، مما يعكس البعد التحريضي لبعض الخطابات الموجهة للجماهير. (ابن منظور، 2010)

ويعرف خطاب الكراهية على أنه: "أي خطاب يعمل على بث الكراهية والتحريض على النزاعات والصراعات المبنية على أساس اللون أو العرق أو الطائفة، والتحريض على إنكار الآخر وتهميشه ونشر الفتنة واتهام الطرف الآخر بالخيانة والفساد". (أحمد والشياظمي، 2018، ص 12)

كما يعرف خطاب الكراهية على أنه: "أي نوع من التواصل الذي يسيء إلى شخص أو مجموعة بسبب خصال شخصية بهم أو بسبب انتماءاتهم العرقية أو الأثنية أو الأيدلوجية أو الدينية، وقد بدأت تلك الظاهرة بالانتشار مع استخدام الإنترنت، حيث يوفر مجالاً مفتوحاً وواسعاً للتعبير حتى بدأ العديد من المتعصبين والمتطرفين استغلال شبكات التواصل الاجتماعي لنشر الكراهية". (المنصور، 2012، ص37)

ويعتبر دومنيك مانغونو (2008) أن خطاب الكراهية يقصد به "كل كلام يثير مشاعر الكره، نحو مكون أو أكثر من مكونات المجتمع، وينادي ضمناً بإقصاء فرد أو جماعة بالطرد والإفناء، أو بتقليص حقوقهم، كما يحوي هذا الخطاب ضمناً أو علناً، كل كتابة وكل خطاب أو عمل، يقصد منه أو ينتج عنه إثارة نعرات مذهبية أو عنصرية، أو دعوة للعنف، أو الحض على النزاع بين الطوائف والجماعات، فكل قول علني حرض على العنف، أو مهد لبيئة الفتنة، وأحدث خلافاً في الأمن الفكري والنفسي والمجتمعي...عد خطاب كراهية، بل وكل عنف لفظي، وكل تعبيرات قدح استعلائية، وكل خطاب مصحوب بإقصاء الآخر،

لأن منشأه و منطلقه الخطاب الدوني، والكره البّين، والتعصب الفكري والتمييز العنصري، يمكن أن يدخل خطاب الكراهية".

وغالبا ما يكون خطاب الكراهية أداة قوية لتحفيز المشاعر وإثارتها، حيث يعمل على توجيه الرأي العام نحو اتجاه معين، مما يجعله وسيلة للتحريض والتعبئة الجماهيرية. وعندما يكتسب هذا الخطاب زخما، فإنه يؤدي إلى ترسيخ ثقافة التمييز والعنصرية، مما يُفضي إلى تقليل شأن الفئات المستهدفة وانتهاك حقوقها. (تقرير "خطابات الكراهية، ص6)

كما تكمن خطورة خطاب الكراهية في تأثيره العميق، خاصة عندما تروج له وسائل الإعلام أو منصات التواصل، حيث يسهم انتشار هذا الخطاب في تغذية الانقسامات المجتمعية، وتعزيز الأفكار العدائية، مما يجعله تهديدا حقيقيا للنسيج الاجتماعي.

2.1. عوامل تشكل ظاهرة خطاب الكراهية في المجتمع

- يعد خطاب الكراهية ظاهرة معقدة تنشأ نتيجة تداخل عدة عوامل تاريخية وسياسية واجتماعية واقتصادية وثقافية. ويحدد بيرق حسين الربيعي (2019) الأسباب الرئيسية لنشوءه في عدة نقاط، أبرزها:
- الصورة النمطية الخاطئة عن الآخر.
 - الخوف من المنافسة.
 - تصور الآخر كعدو محتمل.
 - تأثير الثقافة السائدة في المجتمع، إضافة إلى دور التربية والتعليم.
 - كيفية قراءة التاريخ، حيث تبقى بعض الشعوب أسيرة لأحداث الماضي.
 - تأثير الإعلام وغياب المعلومات الدقيقة، مما يؤدي إلى بناء المواقف على أفكار مسبقة.

وفي هذا السياق، يمكن تحديد العوامل التي تساهم في نشأة وانتشار خطاب الكراهية كما يلي:

- العوامل التاريخية:

لطالما اعتمد الاستعمار على سياسة "فرق تسد"، حيث سعى إلى تقسيم المجتمعات وتعزيز الانقسامات الطبقية والسياسية والاجتماعية بهدف فرض الهيمنة وإضعاف الشعوب. وقد شهدت الجزائر، مثل غيرها من الدول المستعمرة، محاولات لزعزعة تماسكها المجتمعي وإقصاء الديمقراطية الاجتماعية والسياسية. كما أدت هذه السياسات إلى خلق بيئة من الاستبداد ورفض التعددية، مما أسهم في انتشار خطاب التخوين والإقصاء بين أفراد المجتمع. (موجد، 2022، ص76)

- العوامل السياسية:

تعد الكراهية أداة خطيرة تُستخدم لتحقيق أهداف سياسية، حيث تؤدي إلى تفاقم النزاعات الطائفية والعرقية والدينية. ومن أبرز الأسباب السياسية لانتشار خطاب الكراهية:

- الاختلافات العقائدية أو السياسية أو القومية.

- تسييس القوانين لخدمة مصالح فئات معينة.

- التهميش والإقصاء الذي تتعرض له بعض الفئات.

وغالبا ما تتفاقم الأزمات عندما يفتر السياسيون إلى حلول حقيقية للمشكلات القائمة، فيلجؤون إلى تبني خطابات متطرفة تُرسخ الاستقطاب داخل المجتمع. لذا، من الضروري تعزيز قيم المواطنة والمشاركة السياسية واحترام التعددية الفكرية للحد من هذه الظاهرة. (موجد، 2022، ص76)

- العوامل الاجتماعية والاقتصادية:

يساهم غياب العدالة الاجتماعية والتنمية الاقتصادية في خلق بيئة خصبة لخطاب الكراهية. فعندما يشعر بعض الأفراد أو الفئات بالتهميش والحرمان، يلجؤون إلى وسائل مثل مواقع التواصل الاجتماعي

للتعبير عن استيائهم، مما يؤدي إلى انتشار أفكار متطرفة وعدائية تجاه الآخرين. ومن هنا، يصبح من الضروري تعزيز التوازن الاقتصادي والاجتماعي من خلال توزيع عادل للثروات وضمان تكافؤ الفرص للجميع. (خرفية، 2021، ص85)

- العوامل الثقافية والدينية:

غالبا ما يساء فهم التاريخ ويتم تكييفه وفقا لرؤى أيديولوجية أو طائفية، مما يعزز النزاعات والانقسامات داخل المجتمع. وكما يشير الباحث الفرنسي بيار نورا، فإن الذاكرة الجماعية ليست محايدة، بل يتم توظيفها لخدمة أهداف معينة، حيث تُمزج أحداث الماضي بالحاضر بطريقة تؤدي إلى استمرار العداوات التاريخية. لذلك، يصبح من الضروري التعامل مع التاريخ بموضوعية، بعيدا عن الانتقائية والتحيز، لضمان عدم استخدامه كأداة لنشر الكراهية. (العياضي، 2015، ص12)

3.1. النظريات المفسرة لخطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي

- نظرية الغرس الثقافي

ترجع أصول هذه النظرية إلى العالم الأمريكي جورج جرينر، حيث بحث تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية على البيئة الثقافية في إطار مشروعه الخاص بالمؤشرات الثقافية. وتعتبر نظرية الغرس الثقافي تصورا تطبيقيا للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى وتشكيل الحقائق الاجتماعية والتعلم من خلال الملاحظة والأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات. حيث تؤكد الفكرة العامة التي تجتمع حولها النظريات السابقة، وهي قدرة وسائل الإعلام في التأثير على معرفة الأفراد وإدراكهم للعوامل المحيطة بهم خصوصا بالنسبة للأفراد الذين يتعرضون إلى هذه الوسائل بكثافة كبيرة. (حجاب، 2004، ص 592-

(593)

وتركز نظرية الغرس الثقافي على دراسة الرسائل والقيم التي يرسلها ويعززها التلفزيون للأفراد المشاهدين، ودراسة الضغوط التي تعكسها الوسائل الإعلامية للأفراد المشاهدين، ودراسة مدى تأثير الرسائل على إدراك الأفراد المشاهدين لواقعهم الاجتماعي. وتقدم النظرية صورة عن الأفكار المرتبطة بتشكيل الحقائق الاجتماعية والتعليم من خلال الملاحظة، وتركز هذه النظرية على قدرة وسائل الإعلام على خلق المعرفة لدى الأفراد ومدى قدرتها على التأثير على فهمهم للحقائق المحيطة بهم. (حجاب، 2004، ص 592-593)

ويمكن تطبيق نظرية الغرس الثقافي على هذه الدراسة للاعتبارات التالية: أولاً، إن مواقع التواصل الاجتماعي تتشابه مع بعض خصائص التلفاز، كسهولة الاستخدام والتكلفة المنخفضة وانتشارها الواسع حول العالم. ثانياً، إن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر في وقتنا الحاضر مصدراً هاماً للقيم والثقافة والأفكار. ثالثاً، إن طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة مجتمع الدراسة من مستخدمي هذه المواقع ويتعرضون بشكل مستمر لرسائل ومضامين مواقع التواصل الاجتماعي.

- نظرية الاستخدامات والإشباع

تهتم نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة. وتتحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون وسائل الإعلام. خلافاً للنظريات المبكرة مثل نظرية الإيثار الموحدة والرصاصية السحرية، التي ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية ومنفصلة متى تصرف بناء على نسق واحد. فأسلوب الأفراد أمام وسائل الإعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية والشخصية.

ويحقق منظور الاستخدامات والإشباعات ثلاثة أهداف رئيسية، هي:

- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة لهذا التعرف.
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري (حجاب، 2004، ص 584-585)

ويمكن تلخيص افتراضات النظرية كما يلي:

- يقوم الجمهور بدور النشط في تفاعله مع وسائل الاتصال المختلفة بمعنى أن حاجات الفرد تمد بدوافع للاستخدام وسائل الاتصال الجماهيرية
- تتنافس وسائل الاتصال الجماهيرية مع مصادر أخرى لإشباع حاجات الأفراد
- تفترض نظرية الاستخدامات والإشباعات إن الناس واعين بحاجاتهم وقادرين على التعبير عنها لفظياً عند سؤالهم (درويش، 2012، ص 200)

وترى هذه النظرية إن وسائل الإعلام توفر عامة الإشباعات والاستخدامات التالية:

- الإشباعات المعرفية: كالحاجة إلى الأخبار وغيرها
- الإشباعات العاطفية: ويشمل كل ما يتعلق بالمشاعر والأحاسيس.
- إشباع تحقيق الذات: هي إحساس الفرد بمنزلته بفعل ارتباطه بهذه الوسيلة أو تلك.
- الإشباعات الاجتماعية: أي الدخول في علاقات الرمزية مع الآخرين، مما يوفر الإحساس بالانتماء إلى الجماعة

- الإشباع الترفيهي: ويتضمن ذلك كل ما يسهم في التنفيس عن مشاغل الحياة من برامج لينة

استرخائية غير جادة. (عزي، 2011، ص 31)

وعند تطبيق فرضيات نظرية الاستخدامات والاشباع على موضوع الدراسة، نجد أن طلبة علوم الإعلام والاتصال جمهور نشيط، يسعى إلى التعرض إلى مواقع التواصل الاجتماعي، ويقوم بتحديد المواضيع والمضامين التي يريد متابعتها على هذه المواقع، ويختار المحتويات المناسبة له إيجابية كانت أو سلبية.

- نظرية التحليل النفسي

تعود أصول نظرية التحليل النفسي إلى العالم النفسي فرويد، وتركز هذه النظرية على البحث في أسباب ارتكاب الفرد للجريمة والانحراف في تكوين الفرد، فهي تفسر الاضطراب في التطور العاطفي للفرد منذ طفولته، وتستند إلى الدوافع اللاعقلانية واللاشعورية الكامنة وراء ارتكاب السلوك الإجرامي والمنحرف. وتعتبر جميع التفسيرات النفسية أن الفرد هو وحدة التحليل الأولية، وإن الشخصية هي المحرك الرئيس للدوافع والنزاعات لدى الفرد، كما تفترض أن السلوك الإجرامي ما هو إلا نتيجة لعمليات الفرد العقلية المضطربة في شخصيته، وهناك عدة أسباب لهذه العمليات العقلية المضطربة، أبرزها الإشارات غير المناسب والعقل المريض والتعلم غير المناسب. (أبو ظريس والمواجدة، 2021، ص 454)

وعندما نطبق هذه النظرية في الدراسة الحالية، نجد أن الشخص الذي يبيث خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي يعود لوجود اضطرابات في الشخصية، ناتجة عن التجارب والخبرات والتنشئة الاجتماعية السابقة منذ مرحلة الطفولة. وقد تكون سلوكيات الفرد نابعة من الإحساس بالدونية، فيعتقد أن بث خطاب الكراهية عبر هذه المواقع وسيلة للدفاع عن نفسه وضمان بقاءه.

4.1. أشكال خطاب الكراهية

يتخذ خطاب الكراهية أشكالاً متعددة، سواء كان مباشراً أو غير مباشر، تحريضياً أو ترويجياً، اختلاقاً أو مزيفاً. وتكمن خطورته في قدرته على التلاعب بالرأي العام، وتأجيج العداوات، وتوجيه المجتمعات نحو النزاعات والتفرقة، مما يستدعي تعزيز الوعي ومكافحة انتشاره بوسائل فعالة.

ويمكن تقسيم خطاب الكراهية إلى عدة أنواع أهمها:

- خطاب التمييز والعنصرية:

يعرف خطاب التمييز والعنصرية بأنه أسلوب تعبيرى يعكس نظرة استعلائية تجاه الأفراد بناءً على جانب معين من هويتهم. وقد يتخذ هذا الخطاب طابعاً خطيراً عندما يسعى إلى تبرير الإقصاء أو التمييز أو التهميش ضد فئات أو مجموعات محددة، مما يسهم في خلق بيئات يغذيها الحقد والتفرقة.

ويشمل خطاب التمييز والعنصرية أي تعبير يقوم على التمييز أو الاستعلاء بسبب الانتماء الديني، أو السياسي، أو الفكري، أو العرقي، أو الجسدي، وهو ما يؤدي إلى ترسيخ الفجوات الاجتماعية والتمييز بين الأفراد، في انتهاك واضح لمبدأ المساواة. لا يقتصر تأثير هذا الخطاب على تعزيز التفرقة فحسب، بل يسهم أيضاً في تأجيج الصراعات والنزاعات، مما قد يؤدي إلى ارتكاب انتهاكات جسيمة بحق الأفراد أو المجتمعات المستهدفة. (وافي، 2020، ص70)

إضافة إلى ذلك، يشجع هذا النوع من الخطاب على ممارسات عنيفة ضد فئات مجتمعية ضعيفة، مثل النساء، الأطفال، اللاجئين، المهاجرين، والأقليات، مما يزيد من تهميشهم ويعمق معاناتهم داخل المجتمع. لذا، فإن محاربة خطاب التمييز والعنصرية تُعد ضرورة ملحة للحفاظ على قيم العدل والمساواة وتعزيز التعايش السلمي بين مختلف فئات المجتمع.

- خطاب التحريض:

يشمل خطاب التحريض أي تعبير، سواء كان مباشرا أو غير مباشر، يشجع على القيام بأفعال سلبية تلحق ضررا جسيما أو معتدلا بالآخرين، مثل ممارسة العنف أو الدعوة إلى الانتقام والإساءة. ويعتبر الجانب الأخطر في هذا الخطاب هو التحريض على العنف، حيث يمكن أن يؤدي إلى وقوع جرائم وأعمال عدائية خطيرة.

ويمكن أن يكون التحريض على الخير مقبولا، بينما التحريض على الشر يعد أمرا مرفوضا، خاصة إذا كان يحث على أفعال مرفوضة قانونيا وأخلاقيا داخل المجتمعات (كريمة، 2016، ص392).

وينقسم التحريض إلى نوعين رئيسيين:

- **التحريض الفردي أو السري:** يحدث بين شخص أو مجموعة محددة من الأشخاص، حيث يمارس المحرض تأثيرا مباشرا على المستهدف، بغض النظر عن وجود علاقة سابقة بينهما. يمكن أن يكون هذا التحريض لفظيا أو عمليا.
- **التحريض العام أو العلني:** ويتم عبر وسائل الإعلام أو منصات التواصل الاجتماعي، ويكون موجهاً لفئات غير محددة، مما يجعله أكثر انتشارا وخطورة. (أحمد وآخرون، ص24)

ويجدر الإشارة إلى أن العنف الناتج عن التحريض قد يؤدي إلى كوارث اجتماعية مثل الحروب والصراعات، مما يجعله جريمة يعاقب عليها القانون. كما أن التحريض الذي يستهدف مجموعات بناءً على العرق، الدين، أو الانتماء الفكري يعد تهديدا للوحدة الاجتماعية، وقد يساهم في إشعال الفتن والانقسامات.

وتلعب وسائل الإعلام دورا رئيسيا في نشر خطاب التحريض، سواء بشكل متعمد أو غير متعمد. وقد ظهر ذلك جليا في العديد من الحوادث العالمية، حيث استخدمت منصات الإعلام والتواصل الاجتماعي لنقل خطابات الكراهية والتحريض، مما أدى إلى تصاعد التوترات والصراعات. ومن الأمثلة البارزة على ذلك، انتشار الإسلاموفوبيا عبر وسائل الإعلام الغربية، حيث يتم تقديم صورة مشوهة عن المسلمين، مما يعزز التحيز ضدهم.

بالإضافة إلى التحريض على العنف، هناك أشكال أخرى من التحريض، مثل التحريض على العداوة أو التمييز، مما يؤدي إلى انتهاك الحقوق الأساسية للأفراد في مختلف المجالات، سواء الاجتماعية أو الثقافية أو السياسية. لذلك، يعد التصدي لهذا الخطاب مسؤولية جماعية تتطلب وعيا إعلاميا وقانونيا لضمان عدم انتشاره وتأثيره السلبي على المجتمعات.

- خطاب السب:

يعرف السب قانونيا بأنه أي فعل أو عبارة تتضمن إهانة أو احتقارا للأفراد، مما يجعله شكلا من أشكال التعدي على حرية التعبير. ويشمل السب استخدام كلمات أو تصرفات تهدف إلى التقليل من شأن الآخرين، سواء كان ذلك من خلال الكتابة، الكلام، الإيماءات، أو حتى الصور والرموز.

ويعتبر السب اعتداء على كرامة الإنسان، حيث يسعى الفاعل إلى تحقير الضحية وإهانتها بطرق مختلفة، قد تكون مباشرة أو غير مباشرة. وقد يستهدف السب فردا بعينه أو مجموعة معينة بسبب انتمائها العرقي أو الديني أو الاجتماعي.

وتزداد مظاهر خطاب السب بشكل ملحوظ على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يتم استخدام الألفاظ المهينة والعبارات المسيئة بشكل واسع، مما يعزز بيئات رقمية مليئة بالتمتر والتعدي اللفظي. لذلك،

من الضروري توعية الأفراد بمخاطر هذا السلوك والعمل على الحدّ منه من خلال القوانين واللوائح التي تجرّمه وتعاقب مرتكبيه. (داود، 2020، ص8-14)

5.1. أسباب انتشار خطاب الكراهية في مواقع التواصل الاجتماعي

أدى الانتشار الواسع والاستخدام المكثف لوسائل التواصل الاجتماعي إلى تكوين معتقدات وتصورات جديدة حول العالم، تختلف أحيانا عن الواقع الحقيقي. فقد وفرت هذه المنصات بيئة تمكن المتعصبين والمتطرفين من التواصل بسهولة، حتى عبر مسافات طويلة وبأسماء وهمية، مما سهل عليهم التنسيق والتواصل بتكاليف زهيدة بهدف الحشد والتجنيد لنشر الكراهية تجاه فئات ومجموعات معينة. (السرْحان، 2017، ص 12)

ويستغل المتطرفون والمتعصبون وسائل التواصل الاجتماعي كمنصة للتعبير عن آرائهم المتطرفة وبت رسائل الكراهية والازدراء. ومن أبرز الوسائل التي يعتمدون عليها التعليقات على الأخبار، حيث ينشرون آراء لا ترتبط بالمحتوى الفعلي للخبر، مما دفع العديد من الصحف إلى فرض رقابة مسبقة على التعليقات، بينما اضطرت بعض الصحف، خاصة في الولايات المتحدة، إلى إلغاء خاصية التعليقات تمامًا بسبب نقشي خطاب الكراهية. (صخر وسهل، 2021، ص305)

وقد أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي، في العديد من أنحاء العالم، مسرحاً لخطابات الكراهية التي تستهدف العرق، والدين، والسياسة، والطائفة وغيرها من الانتماءات. كما أن الأشخاص الذين كانوا في الماضي يعبرون عن أفكارهم بسرية في غرف مغلقة، وجدوا في هذه المنصات مساحة مفتوحة لنشر أفكارهم العدائية، مما أدى إلى وصول رسائلهم إلى الآلاف وأحيانا الملايين، وهو ما ساهم في تفاقم أثر خطاب الكراهية وتعظيم خطورته على المجتمعات.

2. ماهية وسائل التواصل الاجتماعي

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز أدوات الإعلام الجديد، حيث تتميز بخصائص عديدة يصعب حصرها، نظرا للتطور المستمر الذي تشهده من خلال التحديثات والميزات الجديدة التي تضاف يوميا. كما تعتبر هذه المنصات أيضا فضاء عاما مفتوحا يضم مستخدمين من مختلف الفئات والتخصصات، حيث يمكن أن تجد فيها الأطباء، والمهندسين، والمبرمجين، والمعلمين وغيرهم، مما يجعلها بيئة تفاعلية تجمع بين التواصل، وتبادل المعرفة، والتأثير في مختلف المجالات.

1.2. مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي

تعرف وسائل التواصل الاجتماعي على أنها: "مجموعة هويات اجتماعية ينشئها أفراد أو منظمات لديهم روابط نتيجة التفاعل الاجتماعي، ويمثلها هيكل أو شكل ديناميكي لجماعة اجتماعية، وهي تنشأ من أجل توسيع وتفعيل العلاقات المهنية أو علاقات الصداقة، كما تطلق على مواقع التواصل الاجتماعية عدة تسميات، منها: الويب، الشبكات الرقمية الاجتماعية، الشبكات الاجتماعية، وسائل الإعلام الاجتماعية". (مرسي، 2012، ص166)

وتشكل وسائل التواصل الاجتماعي "منصات إلكترونية تتيح للأفراد التواصل والتفاعل داخل مجتمع افتراضي، حيث يمكنهم بناء علاقات إيجابية قائمة على الاهتمامات والهوايات المشتركة. توفر هذه المواقع للمستخدمين إمكانية مشاركة المواضيع، الصور، ومقاطع الفيديو، كما تسمح بتلقي التعليقات والتفاعل من قبل الأعضاء الذين يجمعهم روابط واهتمامات مشتركة داخل هذه الشبكات". (مريم، 2014، ص56)

إضافة إلى ذلك، يشير هذا المصطلح إلى مجموعة من المواقع الإلكترونية التي ظهرت مع الجيل الثاني للويب، المعروف باسم ويب 2.0. وتوفر هذه المنصات بيئة افتراضية تفاعلية تُمكن الأفراد من

التواصل والتفاعل وفقاً لاهتماماتهم المشتركة أو انتماءاتهم المختلفة، سواء كانت بلد، جامعة، مدرسة، أو شركة. (ماهر وآخرون، 2015، ص200)

وتتيح هذه المواقع كذلك للمستخدمين إمكانية التواصل المباشر عبر إرسال الرسائل، استعراض الملفات الشخصية للآخرين، والاطلاع على أخبارهم ومعلوماتهم التي تم نشرها للعامة، مما يجعلها أداة قوية لتعزيز التفاعل الاجتماعي الرقمي.

كما تعمل هذه المنصات معاً على تمكين المستخدمين من التحكم في وقتهم، أنشطتهم، وعلاقاتهم الاجتماعية، مما يجعلها وسيلة فعالة للتفاعل والتواصل الرقمي. (جبريل وسلمى، 2015، ص22)

انطلاقاً من التعاريف السابقة، يمكن القول إن مواقع التواصل الاجتماعي تتضمن مجموعة متنوعة من المنصات الإلكترونية المتاحة على شبكة الإنترنت، مثل تويتر، يوتيوب، إنستغرام، وفيسبوك، والتي تتيح للأفراد فرصة التواصل والتعارف في بيئة افتراضية، سواء كانوا أصدقاء في الواقع أو أشخاصاً لا يعرفون بعضهم مسبقاً. ويتم هذا التواصل من خلال المحادثات الفورية، تبادل الرسائل، مشاركة الفيديوهات، البريد الإلكتروني، وغيرها من الخدمات التفاعلية التي توفرها تقنيات الوسائط المتعددة.

2.2. أهمية وسائل التواصل الاجتماعي

تحتل مواقع التواصل الاجتماعي مكانة بارزة في حياتنا اليومية، سواء على المستوى المهني أو الشخصي، وذلك بفضل تأثيرها الواسع في عدة مجالات، ويمكن تلخيص أهم فوائدها فيما يلي:

- المعرفة:

توفر مواقع التواصل الاجتماعي كما هائلا من المعلومات المتداولة يوميا، مما يتيح للأفراد فرصة اكتساب المعرفة في مختلف المجالات. فمتابعة معلومة جديدة يوميا يمكن أن تسهم في بناء ثروة ثقافية واسعة وتعزز الوعي العام.

- تبادل الأفكار:

نظرا للعدد الكبير من المستخدمين لهذه المنصات، أصبحت تتيح فضاء مفتوحا للنقاش وتبادل الأفكار حول مختلف القضايا، مما يعزز التفاعل الفكري بين الأفراد.

- التواصل بين الشعوب:

أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تقليص المسافات بين الشعوب، حيث أصبح بالإمكان التواصل مع أفراد من ثقافات مختلفة، والتعرف على معتقداتهم وتقاليدهم، بل وحتى ممارسة لغاتهم، مما يسرع عملية التعلم والانفتاح على العالم.

- الفوائد المهنية والتعليمية:

لقد أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي أداة فعالة في مجالات متعددة، مثل السياسة، الاقتصاد، والاجتماع، كما لعبت دورا بارزا في التعليم. إذ يرى خبراء التربية أنها أضافت بعدا إنسانيا لعملية التعلم،

من خلال التفاعل والمشاركة، مما يعزز الرغبة في اكتساب المعرفة، ويطور المهارات الشخصية، ويعزز الثقة بالنفس وروح العمل الجماعي. (شاكروضيف الله، 2021، ص19-20)

بهذا، يمكن القول إن مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد مجرد وسيلة للترفيه، بل تحولت إلى أداة مؤثرة في مختلف جوانب الحياة.

3.2. دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

هناك العديد من الدوافع التي تدفع الأفراد إلى الانتقال من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي وإنشاء حسابات شخصية على منصات التواصل الاجتماعي. وتعد هذه العوامل أكثر تأثيراً على فئة الشباب، حيث تحفزهم بشكل خاص على الانضمام إلى هذه الشبكات. ومن أبرز الأسباب التي تدفع الأفراد للاشتراك في هذه المنصات ما يلي:

- التفكك الأسري وانشغال الوالدين:

تلعب الأسرة دوراً جوهرياً في توفير الدعم العاطفي والاستقرار النفسي للفرد، إلا أن غياب هذا الدور نتيجة التفكك الأسري أو انشغال الوالدين قد يدفع بعض الأفراد، وخاصة الشباب، إلى اللجوء إلى منصات التواصل الاجتماعي للبحث عن بدائل تعويضية. في كثير من الأحيان، يكون الحرمان العاطفي أو غياب أحد الوالدين عاملاً رئيسياً في دفع الشخص إلى بناء علاقات بديلة في العالم الرقمي. (المنصور، 2012، ص33)

- الفراغ والبحث عن الترفيه:

يعد الفراغ وسوء استغلال الوقت أحد الأسباب التي تدفع الأفراد لقضاء وقت طويل على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث توفر هذه المنصات محتوى ترفيهياً متنوعاً يجذب المستخدمين. ومن بين أكثر

المنصات شيوعا فيسبوك، الذي يتيح للمستخدمين مشاركة الصور، مقاطع الفيديو، والمحتوى التفاعلي، مما يجعله خيارًا مفضلًا للكثيرين لقضاء أوقاتهم.

- البطالة وتأثيرها النفسي والاجتماعي:

تلعب البطالة دورا كبيرا في إضعاف العلاقات الاجتماعية، مما قد يؤدي إلى الإقصاء الاجتماعي نتيجة فقدان التواصل المهني. وقد يدفع الإحباط الناتج عن البطالة بعض الأفراد إلى اللجوء لشبكات التواصل الاجتماعي، إما للبحث عن فرص عمل أو في بعض الحالات لممارسة أنشطة غير قانونية مثل الاحتيال الرقمي أو الجرائم الإلكترونية. (نايف، 1433، ص212-213)

- الفضول واستكشاف العالم الرقمي:

تعد شبكات التواصل الاجتماعي نافذة إلى عالم رقمي واسع مليء بالمعلومات والتقنيات الحديثة، مما يدفع الأفراد إلى استكشافها بدافع الفضول والتعلم. وتعتمد هذه المنصات على استراتيجيات جذب الانتباه، حيث توفر محتوى متجددا باستمرار، مما يشجع المستخدمين على قضاء وقت أطول في تصفحها لأغراض تعليمية، أو ترفيهية، أو اجتماعية. (ناصر، 2018، ص20-21)

- بناء العلاقات والتواصل مع الآخرين:

لقد ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز التواصل بين الأفراد، حيث جمعت بين العلاقات الافتراضية والواقعية، مما يسهل التعارف بين أشخاص من ثقافات وخلفيات مختلفة. كما تُعد هذه المنصات أداة فعالة للتواصل مع الأصدقاء القدامى والتعرف على أشخاص جدد يشاركون نفس الاهتمامات، مما يعزز فرص بناء صداقات قوية.

- البحث عن فرص عمل والتسويق الرقمي:

لم تعد منصات التواصل الاجتماعي تقتصر على الترفيه، بل أصبحت أحد أقوى أدوات التسويق والتوظيف، حيث يستغلها أصحاب المشاريع ورواد الأعمال للترويج لمنتجاتهم وخدماتهم بتكاليف منخفضة. كما تُوفر هذه المنصات فرصة للتواصل المباشر بين الشركات والعملاء، بالإضافة إلى كونها وسيلة فعالة لربط الباحثين عن العمل بأصحاب الفرص الوظيفية.

ومع تزايد الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي، تتعدد دوافع المستخدمين للاشتراك فيها، سواء لأغراض التعليم، تنمية المهارات، التعبير عن الآراء بحرية، أو تعزيز الروابط الاجتماعية. ومع ذلك، يبقى الاستخدام الواعي والمتوازن لهذه المنصات هو المفتاح للاستفادة منها بشكل إيجابي دون الوقوع في سلبياتها. (ناصر، 2018، ص22)

4.2. أهم أنواع وسائل التواصل الاجتماعي

شهدت شبكات التواصل الاجتماعي، منذ نشأتها الأولى، تطورا ملحوظا، فتعددت بين منصات شخصية وأخرى عامة تهدف إلى تحقيق غايات محددة. ومع مرور الزمن، تغيرت قائمة المواقع الرائدة في هذا المجال من عام إلى آخر.

وتاريخيا، لعب موقع "Six Degrees" دورا بارزا وحقق انتشارا واسعا في بداياته، إلى جانب منصات أخرى مثل "OhmyNews". ومع تطور هذه الشبكات، بات تصنيفها يعتمد على شعبيتها، حيث تصدر اليوم عدد من المنصات البارزة، مثل فيسبوك، تويتر، ويوتيوب، التي تعد من أبرز مواقع التواصل الاجتماعي رغم اختلاف تخصصاتها ومجالات استخدامها. (معنوق وآخرون، 2012)

- فيسبوك:

يعد فيسبوك واحدا من أبرز منصات التواصل الاجتماعي عالميا، حيث يوفر للأفراد والشركات مساحة للتفاعل وتعزيز حضورهم الرقمي عبر مجموعة من الأدوات المتطورة. يتيح الموقع لمستخدميه إمكانية التواصل مع الآخرين داخل المنصة، بالإضافة إلى الربط مع منصات أخرى لتعزيز التفاعل الرقمي.

تأسس فيسبوك عام 2004 على يد مارك زوكربيرج. وانطلق في البداية كوسيلة لربط طلاب الجامعة، لكنه سرعان ما توسع ليشمل طلاب الجامعات الأخرى في الولايات المتحدة، بريطانيا، وكندا. ومع مرور الوقت، تطور الموقع من مجرد منصة لمشاركة الصور والتواصل الشخصي إلى شبكة اجتماعية ضخمة تديرها شركة فيسبوك، والتي بلغت قيمتها مليارات الدولارات بحلول 2007، بعد أن تجاوز عدد مستخدميها 21 مليون شخص.

اليوم، يصنف فيسبوك كواحد من أكثر الشبكات الاجتماعية استخداما وانتشارا حول العالم، حيث لعب دورا رئيسيا في تعزيز التواصل، مشاركة الأخبار، ودعم مجالات التسويق والإعلانات والأعمال التجارية. ويتنافس مع العديد من الشبكات الاجتماعية الأخرى التي تقدم ميزات وخدمات متنوعة. وتشير أحدث الإحصائيات العالمية إلى استمرار ارتفاع أعداد مستخدميها، مما يؤكد مكانته كأهم منصة للتواصل الاجتماعي في العصر الرقمي. (نصر، 2012، ص 23)

- تويتر:

يعد تويتر من أبرز شبكات التواصل الاجتماعي التي شهدت انتشارا واسعا في السنوات الأخيرة، حيث لعب دورا أساسيا في العديد من الأحداث السياسية، لا سيما في منطقة الشرق الأوسط. ويستمد الموقع اسمه من مصطلح "تويت" (Tweet)، والذي يعني "التغريد"، واتخذ من العصفور رمزا له، ليعكس طبيعة المحتوى القصير والسريع الذي يميز المنصة. (مرسي، 2012، ص 42)

انطلق تويتر في مارس 2006 كمشروع بحثي طورته شركة Obvious الأمريكية في سان فرانسيسكو، وتم إطلاقه رسمياً للعامة في أكتوبر من العام نفسه. وسرعان ما اكتسب الموقع شعبية واسعة بعد تقديمه مفهوم التدوينات المصغرة في عام 2007، ما دفع الشركة إلى فصله وإنشاء شركة تويتر ككيان مستقل. ومع زيادة أعداد المستخدمين الذين يعتمدون عليه في توثيق تفاصيل حياتهم اليومية، قررت شركة غوغل في 2009 دمج تغريدات تويتر ضمن نتائج البحث، مما عزز من مكانته كأحد أهم مصادر المعلومات الحديثة. (عادل وآخرون، 2021، ص92)

ويتيح تويتر لمستخدميه نشر رسائل نصية قصيرة لا تتجاوز 140 حرفاً، ما يجعله وسيلة مثالية للتعبير السريع والمكثف عن الأفكار والمستجدات. كما يمنح المستخدمين إمكانية مشاركة تغريداتهم مع متابعيهم أو الجمهور العام، مع التفاعل من خلال إعادة التغريد، التعليقات، والإعجابات. إضافة إلى ذلك، يوفر تويتر العديد من الميزات مثل التدوين المصغر، الردود، والتحديثات عبر البريد الإلكتروني، إلى جانب متابعة الأخبار والأحداث الهامة من خلال خدمة RSS. (مرسي، 2012، ص 42)

وقد أصبح تويتر اليوم منصة رئيسية للتصريحات الرسمية والشخصية، حيث يستخدمه السياسيون، والمشاهير، والصحفيون، وقادة المجتمعات للتواصل مع الجمهور مباشرة ونقل آرائهم وأخبارهم بشكل فوري. ومن المتوقع أن يتزايد تأثيره في المستقبل ليصبح أحد المصادر المعتمدة لنقل التصريحات الحكومية والأخبار العاجلة، خصوصاً بعد دوره المحوري في الأحداث السياسية الكبرى، مثل الربيع العربي، حيث كان وسيلة أساسية لنقل الأخبار وتنسيق الحراك الشعبي، ما عزز مكانته كأداة قوية في المشهد السياسي والاجتماعي العالمي.

- اليوتيوب:

يثار جدل حول تصنيف اليوتيوب، فبينما يراه البعض مجرد منصة لمشاركة الفيديوهات، يعتبره آخرون أحد شبكات التواصل الاجتماعي نظرا لما يقدمه من ميزات تفاعلية مثل التعليقات، الإعجابات، والمشاركة. فقد نجح اليوتيوب في أن يكون واحدا من أهم المنصات الرقمية بفضل دوره الفاعل في نشر المحتوى المرئي على نطاق واسع. (عادل وآخرون، 2021، ص45)

ويعد اليوتيوب موقعا إلكترونيا متخصصا في رفع، تنزيل، ومشاركة الفيديوهات مجانا، مما يمنح المستخدمين مرونة كبيرة في التحكم بمحتوهم، سواء كان عاما متاحا للجميع أو خاصا يمكن لمجموعة محددة فقط مشاهدته.

وتم إطلاق اليوتيوب عام 2005 من قبل ثلاثة موظفين سابقين في PayPal، وهم: تشاد هيرلي، ستيف تشين، وجاود كريم، وذلك في كاليفورنيا، الولايات المتحدة. استخدم الموقع تقنية أدوبي فلاش لعرض الفيديوهات في بداياته، وقدم محتوى متنوعا شمل الأفلام، البرامج التلفزيونية، مقاطع الموسيقى، بالإضافة إلى فيديوهات من إنتاج الهواة والمحترفين.

وقد أصبح اليوتيوب اليوم، بفضل تنوع محتواه وسهولة الوصول إليه، واحدا من أكبر المنصات الإعلامية عالميا، حيث يجمع بين الترفيه، والتعليم، والتفاعل الاجتماعي، مما يجعله جزءا أساسيا من المشهد الرقمي الحديث.

- لينكد إن:

يعتبر لينكد إن من أبرز المواقع المخصصة للبحث عن فرص العمل والتواصل المهني، وقد شهد إقبالا متزايدا في الآونة الأخيرة، خاصة مع تداعيات جائحة كورونا وانكماش الاقتصاد العالمي. وقد تأسست

الفصل الثاني.....الإطار النظري للدراسة

المنصة في بداية عام 2002، وتم إطلاقها رسمياً في عام 2003، لتصبح اليوم واحدة من أهم الأدوات التي تربط الباحثين عن العمل بأصحاب الشركات والمؤسسات حول العالم. (بابو وآخرون، 2022، ص19)

- إنستغرام:

يعتبر إنستغرام منصة تواصل اجتماعي تشبه فيسبوك في استخداماته، حيث يتيح للمستخدمين مشاركة الصور والفيديوهات والتواصل عبر الدردشة. وقد أطلق التطبيق رسمياً في عام 2010، ويتميز بإمكانية ربطه مع مختلف مواقع التواصل الاجتماعي، مما يسهل مشاركة المحتوى عبر منصات متعددة بكل سهولة. (بابو وآخرون، 2022، ص19)

- تيك توك:

يعد تيك توك منصة تواصل اجتماعي صينية المنشأ، تم تأسيسها في عام 2016، وتركز على تسجيل ومشاركة الفيديوهات القصيرة. وحققت المنصة انتشاراً واسعاً، خاصة بين فئة الشباب، حيث أصبحت واحدة من أكثر التطبيقات استخداماً عالمياً بفضل ميزات التفاعلية والمحتوى الإبداعي الذي يقدمه المستخدمون. (Isaac, 2020, p36)

- تيليجرام:

يعتبر تيليجرام واحداً من أشهر تطبيقات المراسلة، ويتميز بدرجة عالية من الأمان والخصوصية. تم إطلاقه في عام 2013، واشتهر بميزة التشفير القوي التي تتيح إجراء محادثات سرية، مما يجعله خياراً مفضلاً لمن يبحثون عن مراسلات آمنة وسريعة. (رضا، 2015، ص140-141)

الفصل الثالث

الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

1. الإجراءات المنهجية للدراسة

تمهيد

يسعى كل باحث من خلال دراسته إلى إيجاد حل للإشكالية التي طرحها، حيث تتم الإجابة عليها من خلال الإجابة على تساؤلات الدراسة وذلك بإخضاعها للدراسة العلمية. ولكي يتسنى ذلك ينبغي على الباحث اعتماد منهج معين يلائم طبيعة الموضوع بالإضافة إلى تحديد أبعاد دراسته المكانية والزمانية والبشرية، ومنه يتم تحديد أدوات جمع البيانات الميدانية التي تخدم موضوع الدراسة وكذا الأساليب الإحصائية المناسبة لطبيعة المتغيرات المراد دراستها.

ويعالج الفصل الحالي منهجية الدراسة، وتحديد عينة الدراسة، وأدوات الدراسة، واختبارات الصدق والثبات، وبيان متغيرات الدراسة، وتصميمها، والإجراءات التي اتبعتها الباحثة في تنفيذ الدراسة، والمعالجة الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات للوصول إلى النتائج.

وبالتالي، يستعرض هذا الفصل كل الإجراءات المنهجية التي تم اتباعها في الدراسة.

1.1.1. الدراسة الاستطلاعية

تعتبر الدراسة الاستطلاعية الخطوة الأولى لأي بحث علمي في جانبه الميداني لأنها تلم بمختلف جوانب المشكلة المطروحة، بالإضافة إلى أنها تعطينا نظرة أولية حول متغيرات الدراسة. وقد تم إجراء الدراسة الاستطلاعية بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة، من خلال أخذ عينة من الطلبة المسجلين بقسم علوم الإعلام والاتصال.

1.1.1.1. هدف الدراسة الاستطلاعية

تسعى الدراسة الاستطلاعية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، نذكر منها:

- التعرف على ميدان الدراسة.
- تحديد عينة الدراسة وإمكانية الحصول عليها.
- التأكد من الخصائص السيكولوجية لمقياس الدراسة.
- الوقوف على بعض الصعوبات التي تواجهها.

2.1.1. عينة الدراسة الاستطلاعية

تكونت عينة الدراسة الاستطلاعية من 30 طالبا مسجلا بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف المسيلة خلال السنة الدراسية 2024-2025.

خصائص عينة الدراسة الاستطلاعية:

نتناول في هذا الجزء من الدراسة الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة الاستطلاعية من حيث الجنس والمستوى الدراسي ومكان الإقامة والعمر.

وتتكون العينة الاستطلاعية للدراسة من 30 طالبا، وتمثلت خصائص هذه العينة فيما يلي:

- توزيع عينة الدراسة الاستطلاعية حسب متغير الجنس

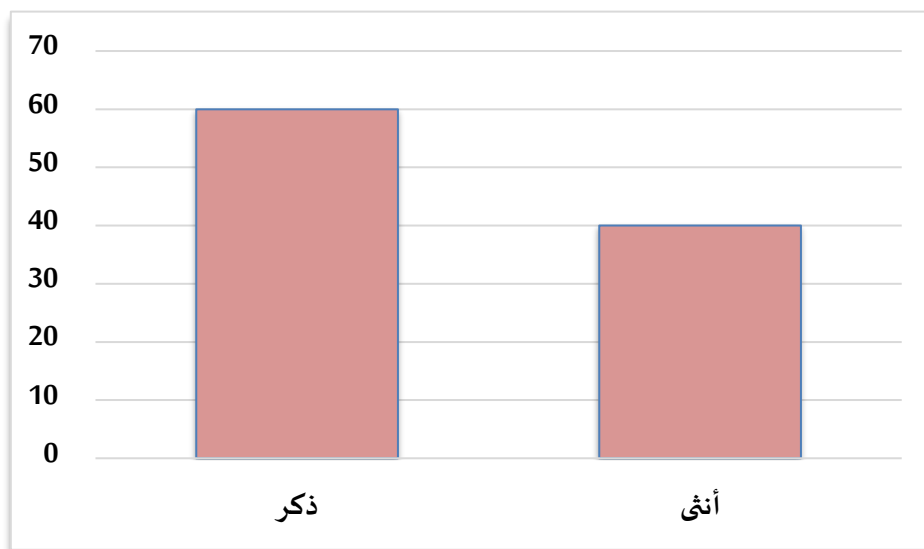
بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (1) توزيع عينة الدراسة الاستطلاعية حسب متغير الجنس

الفئة	الجنس	التكرار	النسبة المئوية
01	ذكر	18	60.0
02	أنثى	12	40.0
	المجموع	30	100.0

المصدر: من إعداد الباحثة

الرسم البياني رقم (1) توزيع عينة الدراسة الاستطلاعية حسب متغير الجنس



المصدر: من إعداد الباحثة

يتضح من خلال الجدول رقم (1) والرسم البياني رقم (1) وبالنظر إلى تكرارات أفراد العينة الاستطلاعية للدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 30 طالباً، أن 18 منهم يمثلون فئة الذكور بنسبة بلغت 60,0%، أما حجم الإناث فقد بلغ 12 أنثى بنسبة قدرت بـ 40.0%، وعليه فإن أغلب أفراد عينة الدراسة الاستطلاعية من جنس الذكور.

- توزيع عينة الدراسة الاستطلاعية حسب متغير الطور الدراسي:

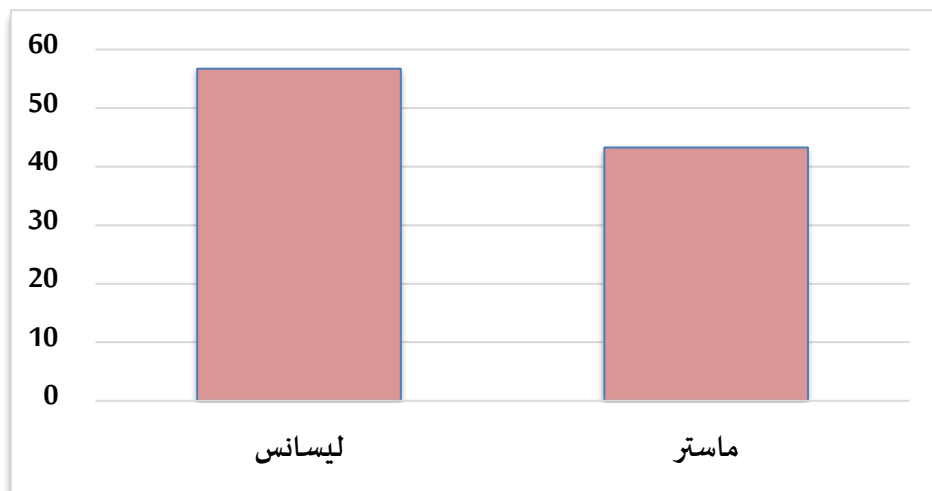
بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (2) توزيع عينة الدراسة الاستطلاعية حسب متغير الطور الدراسي

الفئة	الطور الدراسي	التكرار	النسبة المئوية
01	ليسانس	17	56.7
02	ماستر	13	43.3
	الإجمالي	30	100.0

المصدر: من إعداد الباحثة

الرسم البياني رقم (2) توزيع عينة الدراسة الاستطلاعية حسب متغير الطور الدراسي



المصدر: من إعداد الباحثة

يتبين من خلال الجدول رقم (2) والرسم البياني رقم (2) أن أفراد العينة الاستطلاعية والبالغ عددهم (30) توزعوا حسب الطور الدراسي إلى فئتين، تمثل الفئة الأولى الطلبة الذين يدرسون في طور الليسانس وقدر عددهم إجمالاً (17) طالبا بنسبة مئوية بلغت 56.7%، يليها الفئة الثانية والتي تشمل الطلبة الذين يدرسون في طور الماستر وعددهم (13) طالبا بنسبة مئوية بلغت 43.3%. وعليه فإن أغلب أفراد عينة الدراسة من فئة طلبة طور الليسانس.

- توزيع عينة الدراسة الاستطلاعية حسب متغير مكان الإقامة:

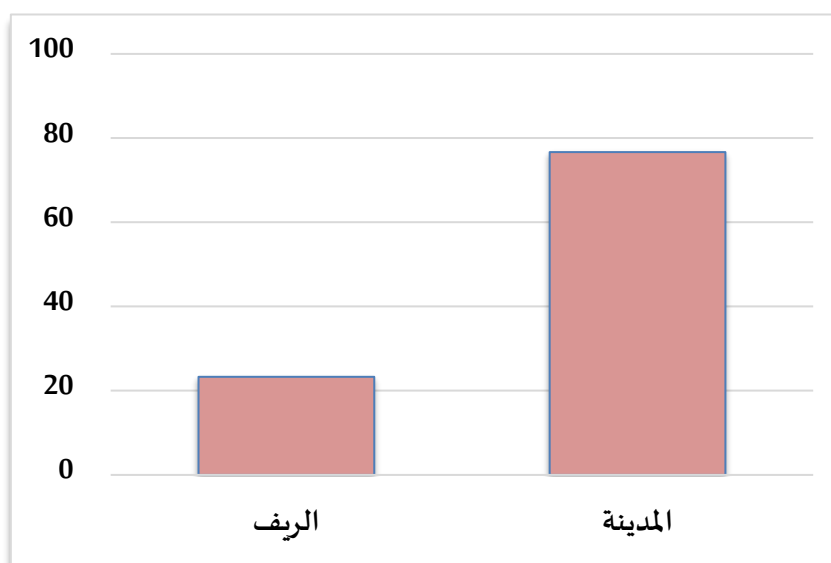
بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (3) توزيع عينة الدراسة الاستطلاعية حسب متغير مكان الإقامة

الفئة	مكان الإقامة	التكرار	النسبة المئوية
01	الريف	7	23.3
02	المدينة	23	76.7
	الإجمالي	30	100.0

المصدر: من إعداد الباحثة

الرسم البياني رقم (3) توزيع عينة الدراسة الاستطلاعية حسب متغير مكان الإقامة



المصدر: من إعداد الباحثة

يتبين من خلال الجدول رقم (3) والرسم البياني رقم (3) أن أفراد العينة الاستطلاعية والبالغ عددهم (30) توزعوا حسب مكان الإقامة إلى فئة الطلبة الذين يقيمون بالمدينة وقدر عددهم إجمالاً (23) طالبا بنسبة مئوية بلغت 76.7%، أما الفئة الثانية فتمثل الطلبة الذين يقيمون بالريف وعددهم (7) طلبة بنسبة مئوية بلغت 23.3%، وعليه فإن أغلب أفراد عينة الدراسة الاستطلاعية يقيمون بالمدينة.

- توزيع عينة الدراسة الاستطلاعية حسب متغير العمر:

بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (4) توزيع عينة الدراسة الاستطلاعية حسب متغير العمر

العمر	المدى	أصغر قيمة	أكبر قيمة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	10	20	30	22.47	1.756

المصدر: من إعداد الباحثة

يتضح من خلال الجدول رقم (4) أن البيانات الوصفية لمتغير العمر في العينة المدروسة (ن = 30) تظهر تبايناً محدوداً، حيث بلغ المدى 10 (Range) سنوات، مع أصغر عمر مسجل 20 سنة وأكبر عمر 30 سنة. ويشير المتوسط الحسابي ($M = 22.47$)، الانحراف المعياري ($SD = 1.756$) إلى تمركز البيانات حول فئة الشباب في العشرينيات المبكرة.

3.1.1. أداة الدراسة الاستطلاعية

بغرض جمع البيانات المتعلقة بمتغيرات الدراسة، تم تصميم استبيان لقياس اتجاهات الشباب الجامعي نحو خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي لدى عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف المسيلة، وهذا بعد الاطلاع على بعض المصادر والمراجع والأدب النظري المتوفر.

وقد تكون الاستبيان في صورته الأولية من قسمين:

القسم الأول: خاص بجمع البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة، والتي تتمثل في: الجنس، والطور الدراسي، ومكان الإقامة، والعمر.

القسم الثاني: ويشتمل على (34) فقرة موزعة على ثلاث أبعاد هي:

- المعرفة والتصورات حول خطاب الكراهية وقد اشتمل على (12) فقرة
- المشاعر والانفعالات تجاه خطاب الكراهية وقد اشتمل على (11) فقرة
- السلوك والتفاعل مع خطاب الكراهية وقد اشتمل على (11) فقرة

الجدول رقم (5) أبعاد الاستبيان وأرقام الفقرات وعددها لكل بعد

الرقم	أبعاد الاستبيان	أرقام الفقرات	عدد الفقرات
01	المعرفة والتصورات حول خطاب الكراهية	من 01 إلى 12	12
02	المشاعر والانفعالات تجاه خطاب الكراهية	من 13 إلى 23	11
03	السلوك والتفاعل مع خطاب الكراهية	من 24 إلى 34	11
	المجموع الكلي		34

المصدر: من إعداد الباحثة

تصحيح الاستبيان:

تم تقدير استجابات أفراد العينة على فقرات الاستبيان وفق سلم "ليكرت" الخماسي وفق التدرج من (1 إلى 5)، وهذا حسب الدرجات الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (6) طريقة تصحيح الاستبيان الكلي

البدائل	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الباحثة

وتم تفسير النتائج من خلال الحد الفاصل للحكم على تقديرات المتوسطات الحسابية الموزونة بناءً على طول الفئة، وذلك كما يلي:

$$\text{المدى} = \text{أكبر قيمة} - \text{أصغر قيمة} = 5 - 1 = 4$$

$$\text{وعدد الفئات} = 5$$

$$\text{أي أن طول الفئة} = 5 \div 4 = 0.80$$

وبذلك تم حساب المتوسط الحسابي الموزون على النحو الآتي:

$$- (1 - 1.79) \text{ تعني "غير موافق بشدة"}$$

$$- (1.80 - 2.59) \text{ تعني "غير موافق"}$$

$$- (2.60 - 3.39) \text{ تعني "محايد"}$$

$$- (3.40 - 4.19) \text{ تعني "موافق"}$$

$$- (4.20 - 5) \text{ تعني "موافق بشدة"}$$

2.1. الخصائص السيكومترية لأداة الدراسة

يقصد بالخصائص السيكومترية تقنين الأداة عن طريق حساب صدقها وثباتها وذلك بهدف التحقق من صلاحيتها للاستخدام في الدراسة الحالية.

1.2.1. صدق الاستبيان

تعتبر الأداة صادقة إذا كانت تقيس ما وضعت لقياسه. وللتحقق من صدق الاستبيان تم اتباع الطريقة التالية:

- الصدق الظاهري

تم عرض الاستبيان على خمس (5) أساتذة من أعضاء هيئة التدريس ينتسبون إلى جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، وهم الواردة أسماؤهم في الملحق (أنظر الملحق رقم (2))، وذلك للتحقق من مدى مناسبه لتحقيق أهداف الدراسة الحالية، ودقة الصياغة العلمية واللغوية لفقرات الاستبيان، وتعديل ما يرونه مناسباً بالحذف أو الإضافة. وفي ضوء آراء المحكمين، تم تعديل وإعادة صياغة عدد من الفقرات.

2.2.1. ثبات الاستبيان

تم حساب ثبات هذا الاستبيان بطريقتين كما يلي:

- طريقة ألفا كرونباخ

تم التأكد من ثبات الاستبيان باستخدام معادلة كرونباخ ألفا بعد التطبيق على عينة استطلاعية مكونة من (30) طالبا من قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة. ويوضح الجدول التالي معامل الثبات باستخدام معادلة كرونباخ ألفا.

الجدول رقم (7) معامل الثبات باستخدام معادلة كرونباخ ألفا

الاستبيان	عدد العبارات	قيمة ألفا كرونباخ
المقياس ككل	34	0.788

المصدر: من إعداد الباحثة

يشير الجدول رقم (7) إلى أن قيمة معامل الثبات الكلي للاستبيان بلغ (0.788)، وهذا ما يدل على أن المقياس يتسم بدرجة جيدة من الثبات، مما يبين مدى صالحيته للتطبيق الميداني.

- طريقة التجزئة النصفية:

تم استخدام درجات عينة عددها (30) طالبا لحساب ثبات الاستبيان بطريقة التجزئة النصفية، حيث احتسبت درجة النصف الأول للاستبيان وكذلك درجة النصف الثاني من الدرجات وذلك بحساب معامل الارتباط بين النصفين، ثم جرى تعديل الطول باستخدام معادلة سبيرمان براون ومعادلة جوتمان والنتائج كما هي مبينة في الجدول:

الجدول رقم (8) التجزئة النصفية للاستبيان

عدد البنود	الارتباط الداخلي للمجموعة الفردية (فقرة 17)	الارتباط الداخلي للمجموعة الزوجية (فقرة 17)	معامل الارتباط بين التجزئتين (فردية/زوجية)	تصحیح المعامل بمعادلة سبيرمان براون	تصحیح المعامل بمعادلة جوتمان
34	0.733	0.565	0.605	0.754	0.748

المصدر: من إعداد الباحثة

يتبين من خلال الجدول رقم (8) أن معامل الارتباط الداخلي للمجموعة الأولى الفردية ذات (17) فقرة كان يقدر بـ (0.733) في حين كان معدل الارتباط الداخلي للمجموعة الزوجية ذات (17) فقرة قد بلغ (0.565) وكلاهما يؤشر على وجود ارتباط داخل كل مجموعة.

أما معامل الارتباط بين المجموعتين والذي يحسب بمعامل بيرسون فقد بلغ (0.605) وهي قيمة تظهر مدى الارتباط وهذا قبل التصحيح، وبعد تصحيحه بمعامل سبيرمان براون لتصحيح الطول بلغ (0.754)، كما تم تأكيد الارتباط بمعادلة جوتمان والتي بلغت قيمته (0.748). ومنه يمكن القول إن الاستبيان يتسم بدرجة جيدة من الثبات، مما يبين مدى صلاحيته للتطبيق الميداني.

3.1. الدراسة الأساسية

1.3.1. منهج الدراسة الأساسية

إن البحث العلمي لا يمكن أن يقوم دون منهج واضح يساعده في البحث عن أسباب مشكلة موضوع الدراسة بحيث يلائم هذا المنهج طبيعة الموضوع وذلك لضمان الحصول على نتائج يمكن تعميمها والوثوق في نتائجها، وعليه فإن المنهج المتبع في هذه الدراسة هو المنهج المسحي، الذي يعرف على أنه "محاولة تحليل وتفسير وعرض واقع الحال للأفراد في مؤسسة مثلا، أو منظمة معينة لمعرفة الاتجاهات السائدة فيها... ويعد في الدراسات الإعلامية الاتصالية من أكثر المناهج استعمالا لأن خصائصه تتماشى والكثير من الإشكاليات التي يطرحها هذا العلم على مستوى العناصر الاتصالية التي يقف عليها " (تمار، 2017، ص66)

وقد تم استخدام هذا المنهج لأنه يتلاءم وطبيعة موضوع دراستنا الذي يهدف إلى وصف وتفسير اتجاهات الشباب الجامعي نحو خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي لدى عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة المسجلين خلال السنة الجامعية 2024-2025.

2.3.1. مجتمع الدراسة وعينة الدراسة

- مجتمع الدراسة

يمثل مجتمع الدراسة المجموعة الكاملة من الأفراد أو الوحدات التي يراد دراسة خصائصها أو سلوكها، والتي يستند إليها الباحث لجمع البيانات وتحليل النتائج.

ويتكون مجتمع الدراسة الحالية من كل الطلبة المسجلين في قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة

محمد بوضياف بالمسيلة خلال السنة الجامعية 2024-2025

- عينة الدراسة

العينة هي جزء من مجتمع الدراسة يتم اختياره بطريقة منهجية لتمثيل المجتمع بأكمله، بهدف إجراء الدراسة وتحليل النتائج دون الحاجة لفحص كامل المجتمع. فأي ظاهرة تعتمد أساسا على العينة المأخوذة من هذه الظاهرة، إذ أنه بدون عينة لا نستطيع دراسة أي مشكلة، والعينة هي جزء من مجتمع البحث وحجم العينة هو عدد عناصرها.

وفي الدراسة الحالية، تم الاعتماد على العينة المتاحة Convenient sampling، وتسمى أيضا بالعينة الصدفية أو المتوفرة، وهي العينة التي يتم فيها اختيار مفردات العينة نتيجة لعامل الصدفة، وتستخدم هذا النوع من العينات كثيرا في الدراسات الإعلامية مثل قياس اتجاهات الرأي العام حول موضوع ما. ويشترط أن يكون الطالب أو الطالبة مسجلا في قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة خلال السنة الجامعية 2024-2025.

وتتكون عينة الدراسة من 60 طالبا، وتتمثل خصائصها فيما يلي:

- توزيع العينة الأساسية حسب متغير الجنس

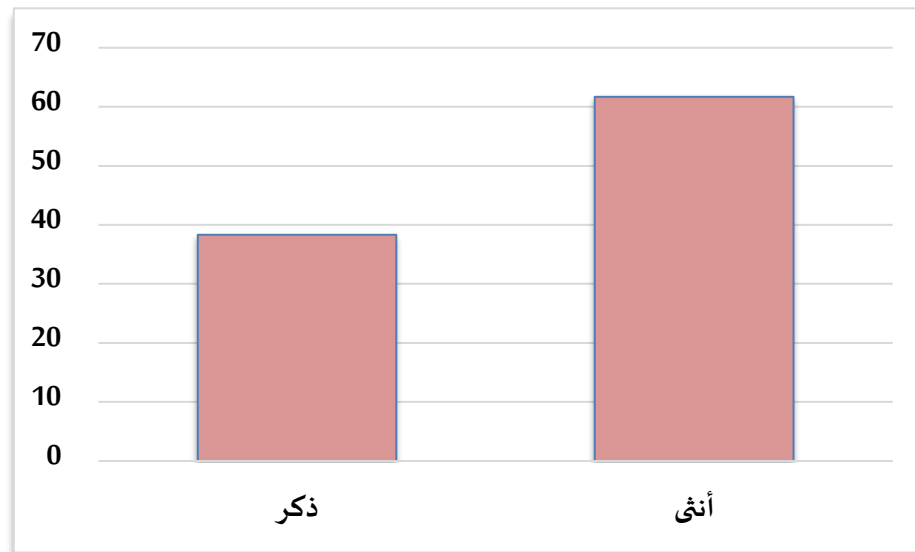
بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (9) توزيع العينة الأساسية حسب متغير الجنس

الفئة	الجنس	التكرار	النسبة المئوية
01	ذكر	23	38.3
02	أنثى	37	61.7
	المجموع	60	100.0

المصدر: من إعداد الباحثة

الرسم البياني رقم (4) توزيع العينة الأساسية حسب متغير الجنس



المصدر: من إعداد الباحثة

يتضح من خلال الجدول رقم (9) والرسم البياني رقم (4)، وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة الأساسية والبالغ عددهم إجمالاً 60 طالباً، أن 37 منهم يمثلون فئة الإناث بنسبة مئوية بلغت 61,7%، أما حجم الذكور فقد بلغ 23 طالباً بنسبة مئوية قدرت بـ 38.3%، وعليه فإن أغلب أفراد عينة الدراسة من الطالبات.

- توزيع العينة الأساسية حسب متغير الطور الدراسي:

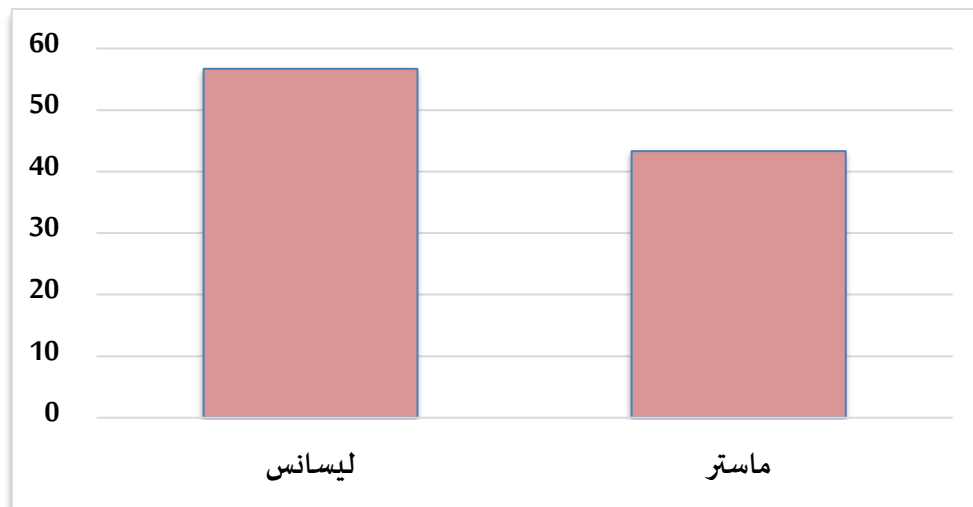
بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (10) توزيع العينة الأساسية حسب متغير الطور الدراسي

الفئة	الطور الدراسي	التكرار	النسبة المئوية
01	ليسانس	34	56.7
02	ماستر	26	43.3
	الإجمالي	60	100.0

المصدر: من إعداد الباحثة

الرسم البياني رقم (5) توزيع العينة الأساسية حسب متغير الطور الدراسي



المصدر: من إعداد الباحثة

يتبين من خلال الجدول رقم (10) والرسم البياني رقم (5) السابق أن أفراد العينة الاستطلاعية والبالغ عددهم (60) توزعوا حسب الطور الدراسي إلى فئتين، تمثل الفئة الأولى الطلبة الذين يدرسون في طور الليسانس وقدّر عددهم إجمالاً (34) طالبا بنسبة مئوية بلغت 56.7%، يليها الفئة الثانية والتي تشمل

الطلبة الذين يدرسون في طور الماجستير وعددهم (26) طالبا بنسبة مئوية بلغت 43.3%. وعليه فإن أغلب أفراد عينة الدراسة من فئة طلبة طور الليسانس.

- توزيع العينة الأساسية حسب متغير مكان الإقامة:

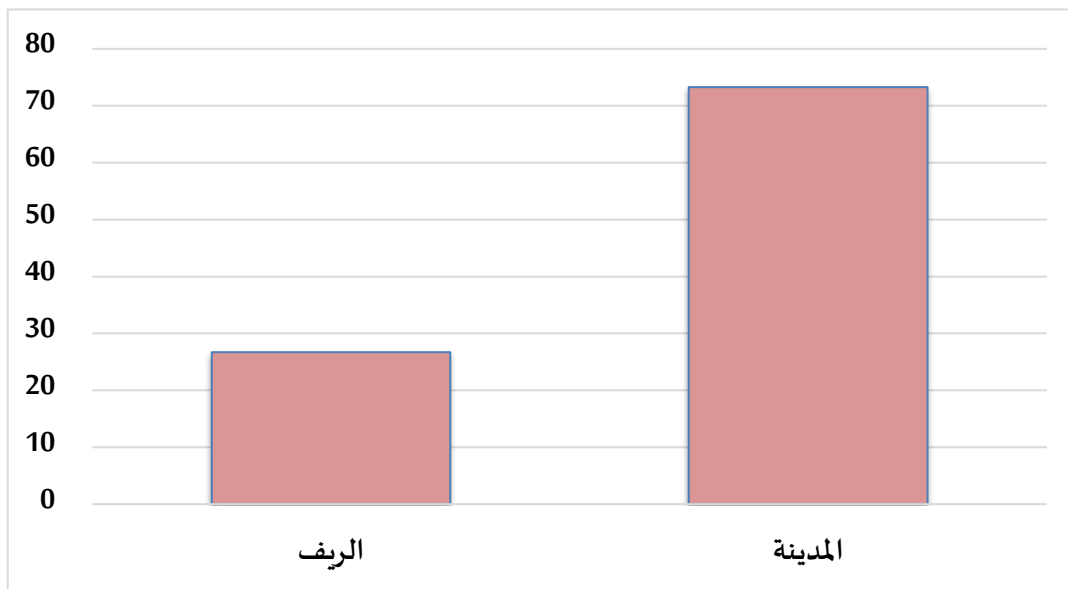
بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (11) توزيع العينة الأساسية حسب متغير مكان الإقامة

الفئة	مكان الإقامة	التكرار	النسبة المئوية
01	الريف	16	26.7
02	المدينة	44	73.3
	الإجمالي	60	100.0

المصدر: من إعداد الباحثة

الرسم البياني رقم (6) توزيع العينة الأساسية حسب متغير مكان الإقامة



المصدر: من إعداد الباحثة

يتبين من خلال الجدول رقم (11) والرسم البياني رقم (6) يتبين أن أفراد العينة الأساسية والبالغ عددهم (60) توزعوا حسب مكان الإقامة إلى فئة الطلبة الذين يقيمون بالمدينة وقدر عددهم إجمالاً بـ (44) طالبا ونسبة مئوية بلغت 73.3%، أما الفئة الثانية فتتمثل الطلبة الذين يقيمون بالريف وعددهم (16) طالبا بنسبة مئوية بلغت 26.7%، وعليه فإن أغلب أفراد عينة الدراسة يقيمون بالمدينة.

- توزيع العينة الأساسية حسب متغير العمر:

بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (12) توزيع العينة الأساسية حسب متغير العمر

العمر	المدى	أصغر قيمة	أكبر قيمة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	11	19	30	22.45	2.243

المصدر: من إعداد الباحثة

يتضح من خلال الجدول رقم (12) أن البيانات الوصفية لمتغير العمر في العينة المدروسة (ن = 60) تظهر تباينا محدودا، حيث بلغ المدى (Range) 11 سنة، مع أصغر قيمة مسجلة 19 سنة وأكبر قيمة 30 سنة. ويشير المتوسط الحسابي ($M = 22.45$ ، الانحراف المعياري $SD = 2.243$) إلى تمركز البيانات حول فئة الشباب في العشرينيات المبكرة.

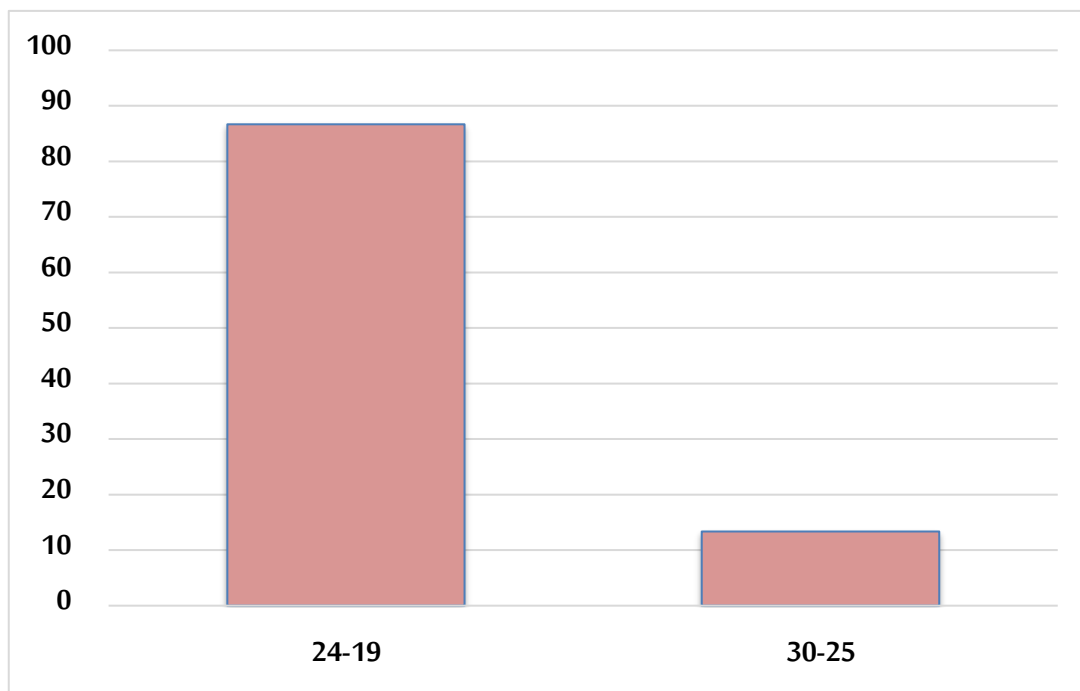
وقد تقسيم متغير العمر إلى فئات كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (13) توزيع العينة الأساسية حسب متغير العمر

الفئة	العمر	التكرار	النسبة المئوية
01	24-19	52	86.67
02	30-25	8	13.33
الإجمالي		60	100.0

المصدر: من إعداد الباحثة

الرسم البياني رقم (7) توزيع العينة الأساسية حسب فئات متغير العمر



المصدر: من إعداد الباحثة

يتبين من خلال الجدول رقم (13) والرسم البياني رقم (7)، أن أفراد العينة الأساسية والبالغ عددهم (60) توزعوا حسب متغير العمر إلى فئتين، تمثل الفئة الأولى الطلبة ذوي الفئة العمرية (19-24) و قدر عددهم إجمالاً بـ (52) طالبا وبنسبة مئوية بلغت 86.67%، أما الفئة الثانية فتشمل الطلبة ذوي الفئة العمرية (25-30) وعددهم (8) طلبة بنسبة مئوية بلغت 13.33%. وعليه فإن أغلب أفراد عينة الدراسة من ذوي الفئة العمرية (19-24).

3.3.1. أدوات الدراسة

إن الأدوات هي الوسائل اللازمة والضرورية التي يستخدمها الباحث للوصول للمعلومة اللازمة للدراسة. وبعد الاطلاع على الخصائص النفسية والاجتماعية لأفراد العينة والدراسات السابقة المتعلقة بمشكلة الدراسة اعتمدنا على استمارة الاستبيان كأداة أساسية للدراسة الحالية، وذلك من أجل معرفة اتجاهات طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة نحو خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وتم تطوير الاستبيان لجمع البيانات اللازمة للدراسة اعتمادا على مجموعة من الدراسات السابقة والتراث النظري حول خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

وقد تكون الاستبيان من قسمين:

القسم الأول: ويشمل البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة، والتي تتمثل في: الجنس، والطور الدراسي، ومكان الإقامة، والعمر.

القسم الثاني: ويشتمل على (34) فقرة موزعة على ثلاث أبعاد هي:

- البعد الأول " المعرفة والتصورات حول خطاب الكراهية ": يشمل (12) فقرة
- البعد الثاني "المشاعر والانفعالات تجاه خطاب الكراهية ": يضم (11) فقرة
- البعد الثالث " السلوك والتفاعل مع خطاب الكراهية ": يشمل (11) فقرة

4.3.1. حدود الدراسة

تتضمن حدود الدراسة الميدانية الحد المكاني، الحد الزمني، الحدود البشري (عينة الدراسة) والحد الموضوعي، وهي كالآتي:

- الحد المكاني: وهو ميدان الدراسة الحالية، حيث أجريت هذه الدراسة بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة
- الحد الزمني: تم إجراء الدراسة الميدانية خلال السداسي الثاني من السنة الجامعية 2024-2025.
- الحد البشري: تمثل في عينة من الطلبة المسجلين بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة خلال السنة الجامعية 2024-2025
- الحد الموضوعي: يتعلق بموضوع الاتجاهات نحو خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي

5.3.1. الأساليب الإحصائية المستخدمة

لا شك أن أي دراسة لا تكاد تخلو من الجانب الإحصائي الذي يعد أحد ركائز البحث العلمي وهذا بالنظر إلى إسهامات علم الإحصاء في تحليل النتائج بالدقة المطلوبة والمراد الوصول إليها، من هنا اعتمدت الباحثة على جملة من الأساليب الإحصائية في معالجة بيانات هذه الدراسة وذلك بالاستعانة ببرنامج (Excel) وبرنامج (SPSS) في نسخته الـ 25 في تطبيق الأساليب التالية:

- الإحصاء الوصفي:

من أجل وصف عينة الدراسة، وقد اعتمدنا الأساليب الإحصائية التالية: التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والدوائر النسبية.

- الإحصاء الاستدلالي:

وذلك بهدف حساب الخصائص السيكومترية لأداة الدراسة، ويشمل الأساليب الإحصائية التالية:

- استخدام معامل الارتباط بيرسون لحساب التجزئة النصفية.

- معامل ألفا كرونباخ لحساب الثبات.

خلاصة

من خلال ما تم عرضه في هذا الفصل نكون قد وضحنا أهم الإجراءات المنهجية التي يتبعها الباحث في دراسته الميدانية، فهي بذلك تسهل له عملية جمع البيانات ومعالجتها بطرق علمية بحيث يمكن الاعتماد على نتائجها، حيث يبدأ الباحث دراسته الميدانية بدراسة استطلاعية تمهيدية للدراسة الأساسية، ثم التعريف بالمنهج المستخدم في الدراسة، بالإضافة إلى الأدوات المستخدمة والأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات التي تم جمعها.

2. عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة الأساسية

1.2. عرض نتائج الدراسة الأساسية

1.1.2. النتائج المتعلقة بالسؤال الأول

ما مدى إدراك طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة لخطاب الكراهية

عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة على البعد الأول من أبعاد الاستبيان، ومن ثم حساب النسبة المئوية والاتجاه السائد على كل فقرة من فقرات هذا البعد، كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (14) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والاتجاه السائد والترتيب لعبارة البعد الأول المتعلق بالمعرفة والتصورات حول خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي

رقم العبارة	العبارة	التكرار والنسبة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الاتجاه السائد	الترتيب
01	أستطيع تمييز خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي	ك	3	7	4	31	15	3.80	1.102	76.00	موافق	06
		%	5.0	11.7	6.7	51.7	25.0					
02	أصاف منشورات أو تعليقات تحتوي على كراهية بشكل متكرر على مواقع التواصل الاجتماعي	ك	4	9	5	28	14	3.65	1.191	73.00	موافق	10
		%	6.7	15.0	8.3	46.7	23.3					
03	خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي له تأثيرات سلبية خطيرة على المجتمع	ك	4	2	5	25	24	4.05	1.111	81.00	موافق	03
		%	6.7	3.3	8.3	41.7	40.0					

الفصل الثالث.....الإطار التطبيقي للدراسة

رقم العبارة	العبارة	التكرار والنسبة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	لا	محايد	أوافق	أوافق بشدة	المتوسط الحسابي	الإحراف المعياري	النسبة المئوية	الاتجاه السائد	الترتيب
04	أرى أن بعض أشكال خطاب الكراهية لا يمكن التسامح معها	ك	9	16	14	17	4	2.85	1.191	57.00	محايد	11	
		%	15.0	26.7	23.3	28.3	6.7						
05	التحريض ضد جماعة معينة على مواقع التواصل الاجتماعي أمر خطير جدا	ك	3	2	9	19	27	4.08	1.094	81.60	موافق	02	
		%	5.0	3.3	15.0	31.7	45.0						
06	حرية التعبير لا تبرر نشر الكراهية أو التحريض ضد الآخرين على مواقع التواصل الاجتماعي	ك	4	7	7	24	18	3.75	1.202	75.00	موافق	09	
		%	6.7	11.7	11.7	40.0	30.0						
07	يجب التفريق بين النقد البناء وخطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي	ك	2	2	8	32	16	3.97	.920	79.40	موافق	05	
		%	3.3	3.3	13.3	53.3	26.7						
08	خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي يؤدي مشاعر المستهدفين به	ك	4	5	10	21	20	3.80	1.190	76.00	موافق	08	
		%	6.7	8.3	16.7	35.0	33.3						
09	يجب وجود قوانين صارمة لمعاقبة ناشري خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي	ك	1	2	5	14	38	4.43	.909	88.60	موافق بشدة	01	
		%	1.7	3.3	8.3	23.3	63.3						
10	خطاب الكراهية ليس شائعا على مواقع التواصل الاجتماعي	ك	17	22	12	5	4	2.28	1.166	45.60	غير موافق	12	
		%	28.3	36.7	20.0	8.3	6.7						
11	يجب وضع قيود على محتويات مواقع التواصل الاجتماعي للحد من انتشار خطاب الكراهية	ك	3	2	9	22	24	4.03	1.073	80.60	موافق	04	
		%	5.0	3.3	15.0	36.7	40.0						
12	الجهل وسوء فهم الآخرين من أسباب نشر خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي	ك	4	6	5	28	17	3.80	1.162	76.00	موافق	07	
		%	6.7	10.0	8.3	46.7	28.3						
المحور ككل													
								3.71	.445	74.20	موافق		

المصدر: من إعداد الباحثة

يتضح من خلال الجدول رقم (14) والرسم البياني رقم (8)، أن المتوسط الكلي لإجابات أفراد العينة على بعد المعرفة والتصورات حول خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي بلغ 3.71 وانحراف معياري قدره 0.445 والاتجاه السائد حول البعد جاء موافق.

كما نلاحظ أن متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة كانت محصورة بين (2.28 و4.43). ويمكن استخلاص النتائج التالية حسب ترتيب كل عبارة كما يلي:

- جاءت في المرتبة الأولى العبارة رقم (09) التي تنص على "يجب وجود قوانين صارمة لمعاقبة ناشري خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 3.43 وانحراف معياري بلغ 0.909، وبوزن نسبي بلغ 88.60 والاتجاه السائد حول العبارة جاء موافق بشدة ، وهذا يعني أن نسبة (88.60%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون بشدة على ضرورة وجود قوانين صارمة لمعاقبة ناشري خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- جاءت في المرتبة الثانية العبارة رقم (05) التي تنص على "التحريض ضد جماعة معينة على مواقع التواصل الاجتماعي أمر خطير جدا" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 4.08 وانحراف معياري بلغ 1.094، وبوزن نسبي بلغ 81.60 والاتجاه السائد حول العبارة جاء موافق، وهذا يعني أن نسبة (81.60%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على خطورة التحريض ضد جماعة معينة على مواقع التواصل الاجتماعي.

- جاءت في المرتبة الثالثة العبارة رقم (03) التي تنص على "خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي له تأثيرات سلبية خطيرة على المجتمع" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 4.05 وانحراف معياري بلغ 1.111، وبوزن نسبي بلغ 81.00 والاتجاه السائد حول العبارة جاء موافق ، وهذا يعني أن نسبة

(81.00%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أن لخطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي تأثيرات سلبية خطيرة على المجتمع.

- جاءت في المرتبة الرابعة العبارة رقم (11) التي تنص على "يجب وضع قيود على محتويات مواقع التواصل الاجتماعي للحد من انتشار خطاب الكراهية" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 4.03 وانحراف معياري بلغ 1.073، وبوزن نسبي بلغ 80.60 والاتجاه السائد حول العبارة جاء موافق، وهذا يعني أن نسبة (80.60%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أنه يجب وضع قيود على محتويات مواقع التواصل الاجتماعي للحد من انتشار خطاب الكراهية.

- جاءت في المرتبة الخامسة العبارة رقم (07) التي تنص على "يجب التفريق بين النقد البناء وخطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 3.97 وانحراف معياري بلغ 0.920، وبوزن نسبي بلغ 79.40 والاتجاه السائد حول العبارة جاء موافق، وهذا يعني أن نسبة (79.40%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أنه يجب التفريق بين النقد البناء وخطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- جاءت في المرتبة السادسة العبارة رقم (01) التي تنص على "أستطيع تمييز خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 3.80 وانحراف معياري بلغ 1.102، وبوزن نسبي بلغ 76.00 والاتجاه السائد حول العبارة جاء موافق، وهذا يعني أن نسبة (76.00%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أنهم يستطيعون تمييز خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- جاءت في المرتبة السابعة العبارة رقم (12) التي تنص على "الجهل وسوء فهم الآخرين من أسباب نشر خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 3.80 وانحراف معياري بلغ 1.162، وبوزن نسبي بلغ 76.00 والاتجاه السائد حول العبارة جاء موافق ، وهذا يعني أن نسبة (76.00%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أن الجهل وسوء فهم الآخرين من أسباب نشر خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- جاءت في المرتبة الثامنة العبارة رقم (08) التي تنص على "خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي يؤدي مشاعر المستهدفين به" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 3.80 وانحراف معياري بلغ 1.190، وبوزن نسبي بلغ 76.00 والاتجاه السائد حول العبارة جاء موافق، وهذا يعني أن نسبة (76.00%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أن خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي يؤدي مشاعر المستهدفين به.

- جاءت في المرتبة التاسعة العبارة رقم (06) التي تنص على "حرية التعبير لا تبرر نشر الكراهية أو التحريض ضد الآخرين على مواقع التواصل الاجتماعي" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 3.75 وانحراف معياري بلغ 1.202، وبوزن نسبي بلغ 75.00 والاتجاه السائد حول العبارة جاء موافق ، وهذا يعني أن نسبة (75.00%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أن حرية التعبير لا تبرر نشر الكراهية أو التحريض ضد الآخرين على مواقع التواصل الاجتماعي.

- جاءت في المرتبة العاشرة العبارة رقم (02) التي تنص على "أصناف منشورات أو تعليقات تحتوي على كراهية بشكل متكرر على مواقع التواصل الاجتماعي" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 3.65 وانحراف معياري بلغ 1.191، وبوزن نسبي بلغ 73.00 والاتجاه السائد حول العبارة جاء موافق ، وهذا يعني أن نسبة

(73.00%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أنهم يصادفون منشورات أو تعليقات تحتوي على كراهية بشكل متكرر على مواقع التواصل الاجتماعي.

- جاءت في المرتبة الحادية عشر العبارة رقم (04) التي تنص على "أرى أن بعض أشكال خطاب الكراهية لا يمكن التسامح معها" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 2.85 وانحراف معياري بلغ 1.191، وبوزن نسبي بلغ 57.00 والاتجاه السائد حول العبارة جاء محايد ، وهذا يعني أن نسبة (57.00%) من الطلبة عينة الدراسة محايدون في أنهم يرون أن بعض أشكال خطاب الكراهية لا يمكن التسامح معها.

- جاءت في المرتبة الثانية عشر العبارة رقم (10) التي تنص على "خطاب الكراهية شائع على مواقع التواصل الاجتماعي" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 2.28 وانحراف معياري بلغ 1.166، وبوزن نسبي بلغ 45.60 والاتجاه السائد حول العبارة جاء غير موافق ، وهذا يعني أن نسبة (45.60%) من الطلبة عينة الدراسة غير موافقين على أن خطاب الكراهية ليس شائعا على مواقع التواصل الاجتماعي.

نلاحظ أن نتائج الدراسة تشير إلى أن طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة يمتلكون إدراكا جيدا ومعرفة واضحة بخطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، حيث بلغ المتوسط العام للاستجابات 3.71 من 5 بنسبة مئوية تقدر بـ74.20%، مما يعكس اتفاقا عاما على أهمية وخطورة هذه الظاهرة.

وأظهرت النتائج أن أعلى نسبة تأييد كانت لفكرة ضرورة وجود قوانين صارمة لمعاقبة ناشري خطاب الكراهية، تليها القناعة بخطورة التحريض ضد جماعة معينة، ثم التأثيرات السلبية لهذا الخطاب على المجتمع، وهو ما يبرز وعياً عميقاً بأبعاد خطاب الكراهية وآثاره المجتمعية. كما عبّر أغلب الطلبة عن قدرتهم على تمييز خطاب الكراهية، ووعيهم بضرورة التفريق بينه وبين النقد البناء، بالإضافة إلى إقرارهم بأن الجهل وسوء الفهم من أبرز مسببات انتشاره.

في المقابل، أبدى بعض الطلبة موقفاً محايداً تجاه عبارة تتعلق بعدم التسامح مع بعض أشكال خطاب الكراهية، مما يدل على وجود تردد أو تباين في الرأي حول حدود حرية التعبير. أما العبارة التي نفت شيوع خطاب الكراهية فقد حازت على أقل نسبة تأييد، ما يُظهر اعترافاً بانتشاره الواسع على هذه المنصات. عموماً، تعكس النتائج وعياً نقدياً وموقفاً مسؤولاً من قبل الطلبة تجاه خطاب الكراهية في الفضاء الرقمي.

2.1.2. النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني

ما طبيعة المشاعر التي يثيرها خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة على البعد الأول من أبعاد الاستبيان، ومن ثم حساب النسبة المئوية ودرجة الموافقة على كل فقرة من فقرات هذا البعد،

الفصل الثالث.....الإطار التطبيقي للدراسة

نتائج الدراسة المتعلقة بهذا السؤال مبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم (15) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والاتجاه السائد والترتيب لعبارات البعد الثاني المتعلق بالمشاعر والانفعالات تجاه خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي

رقم العبارة	العبارة	التكرار والنسبة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	لا	محايد	أوافق	أوافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الاتجاه السائد	الترتيب
13	أحزن لوجود خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي	ك	5	1	15	27	12	5	3.67	1.084	73.40	موافق	05
		%	8.3	1.7	25.0	45.0	20.0	20.0					
14	أشمئز ممن ينشرون الكراهية عمدا على مواقع التواصل الاجتماعي	ك	3	2	5	26	24	3	4.10	1.037	82.00	موافق	01
		%	5.0	3.3	8.3	43.3	40.0	40.0					
15	أخاف على مستقبل المجتمع بسبب انتشار الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي	ك	3	3	4	31	19	3	4.00	1.025	80.00	موافق	03
		%	5.0	5.0	6.7	51.7	31.7	31.7					
16	أشعر بالإحباط لعدم وجود حلول فعالة لإيقاف خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي	ك	00	2	11	29	18	00	4.05	.790	81.00	موافق	02
		%	00	3.3	18.3	48.3	30.0	30.0					
17	يجعلني خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي أشعر بأن الفضاء الإلكتروني مكان غير آمن	ك	5	3	9	24	19	5	3.82	1.186	76.40	موافق	04
		%	8.3	5.0	15.0	40.0	31.7	31.7					
18	تجعلني كثرة مشاهدة خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر تأثرا به	ك	7	21	13	15	4	7	2.80	1.147	56.00	محايد	11
		%	11.7	35.0	21.7	25.0	6.7	6.7					
19	أنتور بعد محاولة الرد على خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي	ك	6	17	12	18	7	6	3.05	1.213	61.00	محايد	10
		%	10.0	28.3	20.0	30.0	11.7	11.7					
20	أغضب عند قراءة أو مشاهدة خطاب كراهية على مواقع التواصل الاجتماعي	ك	10	4	6	28	12	10	3.47	1.346	69.40	موافق	06
		%	16.7	6.7	10.0	46.7	20.0	20.0					
21	أتعاطف مع ضحايا خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي	ك	9	11	13	17	10	9	3.13	1.321	62.60	محايد	09
		%	15.0	18.3	21.7	28.3	16.7	16.7					
22	يقلقني تفاعل أصدقائي بإيجابية مع خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي	ك	8	8	9	21	14	8	3.42	1.344	68.40	موافق	08
		%	13.3	13.3	15.0	35.0	23.3	23.3					
23	أشعر بمسؤولية الدفاع عن الفئات المستهدفة من خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي	ك	4	5	23	18	10	4	3.42	1.078	68.40	موافق	07
		%	6.7	8.3	38.3	30.0	16.7	16.7					
المحور ككل													
									3.54	.575	70.80	موافق	

المصدر: من إعداد الباحثة

يتضح من خلال الجدول رقم (15) والرسم البياني رقم (9)، أن المتوسط الكلي لإجابات أفراد العينة على بعد المشاعر والانفعالات تجاه خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بلغ 3.54 وانحراف معياري قدره 0.575، والاتجاه السائد حول البعد جاء موافق.

كما نلاحظ أن متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة كان محصورة بين (2.80 و 4.10). ويمكن استخلاص النتائج التالية حسب ترتيب كل عبارة كما يلي:

- جاءت في المرتبة الأولى العبارة رقم (14) التي تنص على "أشمئز ممن ينشرون الكراهية عمدا على مواقع التواصل الاجتماعي" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 4.10 وانحراف معياري بلغ 1.037، وبوزن نسبي بلغ 82.00 والاتجاه السائد حول العبارة جاء موافق ، وهذا يعني أن نسبة (82.00%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أنهم يشمئزون ممن ينشرون الكراهية عمدا على مواقع التواصل الاجتماعي.

- جاءت في المرتبة الثانية العبارة رقم (16) التي تنص على "أشعر بالإحباط لعدم وجود حلول فعالة لإيقاف خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 4.05 وانحراف معياري بلغ 0.790، وبوزن نسبي بلغ 81.00 والاتجاه السائد حول العبارة جاء موافق ، وهذا يعني أن نسبة (81.00%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون أنهم يشعرون بالإحباط لعدم وجود حلول فعالة لإيقاف خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- جاءت في المرتبة الثالثة العبارة رقم (15) التي تنص على "أخاف على مستقبل المجتمع بسبب انتشار الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 4.00 وانحراف معياري بلغ 1.025، وبوزن نسبي بلغ 80.00 والاتجاه السائد حول العبارة جاء موافق ، وهذا يعني أن نسبة (80.00%) من

الطلبة عينة الدراسة موافقون على أنهم يخافون على مستقبل المجتمع بسبب انتشار الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- جاءت في المرتبة الرابعة العبارة رقم (17) التي تنص على "يجعلني خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي أشعر بأن الفضاء الإلكتروني مكان غير آمن" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 3.82 وانحراف معياري بلغ 1.186، وبوزن نسبي بلغ 76.40 والاتجاه السائد حول العبارة جاء موافق ، وهذا يعني أن نسبة (76.40%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أن خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي يجعلهم يشعرون بأن الفضاء الإلكتروني مكان غير آمن.

- جاءت في المرتبة الخامسة العبارة رقم (13) التي تنص على "أحزن لوجود خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 3.67 وانحراف معياري بلغ 1.084، وبوزن نسبي بلغ 73.40 والاتجاه السائد حول العبارة جاء موافق ، وهذا يعني أن نسبة (73.40%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أنهم يحزنون لوجود خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- جاءت في المرتبة السادسة العبارة رقم (20) التي تنص على "أغضب عند قراءة أو مشاهدة خطاب كراهية على مواقع التواصل الاجتماعي" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 3.47 وانحراف معياري بلغ 1.346، وبوزن نسبي بلغ 69.40 والاتجاه السائد حول العبارة جاء موافق ، وهذا يعني أن نسبة (69.40%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أنهم يغضبون عند قراءة أو مشاهدة خطاب كراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- جاءت في المرتبة السابعة العبارة رقم (23) التي تنص على "أشعر بمسؤولية الدفاع عن الفئات المستهدفة من خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 3.42 وانحراف معياري بلغ 1.078، وبوزن نسبي بلغ 68.40 والاتجاه السائد حول العبارة جاء موافق ، وهذا يعني أن نسبة (68.40%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أنهم يشعرون بمسؤولية الدفاع عن الفئات المستهدفة من خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- جاءت في المرتبة الثامنة العبارة رقم (22) التي تنص على "يقلقني تفاعل أصدقائي بإيجابية مع خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 3.42 وانحراف معياري بلغ 1.344، وبوزن نسبي بلغ 68.40 والاتجاه السائد حول العبارة جاء موافق ، وهذا يعني أن نسبة (68.40%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أنه يقلقهم تفاعل أصدقائهم بإيجابية مع خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- جاءت في المرتبة التاسعة العبارة رقم (21) التي تنص على "أتعاطف مع ضحايا خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 3.13 وانحراف معياري بلغ 1.321، وبوزن نسبي بلغ 62.60 والاتجاه السائد حول العبارة جاء محايد ، وهذا يعني أن نسبة (62.60%) من الطلبة عينة الدراسة محايدون في أنهم يتعاطفون مع ضحايا خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- جاءت في المرتبة العاشرة العبارة رقم (19) التي تنص على "أتوتر بعد محاولة الرد على خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 3.05 وانحراف معياري بلغ 1.213، وبوزن نسبي بلغ 61.00 والاتجاه السائد حول العبارة جاء محايد، وهذا يعني أن نسبة (61.00%) من الطلبة عينة الدراسة محايدون في أنهم يشعرون بالتوتر بعد محاولة الرد على خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- جاءت في المرتبة الحادية عشر العبارة رقم (18) التي تنص على "تجعلني كثرة مشاهدة خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر تأثراً به" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 2.80 وانحراف معياري بلغ 1.147، وبوزن نسبي بلغ 56.00 والاتجاه السائد حول العبارة جاء محايد، وهذا يعني أن نسبة (56.00%) من الطلبة عينة الدراسة محايدون في أن كثرة مشاهدة خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي تجعلهم أكثر تأثراً به.

تشير النتائج التي توصلت إليها الدراسة، والتي تتعلق بالمشاعر والانفعالات التي يثيرها خطاب الكراهية لدى طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة، إلى أن الطلبة يتفاعلون عاطفياً بشكل واضح مع هذه الظاهرة، حيث بلغ المتوسط الكلي للاستجابات 3.54 من 5 بنسبة مئوية تقدر بـ70.80%، ما يدل على موافقة عامة على التأثير العاطفي السلبي لخطاب الكراهية. وتبين أن أقوى رد فعل عاطفي تمثل في الاشمئزاز من الأشخاص الذين يتعمدون نشر الكراهية، بنسبة تأييد وصلت إلى 82%، يليه الشعور بالإحباط من غياب حلول فعالة (81%)، والخوف على مستقبل المجتمع (80%)، وهي مؤشرات تدل على قلق حقيقي ومشاعر سلبية قوية تجاه هذه الظاهرة.

كما عبر عدد كبير من الطلبة عن شعورهم بعدم الأمان داخل الفضاء الإلكتروني، وحرزهم العميق عند مواجهة خطاب الكراهية، إضافة إلى الغضب والمسؤولية الأخلاقية تجاه الدفاع عن الفئات المستهدفة. في المقابل، أبدى بعض الطلبة حياداً تجاه مشاعر مثل التعاطف مع الضحايا، التوتر عند الرد، أو التأثير المتزايد بسبب تكرار المشاهدة، ما قد يشير إلى وجود تفاوت في الحساسية الفردية أو مستوى التفاعل مع خطاب الكراهية.

وبشكل عام، تعكس هذه النتائج أن الطلبة لا ينظرون إلى خطاب الكراهية كمشكلة سطحية، بل يعيشون تأثيراته النفسية بعمق، ما يعزز أهمية التصدي له عبر توعية فعالة وآليات حماية رقمية ومجتمعية.

3.1.2. النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث

ما أبرز أنماط سلوك وتفاعل طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة عند مواجهة خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة على البعد الأول من أبعاد الاستبيان، ومن ثم حساب النسبة المئوية ودرجة الموافقة على كل فقرة من فقرات هذا البعد، كما في الجدول التالي:

الجدول رقم (16) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والاتجاه السائد والترتيب لعبارة البعد الثالث المتعلق بالسلوك والتفاعل مع خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي

الترتيب	الاتجاه السائد	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	التكرار والنسبة	العبارة	رقم العبارة
09	محايد	63.60	1.017	3.18	1	28	18	7	6	ك	لا أجاهل خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي وأتخذ رد فعل حياله	24
					1.7	46.7	30.0	11.7	10.0	%		
07	موافق	70.00	.983	3.50	8	25	18	7	2	ك	أنتقد المنشورات التي تحتوي على كراهية على مواقع التواصل الاجتماعي	25
					13.3	41.7	30.0	11.7	3.3	%		
03	موافق	78.00	1.130	3.90	21	22	11	2	4	ك	أقوم بحظر أو إلغاء متابعة ناشري خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي	26
					35.0	36.7	18.3	3.3	6.7	%		
10	غير موافق	51.60	1.078	2.58	4	8	14	27	7	ك	لا أناقش ناشري خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي	27
					6.7	13.3	23.3	45.0	11.7	%		
04	موافق	75.60	.865	3.78	12	28	15	5	00	ك	أنبه أصدقائي وزملائي لخطورة خطاب الكراهية الذي أراه على مواقع التواصل الاجتماعي	28
					20.0	46.7	25.0	8.3	00	%		
11	غير موافق	45.00	1.114	2.25	3	5	13	22	17	ك	أتجنب أي تفاعل (إعجاب/تعليق) مع منشورات خطاب الكراهية	29
					5.0	8.3	21.7	36.7	28.3	%		
01	موافق	81.40	1.148	4.07	27	20	7	2	4	ك	لا أعيد نشر محتوى يتضمن الكراهية، حتى لو بهدف انتقاده	30
					45.0	33.3	11.7	3.3	6.7	%		
06	موافق	72.40	1.136	3.62	16	17	18	6	3	ك	أبلغ عن الصفحات أو الحسابات التي تنشر خطاب الكراهية	31
					26.7	28.3	30.0	10.0	5.0	%		

الفصل الثالث.....الإطار التطبيقي للدراسة

الترتيب	الاتجاه السائد	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	التكرار والنسبة	العبارة	رقم العبارة
05	موافق	74.00	1.197	3.70	19	17	15	5	4	ك	إذا صادفت خطاب كراهية مستقبلاً، سأرد عليه بشكل بناء	32
					31.7	28.3	25.0	8.3	6.7	%		
08	محايد	66.60	1.203	3.33	10	20	16	8	6	ك	أشارك أحياناً منشورات تحذر من خطاب الكراهية أو تدعو للتسامح على مواقع التواصل الاجتماعي	33
					16.7	33.3	26.7	13.3	10.0	%		
02	موافق	78.40	1.062	3.92	22	19	12	6	1	ك	أتحقق من مصداقية المعلومات قبل مشاركة أي محتوى قد يثير الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي	34
					36.7	31.7	20.0	10.0	1.7	%		
					المحور ككل							
	موافق	68.80	.498	3.44								

المصدر: من إعداد الباحثة

يتضح من خلال الجدول رقم (16) والرسم البياني رقم (10)، أن المتوسط الكلي لإجابات أفراد العينة على بعد السلوك والتفاعل مع خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي بلغ 3.44 وانحراف معياري قدره 0.498 والاتجاه السائد نحو البعد جاء موافق.

كما نلاحظ أن متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة كان محصورة بين (2.25 و 4.07). ويمكن

استخلاص النتائج التالية حسب ترتيب كل عبارة كما يلي:

- جاءت في المرتبة الأولى العبارة رقم (30) التي تنص على "لا أعيد نشر محتوى يتضمن الكراهية، حتى لو بهدف انتقاده" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 4.07 وانحراف معياري بلغ 1.148، وبوزن نسبي بلغ 81.40 والاتجاه السائد حول العبارة جاء موافق، وهذا يعني أن نسبة (81.40%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أنهم لا يعيدون نشر محتوى يتضمن الكراهية حتى لو بهدف انتقاده.

- جاءت في المرتبة الثانية العبارة رقم (34) التي تنص على "أتحقق من مصداقية المعلومات قبل مشاركة أي محتوى قد يثير الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 3.92 وانحراف معياري بلغ 1.062، وبوزن نسبي بلغ 78.40 والاتجاه السائد حول العبارة جاء موافق، وهذا يعني أن نسبة (78.40%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون أنهم يتحققون من مصداقية المعلومات قبل مشاركة أي محتوى قد يثير الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- جاءت في المرتبة الثالثة العبارة رقم (26) التي تنص على "أقوم بحظر أو إلغاء متابعة ناشري خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 3.90 وانحراف معياري بلغ 1.130، وبوزن نسبي بلغ 78.00 والاتجاه السائد حول العبارة جاء موافق، وهذا يعني أن نسبة (78.00%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أنهم يقومون بحظر أو إلغاء متابعة ناشري خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- جاءت في المرتبة الرابعة العبارة رقم (28) التي تنص على "أنبه أصدقائي وزملائي لخطورة خطاب الكراهية الذي أراه على مواقع التواصل الاجتماعي" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 3.78 وانحراف معياري بلغ 0.865، وبوزن نسبي بلغ 75.60 والاتجاه السائد حول العبارة جاء موافق، وهذا يعني أن نسبة (75.60%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أنهم ينبهون أصدقاءهم وزملاءهم لخطورة خطاب الكراهية الذي يرونه على مواقع التواصل الاجتماعي.

- جاءت في المرتبة الخامسة العبارة رقم (32) التي تنص على "إذا صادفت خطاب كراهية مستقبلا، سأرد عليه بشكل بناء" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 3.70 وانحراف معياري بلغ 1.197، وبوزن نسبي بلغ 74.00 والاتجاه السائد حول العبارة جاء موافق، وهذا يعني أن نسبة (74.00%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أنهم إذا صادفوا خطاب كراهية مستقبلا، سيردون عليه بشكل بناء.

- جاءت في المرتبة السادسة العبارة رقم (31) التي تنص على "أبلغ عن الصفحات أو الحسابات التي تنشر خطاب الكراهية" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 3.62 وانحراف معياري بلغ 1.136، وبوزن نسبي بلغ 72.40 والاتجاه السائد حول العبارة جاء موافق، وهذا يعني أن نسبة (72.40%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أنهم يبلغون عن الصفحات أو الحسابات التي تنشر خطاب الكراهية.

- جاءت في المرتبة السابعة العبارة رقم (25) التي تنص على "أنتقد المنشورات التي تحتوي على كراهية على مواقع التواصل الاجتماعي" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 3.50 وانحراف معياري بلغ 0.983، وبوزن نسبي بلغ 70.00 والاتجاه السائد حول العبارة جاء موافق، وهذا يعني أن نسبة (70.00%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أنهم ينتقدون المنشورات التي تحتوي على كراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- جاءت في المرتبة الثامنة العبارة رقم (33) التي تنص على "أشارك أحيانا منشورات تحذر من خطاب الكراهية أو تدعو للتسامح على مواقع التواصل الاجتماعي" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 3.33 وانحراف معياري بلغ 1.203، وبوزن نسبي بلغ 66.60 والاتجاه السائد حول العبارة جاء محايد، وهذا يعني أن نسبة (66.60%) من الطلبة عينة الدراسة محايدون في أنهم يشاركون أحيانا منشورات تحذر من خطاب الكراهية أو تدعو للتسامح على مواقع التواصل الاجتماعي

- جاءت في المرتبة التاسعة العبارة رقم (24) التي تنص على "لا أتجاهل خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي وأتخذ رد فعل حياله" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 3.18 وانحراف معياري بلغ 1.017، وبوزن نسبي بلغ 63.60 والاتجاه السائد حول العبارة جاء محايد، وهذا يعني أن نسبة (63.60%) من الطلبة عينة الدراسة محايدون في أنهم لا يتجاهلون خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي ويتخذون رد فعل حياله.

- جاءت في المرتبة العاشرة العبارة رقم (27) التي تنص على "لا أناقش ناشري خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 2.58 وانحراف معياري بلغ 1.078، وبوزن نسبي بلغ 51.60 والاتجاه السائد حول العبارة جاء غير موافق، وهذا يعني أن نسبة (51.60%) من الطلبة عينة الدراسة غير موافقون على أنهم لا يناقشون ناشري خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي. أي أنهم موافقون على أنهم يناقشون ناشري خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- جاءت في المرتبة الحادية عشر العبارة رقم (29) التي تنص على "أتجنب أي تفاعل (إعجاب/تعليق) مع منشورات خطاب الكراهية" وذلك بمتوسط حسابي بلغ 2.25 وانحراف معياري بلغ 1.114، وبوزن نسبي بلغ 45.00 والاتجاه السائد حول العبارة جاء غير موافق، وهذا يعني أن نسبة (45.00%) من الطلبة عينة الدراسة غير موافقون على أنهم يتجنبون أي تفاعل (إعجاب/تعليق) مع منشورات خطاب الكراهية، أي أنهم يوافقون على أنهم يتفاعلون مع منشورات خطاب الكراهية.

تشير نتائج الدراسة المتعلقة بأنماط سلوك وتفاعل طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة عند مواجهة خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي إلى أن الطلبة يتخذون مواقف سلوكية إيجابية ومعتدلة نسبياً في التعامل مع هذه الظاهرة، حيث بلغ المتوسط العام للاستجابات 3.44 من 5 بنسبة مئوية تُقدَّر بـ68.80%، ما يعكس اتجاهها عاماً نحو الموافقة على اتخاذ مواقف واعية تجاه خطاب الكراهية.

وقد احتلت العبارة التي تنص على "عدم إعادة نشر محتوى الكراهية حتى لو بهدف انتقاده" المرتبة الأولى بنسبة تأييد بلغت 81.40%، ما يدل على إدراك الطلبة لخطر إعادة نشر هذا النوع من المحتوى مهما كانت النية، تليها عبارة التحقق من مصداقية المعلومات بنسبة 78.40%، وهو سلوك يعكس وعياً متقدماً.

كما أظهرت النتائج أن الطلبة يميلون إلى حظر أو إلغاء متابعة ناشري خطاب الكراهية، وينبهون أصدقاءهم لخطورة هذه الخطابات، ويبدون استعدادا للرد عليها بشكل بناء مستقبلا، مما يشير إلى روح المبادرة والمسؤولية الرقمية. ومن ناحية أخرى، عبّر الطلبة عن حياد نسبي تجاه المشاركة النشطة في منشورات تدعو للتسامح، أو تجاه المبادرة الفعلية باتخاذ رد فعل مباشر، مما قد يعكس ترددا أو حذرا في الانخراط العلني في هذا النوع من التفاعل.

والمفوت في نتائج الدراسة، أن الطلبة أظهروا عدم اتفاق واضح مع فكرة تجنب التفاعل مع منشورات الكراهية، حيث أظهرت النتائج أن نسبة كبيرة منهم لا يتجنبون الإعجاب أو التعليق على تلك المنشورات، ما يعني وجود مستوى من التفاعل السلبي أو غير الواعي معها، وهو ما يعد مؤشرا مهما يحتاج إلى مزيد من التوعية والتدريب على السلوكيات الرقمية المسؤولة.

بوجه عام، تعكس النتائج مزيجا من السلوكيات الإيجابية والحيادية، مع وجود بعض المؤشرات التي تستدعي التدخل التربوي والتوعوي لتطوير وعي الطلبة بسلوكيات أكثر فاعلية تجاه مواجهة خطاب الكراهية.

2.2. النتائج العامة للدراسة

1.2.2. النتائج المتعلقة بمدى إدراك طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة لخطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

توصلت الدراسة حول مدى إدراك طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة لخطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي إلى النتائج التالية:

- إن نسبة (88.60%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون بشدة على ضرورة وجود قوانين صارمة لمعاقبة ناشري خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- إن نسبة (81.60%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على خطورة التحريض ضد جماعة معينة على مواقع التواصل الاجتماعي.

- إن نسبة (81.00%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أن لخطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي تأثيرات سلبية خطيرة على المجتمع.

- إن نسبة (80.60%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أنه يجب وضع قيود على محتويات مواقع التواصل الاجتماعي للحد من انتشار خطاب الكراهية.

- إن نسبة (79.40%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أنه يجب التفريق بين النقد البناء وخطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- إن نسبة (76.00%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أنهم يستطيعون تمييز خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- إن نسبة (76.00%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أن الجهل وسوء فهم الآخرين من أسباب نشر خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- إن نسبة (76.00%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أن خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي يؤدي مشاعر المستهدفين به.

- إن نسبة (75.00%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أن حرية التعبير لا تبرر نشر الكراهية أو التحريض ضد الآخرين على مواقع التواصل الاجتماعي.

- إن نسبة (73.00%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أنهم يصادفون منشورات أو تعليقات تحتوي على كراهية بشكل متكرر على مواقع التواصل الاجتماعي.

- إن نسبة (57.00%) من الطلبة عينة الدراسة محايدون في أنهم يرون أن بعض أشكال خطاب الكراهية لا يمكن التسامح معها.

- إن نسبة (45.60%) من الطلبة عينة الدراسة غير موافقون على أن خطاب الكراهية ليس شائعا على مواقع التواصل الاجتماعي.

تشير نتائج الدراسة إلى أن طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة يتمتعون بوعي كبير وإدراك عميق لمخاطر خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي. فقد أبدى غالبية الطلبة توافقاً قوياً على ضرورة وجود قوانين صارمة لمعاقبة ناشري هذا الخطاب، مما يعكس إدراكهم لأهمية تنظيم المحتوى الرقمي وحماية المجتمع من تأثيراته السلبية. كما أقرروا بخطورة التحريض ضد جماعات معينة وبالتأثيرات السلبية الخطيرة التي يمكن أن يسببها خطاب الكراهية، وأجمعوا على ضرورة وضع قيود للحد من انتشاره، مع التأكيد على أهمية التمييز بين النقد البناء وخطاب الكراهية.

إضافة إلى ذلك، بينت النتائج أن الطلبة يشعرون بقدرتهم على تمييز خطاب الكراهية ويدركون أن الجهل وسوء الفهم من بين أسباب انتشاره، كما يعترفون بتأثيره المؤذي على مشاعر المستهدفين. وفي نفس الوقت، أكدوا على أن حرية التعبير لا تعني السماح بنشر الكراهية أو التحريض ضد الآخرين. من جهة أخرى، أشار عدد منهم إلى تكرار مشاهدة منشورات أو تعليقات كراهية على منصات التواصل، ما يعكس

انتشار الظاهرة. إلا أن نسبة أقل كانت محايدة أو غير موافقة بشأن التسامح مع بعض أشكال خطاب الكراهية وشيوعه، مما قد يدل على وجود اختلاف في الرؤى حول حدود هذا الخطاب وتواتره.

وبشكل عام، تعكس النتائج التي كشفت عنها الدراسة مستوى وعي الطلبة بالمخاطر المرتبطة بخطاب الكراهية ورغبتهم في مواجهة هذه الظاهرة بوعي ومسؤولية.

2.2.2. النتائج المتعلقة بطبيعة المشاعر التي يثيرها خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة:

توصلت الدراسة فيما يتعلق بالمشاعر التي يثيرها خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة إلى النتائج التالية:

- إن نسبة (82.00%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أنهم يشمئزون ممن ينشرون الكراهية عمدا على مواقع التواصل الاجتماعي.

- إن نسبة (81.00%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون أنهم يشعرون بالإحباط لعدم وجود حلول فعالة لإيقاف خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- إن نسبة (80.00%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أنهم يخافون على مستقبل المجتمع بسبب انتشار الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- إن نسبة (76.40%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أن خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي يجعلهم يشعرون بأن الفضاء الإلكتروني مكان غير آمن.

- إن نسبة (73.40%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أنهم يحزنون لوجود خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- إن نسبة (69.40%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أنهم يغضبون عند قراءة أو مشاهدة خطاب كراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- إن نسبة (68.40%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أنهم يشعرون بمسؤولية الدفاع عن الفئات المستهدفة من خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- إن نسبة (68.40%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أنه يقلقهم تفاعل أصدقائهم بإيجابية مع خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- إن نسبة (62.60%) من الطلبة عينة الدراسة محايدون في أنهم يتعاطفون مع ضحايا خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- إن نسبة (61.00%) من الطلبة عينة الدراسة محايدون في أنهم يشعرون بالتوتر بعد محاولة الرد على خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- إن نسبة (56.00%) من الطلبة عينة الدراسة محايدون في أن كثرة مشاهدة خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي تجعلهم أكثر تأثرا به.

وتعكس النتائج التي أسفرت عنها الدراسة أن خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي يثير لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة مشاعر قوية ومتنوعة، مع حضور واضح للمشاعر السلبية والقلق تجاه هذه الظاهرة. فقد أبدى معظم الطلبة اشمئزا شديدا من الأشخاص الذين ينشرون الكراهية عمدا، كما شعروا بالإحباط لعدم وجود حلول فعالة توقف هذا الخطاب الضار. ويرتبط هذا الإحباط بمخاوف جادة على مستقبل المجتمع بسبب انتشار خطاب الكراهية، حيث اعتبروا الفضاء الإلكتروني بيئة غير آمنة جراء ذلك.

إلى جانب مشاعر الحزن والغضب اللذين عبر عنهما عدد كبير من الطلبة عينة الدراسة عند مواجهتهم لهذا النوع من الخطاب، يظهر أيضا إحساس بالمسؤولية تجاه الدفاع عن الفئات المستهدفة،

إضافة إلى القلق من تفاعل الأصدقاء بإيجابية مع هذه الرسائل السلبية. وفي المقابل، أبدى جزء من الطلبة موقفاً محايداً تجاه التعاطف مع الضحايا، والتوتر الناتج عن محاولة الرد على خطاب الكراهية، وكذلك التأثير المتزايد بسبب التعرض المستمر لهذه الخطابات، مما قد يشير إلى تعقيد المشاعر المتصلة بهذا الموضوع وحساسية التعامل معه.

وبشكل عام، تؤكد نتائج الدراسة مدى التأثير العاطفي الخطير لخطاب الكراهية على الطلبة عينة الدراسة، مع وجود دافع واضح للمسؤولية والوعي بحجم الأذى الذي يمكن أن يسببه هذا الخطاب في المجتمع الرقمي.

3.2.2. النتائج المتعلقة بأنماط سلوك وتفاعل طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة عند مواجهة خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

توصلت الدراسة حول أنماط سلوك وتفاعل الطلبة عينة الدراسة بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة عند مواجهة خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي إلى النتائج التالية:

- إن نسبة (81.40%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أنهم لا يعيدون نشر محتوى يتضمن الكراهية حتى لو بهدف انتقاده.

- إن نسبة (78.40%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون أنهم يتحققون من مصداقية المعلومات قبل مشاركة أي محتوى قد يثير الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- إن نسبة (78.00%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أنهم يقومون بحظر أو إلغاء متابعة ناشري خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- إن نسبة (75.60%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أنهم ينبهون أصدقاءهم وزملاءهم لخطورة خطاب الكراهية الذي يروونه على مواقع التواصل الاجتماعي.

- إن نسبة (74.00%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أنهم إذا صادفوا خطاب كراهية مستقبلا، سيردون عليه بشكل بناء.

- إن نسبة (72.40%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أنهم يبلغون عن الصفحات أو الحسابات التي تنشر خطاب الكراهية.

- إن نسبة (70.00%) من الطلبة عينة الدراسة موافقون على أنهم ينتقدون المنشورات التي تحتوي على كراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- إن نسبة (66.60%) من الطلبة عينة الدراسة محايدون في أنهم يشاركون أحيانا منشورات تحذر من خطاب الكراهية أو تدعو للتسامح على مواقع التواصل الاجتماعي

- إن نسبة (63.60%) من الطلبة عينة الدراسة محايدون في أنهم لا يتجاهلون خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي ويتخذون رد فعل حياله

- إن نسبة (51.60%) من الطلبة عينة الدراسة غير موافقون على أنهم لا يناقشون ناشري خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي. أي أنهم موافقون على أنهم يناقشون ناشري خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- إن نسبة (45.00%) من الطلبة عينة الدراسة غير موافقون على أنهم يتجنبون أي تفاعل (إعجاب/تعليق) مع منشورات خطاب الكراهية. أي أنهم موافقون على أنهم يتفاعلون مع منشورات خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

توضح هذه النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة يتبنون سلوكيات إيجابية وواعية عند مواجهتهم لخطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي. حيث يظهر غالبية الطلبة حرصهم على عدم إعادة نشر المحتوى الذي يتضمن خطاب كراهية حتى لو كان بهدف نقده، مما يعكس وعيا بمخاطر نشر هذا الخطاب وانتشاره. كما أنهم يتحققون من

مصادقية المعلومات قبل المشاركة، ويتخذون إجراءات عملية مثل حظر أو إلغاء متابعة ناشري خطاب الكراهية، بالإضافة إلى تنبيه أصدقائهم وزملائهم حول خطورة هذا الخطاب، وهو مؤشر على مسؤولية جماعية ومبادرة للحد من انتشاره.

وتبرز نتائج الدراسة أيضا توجه واضح لدى الطلبة للرد بشكل بناء على خطاب الكراهية، مع ميل كبير للإبلاغ عن الحسابات التي تنشر هذا المحتوى وانتقاد المنشورات السلبية، مما يعكس نشاطا مدافعا وفاعلا في مواجهة الظاهرة. ومع ذلك، تظهر بعض المواقف المحايدة لدى نسبة معينة من الطلبة فيما يتعلق بمشاركة منشورات تحذر من خطاب الكراهية أو تدعو للتسامح، وكذلك في مدى تجاهل الخطاب أو التفاعل معه، مما قد يشير إلى تفاوت في مستوى الانخراط أو الوعي الكامل بهذه الإجراءات.

واللافت أيضا في نتائج الدراسة هو أن أكثر من نصف الطلبة يعترفون بمناقشة ناشري خطاب الكراهية بدلا من تجنبهم، كما أن نسبة لا يستهان بها تتفاعل مع منشورات الكراهية، وهو ما قد يعكس تعقيد الموقف تجاه هذه الظاهرة ويطرح تساؤلات حول نوعية هذا التفاعل ومدى تأثيره.

بصفة عامة، تؤكد نتائج الدراسة وجود وعي وسلوك مسؤول بين غالبية الطلبة عينة الدراسة، مع بعض التباين في أنماط التفاعل يعكس تحديات التعامل مع خطاب الكراهية في بيئة رقمية معقدة.

الخاتمة

الخاتمة

جاءت هذه الدراسة، بعنوان "اتجاهات الشباب الجامعي نحو خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة مسحية على عينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة المسيلة"، استجابة لواقع بات يفرض نفسه بقوة، في ظل الانتشار المتزايد لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وما رافقه من بروز أشكال متعددة من الخطابات، لا سيما خطاب الكراهية الذي أصبح يشكل تهديدا حقيقيا لقيم التعايش والتسامح داخل المجتمع.

وقد هدفت الدراسة إلى الكشف عن اتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال نحو هذا النوع من الخطاب، من خلال معرفة مستوى إدراك الطلبة لخطاب الكراهية، وتحليل مشاعرهم تجاهه، وتحديد أنماط تفاعلهم وسلوكهم عند مواجهته، وتم توزيع استبيان على عينة متاحة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة. واعتمدت الباحثة على المنهج المسحي.

ومن أبرز ما توصلت إليه الدراسة:

- أظهر الطلبة عينة الدراسة إدراكا عاليا بخطورة خطاب الكراهية، وأغلبهم يطالبون بضرورة سن قوانين صارمة لمكافحته، ويرون أنه يحمل تأثيرات سلبية مباشرة على وحدة وتماسك المجتمع.
- عبّرت غالبية الطلبة عينة الدراسة عن مشاعر سلبية قوية تجاه خطاب الكراهية، تراوحت بين الاشمئزاز، والإحباط، والغضب، مما يدل على رفض نفسي واجتماعي واضح لهذه الظاهرة.
- على مستوى السلوك، أظهرت النتائج أن أغلب الطلبة عينة الدراسة يتخذون مواقف إيجابية وتفاعلية عند مواجهتهم لخطاب الكراهية، كالإبلاغ عن المحتوى، أو مقاطعة ناشريه، أو الرد عليه بأسلوب بناء.

كما تقترح الدراسة الحالية ما يلي:

- تكثيف حملات التوعية داخل الجامعات حول خطاب الكراهية ومخاطره.
- إدراج مفاهيم التربية الإعلامية والرقمية في المناهج الجامعية، لتعزيز التفكير النقدي لدى الطلبة.
- تشجيع الطلبة على تبني سلوكيات إيجابية على الفضاء الرقمي، ونشر ثقافة التسامح والتعايش.
- القيام بدراسات أوسع وأعمق تشمل شرائح اجتماعية أخرى، ومقاربات متعددة أخرى لفهم هذه الظاهرة المركبة والمتجددة.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

- ابن منظور، لسان العرب، المحرر محمد مكرم بن علي، دار صادر بيروت، 2010
- أحمد عائشة سيد والشياطمي، محمد، إعلام الأزمة الخليجية: خطاب الكراهية، مركز الدوحة لحرية الإعلام، الدوحة، قطر، 2018
- أحمد عزت وآخرون، خطابات التحريض وحرية التعبير "الحدود الفاصلة، مؤسسة حرية الفكر والتعبير، القاهرة
- بابو ناريمان، مرزوق ثقات، لعراشي لامية، بن عقدي نسيم، دور مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة خطاب الكراهية لدى الشباب الجزائري، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الاتصال والعلاقات العامة، جامعة ألكلي محند والحاج، 2022
- بيريح حسين جمعة الربيعي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء خطاب الكراهية، بحث مقدم في المؤتمر الدولي لخطاب الكراهية وأثره على التعايش المجتمعي والسلميين الدولي والأفريقي، جامعة صلاح الدين، أربيل كردستان، العراق، 2019،
- تقرير "خطابات الكراهية وقود الغضب"، نظرة على مفاهيم أساسية في الإطار الدولي، (القاهرة: مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، الإصدار الثالث
- جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، ط1، المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، 2015
- خديجة بريك، آية حيدوسي، خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساته على الشباب الجزائري، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 07، العدد 02، 2022

قائمة المصادر والمراجع

- خرفية جودي، الخطاب الطائفي السني - الشيعي ووسائل الإعلام، أطروحة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة بسكرة، الجزائر، 2021
- داود فايزة، جريمة السب في القانون الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شاهدة. الماستر الأكاديمي، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2020
- دومنيك مانغونو، مصطلحات المفاتيح لتحليل الخطاب، تر: محمد يحياتين، ط2، لبنان، دار العربية للعلوم، 2008
- رضا أمين، الإعلام الجديد، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015م
- السرحان فيصل أحمد، الإعلام الجديد وخطاب الكراهية: استراتيجيات المواجهة، المؤتمر الإعلامي الدولي المحكم، الإعلام بين خطاب الكراهية والأمن الفكري، جامعة الزرقاء، كلية الصحافة والإعلام، الأردن، 2017
- شاكر فاطمة شيماء، ضيف الله سهية، خطاب الكراهية والعنصرية في وسائل التواصل الاجتماعي وأساليب الوقاية من وجهة نظر طلبة جامعة المسيلة، دراسة ميدانية على طلبة قسمي علم النفس وعلم الاجتماع، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2020-2021
- صخر أحمد الخصاونة، سهل علي العتوم، دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين دراسة ميدانية، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الشرعية والقانونية، معهد الإعلام الأردني / عمان، العدد1، الحجم 29، 2021
- عادل عاشور المرغني، محمد عبد الله الأجم، رحاب محمد الجرباني، استخدام خطاب الكراهية بمواقع التواصل الاجتماعي - دراسة ميدانية على عينة من الشباب الليبي، المعهد العالي لتقنيات الفنون، طرابلس، مجلة الإعلام والفنون، العدد الرابع، مارس 2021
- عبد الرحيم درويش، مقدمة إلى علم الاتصال، عالم الكتب، القاهرة، 2012

- عزي عبد الرحمن، المصطلحات الحديثة في الإعلام والاتصال، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2011
- كريمة مزوز، خطاب الكراهية من خلال وسائل الإعلام وأثره على مسألة حماية المؤسسات الإعلامية زمن النزاعات المسلحة، جامعة أم البواقي، الجزائر، 2016
- مارو رياض علي أبو ظريس، مراد عبد الله المواجهة، أشكال خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع الأردني من وجهة نظر العاملين في وحدة مكافحة الجرائم الإلكترونية، مجلة التربية، كلية التربية جامعة الأزهر، العدد 189، الجزء الخامس، 2021.
- ماهر عودة الشمالية وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الاغصار العلمي للنشر، عمان، 2015
- محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004
- مرسي مشري، شبكات التواصل الاجتماعية الرقمية: نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، العدد 395، 2012
- مريم مراكشي، استخدام شبكات التواصل الاجتماعية وعلاقته بالشعور بالوحدة لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة ماجستير في علم النفس، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، الجزائر، 2014
- معتوق وجمال كريم وآخرون، دور شبكات التواصل الاجتماعي في صقل سلوكيات وممارسات الأفراد في المجتمع، بسكرة: ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي والتغير الاجتماعي، 29_28 نوفمبر 2012
- المنصور محمد، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية العربية نموذجاً، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك، 2012
- موجد عبد الباقي، التسويق لخطاب الكراهية عبر شبكات التواصل الاجتماعي دراسة على عينة من مستخدمي الفايسبوك في الجزائر، مذكرة تخرج ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال - تخصص اتصال وعلاقات عامة - جامعة العربي بن مهيدي بأم البواقي، 2022،

قائمة المصادر والمراجع.....

- ناصر الرحامنة، خطاب الكراهية في شبكة الفيس بوك في الأردن: دراسة مسحية، رسالة ماجستير منشورة، عمان، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، 2018
- نايف بن ثنيان بن محمد آل سعود. دوافع استخدامات الشباب السعودي الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها - دراسة ميدانية على طلاب جامعة الملك سعود في الفصل الثاني من العام 1433
- نصر الدين العياضي، الخطاب الطائفي في الفضائيات العربية-كلفة الخلاف وتداعياته، الجزيرة، المركز الاعلامي، قطر، ، 2015
- نصر ياسر، فن التعامل مع المراهقين: مشاكل سن المراهقة وأسبابها وكيفية التعامل معها: المرحلة السنية من 12 سنة حتى 21 سنة، ط1، القاهرة: شركة بداية للإنتاج الإعلامي، 2012
- وافي حاجة، خطاب الكراهية بين حرية التعبير والتجريم-دراسة على ضوء أحكام القانون الدولي-المجلة، المجلد4، العدد1، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، 2020
- يوسف تمار، مناهج وتقنيات البحث في الدراسات الإعلامية-الاتصالية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2017
- Isaac, Mike ،"U.S. Appeals Injunction Against TikTok Ban" ،The New York Times 2020

الملاحق

الملحق رقم (1) استمارة تحكيم أداة الدراسة



جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



استمارة تحكيم أداة دراسة (استبيان)

حول:

اتجاهات الشباب الجامعي نحو خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

دراسة مسحية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة

الأستاذ(ة) الدكتور (ة) الفاضل(ة)، تحية طيبة وبعد،

في إطار سعيها لإنجاز دراسة علمية ضمن متطلبات الحصول على شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال - تخصص اتصال وعلاقات عامة - بعنوان " اتجاهات الشباب الجامعي نحو خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة مسحية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة"، قمنا بتصميم استبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات. ونظرا لخبرتكم العلمية والعملية المتميزة في مجال البحث العلمي، نتشرف بأن نعرض على سيادتكم هذه الأداة بغرض تحكيمها وإبداء ملاحظاتكم القيمة حولها.

يهدف الاستبيان إلى قياس متغير " اتجاهات الشباب الجامعي نحو خطاب الكراهية " من خلال الأبعاد التالية:

1. المعرفة والتصورات حول خطاب الكراهية (البعد المعرفي)
 2. المشاعر والانفعالات تجاه خطاب الكراهية (البعد الوجداني / العاطفي)
 3. السلوك والتفاعل مع خطاب الكراهية (البعد السلوكي)
- المقياس المستخدم: مقياس ليكرت الخماسي (لا أوافق بشدة، لا أوافق، محايد، أوافق، أوافق بشدة)

المطلوب من سيادتكم:

التكرم بتقييم كل فقرة من فقرات الاستبيان المرفقة، وذلك من حيث الجوانب المحددة في الجدول أدناه. نرجو وضع علامة (X) في الخانة المناسبة لكل معيار تقييم، وإضافة أي ملاحظات أو اقتراحات ترونها مناسبة في الخانة المخصصة لذلك. كما نأمل تزويدنا بأي ملاحظات عامة حول الأداة ككل.

معايير التقييم:

1. مدى انتماء الفقرة للبعد: هل تقيس الفقرة فعلا البعد المخصصة له؟
2. مدى وضوح الفقرة: هل صياغة الفقرة واضحة ومفهومة؟

إشراف الأستاذ: محمد جعفر

إعداد الطالبة: سامية حريزي

نشكركم لوقتكم الثمين وجهدكم في خدمة البحث العلمي

جدول تحكيم فقرات الاستبيان

البعد الأول: المعرفة والتصورات حول خطاب الكراهية (البعد المعرفي)

الرقم	نص الفقرة	مدى انتماء الفقرة للبعد		مدى وضوح الفقرة		ملاحظات واقتراحات للتعديل
		لا تنتمي	تنتمي	واضحة	غير واضحة	
1	أستطيع بسهولة تحديد ما إذا كان منشور معين على وسائل التواصل الاجتماعي يحتوي على خطاب كراهية					
2	أصاف منشورات أو تعليقات تحتوي على كراهية بشكل متكرر أثناء تصفحي لمواقع التواصل الاجتماعي					
3	أعتقد بأن لخطاب الكراهية المنتشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي تأثيرات سلبية خطيرة على استقرار المجتمع					
4	أرى أن بعض أشكال خطاب الكراهية (مثل السخرية من فئة معينة) يمكن التسامح معها					
5	أعتقد أن خطاب الكراهية منتشر بشكل كبير في مواقع التواصل الاجتماعي					
6	أعتبر أن التحريض ضد جماعة معينة على مواقع التواصل الاجتماعي خطير جدا					
7	أعتقد أن حرية التعبير لا تبرر نشر الكراهية أو التحريض ضد الآخرين على مواقع التواصل الاجتماعي					
8	أعتقد أنه من المهم التفريق بين النقد البناء وخطاب الكراهية القائم على التحريض في مواقع التواصل الاجتماعي					
9	أشعر بالقلق من تزايد انتشار خطاب الكراهية على وسائل التواصل الاجتماعي					
10	أعتقد أن خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي يؤدي مشاعر الأفراد المستهدفين به بشكل عميق					
11	أعتقد أنه يجب أن تكون هناك قوانين وإجراءات صارمة لمعاقبة ناشري خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي					
12	أعتقد أن خطاب الكراهية نادر الوجود على مواقع التواصل الاجتماعي التي أستخدمها					
13	يجب وضع قيود على المحتوى المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي للحد من انتشار خطاب الكراهية					
14	أعتقد أن الجهل وعدم الفهم الصحيح للآخرين من أهم أسباب نشر خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي					
15	أعتقد أن لوسائل التواصل الاجتماعي دورا كبيرا في تفاقم مشكلة خطاب الكراهية					

البعد الثاني: المشاعر والانفعالات تجاه خطاب الكراهية (البعد الوجداني / العاطفي)

الرقم	نص الفقرة	مدى انتماء الفقرة للبعد		مدى وضوح الفقرة	
		لا تنتمي	تنتمي	واضحة	غير واضحة
1	أشعر بالحزن أو خيبة الأمل بشكل خاص بسبب وجود خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي				
2	أشعر بالاشمئزاز من الأشخاص الذين ينشرون الكراهية عمدا على مواقع التواصل الاجتماعي				
3	أشعر بالقلق على مستقبل المجتمع بسبب انتشار الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي				
4	أشعر بالإحباط لعدم وجود حلول فعالة لإيقاف خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي				
5	يجعلني وجود خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي أشعر بأن الفضاء الإلكتروني مكان غير آمن				
6	جعلتني كثرة مشاهدتي لخطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي لا أتأثر به كثيرا كما في السابق				
7	أشعر بالتوتر بعد محاولة الرد على خطاب الكراهية أو الدخول في نقاش حوله في مواقع التواصل الاجتماعي				
8	أشعر بالاستياء والغضب عندما أقرأ أو أشاهد محتوى يتضمن خطاب كراهية على مواقع التواصل الاجتماعي				
9	أنعاطف كثيرا مع الأشخاص الذين يتعرضون لخطاب الكراهية بسبب انتمائهم أو معتقداتهم				
10	أجد صعوبة في الشعور بالتعاطف مع ضحايا خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي				
11	تتأثر مشاعري سلبا عندما أرى أصدقائي أو أحد معارفي يتفاعلون بإيجابية مع خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي				
12	أشعر بالمسؤولية في الدفاع عن الفئات المستضعفة التي تتعرض لخطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي				

البعد الثالث: السلوك والتفاعل مع خطاب الكراهية (البعد السلوكي)

الرقم	نص الفقرة	مدى انتماء الفقرة للبعد		مدى وضوح الفقرة		ملاحظات واقتراحات للتعديل
		لا تنتمي	تنتمي	واضحة	غير واضحة	
1	لا أتجاهل المحتوى الذي يتضمن كراهية على مواقع التواصل الاجتماعي ولا أتجاوزه دون أي رد فعل					
2	أعلق على المنشورات في مواقع التواصل الاجتماعي التي تحتوي على كراهية من أجل انتقادها					
3	أدخل في نقاش أو جدال مع الشخص الذي ينشر خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي					
4	أقوم بحظر أو إلغاء متابعة الأشخاص الذين ينشرون خطاب الكراهية باستمرار على مواقع التواصل الاجتماعي					
5	أفضل عادة تجاهل منشورات خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي وعدم التفاعل معها					
6	أتحدث مع أصدقائي أو زملائي عن خطورة خطاب الكراهية الذي أراه على مواقع التواصل الاجتماعي					
7	لا أتفاعل (مثلا بالإعجاب 'لايك' أو الضحك 'هاهاها') مع منشورات قد يعتبرها البعض خطاب كراهية					
8	لا أقوم أحيانا بإعادة نشر محتوى يتضمن كراهية حتى لو كان بهدف انتقاده أو السخرية منه					
9	سبق لي أن قمت بالإبلاغ عن صفحة أو حساب على مواقع التواصل الاجتماعي ينشر خطاب الكراهية					
10	إذا صادفت خطاب كراهية في المستقبل، سأفكر جديا في الرد عليه بشكل بناء					
11	أشارك أحيانا منشورات على مواقع التواصل الاجتماعي تحذر من مخاطر خطاب الكراهية أو تدعو للتسامح					
12	لا أرى فائدة كبيرة من الدخول في نقاشات مع ناشري خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي					
13	يدفعني انتشار خطاب الكراهية أحيانا إلى تقليل الوقت الذي أقضيه على مواقع التواصل الاجتماعي					
14	أحرص على التحقق من مصداقية المعلومات قبل مشاركة أي محتوى قد يثير الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي					

ملاحظات عامة حول الاستبيان ككل:

هل الأبعاد مناسبة وشاملة؟ هل عدد الفقرات مناسب؟ هل المقياس الخماسي مناسب؟ أي اقتراحات أخرى لتحسين الأداة؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

معلومات المحكم (لتوثيق عملية التحكيم):

..... الاسم واللقب:

..... الرتبة العلمية:

..... التخصص:

..... توقيع المحكم:

شكرا مجددا لتعاونكم الكريم

الملحق رقم (2) قائمة بأسماء السادة الأساتذة المحكمين

الجامعة	التخصص	الرتبة العلمية	الاسم واللقب	الرقم
محمد بوضياف بالمسيلة	قانون	أستاذ التعليم العالي	بن حليلة ليلي	01
محمد بوضياف بالمسيلة	علم النفس الاجتماعي	أستاذ التعليم العالي	عبد الحق بركات	02
محمد بوضياف بالمسيلة	إعلام واتصال	محاضر	الشيخ بن عيسي	03
محمد بوضياف بالمسيلة	قانون خاص	محاضر	سفيان ذبيح	04
محمد بوضياف بالمسيلة	قانون عام	محاضر	سعيد الوافي	05

الملحق رقم (3) استمارة استبيان الدراسة



كلية العلوم
الإنسانية والاجتماعية
FACULTY OF HUMANITIES
AND SOCIAL SCIENCES

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

استمارة استبيان

عزيزي الطالب / عزيزتي الطالبة،

يهدف هذا الاستبيان إلى فهم "اتجاهات الشباب الجامعي نحو خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة مسحية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة"، وذلك في إطار انجاز مذكرة تخرج ماستر علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة. نؤكد لكم أن جميع إجاباتكم ستعامل بسرية تامة ولن نستخدم إلا لأغراض البحث العلمي، ومشاركتم القيمة محل تقدير كبير وتساهم في إنجاح هذه الدراسة.

تعليمات:

- يرجى قراءة كل فقرة بعناية واختيار أحد الخيارات التالية:
- لا أوافق بشدة، لا أوافق، محايد، أوافق، أوافق بشدة
- لا توجد إجابات صحيحة أو خاطئة، المطلوب هو رأيك الشخصي
- يرجى الإجابة عن جميع الفقرات.

نشكركم جزيل الشكر على وقتكم وتعاونكم

إشراف الأستاذ:

محمد جعفر

إعداد الطالبة:

سامية حريزي

السنة الجامعية 2024-2025

البيانات الشخصية:

- الجنس: ذكر أنثى
- المستوى الدراسي: ليسانس ماجستير
- مكان الإقامة: الريف المدينة
- العمر:

المحور الأول: المعرفة والتصورات حول خطاب الكراهية

التعليمات: يرجى قراءة كل عبارة بعناية وتحديد درجة موافقتك عليها بوضع علامة (✓) في الخانة التي تمثل رأيك بدقة.

الرقم	العبارات	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
1	أستطيع تمييز خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي					
2	أصاف منشورات أو تعليقات تحتوي على كراهية بشكل متكرر على مواقع التواصل الاجتماعي					
3	خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي له تأثيرات سلبية خطيرة على المجتمع					
4	أرى أن بعض أشكال خطاب الكراهية يمكن التسامح معها					
5	التحريض ضد جماعة معينة على مواقع التواصل الاجتماعي أمر خطير جدا					
6	حرية التعبير لا تبرر نشر الكراهية أو التحريض ضد الآخرين على مواقع التواصل الاجتماعي					
7	يجب التفريق بين النقد البناء وخطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي					
8	خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي يؤدي مشاعر المستهدفين به					
9	يجب وجود قوانين صارمة لمعاقبة ناشري خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي					
10	خطاب الكراهية ليس شائعا على مواقع التواصل الاجتماعي					
11	يجب وضع قيود على محتويات مواقع التواصل الاجتماعي للحد من انتشار خطاب الكراهية					
12	الجهل وسوء فهم الآخرين من أسباب نشر خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي					

المحور الثاني: المشاعر والانفعالات تجاه خطاب الكراهية

التعليمات: يرجى قراءة كل عبارة بعناية وتحديد درجة موافقتك عليها بوضع علامة (✓) في الخانة التي تمثل رأيك بدقة.

الرقم	العبارات	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
13	أحزن لوجود خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي					
14	أشمتز ممن ينشرون الكراهية عمدا على مواقع التواصل الاجتماعي					
15	أخاف على مستقبل المجتمع بسبب انتشار الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي					
16	أشعر بالإحباط لعدم وجود حلول فعالة لإيقاف خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي					
17	يجعلني خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي أشعر بأن الفضاء الإلكتروني مكان غير آمن					
18	تجعلني كثرة مشاهدة خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي أقل تأثرا به					
19	أؤثر بعد محاولة الرد على خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي					
20	أغضب عند قراءة أو مشاهدة خطاب كراهية على مواقع التواصل الاجتماعي					
21	أجد صعوبة في التعاطف مع ضحايا خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي					
22	يقلقني تفاعل أصدقائي بإيجابية مع خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي					
23	أشعر بمسؤولية الدفاع عن الفئات المستهدفة من خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي					

المحور الثالث: السلوك والتفاعل مع خطاب الكراهية

التعليمات: يرجى قراءة كل عبارة بعناية وتحديد درجة موافقتك عليها بوضع علامة (√) في الخانة التي تمثل رأيك بدقة.

الرقم	العبارات	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
24	لا أتجاهل خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي وأتخذ رد فعل حياله					
25	أنتقد المنشورات التي تحتوي على كراهية على مواقع التواصل الاجتماعي					
26	أقوم بحظر أو إلغاء متابعة ناشري خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي					
27	لا أناقش ناشري خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي					
28	أنبه أصدقائي وزملائي لخطورة خطاب الكراهية الذي أراه على مواقع التواصل الاجتماعي					
29	أتجنب أي تفاعل (إعجاب/ تعليق) مع منشورات خطاب الكراهية					
30	لا أعيد نشر محتوى يتضمن الكراهية، حتى لو بهدف انتقاده					
31	أبلغ عن الصفحات أو الحسابات التي تنشر خطاب الكراهية					
32	إذا صادفت خطاب كراهية مستقبلاً، سأرد عليه بشكل بناء					
33	أشارك أحياناً منشورات تحذر من خطاب الكراهية أو تدعو للتسامح على مواقع التواصل الاجتماعي					
34	أتحقق من مصداقية المعلومات قبل مشاركة أي محتوى قد يثير الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي					

شكراً مجدداً لتعاونكم



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila

جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanship of the College for Studies and Student

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
قسم علوم الاعلام والاتصال
2025/ الرقم:

Issues

انا

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

الممضي (ة) ادناه : السيدة(ة): حريري سامية

الصفة(طالب, استاذ باحث, باحث دائم): طالب

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 200 35 67 33

الصادرة بتاريخ: 2016/04/25 عن دائرة: هوام الضلحة المسيلة

المسجل(ة) بكلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم: علوم الاعلام والاتصال

تخصص: الاتصال بعلاقات عامة تحت رقم التسجيل: 06064092900

والمكلف بانجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج, مذكرة ماستر, مذكرة ماجستير, اطروحة دكتوراه)

عنوانها: أبحاث المساب الجامعي نحو خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة مسحية على عينه من طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة المسيلة

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

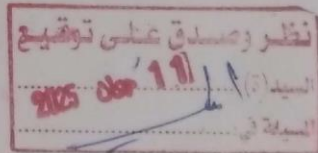
المسيلة في: 2025/06/11

امضاء المعني (ة):

عن رئيس المجلس الشعبي البلدي
وتفويض منه: عبد الكريم بشري



المرجع: القرار الوزاري رقم 933 المورح في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.





الكلية
العلوم الإنسانية
والعلوم الاجتماعية
Faculty of Humanities
and Social Sciences

Vice-Deanship of the College for Studies and Student
Issues

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila

جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
قسم علوم الاعلام والاتصال

وثيقة ايداع المذكرة

الموضوع:

دعوات السيد اجامدي محمد طاب الله له عن وسائل التواصل الاجتماعي:
دراسة مسحية عن كيفية استخدام علوم الاعلام والاتصال بجامعة المسيلة

اعداد الطالب:

رقم التسجيل: 06064098900

1- حريري بسامية

التخصص: المجال وعلاقات عامة

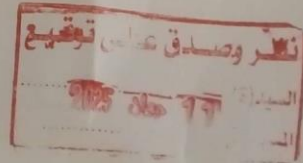
القسم: علوم الاعلام والاتصال الشعبة:

إشراف: محمد حنجر الرتبة: أستاذ محاضر
أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي: 2024-2025 وأسمح
بإيداعه على مستوى ادارة القسم للمناقشة والتقييم.

موافقة وإمضاء الاستاذ(ة) المشرف(ة): رئيس فريق الاختصاص

رئيس القسم

الاستاذ محمد حنجر



الحمد لله رب العالمين
والصلاة والسلام على
سيدنا محمد وآله الطيبين
الطاهرين