

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بنشر ثقافة الكراهية في المجتمع المصري دراسة ميدانية على عينة من الشباب

إعداد أ. سارة أحمد يسين محمد أبو السعود*

إشراف أ.د / شريف درويش اللبان**

مقدمة:

يمكن القول إن خطاب الكراهية هو الحوض على العنف لما له من تأثير مدمر على المجتمع أو التبرير لأعمال العنف، حيث أن هذا الخطاب يرفض الحالة الوسطية، فالوسط ينظر للعنف كظاهرة مشتركة لكل من الأطراف مسؤوليته عن العنف وهذا يقضي على مشروعية الخطاب من أساسه، فخطاب الكراهية مبني على الشمولية وعلى وضع الخير كله في طرف والنشر كله في الطرف الآخر، وأي تشكيك في ذلك هو تشكيك في هوية المجموعة، وانطلاقاً من ذلك تقع على وسائل الإعلام بكل أشكالها مسؤولية كبرى في توجيه أو إخماد خطاب الكراهية، من خلال بثها لطبيعة الصورة النمطية وانعكاساتها النفسية والاجتماعية والثقافية على المجتمع¹.

فلقد أصبح الإعلام الجديد على سبيل المثال أداة من أدوات المنظمات الإرهابية في نشر الفتن والأفكار المتطرفة لسهولة تداوله، وهذا يعني أنه بات يستخدم ضمن أخطر الحروب على الإطلاق باستخدام التقنيات التكنولوجية المتطورة، مما يجعلنا نصدق ما يدور، فمثلاً لم تعد الحرب على الإرهاب تقليدية كما كان في السابق، ولكن أصبح الإعلام جزءاً كبيراً منها، وأصبح أيضاً أداة من أدوات نشر خطاب الكراهية في المجتمعات، فالتأثيرات السلبية لهذه المواقع على الشباب تكون من نواح مختلفة، سواء كانت أخلاقية أو دينية أو معتقدات أو عادات، أو في الحياة عموماً، وإن توعية الشباب من الأفكار السلبية وعلى رأسها خطاب الكراهية، وأن معرفة مدى تأثير الشباب بمثل هذه المواقع، وكيفية توظيفها أمر يتطلب منا الدراسة والبحث، والتوصل إلى النتائج وتوصيات من خلال استمارات البحث وهذا ما سوف يتم تناوله في هذه الدراسة.

من هنا يأتي الاهتمام بدراسة وتحليل أشكال ونماذج الكراهية وعملية بثها عبر وسائل الإعلام الاجتماعية خاصة (فيس بوك)، وتوصيف وتفسير الأفكار التي تبث عبر الفيس بوك و ترسيخها في أذهان مستخدمي الفيس بوك من خلال تحليل طروحات أو تدوينات posts المشاركة، وأطر موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"، والتركيز على أهم الكلمات والمفردات التي يكتبها الأشخاص مستخدمو أشهر مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك) وتحليل اتجاهاتهم وانتماءاتهم من خلال هذه التدوينات، واستخراج المفردات التي توحى بالكراهية والتي توحى بالسلام لمعرفة الأكثر تداولاً في خطابات الأشخاص على الفيس بوك، وتحليل كل ما هو إيجابي وكل ما هو سلبي حول خطاب الكراهية على الفيس بوك، فمع تزايد أعداد مستخدمي شبكة الإنترنت بصفة عامة ومواقع التواصل بصفة خاصة، ومع

* باحثة دكتوراة بقسم الصحافة بكلية الإعلام – جامعة القاهرة

** أستاذ بقسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة

تزايد حالة الاستقطاب السياسي للقوى المؤيدة والمعارضة للنظام، زادت نسبة نشر خطاب الكراهية والتعصب بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.
مشكلة الدراسة:

أوضحت شبكات التواصل الاجتماعي حجم الانكشاف الاجتماعي والثقافي إلى جانب الانكشاف السياسي الذي زاد من تعقيد ظاهرة خطاب الكراهية الذي أوجدته مواقع التواصل الاجتماعي، وكشفت عن جوانب متعددة لهذا الخطاب منها إعادة تفسير الماضي، إعادة إنتاج القولية الثقافية والاجتماعية والسياسية، وإعادة إنتاج الهويات الضيقة والمرجعيات الأولية، وقد جاءت الموجة الأخيرة من خطاب الكراهية في وقتٍ لم يحسم الإعلام في العالم العربي القيم الأساسية في المهنية، والاستقلالية، والحرية، ما خلق منطقة رمادية بين أفعال السياسيين من جهة والعمل الإعلامي من جهة أخرى، ومنطقة رمادية أخرى بين أفعال الناشطين على شبكات الإعلام الاجتماعي وبين الإعلاميين والصحفيين المحترفين، لذا تتمثل المشكلة البحثية في دراسة دور خطاب الكراهية في الحشد والتعبئة السياسية للشباب المصري تجاه الأنظمة الحاكمة وغيرها، وكيفية تداوله بين مستخدمي وسائل الإعلام الاجتماعية، بالإضافة إلى معرفة اتجاهات عينة الدراسة من "مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي" ومدى تبنيهم لأفكارٍ تعكس خطاب الكراهية في المجتمع المصري بشكلٍ عام.
أهمية الدراسة :

1- أهمية دراسة دور وسائل الإعلام الاجتماعية كأداة إعلامية يستخدمها الجمهور في نشر الكراهية بكافة أشكالها في المجتمع المصري، وتأثيرها على المجتمع وتفكير الشباب تجاه القضايا المختلفة.

2- أهمية الوقوف على المنطقة الرمادية بين أفعال الناشطين على شبكات الإعلام الاجتماعي وبين الإعلاميين والصحفيين المحترفين، حيث لا يمكن ضبط الناشطين على الإعلام الاجتماعي، فالتخلص من هذه المساحة الرمادية وتحديدًا في إنتاج وترويج خطاب الكراهية يرتبط بالصحفيين وبقدرتهم على تطوير المهنية والاستقلالية والمسؤولية الاجتماعية.

أهداف الدراسة :

تسعى الدراسة الحالية إلى رصد وتوصيف علاقة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي بإدراكهم لخطاب الكراهية الرقمي، وتتمثل الأهداف في:

1- التعرف على مدى تبني الشباب المصري لخطاب الكراهية الرقمي من خلال نوع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي.

2- التعرف على مدى الحاجة إلى تطوير أدلة تحريرية وأخلاقية لوسائل الإعلام في هذه المجالات تراعي أبعاد الكراهية والتحريض والاستقطاب.

الدراسات السابقة

- دراسة محمد عبد الرازق مصطفى (2019)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترويج خطاب الكراهية بين طوائف الجمهور العراقي²:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترويج خطاب الكراهية بين طوائف الجمهور العراقي، ومن ثمّ السعي إلى الكشف عن الدور الذي تؤديه صفحات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة لبعض الجماعات الإرهابية على الإنترنت في ترويج

خطاب الكراهية والتطرف، وتحليل الموضوعات المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي، وما مدى مساهمتها في الترويج لخطاب الكراهية بين الجمهور، وما الأساليب التي تعتمد عليها في منشوراتها.

وهذه الدراسة تنتمي إلى البحوث الوصفية، حيث استخدم المنهج المسحي بشقيه التحليلي والميداني، كما شملت عينة الدراسة جزئياً التحليل على العينة بالصدفة على صفحات الفيس بوك واليوتيوب المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي للمدة 10 | 2018|8 إلى 15 | 2018|10م، فيما تضمنت العينة في الدراسة الميدانية (400) مفردة من جمهور بغداد.

وجاءت أهم نتائج الدراسة التحليلية متمثلة في، أن هناك تعدد وتنوع في وسائل الإبراز التي تم الاعتماد عليها لإبراز جوانب خطاب لكراهية والعنف المقدم عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وجاء في مقدمتها المؤثرات الصوتية، والموسيقى الحماسية المسجلة بمجموع تكرار (54)، وبنسبة (1,23%).

- دراسة سحاري ونبيح (2017)، مواقع التواصل الاجتماعي وصناعة خطاب الكراهية في الجزائر³:

تتلخص أهمية هذه الدراسة في أنها تبحث ف محتويات المواقع الالكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي سواء للأفراد أو الجماعات الذين ييثون من خلالها مشاعر الكراهية والتحريض على فئات معينة داخل المجتمع الجزائري، واستخدمت الدراسة البحوث الوصفية التحليلية، بهدف الحصول على الحقائق المتعلقة بالجوانب النظرية والتطبيقية للموضوع المبحوث.

ومن أهم نتائج الدراسة، يتم توظيف الصورة من قبل نشطاء الفيسبوك لصناعة خطاب الكراهية بحسب الشخصية والقضية محل الخطاب، ومن النتائج المهمة أيضاً أن الصور والفيديوهات الأكثر استخداماً من قبل صانعي خطاب الكراهية، وأن الشخصيات السياسية الأكثر استهدافاً بخطاب الكراهية من قبل نشطاء فيس بوك.

- دراسة عياد ابلال (2017) شبكات التواصل الاجتماعي وتكريس خطاب الكراهية: دراسة لتواصل رواد شبكات التواصل الاجتماعي⁴:

استهدف البحث معرفة كيفية تعامل وتفاعل رواد شبكات التواصل الاجتماعي عبر هذه الشبكات كما تستهدف معرفة كيفية رواد شبكات التواصل الاجتماعي لخطاب الكراهية والتحريض على العنف، التعرف على أنواع خطاب الكراهية والتحريض على العنف المكرسة أكثر بين رواد شبكات التواصل الاجتماعي، معرفة أسباب ودوافع ومرامي خطاب الكراهية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، بالاعتماد على أداة الاستبيان ومنهج المسح الإعلامي على عينة قوامها 100 من رواد شبكات التواصل الاجتماعي في مراكش، أظهرت نتائج البحث فيما يخص الحل الأمثل لدرع وتجريم انتشار خطاب الكراهية أكدت نسبة 31% من عينة البحث أن مؤشر حجب الحساب من الشبكة هو الحل الأمثل لعملية الردع، وأكدت نسبة 80% على فرض شروط والتقيد بها للحد من خطاب الكراهية والعنف، ووافق 50% من المبحوثين للحد من خطاب الكراهية، أقرت نسبة 92% من المبحوثين على أن الحل هو إنتاج خطاب بديل وجديد على مستوى الأفكار والمعتقدات.

- دراسة فيصل السرحان(2017)، الإعلام الجديد وخطاب الكراهية" استراتيجية
المواجهة⁵:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات وسلوك طلبة جامعة الزرقاء، والوصول إلى اقتراحات وتوصيات تسهم في ضبط خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتطوير دور هذه المواقع لخدمة طلبة الجامعة بشكل إيجابي.

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي من خلال إعداد إستبانة لعينة طبقية، تم توزيعها على فئات طلابية مختلفة في جامعة الزرقاء.

ومن أهم نتائج هذه الدراسة أنها توصلت إلى أن الشبكة العنكبوتية أو الانترنت دورًا وتأثيرًا كبيرًا في تكوين الرأي العام وتشكيله تجاه خطاب الكراهية، وأظهرت النتائج أن نسبة من تعرضوا لخطاب الكراهية عبر وسائل الإعلام الجديد هي النسبة الأكبر والتي تؤثر على أن هناك تربة خصبة وممارسة فعلية لخطاب الكراهية عبر الشبكة العنكبوتية.

- دراسة Lawrence M. Mute (2012) كينيا: التشريعات، خطاب الكراهية، وحرية
التعبير⁶:

تم تعريف خطاب الكراهية بأنه أي شكل من أشكال الكلام الذي يحط من الآخرين ويشجع على الكراهية، ويشجع العنف ضد مجموعة على أساس معايير تشمل الدين أو العرق أو اللون أو العرق، وهو يشمل الكلام أو النشر أو الإذاعة التي تمثل في حد ذاتها أدنى درجة أو تحط من شأن الإنسانية وتهين مجموعة على أساس المعايير المذكورة أعلاه، كما أن المصطلح يستخدم عادة للإشارة إلى الكلام أو التعبير الذي يهدف إلى إيذاء أو تخويف شخص أو جماعة بسبب ميولهم الجنسية أو إعاقاتهم أو خصائصهم الشخصية الأخرى، والسمات الأساسية لما يرقى إلى خطاب الكراهية هو أن القصد الأساسي من أي تعبير من هذا القبيل هو التحريض على معاملة أو تصرف مجحف ضد مجموعة من الناس يكون تصنيفها على هذا النحو مدعوما بمعايير تمييزية مشتركة، ولعل الوسيلة الأكثر ملاءمة لتوضيح ذلك هي القول بأن اللغة تصبح خطاب كراهية عندما يستخدمها فرد أو جماعة لتحطيم مجموعة أخرى أو تولد تمييزًا عليها لتحقيق أهداف سياسية (مثل الفوز في الانتخابات) أو أهداف اجتماعية (مثل ترسيخ الذكور الهيمنة في مكان العمل).

تشير تجارب كينيا في الحملات السياسية خلال الاستفتاء الدستوري لعام 2005 والانتخابات العامة لعام 2007 إلى واحد أو كليهما مما يلي: أن لدى السياسيين ميلًا للكلام بطريقة تهدف إلى تحريض الجمهور؛ أو أن السياسيين لديهم ميل غريزي تقريبا لتحريض الجمهور، وقد شهدت الآثار السلبية للكلام الذي يحض على الكراهية أسوأ أشكالها وأكثرها وضوحًا في عام 1994، في أعقاب الدعاية للكراهية التقدمية التي قام بها السياسيون ووسائل الإعلام الوطنية، حدثت الإبادة الجماعية في رواندا، وفي سياق كينيا، تم وضع أحد النتائج التي توصلت إليها اللجنة الوطنية في تحقيقاتها بشأن العنف الذي أعقب الانتخابات والذي تناول مسألة خطاب الكراهية والإبادة الجماعية:

إن كينيا تعرض في الوقت الحالي صفات تشكل شرطًا مسبقًا لارتكاب جريمة الإبادة الجماعية، وأحد هذه السمات هو تجريد المجتمع من الإنسانية باستخدام التسميات أو التعابير

السلبية التي تميز المجموعة المستهدفة عن بقية المجتمع.
التعليق على الدراسات السابقة:

1- لقد أكدت الدراسات السابقة - ذات الصلة - التي أجريت أن أغلب هذه الدراسات أجريت على موقع فيس بوك باعتباره الأكثر استخدامًا من قبل جميع فئات المجتمع العربي عدا الدول الخليجية بشكل عام، و وجدت معظم الدراسات السابقة إن موقع شبكة الاتصال الفيس بوك الأكثر استخدامًا فيما بين الشباب وخاصة الجامعي، وأن الناشطين السياسيين هم الأكثر استخدامًا لموقع الفيس بوك face book بشكل خاص، لذلك أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي محطات حشد للمشاركة في الحراك السياسي، ومن ثم اتخذت أغلب هذه الدراسات من " الشباب " عينة لها من أجل الحصول على نتائج أعم وأشمل مما يساهم في إثراء الدراسة.

2- كشفت الدراسات عن تنامي تأثير شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في مجالات وقضايا الشأن العام، حيث قامت وسائلها بدور مهم في إثراء المجال الإعلامي.

3- يتضح من الدراسات السابقة في ضوء ما تقدم تزايد اهتمام الدراسات الغربية بدراسة موضوع " خطاب الكراهية " فقد بدأت أولى الدراسات الغربية بطرح هذا الموضوع في بداية التسعينيات من القرن العشرين، ومن ثم تعد هذه الدراسة امتدادًا زمنيًا واستكمالًا طبيعيًا للدراسات السابقة الغربية ومسايرة لها، خاصة وأنها تدرس في القرن الحادي والعشرين، في الوقت الذي نلاحظ فيه ندرة الدراسات العربية في هذا الصدد.

4- يمكن القول إن هذه الدراسة هي استكمال لدراسات أخرى سابقة سعت إلى الكشف عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في الحشد والتعبئة السياسية، حيث لم تجر دراسة حول خطاب الكراهية عبر شبكات التواصل الاجتماعي و دروره في الحشد والتعبئة السياسية للشباب المصري بالرغم أن جمهورية مصر العربية شهدت أحداثًا سياسية كثيرة الفترة الأخيرة، وشهدت علي رأسها حراكًا جماهيريًا للمطالبة بإنهاء نظام الإخوان الذي كان يرأسه " محمد مرسي " الرئيس الأسبق، وتولي الرئيس السيسي شؤون البلاد وما أعقب ذلك من تأييد ما حدث من البعض والمعارضة من فئات أخرى، ومن ثم سعي الطرفين لنشر خطاباتهم وآرائهم على مواقع التواصل الاجتماعي، وظهرت الكثير من الدعوات التي أطلقت على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي ضد النظام الحاكم والعكس سواء كانت دعوات مطالبة بالتظاهرات أو غيرها.

الدراسة استطلاعية:

أسفرت الدراسة الاستطلاعية عن عدة نتائج أولية ومؤشرات، والتي أفادت في تحديد المشكلة البحثية وبلورتها وصياغة الأهداف والتساؤلات، كما ساهمت في اختيار عينة الدراسة وفقًا لما يلي:

- أوضحت الدراسة الاستطلاعية أن صفحات الإعجاب على الفيس بوك هي أكثر الصفحات التي تناولت الموضوعات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية بشكل عام ، كما أنه الأكثر اهتمامًا وتحيزًا لموضوعات بعينها دون غيرها، واتضح أن الشباب هم الأكثر تفاعلًا على مواقع التواصل الاجتماعي حتى في الصفحات هم من يشاركون المنشورات على صفحاتهم الشخصية سواء من صفحات البوابات الإلكترونية الإخبارية أو غيرها من الصفحات، وهذا

- ما أكدته الدراسات السابقة الخاصة بمحور مواقع التواصل الاجتماعي وطبيعة استخدامها.
- وعلى النحو الآخر وُجدَ أن بعض الدراسات الأجنبية والعربية اهتمت بتحليل مضمون الصفحات الشخصية لمستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية على رأسها (فيس بوك ، تويتر)، والأبرز أنها أجريت على عينات من طلبة الجامعات باعتبارها الفئة الأكثر استخدامًا لمواقع الشبكات الاجتماعية، لذا تهتم هذه الدراسة بصفحات الإعجاب لتغطية كافة جوانب الموضوع.
 - كانت أكثر هذه الصفحات تعكس اهتماماً بنشر عدد كبير من الشباب لمواقفهم الشخصية حيال القضايا المهمة المتعلقة بالشأن المصري على الساحة، ولم يتوقف الأمر على ذلك، بل أن بعض الشباب كانوا يستخدمون من صفحاتهم منابر إعلامية ليث أفكارهم.
 - كانت السمة الشائعة في توجهات الشباب الفكرية هي التعصب مما جعلهم في أحيان كثيرة يستخدمون لغة الحقد والكراهية والبيغضة للأطراف المعادية أو المختلفة معهم في الرأي، ويستخدمون في ذلك أكثر من طريقة لترسيخ أفكار الكراهية إما بتكرار النشر أو بالدخول إلى الصفحات المختلفة وعرض آرائهم دون تقبل الرأي الآخر أو الطرف الآخر بوجه عام.
 - أشارت الدراسة أن عددًا من الشباب مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك ينتمون إلى جماعة الإخوان، ويحاولون بث الكراهية ضد النظام الحالي، والدفاع عن النظام السابق (نظام الإخواني محمد مرسي) بكافة الأساليب الهجومية ويحاربون كل من يقف بطريقهم كالسلفيين ب الخطاب العدائي، إلخ.
 - لم يتوقف الأمر على أن أنصار الإخوان يحاولون بث الكراهية ضد النظام، والعكس يحاول أتباع النظام بث الكراهية ضد الإخوان وأتباعهم من خلال الفيس بوك، بل أن الأمر امتد ليصل إلى كراهية الإخوان ضد السلفيين والسلفيين ضد بعضهم البعض" الصراع بين فئات المجتمع" مما يعكس العديد من أنواع الكراهية ومدى وجودها وانتشارها ومحاولة بثها في المجتمع المصري بكافة أشكالها والأضرار التي تعود على المجتمع جراء ذلك.
 - من هنا وقع الاختيار على عينة الشباب في المجتمع المصري كعينة للدراسة الميدانية لدراسة خطاب الكراهية عبر موقع التواصل الاجتماعي " فيس بوك " إلى جانب تحليل نماذج هذا الخطاب وأشكاله وطبيعته عن طريق وصف أشكال الكراهية وأنوعها.
- تساؤلات الدراسة :**

1. ما آثار خطاب الكراهية على إدراك الشباب للكيانات والصراعات الموجودة في المجتمع؟.
2. كيف تم توظيف المنشورات (البوستات) على الفيس بوك من قبل الشباب المصري تجاه خطاب الكراهية بشكل لا يتناسب مع الثقافة الإعلامية الجماهيرية المتوازنة البعيدة عن الإسفاف أو التطرف والإكراه (الثقافة التي تحترم التعددية والتنوع وتغرس قيم التسامح وتخلق مقاومة ذاتية ومناعة ضد خطاب الكراهية)؟.
3. أي نوع من أنواع الكراهية الأكثر ترسيخًا في ذهن الجمهور، وأكثر تأثيرًا على توجهاته تجاه القضايا المختلفة؟.

فروض الدراسة:

- 1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (معدل استخدام الفيس بوك تحديداً).
- 2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة في تحديد تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الرأي العام، وانتشار خطاب الكراهية السياسي / الدور الذي تقوم به شبكة فيس بوك تجاه خطاب الكراهية والعنف المجتمعي.
- 3- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تعرض طوائف الجمهور المصري لموقع فيس بوك وتأثرهم بدعوات التطاهر والاحتجاج التي يتم الترويج لها، ومن ثم انتشار خطاب الكراهية السياسي.
- 4- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بأسباب استخدام الفيس بوك.
- 5- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير أفراد عينة الدراسة في رؤيتهم لمدى مساهمة الفيس بوك في الصراع والتطرف والترويج لخطاب الكراهية.

الإطار المنهجي للدراسة:

نوع الدراسة ومنهجها

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، حيث إنها تستهدف توصيف خطاب الكراهية على موقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك) من خلال معرفة تأثيرها على الرأي العام المصري وتأثيرها على التغيير الاجتماعي والسياسي بغرض الوصول إلى استنتاجات منها تؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن خطاب الكراهية المستخدم عبر الفيس بوك من قبل الشباب وبناء أساس للحقائق التي يمكن أن تُبنى عليها فروض إيضاحية أو تفسيرية لهذه الظاهرة (الكراهية) تفيد الواقع إما بتصحيحه أو تحديثه أو استكمالها أو تطويره من خلال استخدام المنهج المسحي لعينة من الشباب المصري.

كما تحاول الدراسة تفسير المعلومات والبيانات من خلال الربط بجوانب ومتغيرات المشكلة البحثية و التعمق في أسبابها بما يفيد في الوقوف على المعالجات المختلفة للقضايا على وسائل الإعلام الاجتماعية.

مجتمع وعينة الدراسة الميدانية:

تم اختيار عينة من الشباب المصري ممن يتراوح عمرهم تقريبا ما بين (18: 35) عامًا ، وهي عينة عمدية طبقية"، و لقد أكدت الدراسة الاستطلاعية أن الشباب المصري بمثابة عينة جيدة، فهم الأكثر نشاطاً على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام والفيس بوك كواحد منها بشكل خاص، وبذلك نضمن إجراء الدراسة على فئة واسعة من فئات المجتمع ممن هم في المرحلة الجامعية (الطلبة المقيدون على مقاعد التعليم العالي، الخريجين من الجامعات من (طلبة الدراسات العليا) العاملين بالقطاعات الحكومية والخاص، العاطلين عن العمل، كما أكدت معظم الدراسات السابقة أنهم الأكثر تفاعلاً على مواقع التواصل الاجتماعي والأكثر تأثيراً في المجتمع المصري خاصة فيما يتعلق بالحياة السياسية، فعلى سبيل المثال كان اعتماد الشباب على الانترنت بشكل عام ومواقع التواصل بشكل خاص في الحصول على المعلومات عن ثورة 25 يناير مما يعكس دور هذه المواقع وقت الثورة وأهميتها، وما انعكس على ذلك وأثر في مجرى الأحداث أثناء الثورة (حمزة خليل السيد 2012⁷)

ولقد قدمت شبكات التواصل الاجتماعي إمكانية التعبير عن الآراء والتوجهات وطرح وجهات النظر المختلفة ومناقشتها بحرية كاملة، ومع مرور المجتمعات العربية بتغييرات سياسية واسعة خلال السنوات القليلة الماضية، وما ترتب عليها من عدم الاستقرار في جميع مناحي الحياة، شهدت هذه المجتمعات ومنها مصر، جدالاً حاداً حول العديد من القضايا والمشكلات التي أفرزتها هذه التغييرات واختلاف الاتجاهات ووجهات النظر حولها، واشتدت وتيرة هذه الصراعات المجتمعية مع التزايد المستمر لعدم الاستقرار والمشكلات الناشئة في المجالات المختلفة.

وأصبحت شبكات التواصل الاجتماعي الساحة الرئيسية للصراعات المجتمعية وعلى رأسها؛ فيس بوك، وذلك نظراً لتزايد جمهور تلك الشبكات ومستخدميها واعتمادهم عليها في استقاء المعلومات، وتكوين الآراء وتشكيل الاتجاهات لإتاحتها نشر المعلومات للجميع، ومن الجميع في شكل نصوص أو صور أو فيديوهات وغيرها، حتى أصبحت من أهم مصادر الأخبار والمعلومات.

اعتمدت الدراسة الراهنة على عينة مكونة من 350 مفردة من الشباب المصري، حيث تم سحب المفردات بأسلوب عينة كرة الثلج (Snowball sample)، وهذا الأسلوب من أساليب اختيار العينات غير الاحتمالية لجمع بيانات الدراسة، عن طريق تحديد واختيار الفئة الأولية أو المبدئية التي تزودنا بالفئات الأخرى المماثلة من نفس السمات والخصائص.

ولهذا تم وضع عدد من المحددات التي تتناسب مع طبيعة الدراسة كشرط أساسي للإجابة على أسئلة الاستمارة وهذه المحددات هي:

1. أن يكون المبحوثين من الشباب المصري ممن ينتمون للفئة العمرية من 18: 38 سنة، وذلك لأن الشباب هم الشريحة الأكثر متابعة لحركة المجتمع وتطوره، ومن ثم فهي الأكثر قدرة على التقييم والأكثر قدرة على إشاعة القلق أو التأكيد على حالات الوحدة والاستقرار، ولأن مرحلة الشباب هي المرحلة التي تتبلور فيها أولويات الفرد، وانتماءاته وشخصيته، وتتضح فيها اتجاهاته ووجهات نظره بشأن ما يُثار حوله من مشكلات وقضايا.

2. أن يكون المبحوثين من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لاسيما فيس بوك، لأنه من أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية استخداماً في مصر _ خاصة بين فئات الشباب _ طبقاً لموقع (Alexa).

3. ضرورة أن يكون لدى المبحوثين نشاط أو تفاعل سياسي أو حد أدنى من الاهتمام السياسي.

أدوات جمع البيانات:

الاستبيان:

تم استخدام استمارة الاستقصاء (الاستبيان) لجمع البيانات، والاستبيان عبارة عن مجموعة من الأسئلة يطلب من المفحوص الإجابة عنها لكي تعرف اتجاهه أو رأيه أو ميل إزاء موضوع معين، وغالباً ما تستخدم هذه الوسيلة أو هذه الأداة من أدوات جمع البيانات في المنهج الوصفي⁸، وتم مراعاة التجانس في أسئلة الاستبيان مع الأهداف والتساؤلات الخاصة بالدراسة، حيث تم تصميم استمارة استبيان خاصة بعينة من الجمهور المصري في الدراسة الميدانية، وتم توزيعها على الجمهور، من أجل معرفة مدى استخدام عينة الدراسة لموقع التواصل الاجتماعي فيس

بوك، إضافة إلى معرفة طبيعة استخدام ذلك الموقع، الترويج لخطاب الكراهية عبره. وتم تطبيق استمارة الاستبيان علي عينة عمدية قوامها (350 مبحوث \ مفردة) من الشباب المصري ما بين 18:38 سنة من " طلبة الجامعة بالقطعين الخاص، الحكومي، وخريجي الجامعات، طلبة الدراسات العليا".

وصف عينة البحث :

لا يستقيم بحث علمي إلا من خلال وضوح المنهجية المعتمدة ، وأدواتها وتقنياتها المختارة، وعند الحديث عن المنهجية لا بد من ربطها بالتنظير والتجريب، وهما تقليدين معتمدين في المنهج العلمي ، حيث تعد المنهجية على وجه الدقة ما يصل النظرية، وتقنيات الملاحظة⁹ أي جدلية النظرية والممارسة، لذلك فتعلم المنهجية تعني تعلم ربط الممارسة النظرية بالممارسة التجريبية¹⁰.

وتعد المتغيرات الاجتماعية والتعريف بها من أساسيات البحث الاجتماعي لامتلاك أدوات التحليل والتفسير، وفي هذه الدراسة سلط الضوء على المتغيرات الاجتماعية المرتبطة بالسن، والمستوى الدراسي، والانتماء الجغرافي.

المبحوث وطرق تعامله مع شبكات التواصل الاجتماعي:

من خلال هذا الجانب من البحث الميداني، حاول البحث معرفة كيفية تعامل رواد شبكات التواصل الاجتماعي مع هذه الشبكات، وكيفية تعاملهم وتواصلهم من خلال تساؤل عن الفئة العمرية، وعدد ساعات التواصل، والشبكات المفضلة، والوسائل التكنولوجية المستخدمة، وطرق قضاء الوقت عبر تلك الشبكات الاجتماعية الافتراضية.

- جدول رقم (1) توزيع عينة الدراسة حسب الفئة العمرية

الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية
18-21	156	44.6
22-25	114	32.6
26-29	26	7.4
30-35	34	9.4
36-38	20	5.7
المجموع	350	% 100

لقد أظهرت النتائج أن أكثر الفئات العمرية مشاركة في الدراسة كانت من 18-21 بنسبة 44.6 %، يليها الفئة العمرية من 22-25 بنسبة 32.6%، وجاءت أقل الفئات مشاركة في الدراسة من 36-38 بنسبة 5.7%.

- جدول رقم (2) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغير النوع

النوع	التكرار	النسبة المئوية
مبحوث	162	46.3
مفردة	188	53.7
المجموع	350	% 100

أما حسب متغير النوع، أظهرت النتائج أن المفردة تمثل 53,7% من إجمالي عينة الدراسة، فيما جاء المبحوثين بنسبة 46.3%.

- جدول رقم (3) توزيع عينة الدراسة وفقاً للمؤهل الجامعي

النسبة المئوية	التكرار	المؤهل الجامعي
47.4	166	خريج
52.6	184	طالب
% 100	350	المجموع

لقد أظهرت النتائج أن الطلاب الأكثر مشاركة في الدراسة حيث يمثلون 52,6% من إجمالي عينة الدراسة، فيما جاء الخريجون بنسبة 47,4%، وكان أفراد عينة الدراسة من كليات التمريض، سياسة واقتصاد، هندسة (معماري، مدني)، حاسبات ومعلومات، وتمريض وأداب أقسام" التاريخ، والوثائق، وعلم النفس، الفلسفة، تربية طفولة، ودراسات إسلامية، والفنون التطبيقية(تصميم داخلي، اثاث، تصميم داخلي، وإعلانات)، علوم، تربية رياضية، حقوق، علوم ذوي الاحتياجات الخاصة، تعليم صناعي، تربية عام، الطفولة المبكرة، تجارة إنجلش.

- جدول رقم (4) توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل فوق الجامعي

النسبة المئوية	التكرار	المؤهل فوق الجامعي
16.6	58	ماجستير
13.1	46	دكتوراه
70.3	246	لا ينطبق
% 100	350	المجموع

تبين من النتائج أن أكثر المؤهلات فوق الجامعية مشاركة في الدراسة هي الماجستير بنسبة 16.6% في مقابل 13.1% للدكتوراه، فيما كان 70.3% من عينة الدراسة ليسوا من ذوي المؤهلات فوق الجامعية.

- جدول رقم (5) يوضح مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً من قبل أفراد العينة

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الاستجابات	العبارة
82.3	288	فيس بوك	أي موقع من مواقع التواصل الاجتماعي تفضلها وتستخدمها بشكل أكبر
14	49	تويتر	
45.7	160	يوتيوب	
4	14	اوركت	
3.4	12	ماي سبيس	
3.4	12	هاي فايف	
3.4	12	لايف بورن	
45.7	160	انستجرام	
82.3	288	واتس أب	
13.4	47	أخرى	

يتضح من الجدول السابق أن شبكات التواصل الاجتماعي المفضلة بين روادها أكدت نسبة مهمة من المبحوثين بلغت نسبتها 82.3% من المبحوثين أنهم يفضلون ويستخدمون بشكل أكبر موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك وواتس أب، فيما يستخدم 45.7% اليوتيوب، وانستجرام، فيما كانت أقل مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً لدى عينة الدراسة هي: ماي سبيس، هاي فايف، ولايف بورن بنسب متساوية لكل منها بلغت 3.4%، وتمثلت فئة أخرى في (فايبر، فايبر، سناپ شات، جوجل سكولر Google scholar، و لينكد إن linked in، إيمو Imo، سلاك Slack) ، وأغلبها مواقع مهنية.

لذا يمكن القول أن فيس بوك كان وما زال أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخدامًا، وقد كانت بداية ظهوره عام 2004 بعدد محدود لا يتجاوز مليون مشترك، فكلما تزداد التطبيقات التي تمنح للمستخدم التفاعل مع أصدقائه كلما تزايد أعداد المشتركين.

- جدول رقم (6) يوضح استخدام أفراد عينة الدراسة لشبكات التواصل

العبارة	بدائل الاستجابات	التكرار	النسبة المئوية	كا
ما مدى استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي	يوم في الاسبوع	9	2.6	481.057*
	2-3 أسابيع	22	6.3	
	4-6 أسابيع	44	12.6	
	يوميًا	232	66.3	
	حسب الظروف	43	12.3	
المجموع		350	% 100	

يتضح من النتائج أن 66.3% من عينة الدراسة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بشكل يومي، فيما كان 12.6% يستخدمونها من 4 إلى 6 أسابيع، فيما كان أقل استخدام لشبكات التواصل يوم في الاسبوع بنسبة 2.6% من عينة الدراسة. تشير المدة التي يقضيها أغلب أفراد العينة إلى أن هناك الكثير من الوقت يستهلكه الأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة، ومن ثم تفرض هذه المدة الزمنية تساؤلًا عن كيفية تصريف هذا الزمن عبر شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على المحتوى والمعطيات المتبادلة.

جدول رقم (7) يوضح الأسباب المتنوعة لإستخدام فيس بوك

العبارة	بدائل الاستجابات	التكرار	النسبة المئوية
أذكر أهم أسباب استخدام شبكة فيس بوك تحديدًا	التعرف على اخر المستجدات على الساحة السياسية	111	31.7
	شبكة فيس بوك آراء متنوعة حول القضايا والمشكلات الاجتماعية التي تمكني من تشكيل وجهة نظري الخاصة	132	37.7
	أستطيع التعبير عن الراي الذي اتبناه بكل وضوح دون اي قيد أو رقابة	89	25.4
	يعد فيس بوك اعلاما بديلا يتميز بالسرعة في نقل الأحداث	190	54.3
	اعلانات فيس بوك في الغالب تكون في إطار اهتمامي واحتياجاتي لذا فهي مفيدة لي	78	22.3
	الفيس بوك وسيلة لكشف عمليات الفساد السياسي في أجهزة الدولة ونشرها على الملأ	47	13.4

أما فيما يخص أسباب استخدام شبكة فيس بوك على وجه التحديد أظهرت النتائج أن 54.3% من عينة الدراسة يرون أن شبكة فيس بوك اعلامًا بديلاً يتميز بالسرعة في نقل الأحداث، ويرى 37.7% منهم أنهم يستخدمون شبكة فيس بوك لأن بها آراء متنوعة حول القضايا والمشكلات الاجتماعية التي تمكني من تشكيل وجهة نظري الخاصة، فيما يرى 31.7% منهم أن سبب استخدام شبكة فيس بوك هو التعرف على اخر المستجدات على الساحة السياسية.

- جدول رقم (8) سلبيات فيس بوك

العبارة	بدائل الاستجابات	التكرار	النسبة المئوية
اذكر أهم سلبيات موقع فيس بوك المنتشرة مؤخراً عليه- كما تراها من خلال استخدامك لهذه الشبكة	به خطاب للكراهية والتعصب بين أكثر من فئة في المجتمع	119	34.0
	ارتفاع حدة المناقشات وعدم تقبل آراء الآخرين	144	41.1
	الألفاظ البذيئة التي تستخدمها فئات معينة	248	70.9
	افتقار المصداقية والشفافية في الأخبار والآراء	106	30.3
	وسيلة لنشر الشائعات	225	64.3
	أخرى	17	4.9

وفي إطار التساؤل عن أهم سلبيات فيس بوك، صرحت نسبة 70.9% من عينة الدراسة أن أكثر سلبيات موقع فيس بوك المنتشرة مؤخراً هي؛ الألفاظ البذيئة التي تستخدمها فئات معينة، ويرى 64.3% منهم أن الفيس بوك وسيلة لنشر الشائعات، فيما يرى 41.1% من عينة الدراسة أن من سلبيات الفيس بوك هو ارتفاع حدة المناقشات وعدم تقبل آراء الآخرين، وشملت فئة أخرى بعض سلبيات الموقع كتتحريف الأديان ونشر معلومات دينية مغلوطة، و المساعدة في نشر الفتن ما ظهر منها وما بطن، وقد تؤدي الأخبار الزائفة في الفيس بوك إلى الانفلات الأمني، ومظاهرات مثيرة، وأحداث طائفية.

بالرغم من أن فيس بوك وسيلة تؤكد على ديمقراطية الاتصال وتسمح بالتفاعل مع الأحداث الجارية ولا تخضع لسيطرة الحكومة إلا أنها بمثابة وسيلة تحريض على العنف والإرهاب، بالنسبة للبعض هي وسيلة مللة وتتسبب في ضياع الوقت، وغير مفيد، لا تحقق حاجات ورغبات الكثير من الأفراد، كما أن موضوعاتها لا تثير اهتمامهم وفقاً لما ذكره، بالإضافة إلى الارتفاع بوتيرة حدة الشتم والقذف في الخطابات، وذلك لأسباب جمة تدور في مجملها في فلك التنافر السياسي لمختلف الأحزاب والأيديولوجيات، مما جعل الفيس بوك عبارة عن إعلام كراهية ومن ثم أداة حرب وكسب واستقطاب.

- جدول رقم (9) أشكال مشاركة أفراد عينة الدراسة في فيس بوك

العبارة	بدائل الاستجابات	التكرار	النسبة المئوية
ما أشكال المشاركة التي تقوم بها نتيجة لذلك	ابدي إعجابي like على بعض المنشورات والصور والفيديوهات	221	63.1
	استفسر عن بعض المعلومات على المنشورات من خلال تعليقاتي	118	33.7
	أقوم بعمل tag @ لأصدقائي على بعض المنشورات لأقناعهم بما شاهدته	88	25.1
	أقوم بمشاركة المنشورات كما هي مع تعليق على صفحتي الشخصية	119	34.0
	إرسال التعليقات على الصفحات الشخصية وصفحات الإعجاب	69	19.7
	مناقشة أهم القضايا السياسية في تطبيق الرسائل الخاصة على الفيس بوك	47	13.4
	بداية موضوع جديد والمشاركة في موضوع محل نقاش	45	12.9
	قراءة الردود وابداء الرأي الشخصي عليها والرد على أي استفسارات	10	2.9
	استجيب للعديد من استطلاعات الرأي وأجبت عن الاستبانة المطلوبة	4	1.1
	ادخل على الروابط التي يضعها المستخدمون لشبكة فيس بوك لصفحات أخرى مثل موقع الكتروني، يوتيوب	4	1.1
	أخرى	28	8.0

أما فيما يخص أشكال المشاركة، فقد صرح 63.1% من عينة الدراسة تتمثل اشكال المشاركة التي يقومون بها على فيس بوك في إبداء الاعجاب like على بعض المنشورات والصور والفيديوهات، فيما يقوم 34% بمشاركة المنشورات كما هي مع تعليق على صفحاتهم الشخصية، كما يستفسر 33.7% عن بعض المعلومات على المنشورات من خلال تعليقاتهم عليها، وتمثلت أشكال المشاركة الأخرى في القيام بحفظ المنشورات وقرأتها من حين لآخر (screen shoot) (أخذ المنشور لقطة شاشة)، وإعادة صياغة المنشور بأسلوب آخر، والاستفسار عن المعلومات والأخبار التي تشغل اهتمام البعض، حذف بعض المعلومات من الصفحة الشخصية (البروفایل).

- جدول رقم (10) الأدوات الإعلامية المساهمة في نشر الكراهية والتعصب

العبارة	بدائل الاستجابات	التكرار	النسبة المئوية
من وجهة نظرك	المواقع الاجتماعية	254	72.6
أي من الأدوات الإعلامية	الإذاعة	31	8.9
الآتية ساهمت في نشر	التلفزيون	195	55.7
الكراهية والتعصب	الصحافة المكتوبة	33	9.4

يتضح من الجدول السابق أن معطيات البحث أظهرت أن أكثر الأدوات الإعلامية التي ساهمت في نشر الكراهية والتعصب هي المواقع الاجتماعية، فيما يرى 55.7% منهم أن التلفزيون أحد هذه الأدوات.

- جدول رقم (11) أسباب انتشار الكراهية عبر فيس بوك

العبارة	بدائل الاستجابات	التكرار	النسبة المئوية
برأيك ما أسباب انتشار خطاب الكراهية والتعصب على شبكة فيس بوك	تضارب الثقة بالأنظمة الحاكمة	138	39.4
	انتشار الشائعات والفتن من خلال الصاق التهم بالباطل	192	54.9
	ضعف الايمان بالقيم الديمقراطية في المجتمع	89	25.4
	التربية الدينية الخاطئة	177	50.6
	حالة الانقسام والتخوين في المجتمع المصري بعد ثورة 25 يناير 2011	121	34.6
	حالة الصراع بين الحكومة الحالية وجماعة الاخوان	82	23.4
	الأحزاب (الدينية، القومية، اليسارية، الليبرالية) في المجتمع منذ عام 2013	49	14.0
	اللجان الالكترونية الاخوانية	31	8.9
	أخرى	21	6.0

أما فيما يخص الأسباب المرتبطة بانتشار خطاب الكراهية والتعصب في المجتمع المصري يرى 54.9% من عينة الدراسة يرون أن انتشار الشائعات والفتن من خلال الصاق التهم بالباطل هي أكثر أسباب انتشار خطاب الكراهية والتعصب على شبكة فيس بوك، فيما يرى 50.6% أن التربية الدينية الخاطئة هي أحد هذه الأسباب، أما الأسباب الأخرى المذكورة من قبل أفراد عينة الدراسة فتمثلت في (الجهل والتخلف وقلة الوعي الثقافي والسياسي، الغلاء والبطالة، ثقافة المجتمع وقيمه، الاختلاف وعدم الوحدة النزاعات الداخلية والحركات الشعبية في دول الربيع العربي وتأثيرها على الرأي العام المصري بشكل خاص)، ومن ثم تعزيز الثورات في دول

الربيع العربي خطاب الكراهية استنادًا على الصراعات، والأنظمة الديكتاتورية المختلفة كذلك في النظم السياسية، وسوء التصرف وسوء الظن وخيبة الأمل، وارجع البعض الأمر لأسباب نفسية، وأسباب تتعلق بالتنشئة الأسرية، وذكر البعض أن السبب يتمثل في تحفيز القيادات السياسية ضد بعض التيارات لتحقيق أغراض خاصة، ورأى البعض أن وسائل الإعلام بشكل عام تتبنى خطاب الكراهية والتحريض، وذلك نظرًا لضعف الإيمان بالقيم الديمقراطية، وثقافة المجتمع وقيمه، ضعف الوعي الحقوقي عند بعض الإعلاميين.

إضافة إلى ما سبق، تعتبر الرغبة في إلهاء الجمهور المصري في مشكلات فرعية، وصراعات داخلية لصرف نظره عن القضايا الأساسية الهامة السياسية وغيرها، من أهم أسباب انتشار التعصب في المجتمع المصري.

تعميق التوتر عند الجمهور المصري نحو الأحداث السياسية والأزمات خاصة أحداث العنف السياسي، وذلك عن طريق عرض المواد والصور المحفزة عبر شبكات التواصل، فضلًا عن الأسباب النفسية الأخرى كالتوتر و الأعباء والرغبة في التنفيس عن الغضب التي تساهم في انتشار الكراهية.

وبشكل عام، يعد الصراع بين الحكومة المصرية، وجماعة الإخوان المسلمين أبرز أسباب تعزيز خطاب الكراهية في المجتمع المصري تحديدًا.

- جدول رقم (12) أشكال عبارات الكراهية والتعصب على فيس بوك

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الاستجابات	العبارة
46.0	161	عدم إتاحة الفرصة للحوار وقمع الآخر وتخوينه أحياناً	ما أشكال الكراهية
14.1	144	استخدام اوصاف وشتائم في التعامل مع الرأي الآخر المعارض	والتعصب- كما تراه- على شبكة فيس بوك
31.1	109	استخدام الدين لمحاربة وجهة النظر الأخرى	
33.4	117	التحريض على استخدام العنف ضد الآخر	
20.9	73	التضييق على الآخرين ومحاولة إغوائهم وترهيبهم	
46.6	163	تتبع أسرار الآخرين وفضحها	
13.1	46	أخرى	

يتضح من الجدول السابق أن 46.6% من عينة الدراسة يرون أن تتبع أسرار الآخرين وفضحها هي أكثر أشكال الكراهية والتعصب على شبكة فيس بوك، فيما يرى 46% أن عدم إتاحة الفرصة للحوار وقمع الآخر وتخوينه أحياناً هي أحد أشكال الكراهية والتعصب على شبكة فيس بوك، وضمنت فئة أخرى أشكالاً متنوعة ككراهية الخبير والحقد والغيرة و احتقار تفكير الآخر، الكراهية الدينية ضد الأقباط أو مختلفي الديانة بصورة عامة، و النظرة الدونية للآخرين بسبب الاختلاف في اللون أو الدين أو المذهب أو الجنس أو العمر، إلخ، كراهية قيم الآخرين وعاداتهم إقصاء الآخرين عن المشاركة في الشؤون العامة، تكذيب الحقائق وتشويهها.

بمعنى آخر، إن انتشار مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في حرية التعبير، وأضحت أكثر قرباً زمنياً ومكانياً من الأحداث، ومن المتلقي في آن واحد، إلا أنها في الوقت نفسه أدت إلى ازدياد العنصرية والتطرف الفكري، والاستقطاب من جهة أخرى، وهذا مثال لما جلبته التكنولوجيا من فرص وتحديات.

جدول رقم (13) مصطلحات الكراهية عبر فيس بوك

العبارة	بدائل الاستجابات	التكرار	النسبة المئوية
برأيك أي من المصطلحات السياسية ترى أنها الأكثر تداولاً عبر فيس بوك وتعكس بالفعل انتشار خطاب الكراهية السياسية جراء استخدامها	النظام المختلط	31	8.9
	الثوار	42	12.0
	العزل السياسي	39	11.1
	ناشط سياسي	68	19.4
	الفلول	64	18.3
	الشرعية الدستورية	46	13.1
	السلفيون	28	8.0
	الثورة المضادة	46	13.1
	الإرهاب	173	49.4
	انقلاب	112	32.0
	الاخوان	122	34.9

أما فيما يتعلق بالمصطلحات السياسية التي تعكس انتشار خطاب الكراهية توصل البحث إلى أن 49.4% من عينة الدراسة يرون أن "الإرهاب" أكثر المصطلحات السياسية تداولاً عبر فيس بوك ويعكس بالفعل انتشار خطاب الكراهية السياسية جراء استخدامها، يليه مصطلح "الاخوان" بنسبة 34.9%، فيما يرى 32% منهم أكثر المصطلحات السياسية تداولاً عبر فيس بوك هو "انقلاب".

جدول رقم (14) الفئات المساهمة في انتشار خطاب الكراهية عبر الفيس بوك

العبارة	بدائل الاستجابات	التكرار	النسبة المئوية
من وجهة نظرك ما أكثر الفئات التي تساهم في نشر الكراهية والتعصب وترفض الرأي الآخر بشكل قاطع	الأطفال	17	4.9
	الشباب	116	33.1
	كبار السن	64	18.3
	المراهقون	81	23.1
	النساء	11	3.1
	المؤسسات السياسية	39	11.1
	الدول المختلفة والمعارضة لسياسة جمهورية مصر العربية	98	28.0
	الأحزاب	138	39.4
	التنظيمات الدينية المتطرفة	151	43.1

أما عن الفئات المساهمة في انتشار الكراهية والتعصب تبين أن 43.1% من عينة الدراسة أكثر الفئات التي تساهم في نشر الكراهية والتعصب وترفض الرأي الآخر بشكل قاطع هي التنظيمات الدينية المتطرفة، يليها الأحزاب السياسية بنسبة 39.4%، فيما يرى 33.1% أن الشباب أحد الفئات التي تساهم في نشر الكراهية والتعصب على مواقع التواصل الاجتماعي.

- جدول رقم (15) يوضح مدى موافقة أفراد عينة الدراسة على بعض العبارات الخاصة بـ "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام وانتشار خطاب الكراهية السياسي عبرها"

مستوى الدلالة	كاف	الانحراف	المتوسط	لا	إلى حد ما	نعم	ك		العبارات
							نعم	%	
240.	2.85	0.83	1.95	131	106	113	ك	ك	من أهم أسباب استخدامي لشبكة فيس بوك التعرف على بعض القضايا السياسية
				37.4	30.3	32.3	%	%	
000.	103.45	0.83	1.64	206	65	79	ك	ك	ساهم فيس بوك في إثارتى ذهنيًا ومن ثم تبني آراء سياسية جديدة
				58.9	18.6	22.6	%	%	
000.	180.09	0.67	1.44	232	82	36	ك	ك	عندما أتفاعل مع أصدقائي عبر الفيس بوك أجد أقصاء منهم لرأيي من خلال الشتائم واستخدام الألفاظ البذيئة (العنف اللفظي)
				66.3	23.4	10.3	%	%	
000.	32.47	0.78	1.75	161	115	74	ك	ك	عند الاطلاع على رأي صديق أثق به- حتى وكان مخالف لرأيي أغير اتجاهي
				46.0	32.9	21.1	%	%	
000.	228.85	0.71	1.42	250	54	46	ك	ك	عندما تشتد حدة النقاش السياسي أفضل الانسحاب وعدم الرد على التعليقات
				71.4	15.4	13.1	%	%	
000.	66.52	0.80	1.67	188	89	73	ك	ك	أقوم بالتواصل مع إدارة فيس بوك وعمل بلاغ لحذف أي منشور سياسي يعضبني
				53.7	25.4	20.9	%	%	
000.	58.12	0.71	2.32	51	137	162	ك	ك	أشعر بالكراهة تجاه من يخالفني الرأي السياسي
				14.6	39.1	46.3	%	%	
000.	68.78	0.78	1.65	188	95	67	ك	ك	تأثرت بدعوات التظاهر والاحتجاج التي يروج لها البعض عبر فيس بوك
				53.7	27.1	19.1	%	%	
000.	128.78	0.71	1.52	213	92	45	ك	ك	أقوم بحذف كل الأصدقاء الذين يتبنون آراء مغايرة لتوجهي السياسي
				60.9	26.3	12.9	%	%	
000.	181.00	0.73	1.47	235	65	50	ك	ك	أحاول اقناع أصدقائي برأيي السياسي عبر شبكة فيس بوك من خلال الاستمالات العاطفية بالكلمات والمناقشات التي يطبع عليها الاحترام والتقدير واللباقة
				67.1	18.6	14.3	%	%	

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بنشر ثقافة الكراهية في المجتمع المصري

000.	112.74	0.76	1.57	209	84	57	ك	انتقبل الآراء السياسية المختلفة عبر شبكة فيس بوك وأنتاقتش بهدوء مع أصحابها
				59.7	24.0	16.3	%	
000.	28.27	0.75	1.79	144	136	70	ك	سبب دخولي في المناقشات السياسية الحادة مع أحد أصدقائي/الأقارب قطع العلاقة وتفعيل خاصية الحظر له (Block)
				41.1	38.9	20.0	%	
000.	23.61	0.78	1.79	152	120	78	ك	اغضب بشدة نتيجة تجاهل المحيطين بي لرأيي السياسي عبر فيس بوك
				43.4	34.3	22.3	%	
000.	137.29	0.69	1.50	215	95	40	ك	يصنفني بعض الأصدقاء بأن طباعي حادة وعنيفة
				61.4	27.1	11.4	%	
000.	171.04	0.55	1.43	208	132	10	ك	اساند أقاربي وأصدقائي في أي مشاجرة أو خلاف في الرأي على الفيس بوك حتى لو لم يكن على حق
				59.4	37.7	2.9	%	
000.	162.95	0.57	1.45	208	128	14	ك	إذا توفر لدي منشور مصحوب بفيديو عن حدث سياسي يدين طرف معارض أقوم برفعه على فيس بوك
				59.4	36.6	4.0	%	
0000	76.29	0.77	1.63	191	97	62	ك	من خلال متابعتي للقضايا السياسية التمس الأعدار لجماعة الإخوان بصفتها الطرف المقهور
				45.6	27.7	17.7	%	
000.	177.26	0.51	1.59	148	199	3	ك	متابعتي لصفحات مويدي نظام الحكم الحالي " عبد الفتاح السيسي" تزيد من تأييد دولتي في مواجهة الخطر
				42.3	56.9	9.	%	
016.	8.32	0.78	1.93	118	138	94	ك	اعتقد أن مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة فيس بوك بيئة خصبة للصراع والتطرف
				33.7	39.4	26.9	%	
000.	20.18	0.78	1.81	148	122	80	ك	أرى أن الضغوط الاقتصادية هي السبب وراء انتشار الكراهية والتعصب عبر مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة فيس بوك
				42.3	34.9	22.9	%	

أما فيما يخص مدى دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام وانتشار خطاب الكراهية السياسي عبرها، فقد جاء في المرتبة الأولى تأثر عينة الدراسة بدعوات التظاهر والاحتجاج التي يروج لها البعض عبر فيس بوك، بمتوسط حسابي 2.32، مما يشير إلى موافقة عينة الدراسة عليها إلى حد ما، كما جاءت قيمة كاذبة عند مستوى دلالة 0.05، مما يشير إلى وجود فروق جوهرية في آراء عينة الدراسة حول هذه العبارة.

وجاء في المرتبة الثانية أن من أهم أسباب استخدام عينة الدراسة لشبكة فيس بوك التعرف على بعض القضايا السياسية بمتوسط حسابي 1.95، مما يشير إلى موافقة عينة الدراسة على هذه العبارة إلى حد ما، كما جاءت قيمة كاذبة غير دالة، مما يشير إلى عدم وجود فروق جوهرية في آراء عينة الدراسة حول هذه العبارة.

وجاء في المرتبة الثالثة اعتقاد عينة الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة فيس بوك بيئة خصبة للصراع والتطرف، بمتوسط حسابي 2.32، مما يشير إلى موافقة عينة الدراسة عليها إلى حد ما، كما جاءت قيمة كاذبة عند مستوى دلالة 0.05، مما يشير إلى وجود فروق جوهرية في آراء عينة الدراسة حول هذه العبارة.

وفي المرتبة الرابعة ترى عينة الدراسة أن الضغوط الاقتصادية هي السبب وراء انتشار الكراهية والتعصب عبر مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة فيس بوك، بمتوسط حسابي 1.81، مما يشير إلى موافقة عينة الدراسة عليها إلى حد ما، كما جاءت قيمة كادالة عند مستوى دلالة 0.05، مما يشير إلى وجود فروق جوهرية في آراء عينة الدراسة حول هذه العبارة. وجاءت العبارات التي مرتبتها من 8 إلى 20 ليعبر متوسطها الحسابي عن رفض عينة الدراسة لهذه العبارات، حيث تراوح المتوسط الحسابي من 1.67 إلى 1.42، كما جاءت قيم كادالة لهذه العبارات عند مستوى دلالة 0.05، مما يشير إلى وجود فروق جوهرية في آراء عينة الدراسة حول هذه العبارات في اتجاه الرفض.

النتائج العامة للدراسة الميدانية :

توصلت نتائج الدراسة الميدانية إلى ما يلي:

- 1- انتشرت ظاهرة الكراهية بصورة كبيرة نتيجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، تلك المواقع التي منحت حرية التعبير لأي شخص دون رقابة، ومن ثم أعطت أصحاب الأفكار السلبية فرصة كبيرة لنشر تلك الأفكار عبر أكثر من منصة اجتماعية، الأمر الذي يزداد سوءاً مع زيادة عدد مستخدمي هذه الشبكات.
- 2- أن الفيس بوك هو أكثر المواقع المفضلة من قبل الجمهور العربي عموماً، فهو يحظى بشهرة واسعة، وهذا الأمر هو ما تم إثباته في فترات التحولات السياسية في المجتمعات العربية، حيث أستخدم الفيس بوك لنشر خطاب الكراهية والتحريض على الثورات، فقد كان بمثابة ساحة استقطاب سياسي واسعة في تلك الأوقات.
- 3- النسبة الأكبر من الجمهور المصري الذي يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي يستخدمها بشكل يومي، مما يعكس الاعتماد على تلك المواقع في إشباع رغباتهم، ومدى أهميتها في حياتهم، حيث يحققون من خلالها احتياجاتهم من المعرفة والاتصال بالآخرين.
- 4- أن نسبة كبيرة من الرأي العام المصري يرى أن أهم سلبيات شبكة فيس بوك تتمثل في الألفاظ البذيئة التي تتلفظ بها فئة معينة خلال استخدامها للموقع.
- 5- كان شكل مشاركة (63.1%) من عينة الدراسة هو إبداء الإعجاب Like على بعض المنشورات والصور والفيديوهات، وهو ما يعني أن هناك تفاعلاً من قبل أفراد العينة مع المنشورات التي يتم نشرها عبر فيس بوك وأن هذا الشكل هو طريقة التفاعل الشائعة.
- 6- يرى أغلب أفراد العينة أن المواقع الاجتماعية هي الأداة الأكثر مساهمة في نشر خطاب الكراهية بنسبة (72.6%) ، متخطية بذلك الوسائل الأخرى كالإذاعة والصحافة والتلفزيون.
- 7- غالبية عينة الدراسة ترى أن أهم أسباب انتشار خطاب كمتسوى من مستويات التعصب هو انتشار الفتن والشائعات من خلال إصاق التهم بالباطل.
- 8- إن تتبع الأسرار وفضحها من أكثر أشكال عبارات الكراهية والتعصب المتداولة عبر موقع فيس بوك وفقاً لرأي عينة الدراسة.
- 9- يعد مصطلح الإرهاب هو المصطلح الشائع سياسياً، ويعكس مدى انتشار الكراهية والتعصب، وقد جاء بنسبة (49.4%).

- 10- يرى أفراد عينة الدراسة أن التنظيمات الدينية المتطرفة هي أكثر الفئات المجتمعية المسؤولة عن انتشار الكراهية والتعصب في المجتمع المصري.
- 11- أن نسبة كبيرة من عينة الدراسة اختارت عبارة (تأثرت بدعوات النظار والاحتجاج التي يتم الترويج لها عبر فيس بوك)، مما يعكس مدى تأثير الفيس بوك على الحياة السياسية واستقرار الأوضاع في البلاد.

- من وجهة نظر العينة، تتمثل الآثار المترتبة على انتشار الكراهية والتعصب على موقع فيس بوك في المجتمع المصري في، انتشار المشاجرات والخلافات بين الأفراد والتنازع، وبالتالي الفرقة، وتقسيم المجتمع إلى جماعات غير متجانسة، والتمييز العنصري، و انتشار الصراعات المذهبية والطائفية (التناحر المذهبي) بالإضافة إلى احتكار الرأي و كبت الحريات، والتضليل، وعدم تقبل الرأي الآخر، ومن ثم عرقلة الديمقراطية، وتكريس أنظمة مستبدة على رأس الحكم، وقيام الثورات والمظاهرات والاعتصامات بمعنى التأثير على الاستقرار السياسي واحتمالية حدوث اضطرابات، و أزمات على أثر فقد المجتمع تماسكه وتناسقه، وإثارة الفتن.

إضافة إلى انتشار الكذب والألفاظ البذيئة، التحريض على إقصاء الآخر، استخدام الدين لمحاربة وجهة النظر الأخرى، وتحريف الأديان، التطرف في الدين، الانقلابات الأمني، حب النفس، ترك العمل الجماعي، عدم الثقة بالمسؤولين عن الدولة، التخوين والمواجهات الحادة، التسلط، الحقد الطبعي، التطرف وزيادة الجرائم، واتهام كل من الطرف الآخر بالعنصرية والتحيز، نقشي اليأس وانتشار الاكنتاب والطاقة السلبية، انعدام القيم والمودة والرحمة، التسبب الأخلاقي، وعدم التعاون في العمل وبالتالي نقص الإنتاجية وتراجع النمو الاقتصادي، ضعف التسامح والتعاون، التخلف والرجعية، نشر التطرف والعنوان، بُد المستثمرين عن القاهرة (محلين وأجانب)، وهجرة الكفاءات البشرية، وزيادة المشاكل الاجتماعية والنفسية وتزوير الواقع، عدم النهوض بالفكر الانساني وكراهية الخير للآخرين، والتناحر وقتل روح الإبداع، ندرة الأعمال الخيرية والتطوعية، و نشر معلومات مضللة، انتشار الظلم، سيادة مشاعر الحقد والغل والكراهية على أثر انتشار الشائعات والتحريض والترويج لأفكار إرهابية لها آثارها البغيضة على المجتمع.

أيضاً من الآثار المترتبة على الكراهية، زيادة الصفحات الداعية لها عبر الانترنت ومواقع التواصل، تحفيز القيادات السياسية ضد بعض التيارات لتحقيق أغراض ومصالح خاصة، زيادة الاحتقان السياسي بين النخب السياسية، الترويج لأفكار سيئة وخاطئة في الوقت نفسه، المساس بقواعد التعايش والسلام والفوضى، غياب مفهومي التسامح والتعددية، ضعف الوعي الحقوقي، ضعف الاحتراف المهني، ضعف الإيمان بالقيم الديمقراطية، تغيير ثقافة المجتمع، و انتشار العنف بكافة أشكاله اللفظي والسلوكي والمشكلات الاجتماعية، تهويل المشكلات حتى وإن كانت بسيطة، ضعف التكافل الاجتماعي بين الناس، الجهل، عدم فهم الآراء والمواقف، قبح المجتمع وضعفه، خلق مجتمع فاسد لا يُفكر ولا يتطور، ومن ثم انهيار المجتمع في كافة المجالات وانهيار الدولة دولياً، و سقوط هيبتها.

-إن أهم القضايا محل اهتمام أفراد العينة في المتابعات عبر موقع فيس بوك هي، الفضائح السياسية، منع المعارضة من الوصول للحكم، العنف، التعديلات الدستورية، الإرهاب، دعم الجيش والشرطة، الاعتقالات، أخبار البرلمان، الشهداء والقتلى، المحاكمات، الاستغلال

السياسي للدين، أخبار المشاهير، كرة القدم والتمثيل، التعليم كأخبار الجامعة والدراسة، المرأة، بعض القضايا الاقتصادية، المنح الدراسية الخارجية والوظائف الفقر، تقييم الأداء الحكومي، المقالات التوعوية التثقيفية، قضايا الشباب كالبطالة وتأخر الزواج، مجال التصميم والدعاية والاعلان، الشّعر، السياسة الخارجية والعلاقات الدولية.

- أبرز الموضوعات السياسية التي وجد أفراد عينة الدراسة هجوماً عليهم عند التطرق إليها، بالنسبة لأفراد العينة المعارضين لنظام الحكم الحالي كانت أبرز الموضوعات هي، المحاكمات العسكرية العاجلة لأفراد جماعة الإخوان، إعدام الشباب في قضية قتل النائب العام، ثم ظهور القاتل الحقيقي من وجهة العدالة المصرية للنائب العام هشام بركات وهو المدعو هشام عشملاوي بعد إعدام 9 شباب دون وجه حق طالبت بحق هؤلاء الشباب، إخلاء سبيل وتبرئة الرئيس السابق محمد حسني مبارك وأعوانه، عزل الإخوان عن المشاركة في الحياة السياسية، توجيه انتقادات إلى السلطة الحاكمة والرئيس السيسي، المؤتمرات المتكررة التي تُعقد من حين لآخر دون جدوى أو نتائج على الشباب، وحادث محطة مصر، والتظاهرات والفوضى التي عمت الشوارع والميادين، الصاق التهم بجماعة الإخوان، و البطالة، وارتفاع الاسعار الدعم، الانتخابات الرئاسية، قضية جزيرتي تيران و صنافير.

أما بالنسبة لمؤيدي نظم الحكم فقد كان الهجوم بسبب المساندة والدفاع عن جميع الوزارت، مهاجمة الرئيس التركي اردوغان والتدخل التركي في شئون البلاد، تأييد حكم السيسي وإنجازاته خاصة فيما يتعلق بالبنية التحتية من طرق وكباري ومدن جديدة على رأسها العاصمة الإدارية، كوبري روض الفرج، إضافة إلى قناة السويس الجديدة، حالة الفوضى في عهد الجماعة والعشوائية في الحكم، محاربة الإرهاب في سيناء، التعديلات الدستورية في أبريل 2019، الانتخابات الرئاسية، تأييد النظام الحالي، رفض المصالحة مع جماعة الإخوان، الشهداء والقنلى من الجيش والشرطة، الاتفاق مع فكرة مد فترة الحكم والرئاسة.

- تمثلت مقترحات أفراد العينة للحد من انتشار الكراهية والتعصب في المجتمع في تشجيع الرأي العام لمحاربة السلبية ومواجهة الكراهية والانتفاض نحو مصلحة المجتمع والفرد الواحد محاولة استنهاض الرأي العام ودفعهم للعمل، والمشاركة في الحياة العامة والسياسية، بمعنى تفعيل فكرة المسؤولية الاجتماعية من خلال وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي.

إضافة إلى تقنين استخدام المواقع الاجتماعية ، التوعية بالدور السلبي الذي يمكن أن تقوم به تلك الوسائل، وضرورة تغليظ العقوبات على كل من يقوم بترويج خطاب الكراهية في وسائل الإعلام، ونشر الوعي السياسي، التربية الدينية على مبادئ التسامح والحب للأجيال القادمة، نشر ثقافة الاحترام ، محاربة التضليل الإعلامي من أجل خلق مفاهيم واتجاهات معينة.

إضافة إلى عدم ترك الأمور بأيدي الأشخاص عديمة الخبرة والمسئولية الباحثون عن الإثارة والتشويق فقط دون الاهتمام بالمضمون الإعلامي، إتاحة الفرص للجميع للتعبير عن رأيه بمعنى كفالة حرية الرأي والتعبير، شغل فراغ الشباب بدورات تدريبية على سوق العمل، و توفير فرص عمل للشباب واستغلال طاقتهم بصورة إيجابية، و وضع قوانين صارمة للنشر عبر منصات مواقع التواصل الاجتماعي، إشاعة فكر الوسطية والاعتدال والحب.

كما رأى البعض من أفراد العينة أن العدالة تمحو الكراهية، وذكر البعض أهمية زيادة الرقابة من قبل إدارة فيس بوك على المحتوى المنشور، فرض قوانين مشددة تمنع مناقشة الموضوعات السياسية وفرض حالة من الطوارئ في أوقات الأزمات والاحتقان السياسي، وتوعية الشباب بقواعد التدوين السليمة، انتشار الوازع الديني وفصل الدين عن السياسة.

خاتمة :

إن خطاب الكراهية في جميع الدول عبارة عن ظاهرة سوسيوسياسية واتصالية معقدة للغاية، حيث عرفت وشهدت مصر تصاعداً لذلك الخطاب عبر مختلف الوسائط الاتصالية في السنوات الماضية، وخاصةً عبر مواقع ووسائل التواصل الاجتماعي كالفيس بوك، ونمت هذه الظاهرة وتطورت بالموازاة مع ما عُرف بالربيع العربي، وتطور وسائل الاتصال وإتاحتها للجميع، مما ساهم في انتشارها واستقطاب مثل هذا الخطاب لشريحة واسعة من أفراد المجتمع.

إن فئة الشباب تعتبر هي الفئة الأكثر مساهمةً في نشر التعصب في المجتمع، ويقترح أفراد عينة الدراسة عدة مقترحات للقضاء على خطاب الكراهية الذي يؤدي بدوره إلى شيوع الانحلال والتفسخ الاجتماعي، والفساد الأخلاقي، فضلاً عن تأجيج الغيرة والحسد لدى الأفراد، ويعتقدون أن حدة الصراع وصوت الكراهية سوف ينخفضون باستقرار الأوضاع المجتمعية السياسية، وتحسين الأوضاع والظروف المعيشية، فهناك علاقة طردية بين كلا المتغيرين.

ولأجل التصدي لهذه الظاهرة لا بد من تضافر جميع الجهود بدايةً من الأسرة والمدرسة والمسجد، والأحزاب السياسية والمساجد والكنائس، ومنظمات المجتمع المدني، وهذا كله جنباً إلى جنب من الإرادة القانونية، لكي يتم القضاء على خطاب الكراهية المقيت الهمجي في المجتمع بصورة نهائية، ومن ثم تتضافر جميع الجهود في كل مجتمع على مستوى العالم للوقوف في وجه صانعي هذا الخطاب الذي قد يستخدم في بعض الدول ضد دول أخرى إذا ما استمر وانتشر على نطاق أوسع من نطاق المجتمع الواحد.

الهوامش:

- ¹ - تحسين شراذقة، محمد المناصير، وآخرون، سيكولوجية الصورة النمطية وتأثيرها على المتلقي بين خطاب الكراهية والأمن الفكري، المؤتمر الإعلامي الدولي المحكم، الإعلام بين خطاب الكراهية والأمن الفكري، الاردن، جامعة الزرقاء ، كلية الصحافة والإعلام، الوراق للنشر والتوزيع، ط1، 2017، ص 572.
- ² - محمد عبد الرازق مصطفى، دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترويج خطاب الكراهية بين طوائف الجمهور العراقي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الزقازيق، كلية الآداب، قسم الإعلام ، 2019.
- ³ - مصطفى سحاري وأمينة نبیح، مواقع التواصل الاجتماعي وصناعة خطاب الكراهية في الجزائر، دراسة وصفية لعدة نماذج عبر صفحات الفيس بوك ، ، المؤتمر الإعلامي الدولي المحكم، مرجع سابق، 2017، ص 55.
- ⁴ - عياد بلال، شبكات التواصل الاجتماعي وتكريس خطاب الكراهية: دراسة لتواصل رواد التواصل الاجتماعي، المجلة المغربية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، الرباط، عدد 1 ، 2017، ص ص 11-28.
- ⁵ - فيصل أحمد عبد العزيز السرحان، الإعلام الجديد وخطاب الكراهية - استراتيجيات المواجهة، المؤتمر الإعلامي الدولي المحكم، الإعلام بين خطاب الكراهية والأمن الفكري، جامعة الزرقاء، كلية الصحافة والإعلام ط1، 2017، ص 184.
- ⁶ - Lawrence M. Mute " Kenya: Legislation, Hate Speech, and Freedom of Expression 23 OCTOBER 2008, Fahamu (Oxford) " Available at : <HTTP://ALLAFRICA.COM/STORIES/200810240331.HTML>
- ⁶ - حمزه السيد حمزه خليل " استخدام الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة 25 يناير المصرية والاشباع المتحققة منها :دراسة ميدانية " رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: كلية التربية النوعية، جامعة طنطا، 2012م).
- ⁷ - عبد الرحمن سيد سليمان، مناهج البحث، ط1، القاهرة، عالم الكتب ، 2014، ص266.
- ⁸ -دانيال بروتو، المنهجية في العلوم الاجتماعية في الفكر العربي.6، 1978، ص 8، نقلاً عن عياد بلال، شبكات التواصل الاجتماعي وتكريس خطاب الكراهية: دراسة لتواصل رواد التواصل الاجتماعي، المجلة المغربية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، الرباط، عدد 1 ، 2017، ص 14.
- ⁹ - نفس المرجع السابق