

أطر تقديم المعلومات الزائفة عن الأزمات المجتمعية وأثرها في ممارسة خطاب الكراهية بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي

أ.مصطفى نبيل محمود النشار

معيد بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام
جامعة سيناء- فرع القنطرة شرق

د.سالمة أحمد محمود شرف

مدرس العلاقات العامة بكلية الإعلام
جامعة سيناء- فرع القنطرة شرق

مقدمة:

اقترن تزايد المحتوى الإلكتروني الذي يحرض على الكراهية بظهور معلومات مضللة يمكن مشاركتها بسهولة بالأدوات الرقمية. وهو ما يثير تحديات غير مسبقة لمجتمعاتنا حيث تكافح الحكومات لفرض القوانين الوطنية في نطاق العالم الافتراضي وسرعته.

وعلى عكس الوسائط التقليدية، يمكن إنشاء منشورات والترويج لفيدويوهات مغلوبة ومزيفة تكون سبباً في خطاب الكراهية عبر الإنترنت ومشاركته بسهولة وبتكلفة منخفضة وبدون الكشف عن الهوية ويكون لهذه المنشورات القدرة على الوصول إلى جمهور عالمي ومتنوع في وقت قصير جداً. كما أن الدوام النسبي للمحتويات المحرّضة على الكراهية على الإنترنت تمثل مشكلة أيضاً، حيث يمكن أن تعاود الظهور و(تعيد) اكتساب الشعبية بمرور الوقت.

يعد فهم خطاب الكراهية ومراقبته عبر المجتمعات والوسائط الإلكترونية المتنوعة أمراً أساسياً لتشكيل استجابات جديدة. لكن غالباً ما تتعطل الجهود بسبب النطاق الواسع للظاهرة والقيود التكنولوجية لأنظمة المراقبة الآلية ونقص الشفافية في الشركات على الإنترنت.

وفي الوقت نفسه، ساعدت خوارزميات الشركات عبر الإنترنت على تسليح وسائل التواصل الاجتماعي المتزايد من أجل نشر روايات محرضة على الكره ومثيرة للانقسام. وقد أدى ذلك إلى تكثيف الوصمة التي تواجهها المجتمعات الضعيفة وكشف هشاشة ديمقراطياتنا في جميع أنحاء العالم. لقد أدى إلى التدقيق في اللاعبين على الإنترنت وأثار تساؤلات حول دورهم ومسؤوليتهم في إلحاق الضرر بالعالم الحقيقي. ونتيجة لذلك، بدأت بعض الدول في تحميل شركات الإنترنت مسؤولية الإشراف على المحتوى الذي يعتبر مخالفاً للقانون وإزالته، مما أثار مخاوف بشأن القيود المفروضة على حرية التعبير والرقابة.

كثرة المعلومات المضللة أمر مثير للقلق، حيث أنها تنتشر على مسافة أبعد وأسرع وأعمق وأوسع من الأخبار الحقيقية. خلال جائحة COVID-19، رأينا قدرًا هائلاً من المعلومات الخاطئة عبر الإنترنت حول المرض نفسه، وأصوله، والعلاجات المحتملة، واستجابات الحكومة، وما إلى ذلك.

على الرغم من هذه التحديات، تستكشف الأمم المتحدة والعديد من الجهات الفاعلة الأخرى سبل التصدي لخطاب الكراهية. وتشمل هذه المبادرات تعزيز الثقافة الإعلامية والمعلوماتية بين مستخدمي الإنترنت مع ضمان الحق في حرية التعبير.

وعلى الرغم من أهمية التشريعات والقوانين التي تنظم المجتمع وتحمي الفئات المستهدفة، إلا أن مكافحة خطاب الكراهية تتطلب مشاركة جميع أفراد ومؤسسات الدولة. وتواجه الحكومات مشكلة أخلاقية إذ ما قررت فرض الرقابة والحد من خطاب الكراهية وتطبيق القانون وهي الخوف من الحد من حريات أفراد المجتمع إلا أن نيلز موزينك عضو لجنة حقوق الإنسان في الاتحاد الأوروبي يؤكد أنه لا علاقة بين خطاب الكراهية وحرية التعبير، حيث إن خطاب الكراهية هو تعدي واضح على حريات الآخرين وعلى الأمن الوطني والسلامة العامة. ويضيف أن خطاب الكراهية ما هو إلا تصريح لممارسة العنف وأن المعلومات الزائفة هي القائدة والموجه لزيادة ممارسته على نحو كبير، وهذا ما تحاول الدراسة استكشافه.

مشكلة الدراسة:

تكمن مشكلة الدراسة في رصد وتحليل المعلومات الزائفة حول القضايا المجتمعية في مصر وتقييم مدى إمكانية تأثيرها على ممارسة خطاب الكراهية بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال دراسة تحليلية على عينة عمدية من المضامين الإعلامية الزائفة أو المضللة المتداولة بالفترة الأخيرة على موقع فيسبوك مع بيان آلياتها وتكنيكاتها وأساليبها الإقناعية المستخدمة، ومدى تأثيرها على ممارسة خطاب الكراهية بين مستخدمي الإنترنت وتقييم أثارها المتوقعة في المستقبل، وذلك في الفترة من ٢٠٢٢-١١-٤ وحتى ٢٠٢٣-٣-١٨ وذلك وصولاً إلى مدى تأثير المعلومات الزائفة بالبيئة الرقمية على معدل ممارسة خطاب الكراهية بين أفراد الجمهور المصري خصوصاً في ظل التحديات الراهنة التي يواجهها المجتمع المصري.

يعج مجتمع وسائل التواصل الاجتماعي من حولنا بالعديد والعديد من المعلومات المضللة بكافة أشكالها؛ مما يمثل تحدياً كبيراً لدى الكثيرين من المنخرطين في استخدام منصات التواصل

الاجتماعي وعلى رأسها الفيس بوك (مجتمع دراستنا)، والتحدي نفسه تواجهه الحكومات والمؤسسات من ناحية أخرى إذ إن المعلومات المضللة قد تكون تمس بشكل كبير كيان الحكومات والمنظمات والمؤسسات الرسمية في الدولة؛ مما يكون له أبلغ الأثر سلبيًا على الصورة الذهنية للمؤسسات الرسمية محليًا وإقليميًا وعالميًا. ولا يتوقف الأمر عند هذا الحد؛ إذ إن هذه المعلومات المغلوطة والمضللة تكون سببًا رئيسيًا في بدء شرارة الكراهية وخطابها والتطاحن بين الآراء والأفكار والتيارات السياسية المتناحرة فيما بينها، ويكون استمرار ماكينه المعلومات المغلوطة والمضللة في العمل هو بمثابة تزويد الأزمات بالوقود اللازم للاشتعال حتى يهلك أطراف الصراع ويهلك معه المجتمع ككل إثر هذا التناحر والتضارب والخصام..

ومن هنا تتبلور المشكلة البحثية وتتخلص في هذا السؤال:

ما هو تأثير المعلومات الزائفة على ممارسة خطاب الكراهية بين مستخدمي موقع فيسبوك؟

من خلال دراسة تحليلية على عينة من المضامين الإعلامية الزائفة المتداولة على موقع فيسبوك، وصولًا إلى آليات وتكنيكات والأساليب الإقناعية المستخدمة في تلك المضامين ومن ثم تحليل تأثيرها على ممارسة خطاب الكراهية من خلال تحليل التعليقات وحجم التفاعلات على هذه المضامين المقدمة لبيان نوع خطاب الكراهية ودرجته بين المستخدمين.

أهمية الدراسة:

ترجع أهمية الدراسة إلى مجموعة من العوامل، ومنها:

- **حدائثة** موضوع الدراسة، فتعد هذه الدراسة فريدة من نوعها نسبيًا، حيث إن الدراسة ترتاد مجالًا بحثيًا حديثًا نقل فيه الإسهامات البحثية العربية والأجنبية، فهي واحدة من الدراسات التي تهتم بتأثير المعلومات الزائفة بالبيئة الرقمية على ممارسة خطاب الكراهية بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.
- **تبرز** أهمية الدراسة في ضوء اهتمام الدول والمجتمعات والمؤسسات المدنية بالتوعية عن أضرار العنف والكراهية وإبراز دور الحرية المسؤولة ونشر الثقافة العامة في المجتمع.
- **قلة** الوعي بالمواد القانونية لقانون العقوبات والتي تنظم عقوبات نشر الشائعات والأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- **ضعف** التواجد الإلكتروني للجهات الرسمية للرد على الشائعات والأخبار الزائفة / المضللة على مواقع التواصل الاجتماعي.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

- **استكشاف** أنواع المعلومات التي يتم تداولها على صفحات موقع «فيس بوك» والتي تخص القضايا السياسية والاقتصادية في مصر.
- **التعرف** على أبرز الاستمالات الإقناعية والاستراتيجيات والتكنيكات التي اعتمد عليها

القائمان بالاتصال في الترويج لهذه المعلومات.

- التحقق من وجود أداء التفاعلي للقائم بالاتصال مع المستخدمين على منشوراته.
- التحقق من طبيعة تفاعل المستخدمين مع هذه المنشورات وأشكال خطاب الكراهية التي تمت ممارستها سواء من القائم بالاتصال أو بين المستخدمين ودرجته على المنشورات عينة الدراسة.
- التعرف على أشكال خطاب الكراهية التي يتم ممارستها على صفحات فيس بوك التي تتناول القضايا السياسية والاقتصادية في مصر سواء من القائم بالاتصال أو بين المستخدمين ودرجته.
- التعرف على العوامل المؤثرة على العلاقة بين المعلومات الزائفة / المضللة المتداولة عبر هذه الصفحات وممارسة خطاب الكراهية على تلك المواقع (طبيعة الجمهور، الأزمات الاقتصادية الحالية وعدم الشفافية في تقديم المعلومات، سياسة الوسيلة).
- تقديم نموذج علمي مقترح حول كيفية تأثير المعلومات الزائفة التي يتم تداولها إلكترونياً على ممارسة خطاب الكراهية.

الدراسات السابقة

يستعرض الباحثان التراث العلمي السابق بالاعتماد على الدراسات التي تناولت تأثير المعلومات الزائفة حول الأزمات المجتمعية على ممارسة خطاب الكراهية بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في مصر.

المحور الأول: الدراسات التي تناولت المعلومات الزائفة والحملات المضللة وآثارها المتحققة والمتوقعة، وتشمل:

(Richer, 2021, p.31) **أضافت نتيجة هذه الدراسة** احتمالية تأثير التقارير الإخبارية الكاذبة على الأضرار الدولي والعلاقات الدولية، وقد تسبب حروباً وتهديداً للديموقراطية والنظام الدولي، وقد يتم تدشين هجمات إلكترونية مضللة غير معروفة المصدر بمساعدة روبوتات آلية من الصعب توقيفها، فالهدف العام من نشاط المعلومات الزائفة هو إقناع الجميع بأن الجميع يكذب حتى يتم تشويه الحقائق، مما يستلزم ضرورة زيادة المحاولات الهادفة إلى تحقيق أكبر قدر من الشفافية بالمعلومات المقدمة عبر الإنترنت ووضع شروط للاستخدام بما يتوافق مع معايير حقوق الإنسان وتطوير معايير الجودة بالخدمات الإعلامية.

(MERCY CORPS, 2019p.2) **استعرضت هذه الدراسة** عدة تكتيكات لتداول المعلومات الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي ومن أهمها: إضفاء الطابع الشخصي ضمن المعلومات المقدمة مما يجعلها أكثر تأثيراً، واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة محتوى أكثر استهدافاً لطبيعة المستخدمين لهذه المواقع، وتكتيك الغضب الجماعي تجاه شخص أو منظمة معينة أو قضية مجتمعية أو سياسية الذي سرعان ما ينتشر بين مليارات من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي مما قد يكون محركاً قوياً للمشاركة الإيجابية، وتكتيكات التلاعب السياسي الممنهج لإسكات المعارضة والتأثير على التقارير الإخبارية والتي تتم من خلال ثلاثة مراحل هي: تغيير

المعلومات الحقيقية وسردها ثم تأجير المؤثرين وأصحاب الحسابات الوهمية ثم النشر والتضخيم على وسائل التواصل الاجتماعي.

(APC Report, 2021) توصلت هذه الدراسة إلى ضرورة فهم المعلومات الزائفة على نحو أفضل وإدراك سرعة انتشارها، وتشكيل نظام معلوماتي صحي وسياق إعلامي متنوع يحقق حرية الصحافة وسلامة التعبير عن الآراء ويعزز من مساحات الحرية وتدفق الأفكار والرؤى داخل مجتمعاتنا، كما سرد هذا التقرير بشكل تفصيلي النوايا والمسببات الرئيسية للحملات المضللة إلكترونيًا والممثلة في الآتي: التأثير الأجنبي بمعنى أنه يتم الاستعانة بأشخاص من الخارج لإزعاج أفراد المجتمع بقضايا معينة ولديهم أجندة معينة، **التأثير السياسي:** استخدام المعلومات المضللة بقضايا سياسية أو أشخاص سياسيين أو قادة لغرض سياسي محدد، **تحقيق الأرباح** من وراء المعلومات المضللة، **التأثير الاقتصادي** ولخدمة أيولوجية معينة.

وتوصلت هذه الدراسة إلى أن المعلومات المضللة قد تقيد حقوق الإنسان بمعنى أن إجراءات مكافحة التضليل الإعلامي قد يكون لها تأثير ضارٌّ على حقوق الإنسان والمعايير الديمقراطية في جميع أنحاء العالم «الحق في حرية الفكرة، الحق في الخصوصية»، فضلًا عن الإضرار بالحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وزعزعة ثقة المواطنين بالمؤسسات الديمقراطية، وأبرز مثال على ذلك جائحة فيروس كورونا المستجد والتي أطلقت العنان لحملات التضليل المكثفة والمتنوعة بشكل متزايد في جميع أنحاء العالم بشكل استفادت منه الأنظمة غير الديمقراطية لقمع المعارضة السياسية، وتقييد حرية التعبير والإعلام **(Colomina others, and ,p.46:472021).**

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت خطاب الكراهية في البيئة الرقمية وآثاره المتوقعة:

(صديق، أبو الحسن، ٢٠٢٢) أكدت نتائجها على خطورة انتشار خطاب الكراهية من خلال بعض ما تنشره وسائل الإعلام، التقليدية والحديثة على السواء، فضلًا عن شبكات التواصل الاجتماعي، الأمر الذي يتطلب العمل على تأكيد دور الإعلام، بوسائله المختلفة، في مواجهة خطاب الكراهية، كما توصلت الدراسة إلى أن هناك مجموعتين من الأسباب الخاصة بإنتاج خطاب الكراهية، تتمثل المجموعة الأولى في التأثيرات الخارجية ومنها: مراعاة السياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية، والرغبة في إرضاء مالك الوسيلة الإعلامية، وإرضاء أطرف معينة داخل المجتمع «تيارات فكرية- أحزاب سياسية»، بينما تتركز المجموعة الثانية حول العوامل الذاتية ومنها: الرغبة في تحقيق الربح المادي والشهرة والانتشار، وغياب الوعي بخطاب الكراهية، وغياب الوعي بالقوانين التي تُجرّم خطاب الكراهية، وعرض ثقافة المجتمع بدون معالجة.

(أروي، ٢٠٢١) تناولت خطاب الكراهية في البيئة الرقمية بالجزائر وتوصلت إلى أن الفضاء الرقمي ساحة خصبة لممارسات خطاب الكراهية والعنف والمحرك الرئيسي للعديد من الانقلابات والحروب، ويتخذ خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي عدة أشكال منها: **خطاب التمييز والعنصرية** بسبب الانتماء الديني، أو السياسي أو الفكري أو الجنس أو العرق، **خطاب التحريض:** يشجع الآخرين على القيام بفعل يشكل ضررًا جسديًا أو معنويًا مثل التحريض على الانتقام، خطاب الحقد والدعوة إلى القتل والعنف، وهو كل خطاب يشجع ويدعو لارتكاب الجريمة أو استخدام الأساليب العنيفة، وهو خطاب ينطوي على الشتم والوصم وهو خطاب مسيء وجارح من شأنه إنقاص حقوق

الغير باستعمال عبارات وألفاظ السخرية والاستهزاء، وعلى مواقع التواصل الاجتماعي يعتبر خطاب التنافر الفكري من أبرز الأشكال المستخدمة، فقد سمحت مواقع التواصل الاجتماعي لأصحاب الفكر المتعصب والمتطرفين وبأسماء وهمية القيام بمثل هذه الممارسات وإن اختلفت في أسلوبها المستخدم، كما توصلت الدراسة إلى ضرورة إنشاء المرصد الوطني للوقاية من التمييز وخطاب الكراهية وتنويع الجزء العقابي كوسيلة ردعية حسب طبيعة الخطاب. (حسني، إيمان محمد، ٢٠٢٠) قدمت دليلاً علمياً على خطورة هذه الممارسات غير المتخصصة في نشر الكراهية الزائفة في ظل نموذج الخطوات الخمس لتطوير الكراهية الجماعية المعروف باسم بناء فضيلة الشر، حيث يعرف الخطاب عن نقاط الالتقاء والتوافق ليغرق الجمهور في غيابات الجهل والتعصب وذلك بحجة إقناع الآخرين. (نصر، 2020) توصلت إلى تأثير المحيط الاجتماعي، بشكل أو بآخر، على إنتاج خطاب الكراهية، وعلى سبيل المثال تصدير موقع التواصل الاجتماعي «تويتر» خطاب كراهية بين المسلمين والأقباط، حيث تعددت الأهداف التي سعت التغريدات المثيرة للكراهية لتحقيقها، ومنها التأثير على المشاعر والاتجاهات بما يخلق روحاً معادية للطرف الآخر، وتقديم آراء ووجهات نظر تثير الكراهية بين الأقباط والمسلمين بأسلوب يتنافى مع قيم وأخلاقيات المجتمع المصري.

(Jena Jendrowski, 2019) أضافت نتائج هذه الدراسة أن منصات الوسائط الاجتماعية مثل Twitter توحد الأفراد ذوي الاهتمامات المشتركة لتشكيل مجتمعات عبر الإنترنت، ولكن يمكن أن يكون لها أيضاً جانب شنيع، حيث يتم نشر خطاب الكراهية بين المجموعات المتباينة، على الرغم من قوانين «تويتر» التي تحظر نشر رسائل تحض على العنف والكراهية والتمييز.

(الرحامنة، ٢٠١٨) توصلت نتائج هذه الدراسة إلى تعدد وجهات نظر المبحوثين بالمجتمع الأردني حول مفهوم خطاب الكراهية واتفاقهم حول كونه تشويه الحقائق أو تكذيبها وعدم قبول الاختلاف مع الآخرين، وتأثير شبكات التواصل الاجتماعي على إثارة الفتن والتناحر بالمجتمع ونشر المعلومات الزائفة خصوصاً بأوقات الأزمات، ويتوقف تأثيرها على طبيعة المستخدم، ومستواه الاجتماعي والاقتصادي، والاهتمامات الرئيسية للجمهور في حين وضحت تأثير خطاب الكراهية على زيادة التطرف والتناحر الديني ويضعف التكافل الاجتماعي بين الناس.

(تقرير اللجنة الأوروبية لمناهضة العنصرية والتعصب رقم ١٥ بعام ٢٠١٦) توصل إلى عدة مؤشرات من أهمها: تأثير خطاب الكراهية على تماسك المجتمع الديمقراطي وحماية حقوق الإنسان مما يستلزم ضرورة مواجهته واتخاذ التدابير اللازمة لوضع حد لتلك الممارسات، وضرورة توعية الجمهور بأهمية احترام التعددية ومكافحة المعلومات الزائفة والصور النمطية السلبية من خلال برامج تثقيفية، وتفعيل إمكانية حظر المواقع التي تدعو إلى نشر خطاب الكراهية وضرورة الكشف عن هوية هؤلاء ومقاضاتهم.

المحور الثالث: الدراسات التي تناولت الحملات المضللة وخطاب الكراهية:

(Irene, 2021) توصلت إلى أنه لا يمكن القضاء على المعلومات الزائفة بسهولة من خلال الحلول التقنية مما يستلزم توعية المستخدمين عبر الإنترنت بأضرار المعلومات المضللة وتثقيفهم حول كيفية تلقيهم المعلومات الزائفة ورد فعلهم المرجح القيام به، وتسهيل إجراءات الإبلاغ عن المحتوى المضلل الذي قد يتعرضون له، كما نوهت إلى استغلال قادة العالم لممارسات خطاب

الكراهية والأخبار الزائفة لتقليص الحريات بمجتمعاتهم تحت ستار تنظيم ممارسة الكراهية والأخبار الزائفة.

(Santuraki, 2019) توصلت إلى اعتبار منصات التواصل الاجتماعي بمثابة بوابة لخطاب الكراهية والأخبار الزائفة المؤدية إلى التوتر واحتمالية حدوث أزمات مما جعل عدد من الدول تتجه نحو إقرار قوانين تنظم تداول المعلومات عبر تلك المنصات، واتخاذ قرارات سريعة لمنع وصول معلومات زائفة للمستخدمين، وعلى الرغم من أن التطور التكنولوجي ساعد على تعزيز حرية الرأي والتعبير إلا أنه في ذات الوقت زاد من انتشار وتداول المعلومات الزائفة.

تقرير (APC, 2021) توصل إلي وجود علاقة قوية بين تنفيذ الحملات المضللة طويلة المدى على ممارسة خطاب الكراهية بين الأقليات والفئات الضعيفة ونشطاء حقوق الإنسان مما يستلزم اهتمام الحكومات بمثل هذه الحملات، وأكد هذا التقرير على أن معاقبة من يتداول مثل هذه الأخبار الزائفة قد يؤدي إلى منع الأفراد من مشاركة الأخبار القيمة، كما وضع ثلاثة معايير أساسية للمعلومات الزائفة للحكم على كونها زائفة من عدمه وهي: الشرعية، الأهمية، مدى تناسبها المجتمعي.

كما أضافت هذه الدراسة أنه يجب على الحكومات أن تقلل من وتيرة / مستوى خطاب الكراهية والأخبار الزائفة، حيث توصلت إلى وجود ما يقرب من ٨١٪ من المبحوثين يرون أن نهج البيانات المفتوحة والشفافية في القرارات السياسية أكثر الوسائل عقلانية كإجراء ضد الأخبار المزيفة وخطاب الكراهية. (Brüggemann, and others, 2022, p. 173)

المحور الرابع: الدراسات التي تناولت آليات مواجهه خطاب الكراهية:

(محمد أحمد، ٢٠١٩) توصلت هذه الدراسة إلى أن أكثر وسائل الاتصال تأثيراً في الجمهور هي مواقع الإنترنت، وأظهرت الدراسة أن من أهم خطوات بناء الخطاب الآمن المضاد للكراهية هي المهنية والقدرات الذاتية التي يتمتع بها القائم بالاتصال، فضلاً عن القيم المجتمعية وتعدد الآراء والتوجهات والحياد والموضوعية. وتتمثل المرتكزات الأساسية للخطاب الآمن المضاد للكراهية في: المساواة ومحاربة الظلم وتفعيل النظم والقوانين، والمرتكزات الأساسية للخطاب الآمن: المواجهة والتحصين وثقافة الحوار والشراكة.

دراسة (Erik Brorson, 2018) اتفقت مع الدراسة السابقة في ازدياد حجم خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وأنه لمكافحة هذه المشكلة بكفاءة، فإننا نحتاج إلى نماذج تعلم آلي موثوقة وقابلة للتطوير، من خلال إستراتيجية جديدة للنمذجة شبه الخاضعة للإشراف، حيث يتم تدريبها أولاً على البيانات المتاحة من المجتمعات البغيضة، ثم يتم ضبطها لتصنيف التغريدات التي تحض على الكراهية .

التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

- كشف مسح التراث العلمي في موضوع الدراسة عن ندرة الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت

- المعلومات الزائفة وتأثيرها على ممارسة خطاب الكراهية بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.
- اعتمدت أغلبية الدراسات على المنهج المسحي عبر إجراء مقابلات متعمقة واستبيانات مع مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، كما تم الاعتماد على منهج دراسة الحالة والأسلوب المقارن لعقد مقارنات بين آليات ممارسة خطاب الكراهية بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.
- اختلف الباحثون في آرائهم حول مدى ضرورة تفعيل النظم والقوانين الصارمة لمنع تداول المعلومات الزائفة من عدمها، حيث يرى البعض أنها ستقيد من حرية الرأي والتعبير وحقوق الإنسان، في حين رأى آخرون أنه لا بد من تفعيل آليات مواجهه خطاب الكراهية.
- تنوعت أساليب وتكنيكات تداول المعلومات الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك تعددت أشكال خطاب الكراهية ويظل المتحكم في هذا الأمر هو المستخدم وخلفياته الثقافية والمعلوماتية وأهدافه المستقبلية.
- أنفقت عديد من الدراسات حول أن المعلومات الزائفة هي المحرك الأساسي لخطاب الكراهية بغض النظر عن أساليبها وتكنيكاتها المختلفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي مما يستلزم توعية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بأضرارها المتوقعة.

الأطر النظرية للدراسة :

١- نظرية الأطر:

تعتمد نظرية الأطر عادة على اختيار بعض سمات الواقع المدرك وإبراز هذه السمات في النص أو الرسالة المنقولة من خلال وسائل الإعلام، فالعامل الأساسي للإطار هو الانتقاء والبروز، فوضع الإطار معناه انتقاء أشكال معينة من واقع مدرك وجعل هذه الأشياء أكثر بروزاً في النص الإعلامي بطريقة معينة، كما تؤكد على قدرة وسائل الاتصال على تأطير الرسائل المقدمة ووضعها في قالب معينة، تجعل الجمهور يفكر فيها كما يريد القائمون على بناء المضمون الإعلامي، ومن ثم يمكن لهذا المضمون أن يبني معانٍ لقضايا معينة في إطار علاقتها بقيم اجتماعية واقتصادية وثقافية في سياق الواقع المعاش، تلك المعاني لا تكون محايدة بقدر ماتعكس رؤى النخب السياسية والاقتصادية التي تسيطر على وسائل الإعلام وتتحكم في مضمونها (راسم الجمال وخيرت عياد، ٢٠٠٥).

وتفترض النظرية أن الأحداث لا تتطوي في حد ذاتها على مغزى معين، إنما تكتسب مغزاهاً من خلال وضعها في إطار يحددها وينظمها ويضفي عليها قدرًا من الاتساق من خلال التركيز على جوانب الموضوع وإغفال أخرى.

كما تفترض تركيز وسائل الإعلام في رسائلها على جوانب بعينها في القضية دون غيرها من الجوانب، مما يؤدي بدوره إلى وجود معايير مختلفة يستخدمها أفراد الجمهور عندما يفكرون في القضية ويشكلون آراءهم بشأنها.

فالأطر الإعلامية أو الإخبارية ضرورة حتمية لتحويل الأحداث التي ليس لها مغزى أو غير معروفة إلى أحداث مميزة، فتساعد وسائل الإعلام المتلقي على إدراك قضايا اجتماعية وسياسية معينة، ومعظم هذا الإدراك يتم تشكيله بواسطة الأطر، فالأطر تؤثر على العمليات الإدراكية لدى الجمهور

من خلال تأثيرها على التذكر والإدراك والحكم على الأحداث والتصرف بناء على ذلك، فالطرق المختلفة التي تقدم أو توظف بها الرسالة الإعلامية يمكن أن تنتج استجاباتٍ مختلفة لدى المتلقين (حسن مكاوي، وليلى السيد، ٢٠١٧).

آليات تطبيق الأطر:

- الانتقاء: وفيها يقوم القائم بالاتصال بانتقاء بعض العناصر والمعلومات والصور المرئية التي يراها جديرة بالتركيز عليها من وجهة نظره.
- البروز والتلميح: وهي أن تشغل القضية النصيب الأكبر من المصادر الإعلامية المتاحة على الساحة العامة، وتكون هي القضية المسيطرة، ويمكن ملاحظتها وإضفاء المعنى عليها كي يسهل على الجمهور تذكرها.
- التلميحات الاجتماعية: يعتمد تشكيل الأطر الإعلامية للرسائل والنصوص على الرموز والمعاني السائدة والتلميحات الاجتماعية التي تستخدمها وسائل الإعلام لنشر الأفكار والآراء المستهدفة وتعزيزها.
- الاستبعاد: وتعني إغفال معلومات معينة قد تؤثر على تفسير الجمهور للأحداث، وذلك من خلال تجاهل أخبار معينة أو حجب بعض المصادر من الوصول إلى المؤسسة الإعلامية أو إغفال بعض التفسيرات التي توضح سبب الحدث وكيفية حدوثه.
- التكرار: ويعني تكرار وعرض بعض الكلمات والصور للتأثير في وعي الجمهور تجاه أحداث معينة.
- نبرة التغطية الإعلامية: والتي تحدد طبيعة التغطية الإعلامية وميول ومواقف الوسيلة الإعلامية تجاه المحتوى الإعلام.

٢- نظرية الهوية الاجتماعية والطبيعة السيكلوجية لها:

نشأت هذه النظرية على يد كل من «تاجفيل» و«تيرنر» 1979 Tajfel & Turner من أجل فهم الأسس النفسية للتعبص بين الجماعات، عبر تحديد الحد الأدنى من الشروط التي تقود أفراد جماعة معينة للتعبص لصالح جماعتهم الداخلية ضد الجماعات الأخرى الخارجية ويؤرخ Hogg 2001 أن «تاجفيل» قدم تنظيراته في العام ١٩٧٢، ثم صاغها بعد ذلك تحت عنوان «نظرية الهوية الاجتماعية» بالاشتراك مع «تيرنر» في العام ١٩٧٩، ليفسرها كيف تستمد الذات معناها من السياق الاجتماعي الذي يحدث في العلاقات بين الجماعات، وليفسرها كيف يحدد التصنيف الاجتماعي مكان الفرد في المجتمع، محددين معنى «الجماعة الاجتماعية» بمصطلحات تصنيف الذات، بأنها «مجموعة من الأفراد يدركون أنفسهم على أنهم أعضاء في الفئة الاجتماعية ذاتها، وهؤلاء الأفراد يعرفون أنفسهم ويصفونها ويقومونها بمصطلحات تلك الفئة، ويطبّقون معايير السلوك فيها على أنفسهم.

والتصنيف الاجتماعي مبني على مبدئين أساسيين: أولهما أن الناس يبنون فهمهم للعالم الاجتماعي على أساس تمييز تصنيفي يحول المتغيرات المستمرة إلى أصناف مستقلة أي

أننا نفهم عالمنا بواسطة الأصناف (الفئات)، وثانيتها هو أننا نستخدم عملية تصنيف اجتماعي كوسيلة لتحديد مواقعنا ومواقع الآخرين في المجتمع. ويفيد التصنيف الاجتماعي في تبسيط الحوافز الاجتماعية المعقدة في بيئتنا تبسيطاً ذا معنى، ظهرت الصياغة الكاملة لهذه الافتراضات عندما نشر تاجفيل (Tajfel) دراسته الرائدة عام (1969) بعنوان «المظاهر المعرفية للتعب» ركز فيها على عملية التصنيف الاجتماعي باعتباره الآلية المعرفية الأساسية. فالتصنيف: هو عملية وضع الناس وبضمنهم أنفسنا على شكل فئات، ويعد تصنيف شخص ما باعتباره مسلماً أو أنثى أو جندي درباً من دروب تعريف هؤلاء الناس. وعلى نحو مشابه يرتبط إدراكنا الذاتي مع التصنيفات التي ننتمي إليها.

واستندت النظرية إلى أعمال «تاجفيل» 1969 Tajfel المبكرة في الإدراك الاجتماعي والتعب، إذ تكنت من دمج عمليات التصنيف Categorization، بعمليات المقايسة الاجتماعية، بدافعية تعزيز الذات Self – Enhancement Motivation، بمعتقدات الأفراد عن العلاقات ما بين الجماعات، في إطار واحد قادر على تفسير سلوك ما بين الجماعات، وكيفية نشوء الذات الجمعية Collective Self، أي الهوية الاجتماعية. (غير معروف، 2019)

نموذج تأثير الشائعات والمضامين الزائفة على ممارسة خطاب الكراهية



شكل رقم (١)

نموذج تأثير الشائعات والمضامين الزائفة على خطاب الكراهية

تساؤلات الدراسة:

- ما أنواع المعلومات الزائفة التي يتم تداولها على صفحات موقع « فيس بوك » حول القضايا المجتمعية المصرية؟
- ما أنواع الاستمالات الإقناعية والاستراتيجيات التي اعتمد عليها القائمون بالاتصال على موقع فيس بوك؟
- ما تأثير تداول المعلومات الزائفة على ممارسة خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما طبيعة الأداء التفاعلي لكل من القائمين بالاتصال والمستخدمين بعد تقديمهم لمثل هذه المعلومات الزائفة أو المضللة.
- ما أشكال خطاب الكراهية التي تتم ممارستها عبر مواقع التواصل الاجتماعي سواء من القائم بالاتصال أو المتلقي / المستخدم ودرجته؟
- ما العوامل المؤثرة على العلاقة بين المعلومات الزائفة / المضللة المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وممارسة خطاب الكراهية على تلك المواقع من حيث طبيعة الجمهور، سياسة الوسيلة، الأزمات الاقتصادية؟
- ما تأثير تفعيل آليات مواجهه خطاب الكراهية على حرية الرأي والتعبير على مواقع التواصل الاجتماعي؟

مفاهيم الدراسة النظرية والإجرائية

المفاهيم	التعريف النظري	التعريف الإجرائي
المعلومات الزائفة Disinformaion	هي تلك المعلومات الخاطئة التي يتم تداولها وتحدث أضرار بمجرد مشاركتها. and Others, (Colomina 2021, P.8)	- نشر شائعات غير مؤكدة وتضخيمها إعلامياً. - تزيف الحقائق. - فبركة الصور والفيديوهات. - المعلومات الزائفة التي تحدث فتن طائفية أو طبقية.
المعلومات المضللة Mal-information	هي تلك المعلومات الخادعة التي تحمل بعض الحقائق نحو أشخاص أو مؤسسات معينة على أن يتم مشاركتها لإحداث ضرر « الخداع محدد الهدف» (Blankenship,2020,P.4)	- التلاعب، التزييف. - الصور المزيفة. - مواقع الإنترنت المزيفة - الاقتطاع من السياق: استشهادات مختصرة. - إحصائيات مغلوطة، إدعاءات مغرضة من وحي الخيال. - التبريات. - ممارسة خطاب الكراهية.
المعلومات الخاطئة Mis-information	هي تلك المعلومات التي يتم مشاركتها ولكنها لا تحدث ضرر "دون نية للخداع" (Blankenship,2020,P.4)	- عناوين مثيرة ولافتة للنظر. - السخرية / المحاكاة التهكمية - عرض فكا هي مبالغ فيه. - الصحافة الصفراء. - أخبار خاطئة بطريقة غير متعمدة.

<p>أي نوع من التواصل، الشفهي أو الكتابي أو السلوكي، الذي يهاجم أو يستخدم لغة ازدرائية أو تمييزية، وله عدة أشكال هي:</p> <p>١- خطاب التمييز العنصري بسبب الانتماء الديني، أو السياسي أو الفكري أو الجنس أو العرق.</p> <p>٢- خطاب تحريضي: يشجع الآخرين على القيام بفعل يشكل ضرراً جسدياً أو معنوياً مثل التحريض على الانتقام.</p> <p>٣- خطاب الحقد والدعوة إلى القتل والعنف: وهو كل خطاب يشجع ويدعو لارتكاب الجريمة أو استخدام الأساليب العنيفة.</p> <p>٤- خطاب ينطوي على الشتم والوصم وهو خطاب مسيء من شأنه إنقاص حقوق الغير باستعمال عبارات وألفاظ السخرية والاستهزاء، وعلى مواقع التواصل الاجتماعي.</p> <p>٥- خطاب التنافر الفكري من أبرز الأشكال المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي لأصحاب الفكر المتعصب وبأسماء وهمية، وذلك بهدف الحشد والتجنيد لبث الكراهية تجاه فئات ومجموعات معينة.</p>	<p>هو كل خطاب مبني على العنف اللفظي ويهدف إلى القتل المعنوي للآخر وإقصائه من خلال الدعوة للقتل والعنف وصولاً إلى الشتم والسب والقذف والإهانة والتمييز والعنصرية والتعصب الفكري والاستعلاء. ويشكل عادةً خطاب الكراهية أداة مهمة لتحفيز المشاعر وإثارتها وتوجيهها في اتجاه معين بما ينشئ سلوكاً وثقافة مبنية على العنصرية والتمييز ضد من وجه الخطاب ضدهم، ومن هنا تكمن خطورة هذا الخطاب خاصة إذا توفرت منصات إعلامية وبيئة مهيئة لهذا النوع. (مركز كايسيد العالمي، ٢٠١٩)</p>	<p>خطاب الكراهية Hate Speech</p>
<p>تطبق هذه الإستراتيجية عندما يكون هناك تعارض في المصالح بين أطرف يعتمد كل طرف منهما في وجوده على الطرف الآخر.</p>	<p>تجمع هذه الاستراتيجية بين الاتصال في اتجاهين، والمضمون الاتصالي الذي يعبر عن رؤى المنظمة، وتستخدم هذه الإستراتيجية لبناء علاقات استراتيجية بين المنظمة وبيئتها الخارجية. (فرجاني، 2018)</p>	<p>استراتيجية بناء الاجماع - Consensus Building</p>

الإجراءات المنهجية للدراسة:

أ- نوع الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف خصائص الظاهرة، من خلال تحليل عناصرها ومحدداتها لمحاولة الخروج بمؤشرات أساسية حول مدى تأثير المعلومات الزائفة على ممارسة خطاب الكراهية بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وبذلك يكون لدينا القدرة على تقديم التفسيرات العلمية والمنطقية لتلك الظاهرة، من خلال مجموعة من البراهين والشواهد التي من شأنها أن تُساعد الباحثين على وضع إطار وتصور محدد للمشكلة، والاعتماد عليها بعد ذلك في تحديد نتائج هذه الدراسة.

ب- منهج الدراسة، تعتمد الدراسة على:

منهج المسح التحليلي Analytical Survey الذي يهدف إلى تحليل مضمون المنشورات ذات المعلومات الزائفة والمضللة خلال فترة محددة واستكشاف أساليبها من قبل المصادر الرسمية، وتحليل اتجاهات ومدركات وتفاعل المتابعين لصفحات العينة مع بعضهم البعض لفهم طبيعة العلاقة بين

انتشار المعلومات الزائفة والمضللة وتأثيرها على ممارسة خطاب الكراهية بين المتعرضين لتلك المنشورات.

ج- مجتمع الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في المنشورات التي يتم نشرها على صفحتي (معتز مطر، ومحمد ناصر) على موقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك) والتي تتناول القضايا المجتمعية المصرية والتعليقات والتفاعلات عليها من قبل متابعي هذه الصفحات.

د- عينة الدراسة:

تم اختيار عينة عمدية لعدد ٢٠ منشورًا من المنشورات الإعلامية التي تحتوي على معلومات زائفة والمتداولة على صفحتي (معتز مطر، ومحمد ناصر) على موقع فيسبوك حيث إنها أكثر أنواع العينات التي تتناسب مع موضوع الدراسة (١٠ منشورات لكل صفحة).

مبررات اختيار هذه الصفحات على وجه الخصوص:

- زيادة عدد المتابعين وحجم التفاعل على الفيديوهات التي يتم تقديمها على هذه الصفحات.
- رصد ممارسة خطاب الكراهية سواء من القائم بالاتصال أو المستخدمين بشكل ملحوظ على هذه الصفحات.
- مناقشة هذه الصفحات لقضايا مجتمعية وسياسية واقتصادية يكثر تداول معلومات زائفة بشأنها مما يتسبب في الذعر والقلق بين المصريين.
- نتج عن شعبية هذه الصفحات ظهور صفحات مماثلة غير رسمية تروج لمحتوى مماثل من الشائعات لتحقيق مكاسب مادية جنبًا إلى جنب الترويج لهذه الشائعات وتفعيل خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

هـ- أدوات جمع البيانات:

استمارة تحليل المضمون: لتحليل المنشورات الإعلامية الزائفة أو المضللة على الصفحات محل الدراسة بموقع فيس بوك، حيث المنشور أو البوست (Post) هو وحدة التحليل.

و- اختبارا الصدق والثبات الخاصة بصحيفة تحليل المضمون:

أولاً: اختبار الصدق:

تم قياس صدق التحليل من خلال قياس الصدق الظاهري للاستمارة عن طريق:

- ١- إعداد استمارة التحليل بدقة، وصياغتها، وترتيب الفئات وفقاً للمحاور وتساؤلات البحث.

٢- أجرى الباحثان اختبارًا قبليًا للاستمارة كما تم تحكيمها من قبل الأستاذة الدكتورة الأميرة سماح فرج عميد كلية الإعلام جامعة سيناء-القنطرة شرق لمعرفة مدى صلاحيتها للقياس، والقيام بالتعديلات اللازمة وفقًا للملاحظات.

ثانيًا: اختبار الثبات:

قام الباحثان باختبار صحيفة تحليل المضمون على عينة محدودة (٢ مفردة) تمثل ١٠٪ من عينة الدراسة، حيث قام كلٌّ منهما بتحليل المفردتين بعد التدريب على الترميز، ثم قاما باحتساب درجة الثبات بينهما بتطبيق معامل ثبات هولستي، وكانت النتيجة ٨٣٪ وهي نسبة عالية تدل على وضوح المفاهيم الإجرائية بين المحللين وصلاحية الاستمارة للتطبيق.

نتائج الدراسة

نتائج تحليل المضامين الإعلامية الزائفة / المضللة التي تم تداولها خلال الفترة من ١١-٤-٢٠٢٢ وحتى ١٨-٣-٢٠٢٣ بصفتي معزز مطر، ومحمد ناصر على موقع فيس بوك:

تناولت المنشورات بصفتي محمد ناصر ومعزز مطر الموضوعات التالية بشكل بارز: دعوات المشاركة في مظاهرات ١١-١١-٢٠٢٢ - الإعلان عن طرح شركات مصرية بالبورصة وإفلاس مصر - انخفاض قيمة الجنيه المصري وارتفاع الدولار - بيع قناة السويس وبنوك وفنادق شهيرة - الترويج لكون الحكومة المصرية تغش سلع المواطنين وتوصي بتناولهم أرجل الدجاج واتجاه المصريين إلى أسواق الأكل المستعمل - رهن عائدات قناة السويس لسداد ديون مصر وإنهيار الاقتصاد المصري - بيع الجنسية المصرية بالتقسيم واتهام الإعلاميين لتبريرهم لها - نبش القبور بالمناطق الأثرية - اتهام الرئيس بالخيانة - دعوات للتبرع للدولة - أزمة سد النهضة.

القالب الفني المستخدم في المنشورات التي تم تحليلها: كل المنشورات التي تم تحليلها جاءت في قالب الفيديو ونسبة ١٠٠٪؛ نظرًا لطبيعة البرامج التي يقدمها معزز مطر ومحمد ناصر حيث يقطعون أجزاءً من البرامج التلفزيونية التي يقدمانها ويقومان بنشرها على صفحتيهما على فيس بوك.

عناصر الإبراز المستخدمة في المنشورات: تصدر النص المرافق للفيديو أكثر عناصر الإبراز استخدامًا في المنشورات بنسبة ٩٠٪، يليه نص و رابط موقع إلكتروني للفيديو المنشور بنسبة ١٠٪، حيث يتم شرح طبيعة الفيديو بطريقة جذابة للجمهور من خلال استعمال هذه النصوص.

مصدر المنشورات: كافة المنشورات التي تم تحليلها كان مصدرها مدير الصفحة بنسبة ١٠٠٪ ولا توجد أية حسابات أخرى تقوم بالنشر على كلتا الصفحتين، وذلك يعود لتوافر المضامين المصورة تلفزيونيًا أو حتى التي يتم تصويرها بشكل شخصي، دون الحاجة للاستعانة بمصادر أخرى، مما يدل على وجود أجندة ممنهجة للصفحتين يتم توفير لها كامل الإمكانيات للخروج للعلن، وترويج أفكارهما بشكل منتظم.

طبيعة القضايا التي تناولتها المنشورات والتي تعالج الأسباب فقط: أغلبها اقتصادية بنسبة ٤٥٪، يليها المضامين السياسية بنسبة ٤٠٪، واجتماعية بنسبة ١٠٪، بينما أتت المضامين الدينية في

المرتبة الأخيرة بنسبة ٥٪؛ حيث إن أغلب القضايا التي برزت في المجتمع المصري خلال فترة التحليل كانت سياسية واقتصادية؛ حيث سيطرت المضامين الداعية للتظاهر في ١١ نوفمبر على منشورات شهر نوفمبر في كلتا الصفحتين، ذهاباً إلى السماح لبيع جواز السفر المصري بمقابل ٢٥٠ ألف دولار، مروراً بتعويم الجنيه، وارتفاع سعر الدولار، وارتفاع أسعار الغذاء، ومخاوف الإفلاس.

طبيعة الجمهور المستهدف من تلك المنشورات:

الجمهور المستهدف من هذه المنشورات هو الشعب المصري بكل أطيافه، وطبقاته الاجتماعية، وتكويناته السياسية المختلفة، لذا جاء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي إلى جانب قنواتهم التلفزيونية؛ لتحقيق الانتشار السريع لدى الجمهور المستهدف.

أهداف المنشورات: تعددت الأهداف الكامنة وراء تلك المنشورات حيث جاء الشجب والاستهجان ضمن أكثر الأهداف من المنشورات بنسبة ٦٠٪، يليها استقطاب وتوجيه المتابعين بنسبة ٣٠٪، ويأتي الأسلوب الدعائي في المرتبة الأخيرة بنسبة ١٠٪؛ فكان معظم الحديث في الفيديوهات المنشورة عبارة عن اعتراض على السياسات والقرارات التي تتخذها في كافة الشؤون السياسية والاقتصادية واستهجانها وإظهارها كافة بمظاهر الضعف والخطأ مستخدمين في ذلك أوصافاً نابية، مجردين السياسيين والاقتصاديين من ألقابهم، في نبرة يسودها العدائية والكراهية لكل ما يصنوعه من قرارات وسياسات.

أما من جانب التوازن في تناول مضمون المنشورات: فقد تناولت كافة المنشورات الموضوعات من وجهة نظر واحدة بنسبة ٩٠٪، دون الرجوع إلى أصحاب القرارات في مداخلات هاتفية أو عبر الفيديو كونفرانس، ودون سؤالهم عن طبيعة هذه القرارات، وأهدافها، والنتيجة المرجوة منها، فأى شيء يحدث في مصر هو سلبي بالنسبة لهم، حتى لو كان إنجازاً أو مشروعاً..

أما الـ ١٠٪ الباقية فكانت لمنشورين تم استضافة بعض الخبراء فيهما.

أنواع المعلومات التي تم تداولها بالمنشورات: جاءت المعلومات المضللة التي تم استخدامها في المنشورات في المرتبة الأولى بنسبة ٨٠٪، وهي المعلومات التي تحمل بعض الحقائق لاستغلالها لأهداف أخرى مثل تشويه سمعة مصر، وزيادة معدل الكراهية بين المستخدمين، والتحريض على الدولة وعلى النظام القائم، والتشكيك في كل القرارات التي يتم اتخاذها، واستغلال الأزمات للترويج لأفكار هدامة للمجتمع»، فمثلاً: بيع الجنسية المصرية حقيقة؛ لكن يتم الترويج لها بمنطق أن النظام يريد تمكين اليهود والأجانب من مصر وهو النفاق على المعلومة ليتم استخدامها لغرض دعائي.

ثم جاءت المعلومات الزائفة في المرتبة الثانية بنسبة ٢٠٪، وهي المعلومات الخاطئة التي يتم الترويج لها عن عمد لإحداث الأضرار المختلفة، حيث وصفت منشورات كلتا الصفحتين الاستثمارات الأجنبية في قناة السويس بـ«بيع قناة السويس»، وهي أمر غير حقيقي بالمرة، رد عليه الفريق أسامة ربيع رئيس هيئة قناة السويس، في بيان شجب فيه هذه الإشاعات، رغم أنه لم يوضح تفاصيل هذه الاستثمارات.

الاستمالات الإقناعية المستخدمة: جاءت الاستمالات العقلانية ضمن المنشورات على الترتيب ممثلةً في: وضوح أهداف القائم بالاتصال في المرتبة الأولى بنسبة ٤٥٪، حيث يتم التعرف على الأهداف من قبل المتابعين ضمناً دون الحاجة إلى توضيح شديد وصريح، وجاء تقديم الأدلة والشواهد في المرتبة الأولى أيضاً بنسبة ٤٥٪، ثم ترتيب الحجج الإقناعية داخل الرسالة في المرتبة الثانية بنسبة ١٠٪، حيث شملت معالجات الموضوعات سوق كل الحجج والبراهين واستشهادات الشخصيات الأجنبية والعربية من المتخصصين وغير المتخصصين ومن أصحاب التجارب الاستثمارية السابقة في مصر مثل: الممثل محمد علي، والتي بإمكانها تبرير رأي القائمين بالاتصال وإقناع المشاهدين بصحته، بكل السبل والإمكانات الممكنة.

بينما تمثلت الاستمالات العاطفية المستخدمة في المنشورات في: إثارة العاطفة بالمقام الأول بنسبة ٤٠٪، ثم استغلال احتياجات الجمهور بالمقام الثاني بنسبة ٣٠٪، ثم السخرية بنسبة ٢٥٪، ثم جذب الانتباه أخيراً بنسبة ٥٪؛ حيث عمد كلا القائمين بالاتصال إلى استمالة عاطفة المشاهدين واستغلال الظروف المعيشية الصعبة وحاجاتهم إلى الرفاهية في عقد المقارنات الكثيرة بين المستويات المعيشية للمسؤولين فضلاً عن رجال الجيش والشرطة، وبين المواطنين العاديين، وكان ذلك واضحاً بكثرة خلال فترة تعبتهم للمواطنين وتحفيزهم للخروج في تظاهرات ١١ نوفمبر، ثم تكرر ذلك في توقيت حفل زفاف ابنة ملك الأردن الذي حضرته ابنة الرئيس متقلدة قلادة عالية الثمن، في محاولة من القائمين بالاتصال في إشعال الغضب في نفوس الشعب المصري ضد رئيسهم، رغم أن هناك تقارير أشارت إلى أن ثمن القلادة الذي يُروج له على السوشال ميديا ثمنٌ مبالغ فيه.

ورغم أن عامل السخرية جاء في مرتبة متأخرة من الاستمالات المستخدمة، إلا أن لها أعظم الأثر في إثارة حفيظة المشاهدين المؤيدين للقائمين بالاتصال وإثارة الكراهية تجاه المسؤولين وتجاه وطنهم، وفي الغالب يُترجم ذلك على المدى البعيد ليس فقط إلى خطاب كراهية، وإنما إلى سلوك عدواني على أرض الواقع، حيث يحاول بعض الأشخاص الاعتداء على أقسام الشرطة بعد أن يتشربوا جرعات كبيرة من الكراهية والحقد ضد المسؤولين إلى جانب الجيش والشرطة، حيث قام شخص قبيل ١١ نوفمبر في الهجوم على سيارة شرطة متركزة أمام قسم شرطة المنيرة بزجاجة مولتوف، ثم حاول الاشتباك مع من حاولوا توقيفه من رجال الشرطة بسلاح أبيض مما دفعهم إلى تصفيته.

التكنيكات المستخدمة في المنشورات: تكنيك الغضب الجماعي هو التكنيك الأوحيد الذي تم استخدامه في كل المنشورات التي تم تحليلها وبنسبة ١٠٠٪؛ حيث كان القائمان بالاتصال دائماً ما يعتمدون على إثارة سخط الشعب المصري على كل ظروف حياتهم، ويهيئان لهم أنهم يعيشون في الجحيم المقيم، وأن المسؤولين والصفوة يعيشون في النعيم الدائم، من خلال العديد من المقارنات أنفة الذكر، فيحققان حالة من الغضب الجماعي عند طبقات الشعب المختلفة.

الاستراتيجيات المستخدمة في المنشورات: اعتمد القائمان على الاتصال في استراتيجية السعي لبناء المصداقية عند جمهورهم على الثبات على الموقف بنسبة ٥٠٪؛ من خلال ثباتهم على موقفهم الهجومي والعدائي للدولة المصرية، فلم نلاحظ ولو لمرة واحدة تحول موقف القائمان بالاتصال إلى موقف مؤيد لأي من الإنجازات التي يتم تحقيقها على أرض الواقع، ذلك بالإضافة إلى تقديم الحجج بنسبة ٥٠٪ أخرى؛ حيث عمد القائمان بالاتصال إلى تقديم الحجج والبراهين التي تؤكد صحة الأفكار التي يروجون لها.

أما استراتيجية الإجماع فكان ضلعها الأساس هو **التخويف والتهويل** بنسبة ٧٠٪، إظهار القوة بنسبة ١٥٪، يليه **حصر الأعداء** بنسبة ١٠٪، يليه **الاتحاق بالركب** بنسبة ٥٪؛ حيث دائماً ما كان القائمان بالاتصال يعمدون إلى تخويف المشاهدين من المصير السيء الذي ينتظرهم إذا لم ينتقدوا ويهاجموا النظام السياسي وصولاً إلى إسقاطه، وتغييره، وكانا دائماً ما يظهران قوة المعارضة وأن الكثير والكثير من الناس معارضون للنظام المصري، وعادةً ما كانا يصوران للمشاهد أنهم حاصروا النظام القائم بالأدلة والبراهين التي تثبت أنه غير مؤهل وأنه يجب إزالته، ثم يعمدون في نهاية المطاف إلى عرض نماذج من من استجابوا لدعواتهما ودعوة المشاهدين ليحتدوا بهم؛ حيث تم عرض فيديو لأحد الأشخاص من صعيد مصر يردد خطاباً معادياً وساخطاً على الواقع ويشجع المواطنين على الالتفاف حول هذا الرأي.

كما تحققت استراتيجية **الحشد** من خلال **التوقيت والتركيز وربط الحديث بشخصيات مشهورة**، حيث أتى **التوقيت** في المرتبة الأولى بنسبة ٦٠٪؛ من خلال بث الرسالة الإعلامية قبيل توقيت الحدث أو أثناء حدوثه، مثل: مسألة تعويم الجنيه المصري التي تم التركيز على مناقشتها بالطرق المختلفة أكثر من مرة، وقبيل حدوث التعويم وأثنائه وبعده، ثم تحقق **التركيز** في المرتبة الثانية بنسبة ٣٥٪؛ من خلال تكثيف النشر عن قضية أو موقف معين والتتويه له بالطرق المختلفة، ثم أتى **الارتباط بشخصية مشهورة** في المرتبة الأخيرة بنسبة ٥٪؛ وذلك من خلال استخدام تصريحات الدكتور هاني توفيق الخبير الاقتصادي المصري للطعن في السياسات المالية المصرية.

نوع خطاب الكراهية في المنشورات: تعددت أنواع خطاب الكراهية في المنشورات ليكون **الخطاب الذي ينطوي على الشتم والوصم** في المقام الأول بنسبة ٦٠٪، بينما يأتي **الخطاب التحريضي في المرتبة الثانية** بنسبة ٤٠٪؛ فما كان من القائمين بالاتصال إلا أنها يفتحان النار بالسباب والقذف طوال مدة المنشورات على المسؤولين في الدولة والتحقير من شأنهم ووصمهم بألقاب بذينة، كما أنهم عادةً ما كانا يحرضان الشعب على الحكومة والدولة والرئيس من أجل القيام بثورات وعصيان اعتراضاً على سياسات الدولة المصرية ومسئوليتها.

درجة ممارسة خطاب الكراهية عند القائمين بالاتصال: جاءت درجة ممارسة خطاب الكراهية عند القائمين بالاتصال **متوسطة** في المقام الأول بنسبة ٧٠٪، ثم تلاها **ضعيفة** بنسبة ٢٠٪، ثم قوية بنسبة ١٠٪، ونلاحظ أن مستوى العنف والحدة والكراهية في خطاب محمد ناصر كان أقل في المستوى عما كان عند معتز مطر، حيث تميز الأخير بشدة غيظه وحنقه من كل ما هو مصري أو يمت لمصر بصلة على الصعيد السياسي والاقتصادي والإداري للدولة بدءاً من الرئيس وحتى الحكومة والجيش مروراً بالوزراء. وقد تكون ظروف النشأة والتعليم واختلاف ظروف الحياة الشخصية لكلٍ منهما سبباً في قلة حدة أسلوب محمد ناصر في الهجوم والكراهية التي يوجهها للنظام في مصر عن معتز مطر، فربما يرجع ذلك إلى كونه كان فناناً في النحت.

الأداء التفاعلي للمستخدمين مع المنشورات: وصل إجمالي التعليقات على جميع المنشورات التي تم تحليلها بصفحة محمد ناصر إلى «١٢٧ تعليق»، و«الإعجاب ٢٣٤٣»، و«مشاركة المنشورات ١٠٤»، وزادت **المشاهدات** عن «٢٣٨٧٣» بسبب وجود أحد الفيديوهات التي كان من الصعب حصر عدد مشاهداته من على موقع الفيس بوك؛ لأن الرابط الموجود عليه يحيل المشاهدات إلى موقع يوتيوب، وبالتالي يصعب حصر مشاهدات الفيس بوك فقط لهذا الفيديو.

وكان إجمالي التعليقات على جميع المنشورات بصفحة معزز مطر «٨٣٠٧» تعليق، والإعجاب «٥٧٠٤٠»، ومشاركة المنشورات «٣١٧٢»، وإجمالي المشاهدات «٣٩٢٩٥» مشاهدة، وهذا يوضح زيادة الأداء التفاعلي للمستخدمين على المنشورات التي تم تحليلها بصفحة معزز مطر عن صفحة محمد ناصر؛ حيث إن عدد المتابعين لصفحة معزز مطر ١١ مليون متابع، بينما متابعي صفحة محمد ناصر ٩٥٦ ألف متابع، وبالتالي فإن زيادة التفاعلية ومعدل ممارسة الكراهية على صفحة معزز مطر كان أكبر بكثير مما كان على صفحة محمد ناصر، وكانت اللغة العربية هي اللغة الوحيدة المستخدمة بنسبة ١٠٠٪ في التفاعل بين المتابعين.

نوع ودرجة ممارسة خطاب الكراهية بين المستخدمين:

في صفحة معزز مطر جاءت درجات ممارسة خطاب الكراهية بين المستخدمين في التعليقات: قوية في المقام الأول بنسبة ٤٠٪، ثم متوسطة وضعيفة بنسبة ٣٠٪ لكل منهما. بينما في صفحة محمد ناصر كانت كل التعليقات ضعيفة بنسبة ١٠٠٪ في مستويات خطاب الكراهية نظرًا لعدم وجود تفاعل كثيف على المنشورات في هذه الصفحة على عكس ما هو موجود في صفحة معزز مطر.

وكان الشتم والوصم هو المكون الأبرز في التعليقات، فكان بعض المعلقين يقومون بالدعاء على شخوص القائمين بالاتصال ومؤيديهم، والبعض الآخر يسخر منهم، إلى جانب من يشتمونهم بكلماتٍ لاذعة ونابية لا تقل عن التي يقولها القائمين بالاتصال أثناء الحلقة، وكانت هناك دعوات من بعض المستخدمين للجهاد، وهو مفهوم من سياق كتابته، بأنه الخروج على الحاكم ومن عبادة الدولة والعصيان، وفي هذا تحريض واضح وصريح على البلاد والعباد. وكان هناك نوعاً من الخطاب الدفاعي الذي لجأ إليه بعض المستخدمين بالتعليق بإرسال لينك فيديو لشخص آخر يوضح حقيقة أمر ما يقوله القائم بالاتصال ويوضح زيف ما يقوله.

الأداء التفاعلي للقائم بالاتصال على تعليقات المستخدمين: لا يوجد أي تفاعل بأي شكل من الأشكال على تعليقات المستخدمين لهاتين الصفحتين، ونحن نرجع ذلك لعدم توافر الوقت الكافي لفعل ذلك من قبل القائمين على الاتصال؛ إذ إن التحضير لحقاتهما يحتاج وقتاً كبيراً علاوة على أن محمد ناصر يقوم بالثب المباشر من منزله، بالإضافة إلى فيديوهات الـ Reels القصيرة، وهو ما لا يدع مجالاً للتفاعل مع تعليقات المستخدمين، ومن وجهة نظرنا أن ما يتم بثه من خطاب كراهية لكلا القائمين بالاتصال في الحلقات المتلفزة كافٍ جدًا، ولن يزيدهما تفاعلهما على التعليقات حدةً وقسوة.

أوجه التشابه والاختلاف بين نتائج الدراسة ونتائج الدراسات السابقة

- اتفقت نتائج هذه الدراسة مع نتائج الدراسات السابقة في نوعية القضايا التي تم تداول المعلومات الزائفة بشأنها وهي القضايا السياسية والاقتصادية.
- اتفقت نتائج هذه الدراسة مع الدراسات السابقة في استخدام تكتيكات الغضب الجماعي من قبل القائمين بالاتصال عند تقديم المعلومات الزائفة، ولكن هذه الدراسة أبرزت الاستراتيجيات والاستمالات الإقناعية التي يمكن استخدامها من قبل القائم بالاتصال للتأثير على المتلقين.

- اتفقت نتائج هذه الدراسة مع الدراسات السابقة في أن زيادة معدل الكراهية بين المستخدمين هو نتيجة مباشرة للترويج للمعلومات الزائفة والمضللة.
- قدمت هذه الدراسة نموذجًا علميًا مقترحًا يوضح كيفية تأثير المعلومات الزائفة والمضللة التي يتم تداولها إلكترونيًا على ممارسة خطاب الكراهية، والذي اقترح أن الفروق الاجتماعية لها دور كبير في صناعة خطاب الكراهية، وهو ما استلغته القائمان بالاتصال محل الدراسة للتضخيم من مستوى الكراهية.

مناقشة النتائج في ضوء الأطر النظرية للدراسة :

- فيما يتعلق بنظرية الأطر: استخدم القائمان بالاتصال محل الدراسة آليات الأطر الإعلامية بدقة شديدة بدءًا من الانتقاء والبروز والتلميح للقضايا المحددة التي من شأنها إثارة الذعر في الأوساط الاجتماعية والغضب من الحاكم إذا ما تم تطهيرها وتوجيهها في هذا الاتجاه، وانتهاءً باستبعاد العديد من المصادر الحيادية أو حتى المعارضة والاكتفاء بالمحللين الموالين فقط، علاوةً على التكرار الدائم في عرض الوقائع.

- نظرية التصنيف الاجتماعي أو الهوية الاجتماعية : قدمت مدخلًا لفهم وتفسير سلوك الجماعات المتعددة في المجتمع الواحد تجاه بعضها البعض بما في ذلك خطابات الكراهية الناجمة بشكل أصيل عن مثل هذه التمايزات والمقارنات والتفضيلات النفسية فضلًا عن الأيديولوجيات السياسية والدينية والعرقية التي تعزز وتزكي روح التفضيل والمقارنة وصولًا إلى التنافر والكراهية التي تظهر لنا في نهاية المطاف على هيئة خطاب له كل هذه الجذور.

- أما بالنسبة لنموذج الدراسة المقترح حول تأثير الشائعات والمضامين الزائفة على خطاب الكراهية : يقترح النموذج إلى أن المعلومات الزائفة والمثقلة في «فبركه الصور والشائعات، المعلومات الزائفة التي تحدث غضب جماعي والمعلومات الزائفة ذات الأغراض السياسية» تؤدي إلى ممارسة خطاب الكراهية التحريضي والقائم على الشتم والوصم، ومن المتغيرات الوسيطة المؤثرة على هذه العلاقة «نوع التكنيك الزائف المستخدم ، وأبرزها استغلال الأزمات الاقتصادية الحالية».

توصيات الدراسة :

يطرح البحث العديد من التوصيات والتي تمت صياغاتها على النحو التالي:

على المستوى المؤسسي:

- توصي الدراسة بتدشين صفحة مستقلة عن صفحة رئاسة مجلس الوزراء تخصص في الرد على الشائعات والأخبار الكاذبة التي يتم تداولها إلكترونيًا، وأن تكون تابعة أيضًا لإشراف مجلس الوزراء المصري؛ بحيث تتمكن من الرد على كافة الشائعات بوتيرة أسرع مما هي عليه في صفحة رئاسة مجلس الوزراء.
- دعم الصفحات المستقلة الموجودة على السوشال ميديا والتي تأخذ على عاتقها الرد على

كافة الشائعات والمعلومات المضللة والزائفة في مصر والوطن العربي وتقديم المعلومات الصحيحة، مثل: موقع «دا بجد؟»، وموقع «متصدقش»، وموقع «صحيح مصر» بصفحاتهم المتعددة على كافة مواقع التواصل الاجتماعي، وهي مواقع خاصة غير ربحية، يقوم بإدارتها صحفيون مستقلون ليس لديهم أية أيديولوجيات أو انتماء سياسية أو حزبية أو دينية، يهدفون إلى تدقيق المعلومات الواردة في تصريحات المسؤولين والسياسيين والإعلاميين والشخصيات العامة المؤثرة؛ بغية تحقيق بيئة إعلامية نظيفة من الأخبار الكاذبة. ويقابلهم على الساحة العربية: موقع «فتبينوا» الأردني، وموقع «هيئة مكافحة الشائعات» السعودي.

- **ضرورة الاتجاه نحو إعداد كوادر علمية متخصصة لتطوير واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي (AI) في الكشف عن الأخبار الكاذبة والشائعات التي تستخدم الصور والصوت والفيديوهات المفبركة.**
- **إصدار المزيد من التشريعات والقوانين التي تجرم تداول الأخبار الكاذبة في كافة المجالات بين المواطنين من خلال أية وسيلة إعلامية وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي، مع تغليظ العقوبات والتي من شأنها الحد من التلوث المعلوماتي من خلال الشائعات.**
- **ضرورة نشر الوعي بهذه القوانين بشكل واسع، حتى يتسنى للمواطنين على إثر ذلك التفكير في أي خطوة يتخذونها حيال نشر أي معلومة، مما سيكون له أبلغ الأثر في الحد من إنتاج وانتشار الأخبار الكاذبة.**

على المستوى الشخصي:

- **توصي الدراسة المواطنين بعدم الاعتماد الكلي على المعلومات المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي بدون التحقق من مصداقيتها من المصادر الرسمية مثل صفحة رئاسة مجلس الوزراء، والصفحات آفة الذكر.**
- **توصي الدراسة المواطنين بالتواصل مع صفحات مجلس الوزراء المصري، و«دا بجد؟»، و«متصدقش»، و«صحيح مصر»، و«فتبينوا»، عند التشكك في صحة معلومة ما، مع العلم بسهولة التواصل مع هذه المواقع والصفحات.**
- **وأخيراً توصي الدراسة بضرورة الاتجاه نحو إعداد كوادر علمية متخصصة لتطوير واستخدام الآليات المختلفة لمواجهة خطاب الكراهية.**

هوامش الدراسة:

أولاً: العربية

أروي، فريد صالح. (٢٠٢٢). "مكافحة خطاب الكراهية في البيئة الرقمية، كلية العلوم الإسلامية، جامعة الجزائر، دائرة البحوث والدراسات والقانونية والسياسية، ٦٠ (١)، ٦٠-٢٠.

الجمال، راسم محمد. عياد، خيرت معوض. (٢٠٠٥) التسويق السياسي والإعلام: الإصلاح السياسي في مصر، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

الرحامنة، (٢٠١٨). "خطاب الكراهية في شبكة الفيس بوك في الأردن دراسة مسحية"، جامعة الشرق الأوسط، كلية الاعلام، رسالة ماجستير منشورة عبر الانترنت، رابط:

https://meu.edu.jo/libraryTheses5/ca8335e8883e.1_pdf

تقرير اللجنة الأوروبية لمناهضة العنصرية والتعصب، توصية السياسة العامة رقم ١٥، اللجنة الأوروبية لمناهضة العنصرية والتعصب، رابط:

<https://rm.coe.int/ecri-general-policy-recommendation-no-15-on-combating-hate-speech-arab/16809e64f0>

<https://www.kaiciid.org>

حسني، إيمان محمد. (٢٠٢٠). "خطابات الكراهية الدينية الزائفة على شبكة الفيسبوك، دراسة في الاستراتيجية والبنية الإقناعية"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، كلية الاعلام، جامعة الأهرام الكندية، ع:٣٠، رابط: https://html.112633_article/eg.ekb.journals.jkom//:https

صديق، رامي عطا. أبو الحسن، فاطمة شعبان. (٢٠٢٢). " دور الإعلام في مواجهة خطاب الكراهية وبناء مجتمع التسامح"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، كلية الاعلام، جامعة الأهرام الكندية، ع:٣٩، ٤-٤٦.

https://jkom.journals.ekb.eg/article_287276_965494544fcf1eac84b48334472cc6c.pdf

غير معروف، (٢٠١٩) "نظرية الهوية الاجتماعية والطبيعة السيكلوجية لها"، الجامعة المستنصرية، العراق، تم الاسترجاع من موقع

https://uomustansiriyah.edu.iq/media/lectures/8/8_2019_03_06:08_00_25_PM.docx

مكاوي، حسن عماد. السيد، ليلي حسين. (٢٠١٧) الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية

نصر، وسام. (٢٠٢٠) دور مواقع التدوين المصغر «تويتر» في نشر خطاب الكراهية وإثارة الفتن الطائفية: أحداث الكنائس المصرية ٢٠١٧ نموذجاً، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة: كلية الاعلام، ع:١٩، رابط :

<http://search.mandumah.com/Record/1126988>

فرجاني، علي محمد. (٢٠١٨). «العلاقات العامة واستراتيجيات الاتصال». دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان. رابط <https://shorturl.at/dGHl5>:

ثانيًا: الأجنبيّة

Brorson, Erik. (2018). "Classifying Hate Speech using Fine-tuned Language Models", **Published Master Thesis**, Uppsala University, <http://www.divaportal.org/smash/get/diva2:1214328/FULLTEXT01.pdf>

Brüggemann, S., Kutlu, N., Török, R. M., Prosser, A., Ručinský, T. & Vrabie, C. (2022). "A scientific basis for a policy fighting fake news and hate speech". Supported by the Congress of Local and Regional Authorities. **Österreichische Computer Gesellschaft**, <https://rm.coe.int/counterfake-a-scientific-basis-for-a-policy-fighting-fake-news-and-hat/1680a5ee06>

Blankenship, M. (2020). How Misinformation Spreads Through Twitter. 1-28, Available at: https://digitalscholarship.unlv.edu/brookings_capstone_studentpapers/6

Colomina, C., Margalef, H. A. & Youngs, R. (2021). "The impact of disinformation on democratic processes and human rights in the world". **Policy Department for External Relations Directorate General for External Policies of the Union**, 653:635.

[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/653635/EXPO_STU\(2021\)653635_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/653635/EXPO_STU(2021)653635_EN.pdf)

Disinformation and freedom of expression. (2021). "**Association for Progressive Communications** (APC Submission in response to the call by the UN Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression)". **Abstract from The annual thematic report that is presented to the Human Rights Council at its 47th session**,

<https://www.ohchr.org/sites/default/files/Documents/Issu>

Irene. (2021). "Disinformation and freedom of opinion and expression: report of the Special Rapporteur on the Promotion and Protection of the Right to Freedom of Opinion and Expression". **Geneva**, 1-20.

Jendrowski, J. (2019). "Networks of incivility on twitter: The Changing Geography of hate speech in a new social media Landscape". **Un Published Master Thesis**. The faculty of the Graduate School of the University at Buffalo, The State University of New York.

Mercy Corps. 2019 (). "The Weaponization of Social Media: How social media can spark violence and what can be done about it". 1-6, https://www.mercycorps.org/sites/default/files/202001/Weaponization_Social_Media_Brief_Nov2019.pdf

Richter. (2018). Fake News And Freedom of The Media. «**Journal Of International Media & Entertainment Law**, 8 (2), 1-37.

https://www.academia.edu/38682259/Fake_News_and_Freedom_of_the_Media

Santuraki.(2019).”Trends in the Regulation of Hate Speech and Fake News: A Threat to Free Speech?”. **Hasanuddin Law Review**,5 (2),2442-9880

المواقع الإلكترونية:

<https://www.facebook.com/Mohammed.Naser.Official>

<https://www.facebook.com/matar.page>

أسماء السادة المحكمين:

- أ.د/ الأميرة سماح فرج، أستاذ الإذاعة والتلفزيون، وعميد كلية الإعلام - جامعة سيناء فرع القنطرة شرق.
- أ.م.د / محمد سيد عتران، أستاذ مساعد العلاقات العامة والإعلان ومدير وكالة العلاقات العامة بكلية الاعلام جامعة القاهرة.



جَامِعَةُ الْأَهْرَامِ الْكَنْدِيَّةِ
AHRAM CANADIAN UNIVERSITY

كلية الإعلام

المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال