

القوة الناعمة وتأجيج خطاب الكراهية
دراسة مسحية لطلبة الدكتوراه علم الاجتماع
_ جامعة محمد خيضر بسكرة _
Soft power and fueling hate speech
-study on PHD students sociology
-university mouhmade khaidr biskra-

تاريخ النشر: 2024/06/24

تاريخ القبول: 2024/04/25

تاريخ الإرسال: 2024/02/19

ط.د. حنان بن بليدة¹، أ.د. زهية دباب²¹ مخبر المسألة التربوية في ظل التحديات الراهنة، جامعة بسكرة، الجزائر،EMAIL : hanane.benblida@univ-biskra.dzEMAIL : zahia.debbab@univ-biskra.dz، جامعة بسكرة، الجزائر،²

الملخص:

تحاول من خلال دراستنا هذه تسليط الضوء على واحد من أهم المواضيع التي يتم التطرق إليها في وقتنا الحالي على اعتبار أنه واحد من أكثر الظواهر الغير سوية في المجتمعات ألا وهي خطاب الكراهية والذي هو عبارة عن خطاب معاد، وربطه بمتغير القوة الناعمة والتي هي عبارة عن قوة صامتة والتي تتميز بقدرتها على الجذب. لذلك فدراستنا تهدف للتعرف على العلاقة ما بين القوة الناعمة وتأجيج خطاب الكراهية من أجل ذلك تبيننا المنهج الوصفي، والاستبيان كأداة لجمع البيانات وبعد توزيعها و المعالجة الإحصائية بالاعتماد على برنامج spss توصلنا إلى أنه توجد علاقة ارتباط قوية ما بين القوة الناعمة وتأجيج خطاب الكراهية. الكلمات المفتاحية: القوة الناعمة، خطاب الكراهية، الصورة النمطية، الصناعة الإعلامية، الطالب الجامعي.

المؤلف المرسل: حنان بن بليدة، الإيميل: hanane.benblida@univ-biskra.dz

Abstract:

Through our study, we are trying to focus on one of the most important topics that are being addressed at the present time, considering that it is one of the most abnormal phenomena in societies, which is hate speech, which is a hostile speech, and to link it to the variable of soft power, which is a silent force that is characterized by its ability to attract, Therefore, this study aims to identify the relationship between soft power and the promotion of hate speech. For this, we used the descriptive approach and the questionnaire as a tool for collecting data. After distributing it and statistical processing of it with the SPSS program, we concluded: There is no strong correlation between soft power and the promotion of hate speech. The hatred.

Keywords:Soft power ,hate speech , stereotye, media industry , student

1_المقدمة:

لقد حاول الإنسان منذ وجوده أن يفرض سيطرته وهيمنته في محيطه الاجتماعي ، لذلك ومنذ وقت طويل استخدم العديد من الوسائل للتمكن من التحكم في الآخرين وتوجيههم وفقاً لإرادته ، لكن مع مرور الوقت تغيرت وسائل فرض القوة ولم تبق ترتكز على الصلب فقط ، فقد انتقل الإنسان لنوع آخر من القوة والذي يتميز بأنه أكثر تأثيراً وجاذبية والمتمثلة في القوة الناعمة ، فالأصل في القوة هي امتلاك الآخرين وكسب عقولهم وتفكيرهم و التمكن من جذبهم برضا منهم دون الإرغام وذلك للتمكن من الوصول للنتائج المتوخاة ، لذلك فالقوة الناعمة هي عبارة عن متغير ثابت في السياسة الديمقراطية وهي أكثر من أنها مجرد إقناع أو استمالة الأفراد بل هي القدرة على الجذب وهي عبارة عن قرارات العمل الطوعي للوصول إلى هيكلية الرأي العام الجماهيري (ناي،



(2007)، لذلك يتم الاعتماد عليها لتحقيق العديد من الأهداف و التأثير في الرأي العام كخطابات الكراهية والتي تعرف بأنها عبارة عن خطاب استعلائي وهجومي يهدف للمس بكرامة الآخرين و تشويه صورتهم باستخدام الألفاظ الجارحة و المسيئة، فصانع خطاب يسعى لتوجيه الرأي العام الجماهيري لصالحه، على حساب مختلف الفئات الأخرى المختلفة عنه في العرق أو اللون أو التوجه، فقد ذهب نيوت غينغريش أن المفتاح الحقيقي ليس في الأعداء اللذين أحارهم بل عدد الحلفاء اللذين أكسبهم (ناي، 2007)، فهو يهدف لكسب التأييد من طرف أكثر عدد من الجماهير لزيادة فرض نفوذه وسيطرته و إلغاء الآخر، لذلك فهو يقوم بترويح صورة نمطية جامدة لتثبيتها في عقول الجماهير وذلك عن طريق تشويه الحقائق وتكرار عرضها، ومحاولة تعميمها، إضافة إلى صناعة المضامين الإعلامية والتي تعتبر أحد أهم أسلحة القوى الناعمة فالممارس لخطاب الكراهية كثيرا ما يفبرك مختلف الأخبار و الأحداث و يزيّفها ويعيد بناء الرسائل و يقوم بتحويلها وفقا لما يخدم مصالحه .

وتأسيسا على ما تم عرضه فإن خطاب الكراهية و زيادة تناميّه واشتعاله يرتكز على القوى الناعمة و التي تقوم بهيكلّة و تشكيل الرأي العام الجماهيري على اختلاف طبقاته و فئاته ومستوياته والتي قد تزيد من حدة الصراعات و الصراعات ما بين أنساق المجتمع و عليه نطرح التساؤل التالي: هل توجد علاقة ارتباط ما بين القوى الناعمة و تأجيج خطاب الكراهية من وجهة نظر طلبة الدكتوراه عند مستوى الدلالة 0.05 ؟

2-الاطار المنهجي للدراسة :

1_2تساؤلات الدراسة :

2_1_1 هل توجد علاقة ارتباط ما بين الصورة النمطية وتأجيج خطاب الكراهية من وجهة نظر طلبة الدكتوراه عند مستوى الدلالة 0.05 ؟

2_1_2 هل توجد علاقة ارتباط ما بين الصناعة الإعلامية وتأجيج خطاب الكراهية من وجهة نظر طلبة الدكتوراه عند مستوى الدلالة 0.05 ؟

2_2 فرضيات الدراسة :

2_2_1_1 الفرضية الرئيسية:



توجد علاقة ارتباط ما بين القوى الناعمة و تأجيج خطاب الكراهية من وجهة نظر طلبة الدكتوراه عند مستوى الدلالة 0.05.

2_2_2 الفرضيات الفرعية :

2_2_2_1 توجد علاقة ارتباط ما بين الصورة النمطية و تأجيج خطاب الكراهية من وجهة نظر طلبة الدكتوراه عند مستوى الدلالة 0.05.

2_2_2_2 توجد علاقة ارتباط ما بين الصناعة الإعلامية و تأجيج خطاب الكراهية من وجهة نظر طلبة الدكتوراه عند مستوى الدلالة 0.05.

2_3 أهداف الدراسة :

كل دراسة تسعى لتحقيق مجموعة من الأهداف ودراستنا الحالية تهدف للتعرف على العلاقة ما بين القوى الناعمة باعتبارها سياسة تعتمد على الجذب و التأثير و تأجيج خطاب الكراهية ، كما وتحاول دراسة أن تبرز العلاقة ما بين الصورة النمطية على اعتبار أن صانع خطاب الكراهية يحاول تشويه صورة عدوه و تزيفها في عقول الجماهير بهدف كسب التأييد و زيادة الاضطهاد على الطرف المعادي و تأجيج خطاب الكراهية ، و تهدف هذه الدراسة إلى إبراز العلاقة ما بين صناعة المضامين الإعلامية على اعتبارها أهم متغيرات القوى الناعمة و تأجيج خطاب الكراهية .

2_4 أسباب اختيار الموضوع :

-مميل الباحث لهذا النوع من المواضيع بهدف فهمها أكثر و تفكيكها و معرفة أسبابها و آثارها على الفرد و المجتمع
-الأهمية البالغة التي يحظى بها متغير القوى الناعمة والتي تعتبر من أحد أهم المرتكزات الأساسية التي تعتمد عليها الدول القوية للسيطرة على الدول النامية و المتخلفة لضمان نفوذها فهي من أنجح وسائل الجذب و التحكم في الآخر لذلك يستخدمها ممارس الكراهية كأداة لكسب التأييد لصالحه ضد عدوه .
-القيمة العلمية التي يحظى بها موضوع خطاب الكراهية على اعتباره أحد الأمراض الاجتماعية التي تمس وحدته و تزعزع أمنه فهو يطرح كثيرا في وقتنا الحالي في أوساط الباحثين .

-تعريف مختلف الطلبة والباحثين بمتغير القوى الناعمة والتي تعتبر أحد أهم

مركزات السياسة الديمقراطية وكيف لها أن تخدم خطابات الكراهية

-محاولة الغوص أكثر في أهم مغذيات ووسائل تأجيج خطاب الكراهية .

2_5_ أهمية الدراسة : تكمن أهمية الدراسة في أهمية الموضوع في حد ذاته فقد أثبتت العديد من الملتقيات و الدراسات حول القوى الناعمة و تأثيرها وقدرتها على الجذب وتغيير التوجهات إضافة إلى أنها أهم ما يتم الارتكاز عليه في وقتنا الحالي و هي أهم مصادرا الهيمنة فعن طريقها يتم إعادة بناء وتنظيم العالم ، كما وتزداد أهمية دراستنا في أنها تركز على العلاقة ما بين القوى الناعمة و تغذية خطاب الكراهية والعلاقة ما بين الصورة النمطية التي يصنعها الكاره ضد المكروه وتأجيج الكراهية ، وتزداد أهمية دراستنا في أنها تحاول التركيز على العلاقة ما بين صناعة المضامين الإعلامية و التي ينتجها مختلف الناشطون في المنصات الاجتماعية والذين يستغلونها كأرضيات للتعبير عن إحباطهم ومعاداتهم وكرههم وتأجيج خطابات الكراهية .

2_5_1_ الأهمية النظرية : تكمن الأهمية النظرية لموضوع دراستنا في أنها تقدم مفهوم أكثر وضوحا للقوى الناعمة و أهم متغيراتها ، كما وتساهم دراستنا في الربط ما بين متغيرات القوى الناعمة وكيف أنها تغذي خطاب الكراهية ، إضافة إلى أنها تعطي صورة واضحة أكثر عن الصورة النمطية و كيف يتم تصنيعها لتعميم وجهة نظر الجماهير وتزييف وعيهم ، إضافة إلى التركيز على الصناعة الإعلامية والتي يستخدمها مروجو خطاب الكراهية لبث الكراهية والتحريض على النزاعات و الصراعات .

2_5_2_ الأهمية التطبيقية : يمكن أن تقدم دراستنا صورة أكثر وضوحا حول القوى الناعمة وكيف أنها جعلت خطاب الكراهية أكثر تحررا وبأشكال سلسلة وسريعة وعدائية ، والتي قامت بنقله من الكمون إلى الظهور و الاستفحال كما وتقوم دراستنا بتقديم وصف للصورة النمطية وكيف يتم تداولها و استخدامها من طرف الكاره ضد المكروه لتحقيق أهدافه و لزيادة تأجيج الكراهية كما وتقدم دراستنا بتقديم توضيح وتفسير حو العلاقة ما بين الصناعة الإعلامية و كيف لها أن تخدم خطاب الكراهية .

2_6_ منهج الدراسة : يعتبر اختيار المنهج خطوة مهمة جدا في مسار الباحث ، فالموضوع هو من يحدد منهج الدراسة الملائم وهو الطريق الذي يتبعه الباحث وهو الوسيلة التي

توصلنا لغاية بحيث يضمن له الوصول لنتائج علمية صحيحة و دقيقة ، وقد تبيننا المنهج الوصفي في دراستنا الحالية بحيث يعتبر من بين أكثر المناهج التي يتم الاعتماد عليها في دراسات العلوم الإنسانية ، وهو المنهج الذي يهتم بوصف الظاهرة كما هي في الواقع ، وهو المنهج الذي يعتمد على شبكة الملاحظة و عمليات التصنيف و الإحصاء مع بيان وتفسير ومناقشة وتحليل تلك العمليات ، أي أن المنهج الوصفي يعتمد على أدوات مختلفة لجمع البيانات ويعتمد على الكم و الإحصاء (العسكري، 2002)

2_7_ مجتمع الدراسة : تكون مجتمع الدراسة من طلبة الدكتوراه تخصص علم الاجتماع بكل تخصصاته بجامعة محمد خضير بسكرة ، حيث يمثل طلبة الدكتوراه أعلى درجة و الفئة الأكثر وعيا في المجتمع وهم اللذين أكملوا كل مسارات الدراسة في التكوين الجامعي .
2_8_ الحدود الموضوعية : ركزت الدراسة على القوة الناعمة وعلاقتها بتأجيج خطاب الكراهية على اعتبار أن خطاب الكراهية هو من بين أكثر الظواهر الاجتماعية الغير سوية و المرضية و التي تمس وحدة المجتمع و الضمير الجمعي . فقد ركزنا في هذه الدراسة على القوة الناعمة وكيف لها أن تزيد من حدة خطاب الكراهية وتنميته وتزيده بطريقة صامتة و غير واضحة يظهر تأثيرها على المدى البعيد .

2_9_ الحدود الزمنية و المكانية : تم إجراء الدراسة على طلبة الدكتوراه تخصص علم الاجتماع بجامعة محمد خضير بسكرة ، حيث أجريت دراستنا في القطب الجامعي شتمة بكلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية وتم إجراء الدراسة في الفترة الممتدة ما بين جانفي 2023 و فيفري 2024 .

2_10_ أداة الدراسة : من أجل جمع مختلف البيانات يجب على الباحث أن يستعين بأداة بحث علمي ، فأداة جمع البيانات هي الحلقة التي تربط ما بين الباحث ومجتمع بحثه ، وفي دراستنا الحالية اعتمدنا على الاستبيان وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة أو البنود التي يتم بنائها بعد أن يقوم الباحث بالتحليل المفهومي و استخراج الأبعاد و المؤشرات ، وهي من أكثر الأدوات استخداما في العلوم الاجتماعية و أهم ما تتميز به هذه الأداة بأنها توفر الوقت و الجهد على الباحث (عبيدات، أبو ناصر، و مبيضين، 1999)

حيث قمنا ببناء استبيان في الدراسة الحالية بعد تفكيك المتغير المستقل و المتمثل في القوة الناعمة و استخراجنا منه بعدين و المتمثلان في: الصورة النمطية و الصناعة الإعلامية و قمنا بربط كل بعد بالمتغير التابع ، و تم بناء الاستبيان بمحورين هما المحور الأول القوة الناعمة و تزييف الوعي الجماهيري و المحور الثاني خطاب الكراهية ، و ذلك للتمكن من قياس الارتباط ما بين كل من الصورة النمطية وخطاب الكراهية و الصناعة الإعلامي و خطاب الكراهية وكذلك قياس الارتباط ما بين المحورين ككل . و اعتمدنا على مقياس ليكرت وكانت البدائل كالتالي : موافق ، محايد، معارض .

10_2_1 صدق الأداة و ثباتها : بعد بناء أداة البحث يجب على الباحث أن يقيس صدقها و ثباتها قبل توزيعها وذلك للتأكد من أن المبحوثين يمكنهم فهم مختلف البنود و الإجابة عنها ، لذلك فالأداة يجب أن تكون ذات درجة عالية من الصدق و الثبات و ذلك لضمان الوصول لنتائج دقيقة و صحيحة .

10_2_2 صدق الأداة : لقياس صدق الأداة قمنا بالاعتماد على صدق المقارنة الطرفية فبعد حساب الدرجة الكلية للأداة و ترتيبها ترتيبا تصاعديا من أدنى درجة إلى أعلى درجة ، طبقنا اختبار Ttest و توصلنا للنتائج التالية :

1: يوضح صدق المقارنة الطرفية بين الدرجات العليا و الدنيا للأداة :

الطرفين	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة "ت"	القيمة الاحتمالية	مستوى الدلالة
الدرجة الدنيا	144.54	10,40	18	7.16	0.000	0.05
الدرجة العليا	122.80	19.4				

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على برنامج spss v 20

نلاحظ من خلال الجدول رقم (1) وجود فروق دالة إحصائية بين الدرجات العليا و الدرجات الدنيا للأداة

ثبات الأداة: لجدول رقم (02) يمثل قيمة ألفا كرونباخ للثبات بطريقة الاتساق الداخلي:

قيمة الفا الكلية	قيمة ألفا استنادا إلى العناصر القياسية	المتوسط الحسابي	التباين	عدد البنود	القرار الإحصائي
0,661	0,662	144,54	29,512	12	صادق وثابت

-المصدر: من إعداد الباحثان بالإعتماد على برنامج spssv20 -

من خلال الجدول رقم (02) نجد أن قيمة ألفا كرونباخ قدرت ب: 0.661 في حين قدرت قيمة ألفا كرونباخ في ضوء البنود ب 0.662 ، أما المتوسط الحسابي فقد قدر ب 144.54 في المقابل نجد أن التباين قدر ب 29.512 ، وعليه ووفق هذه البيانات المتحصل عليها نقرر أن الاستبيان صادق و ثابت وفق المبررات التالية :

1_ قيمة ألفا المرتفعة و التي قدرت ب 0.661 (معناها أن الاختبار صادق بنسبة 66%) حيث تجاوزت المحك الذي وضعه Anastasi ,urbina1997 و اللذان يذهبان أنه كلما فاقت قيمة ألفا كرونباخ 0.70 دل ذلك على أن الأداة تتمتع بالثبات .

2- التباعد الشاسع ما بين المتوسط الحسابي و التباين يدل على وجود اختلافات كبيرة في استجابات الأفراد ، وهذا مؤشر يدل على أحد أدلة الصدق (التمييز)

3_ وجود قيمة ألفا كرونباخ في ظل العناصر القياسية ، هي محك يستعمل لتقدير أوزان البنود من ناحية قيمة الثبات (أي قيمة ثبات البند في حالة حذفه) ، حيث قدرت قيمة t test ب 7.16 عند درجة حرية 18 و بقيمة احتمالية (0,000) وهي قيمة أقل من (0,001) وهذا يعني أن الأداة تميز ما بين أفراد.

11_2_ مصطلحات الدراسة : إن مصطلحات الدراسة هي أهم خطوة يجب أن يمر بها الباحث ، فعن طريقها يفكك متغيرات دراسته وذلك للتمكن من فهم ما يقصد الباحث بمفاهيمه وإلى ماذا يحاول الوصول وجاءت مفاهيم دراستنا كالتالي :

11_2_1_ القوى الناعمة : "ويقصد بها مجموعة الأساليب و الوسائل التي يتم الاعتماد عليها بهدف التأثير في الفكر و برمجه ، وتحقيق القناعة برضا تام دون اللجوء للقصر أو الإرغام ويتم ذلك عبر مجموعة من الوسائل و المتمثلة في الإعلام ، الصحافة ، المنصات الاجتماعية..". (إبراهيم و عبد الرحمان، 2021)

كما وعرفها جوزيف ناي "بأنها الوجه الثاني للقوة وهي القوة التي تختلف على القوة الصلبة ، فالقوة الناعمة هي قدرة جذب الآخر و التأثير فيه و تغيير توجهه بالرضا على عكس القوة الصلبة التي تكون بالقصر ولكنها غالبا ما تفشل على عكس القوة الناعمة والتي تتمكنك من تحقيق ما تريد دون اللجوء للتهديد إنها كيمياء الجاذبية وسحر التغيير" (ناي، 2007)

ونقصد بالقوة الناعمة في دراستنا الحالية القوة التي يستخدمها صانع خطاب الكراهية بهدف كسب التأييد و تشويه صورة عدوه المختلف عنه في الجنس أو العرق أو اللون ، فهو يستخدم هذا النوع من القوة لأنها تضمن له نجاح رسائله العدائية كما وتضمن له التأثير في جمهوره المستهدف للتمكن من بناء رأي عام جماهيري معادي ومشحون و رافض للآخر.

2_11_2_ خطاب الكراهية : "هو عبارة عن مصطلح مركب من متغيرين هما الكراهية و الخطاب ، وتعني الكراهية شعور داخلي يحس به الإنسان اتجاه الآخر بسبب الحقد أو البغضاء ، أما الخطاب فهو عبارة عن نص أو مقال أو كلمة أو جملة يتم إرسالها من طرف المرسل للمتلقي بهدف إيصال رسالة معينة ، فخطاب الكراهية هو عبارة عن خطاب استعلائي تحركه العديد من الدوافع منها كراهية الآخر ورفضه ، وهو خطاب يحمل كل معاني التعبير عن الكراهية ويؤدي إلى غثارة العنف المتبادل". (حاجة، 2020).

"وهو كل خطاب يسيء أو يهدد أو يمس كرامة مجموعات ويحطم نفسياتها على أساس العرق أو اللون أو الهوية أو الأصل القومي أو التوجه الجنسي ، كما وأن خطاب الكراهية يأخذ شكل العدوان التمييزي الذي يهدف للمس بكرامة الآخر ومهاجمته"، (حاجة، 2020) ونعني بخطاب الكراهية في دراستنا الخطاب العادي الذي يقوم ببناء الكاره ضد المكروه بالاعتماد على القوة الناعمة من أجل كسب التأييد لصالحه و التمكن من غهانة الآخر و

تشويه صورته بطريقة ناعمة وقد حصرنا القوة الناعمة في بعدي الصورة النمطية و الصناعة الإعلامية .

2_11_3_ الصورة النمطية : "إن مفهوم الصورة النمطية مختزل من مقارنة نفسية سلوكية وقد ظهر مع ظهور وسائل الإعلام والاتصال الحديثة ، كما وأن هذا المصطلح أخذ من الطباعة وهو النموذج الذي يتم الاعتماد عليه لإنتاج وإخراج نسخ مطابقة ." (شاشو، 2014) .

"والصورة النمطية هي الترويج لصورة معينة و حصرها في مجموعة صفات ومعلومات سطحية تبقى تتكرر على المدى البعيد بالتالي تتشكل صورة ثابتة ولا تتغير في عقول الجماهير لدرجة أنهم لا يقبلون تغييرها ." (شاشو، 2014) .

"وهي عبارة عن منتج إعلامي يهدف لغاية ما ، كإعادة هيكلة المفاهيم والترويج لصورة ما أو لفكرة بدون وجود مرجعية تثبت صحتها كما وتهدف لبناء وجهة نظر ما حول قضية ما أو حدث ما" (شاشو، 2014)

كما" وتعني الصورة النمطية الصورة التي تصنعها وسائل الإعلام في أذهان الجماهير حول فئة ما ، فهي عادة ما تصنعها وسائل الإعلام بطريقة متعمدة و مخطط لها ، وهذا ما ينتج ردود فعل معينة من طرف الجمهور ، كما وأنها تنتقل بسرعة في أوساط الجماهير لأنها تعتمد على وسائل الإعلام و تعتمد على التكرار أي تكرار العرض لكي تترسخ في أذهان المتلقين ، كما وأنها تركز على الإقناع لكي تنجح لوصول رضا عقل وقلب المتلقي بسهولة." (شاشو، 2014)

وقد أخذنا الصورة النمطية كأحد أبعاد القوة الناعمة و التي تروج لصورة معينة لفئة ما أو موضوع ما عن طريق وسائل الإعلام لكي يتبناها الجمهور وفقا لرغبته و نقصد بها أيضا في دراستنا أحد الوسائل الناعمة التي يستخدمها صانع خطاب الكراهية بهدف تشويه صورة الآخر المعادية و تحريف الحقائق عنه بهدف إيذائه وزيادة الضغط عليه وكسب الجمهور لصالحه . (شاشو، 2014) .

2_11_4_ الصناعة الإعلامية : وهي عبارة عن سلسلة من الأنشطة الفرعية ، مترابطة الحلقات يأخذها بعضها برقاب بعض ويهيمن عليها نشاط رئيسي يختلف من وسيلة

إعلامية إلى أخرى ، كما وان الصناعة الإعلامية هي عبارة عن عملية بناء مختلف المضامين الإعلامية و الإتصالية ، فالرسالة الإتصالية إذا ما كانت حدث أو خبر أو مضمون ما يتم إعادة بلورته و هيكلته وفقا لما يخدم مصالح القائم بالإتصال (الزعيبي، 2020).

و قد ربطنا الصناعة الإعلامية في دراستنا الحالية بالقوة الناعمة وخطابات الكراهية ، لأن صانع الكراهية يحتاج لبناء مضامين خاصة ذات عنف رمزي كما وأنه عادة ما يحول الكراهية لمضامين اتصالية .

2_11_5_ الطالب الجامعي : "إن مصطلح الطالب الجامعي مرتبط بالشباب ذلك لأن الطالب الجامعي يمثل إحدى فئات الشباب التي تزاوّل دراستها في مركز جامعي أو معهد ، كما و أنه الشخص الذي يتلقى دروسا ومحاضرات ، ويكون قد انتهى من الدراسة في مستويات أخرى ، كما وأن هدف الطالب هو الحصول على شهادة التعليم العالي" . (مزرارة و شعباني، 2016).

ونقصد بالطالب الجامعي في دراستنا الحالية الطالب المسجل بمرحلة الدكتوراه والذي اكمل كل من الليسانس و الماستر و انتقل للدكتوراه وهي تمثل أعلى درجة علمية ، كما ونقصد بهم الفئة الواعية والداركة للقوة الناعمة و تأثيراتها على المجتمعات وقد حصرناهم في طلبة علم الاجتماع بكل تخصصاته بجامعة محمد خضير بسكرة .

2_12_1 الدراسات السابقة :

إن الدراسات السابقة هي أهم ما يجب أن يطلع عليه الباحث لأنها تعطيه نظرة عامة عن موضوع دراسته وما تناوله سابقا حول هذا الموضوع لكي يتمكن من إكمال تغطية الموضوع و التطرق إلى ما لم يتم التركيز عليه سابقا ، كما وان أهمية الدراسة تظهر في وسط الدراسات السابقة وقد تبيننا في دراستنا الحالية مجموعة من الدراسات التي تطرقت لكل من متغير القوى الناعمة و متغير خطاب الكراهية وجاءت كالتالي :

2_12_1_1_1 الدراسة الأولى :

دراسة إبراهيم آدم باما و عبد الرحمان إدريس زكرياء والمعنونة 2021 ب مسارات توظيف القوى الناعمة في غرس القيم الاجتماعية من منظور التربية الإسلامية ، وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مسارات القوى الناعمة في غرس القيم الاجتماعية



من منظور التربية الإسلامية ، فالقيم تعتبر أحد أهم مرتكزات الثقافة فهي من تضبط المجتمع وتجعله يسير في المسار الصحيح وتمنعه من الوقوع في الخطأ وذلك من خلال التعرف على الطريقة الأمثل لتوظيف الإعلام للتمكن من غرس الكراهية ، إضافة إلى إبراز أهم المعايير التي يتبناها الإعلام للتمكن من غرس القيم كما وتهدف لتوضيح الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في غرس القيم ومن أجل تحقيق هذه الأهداف استخدم الباحثان المنهج الوصفي نظرا لملائمته لهذا النوع من الدراسات وقد توصل الباحثان إلى أن القوة الناعمة هي عبارة عن وسيلة يمكن الاعتماد عليها وتبنيها مستقبلا كما وتوصلا إلى أن تزيف الوعي الجماهيري هو أكبر جريمة يتم ارتكابها في وقتنا الحالي .

2_1_12_2 الدراسة الثانية :

دراسة بلال عبيد و مراد ميلود 2021 بعنوان حرية الرأي والتعبير عبر فايسبوك دراسة تحليلية على عينة من منشورات صفحة KABYLIE NEWS فقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مضامين هذه الصفحة وطبيعتها من حيث الشكل و المضمون كما وتهدف هذه الدراسة للتعرف لمنشورات الصفحة وتركيبتها ونوعيتها والقيم التي تركز عليها للتمكن من التعرف هل هي منشورات معادية كما وتحاول التركيز على تحليل التفاعل مع هذه الصفحة ، فقد تبني الباحثان المنهج الوصفي التحليلي ، و أخذوا تقنية تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات ، وبعد تحديد الفئات وحساب التكرارات و النسب المؤوية والتحليل الكيفي توصل الباحثان إلى أن مختلف المنشورات جاءت باللغة العربية ، وأن مختلف منشوراتها تركز على مواضيع سياسية و إيديولوجية كما وتوصلت هذه الدراسة إلى أن هذه الصفحة فيها تفاعل كبير من قبل المستخدمين .

2_1_12_3 الدراسة الثالثة :

دراسة صلاح الدين عمراوي و يوسف مقعاش 2022 تحت عنوان أثر خطاب الكراهية في موقع الفاييسبوك على الجمهور دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفاييسبوك في الجزائر ، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على خطاب الكراهية وطبيعة مضامينه وكيف يتم تداوله في البيئة الرقمية في الجزائر كما وهدفت للتعرف على أهم الطرق التي يتم اعتمادها لمواجهة هذا النوع من الخطاب كما وحاولت أن تبرز أثره على

الشباب الجزائري وقد اعتمدت على المنهج الوصفي، ولغرض جمع البيانات اعتمد الباحثان على الاستبيان بحيث تم توزيعه على عينة بلغ عددها 74 مفردة وزعت عبر ولايات الوطن وبعد المعالجة الإحصائية باستخدام برنامج spss تم التوصل إلى أنه توجد علاقة ارتباط ما بين استخدام الشباب لموقع الفايسبوك و آثاره على الجمهور كما وتوصلت إلى أن أنماط خطاب الكراهية مختلفة ومتنوعة وأنها من يسبب زيادة في خطاب الكراهية بحيث أنها تختلف ما بين منطقة أخرى كما وتوصلت إلى أنه هناك تنوع لمضامين خطابات الكراهية وهذا ما يدل على درايتهم بهذا النوع من الخطاب .

2_12_2_التعقيب على الدراسات السابقة :

ناقشت الدراسات السابقة القوى الناعمة فقد اعتبرتها بأنها متاحة للجميع وأنها قوة جاءت بهدف الغزو وتحطيم الأمة وجعلها ضعيفة وأنها وسيلة لتحطيم الدول الضعيفة وجذبها لجعلها تتبنى أفكار وتوجهات الدول القوية ، وقد أكدت ذات الدراسة بأنه يمكن جعل هذه القوى في خدمة الأمة الإسلامية من خلال تبنيها كوسائل لتنمية المجتمعات و استخدامها لغرس القيم من خلال بناء و الارتكاز على مجموعة من المعايير في صناعة المضامين الإعلامية (إبراهيم آدم باما ،عبد الرحمان إدريس زكرياء 2021)، في حين ذهبت دراسة إلى أن خطاب الكراهية يتم تداوله بصفة مختلفة في البيئة الرقمية وأكدت أنه يوجد ارتباط ما بين استخدام الفايسبوك و أثر خطاب الكراهية كما وتوصلت إلى أن لأساليب خطاب الكراهية دور في زيادة انتشاره (صلاح الدين عمراوي ،يوسف مقعاش 2022) كما وقامت دراسة أخرى بتحليل مضامين صفحة فايسبوكية بغرض تحليل مضامين الصفحة و التطرق لمضامينها وقد توصلت إلى أن هذه الصفحة تركز على مختلف المواضيع السياسية و الإيديولوجية وهي من أهم الدوافع المحركة لخطاب الكراهية .

وإطلاقا من الأدبيات السابقة نصل إلى أن مختلف الدراسات السابقة ركزت على القوى الناعمة وربطتها بالقيم كما وتطرقت لخطاب الكراهية وممارسته في البيئة الرقمية لكن ومن خلال إطلاعنا وعلى حد لم نجد ولا دراسة ربطت ما بين القوى الناعمة و خطاب الكراهية ، وبين الصورة النمطية التي يتم بنائها لتشويه صورة الآخر وزيادة رفضه ونبذها في أوساط الجماهير.



3_الاطار التطبيقي للدراسة :

1_عرض نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات : و يمكن توضيحها من خلال ما يلي :

1_1_عرض ومناقشة نتائج الفرضية الجزئية الأولى : لغرض اختبار مدى صحة الفرضية الجزئية الأولى التي مفادها " توجد علاقة ارتباط بين " الصورة النمطية" و تأجيح "خطاب الكراهية" من وجهة نظر طلبة الدكتوراه عند مستوى الدلالة 0.05 تم استخدام معامل ارتباط بيرسون ، وتبين من خلاله أن النتائج تتوزع كما هي مبينة في الجدول التالي :

جدول رقم 03: يمثل معامل ارتباط بيرسون بين الصورة النمطية و " خطاب الكراهية "

الرقم	الصورة النمطية	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة	Sig /المعنوية	القرار
01	خطاب الكراهية	**0.600	0.05	0.000	دال

المصدر: من إعداد الباحثان بالإعتماد على برنامج Spss.v21

يتبين من خلال الجدول السابق أن قيمة معامل ارتباط بيرسون قد بلغت 0.600 وهي دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة 0,05 وعليه نستنتج أن هناك علاقة موجبة قوية بين الصورة النمطية وخطاب الكراهية .

1_2_ مناقشة وتحليل نتائج الفرضية الأولى :

من خلال النتائج المتوصل إليها نجد أنه : توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الصورة النمطية و خطاب الكراهية لدى الطلبة الجامعيين ، وهذا يعني تحقق فرضية البحث القائلة : " توجد علاقة ارتباط ما بين الصورة النمطية تأجيج خطاب الكراهية لدى عينة الدراسة عند مستوى الدلالة 0,05 " حيث جاءت نتائج بند أرى أن صورة الآخر تتشكل وفقا لما يتم نشره و تداوله في مختلف الوسائل الاتصالية موافق بنسبة 60% "أما محايد فأخذت نسبة 30 % معارض 10%، لأن القوة الناعمة تلعب دورا بارزا في وقتنا الحالي للإعلام و الذي يعتبر أحد أهم وسائلها أصبح يشكل اليوم أحد أهم الأبنية التي يركز عليها أفراد المجتمع بحيث يعتبرونها كوسيلة أولية لاستقاء المعلومات والأخبار و يعتمدونها أيضا لتشكيل آرائهم ، لذلك فوسائل الإعلام هي من تتحكم في عقول الناس و توجهها كيفما تشاء ، فصانع خطاب الكراهية يعتمد عليها كوسيلة أولية بالاعتماد على ألفاظ جارحة و سيئة وذات عنف رمزي لكي يتمكن من تشويه صورة الآخر الذي يرفضه ، أما البند الثاني والذي جاء كالتالي أرى أن الجمهور يتبنى كل الأفكار التي يتم نشرها وتداولها عبر وسائل الإعلام بشقيه القديم و الحديث موافق بنسبة 70 % محايد 10 % معارض بنسبة 20 %، إن الصورة النمطية هي عبارة عن مجموعة من المعلومات و الأخبار المقتضبة و التي ليس لها أي أساس من الصحة يتم نشرها و تكرار عرضها لكي ترسخ في أذهان الجماهير ولا تتغير لذلك فالجمهور يتبنى و يبني وجهة نظره وفق ما جاءت به وسائل الإعلام و الاتصال لذلك فقد وجدت فيه خطابات الكراهية أرضا خصبة لتناميه وزيادته لأن له جمهور واسع ودرجة تأثيره قوية على الجماهير ، وجاءت نتائج بند تؤثر الصور و الفيديوهات التي يتم نقلها عبر الوسائل الإعلامية و الاتصالية موافق بنسبة 80% محايد 8 % أما معارض 11 % حيث أن الإعلام والاتصال هدفه الأساسي التأثير في الجماهير و جذبها وبذلك بالاعتماد على مختلف الوسائط كالصور و الفيديوهات و التي لها تأثير كبير على عقول المتلقين فهي من تصنع الصورة النمطية و تعززها ، لذلك فخطاب الكراهية يستخدمها من خلال عملية الفبركة للصور و التظليل الإعلامي بتركيب فيديوهات تكون مبتورة و غير مكتملة بحيث ينقل للمتلقي ما يرغب فيه كاستخدام كلمة ضده أو صورة يعيد فبركتها وفقا لما يخدم مصالحه ، أما بالنسبة لبند أرى أن وسائل الإعلام و الاتصال تهيكّل الرأي العام الجماهيري وفقا لما تريده موافق بنسبة 75 % محايد 15 % أما معارض

10 % ذلك لأن وسائل الإعلام هي عبارة عن قوة ناعمة لديها القدرة على الجذب من خلال الاعتماد على مختلف الوسائط و الإقناع و الحجج و البراهين و الاعتماد على مختلف الإستمالات العقلية و العاطفية ، فبذلك فهي تتحكم في الجماهير و تبلور الرأي العام الجماهيري وفقا لإرادتها لذلك فهي تنجح في الترويج لصورة معينة وتنمطها كيفما تشاء لذلك فالكاره يستخدمها في خطابه لكسب التأييد الجماهيري وزيادة الضغط على عدوه المختلف معه و الذي يرفضه .

3_1_ عرض ومناقشة نتائج الفرضية الثانية : لغرض اختبار مدى صحة الفرضية الجزئية الأولى التي مفادها " توجد علاقة ارتباط بين " الصناعة الإعلامية" و تأجيح "خطاب الكراهية" من وجهة نظر طلبة الدكتوراه عند مستوى الدلالة 0.05 .

جدول رقم : 04 : يمثل معامل ارتباط بيرسون بين الصناعة الإعلامية وخطاب الكراهية

الرقم	الصناعة الإعلامية	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة	Sig / المعنوية	القرار
02	خطاب الكراهية	**0,722	0.05	0.000	دال

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج برنامج Spss.v21

يتبين من خلال الجدول السابق أن قيمة معامل ارتباط بيرسون قد بلغت 0.722 وهي دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.05 وعليه نستنتج أن هناك علاقة موجبة قوية بين الصناعة الإعلامية وخطاب الكراهية.

3_1_ مناقشة و تحليل نتائج الفرضية الثانية :من خلال النتائج المتوصل إليها نجد أنه : توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الصناعة الإعلامية و تأجيح خطاب

الكراهية لدى عينة الدراسة " وهذا يعني تحقق الفرضية القائلة : " توجد علاقة ارتباط
بين " المناقشة والحوار" وبين " تنمية الوعي الثقافي " لدى عينة الدراسة عند مستوى
الدلالة 0.05 " .

_لقد جاءت نتائج الدراسة كالتالي : كثيرا ما يتم بلورة مختلف المنتوجات
الإعلامية و الاتصالية قبل نشرها و نقلها للجماهير موافق 65% محايد 20% أما معارض
15%، إن الإعلام بشقيه القديم و الحديث يقوم ببناء الرسالة الاتصالية أولا قبل عرضها
للجمهور لذلك وجدت فيه خطابات الكراهية حرية التعبير و مشاركة مختلف الآراء و
الأفكار المعادية و الرسائل التي تحمل في طياتها عنفا رمزيا فهو يقوم بإعادة بناء الرسائل و
تشكيلها بفرسيتها و تحريف حقائق ثم بعد ذلك يتم نقلها للجمهور ، وأكدت نتائج البند
الثاني أن مستخدمي الوسائل الاتصالية يحولون كراهيتهم لمنتج اتصالي يعبرون من
خلاله عن إحباطهم و كراهيتهم ونبذهم للآخر ذلك لأن الوسائل الاتصالية فتحت الباب
للجميع للتعبير لذلك فقد وجدت فيها الأصوات المكبوتة مساحة لإبداء آرائها . كما وجاء
بند أرى أن الصناعة الإعلامية تؤثر على آرائهم و توجهاتهم موافق بنسبة 80%، محايد 10
% معارض 10% وهذا راجع لأن وسائل الإعلام و الاتصال تتحكم في عقول الجماهير و
تحركها كيفما تشاء فالعقل عبارة عن أداة بالنسبة لها لذلك يتم الاعتماد عليها في خطابات
الكراهية فالأطراف المتعادلة تستخدمها لهيكله الرأي العام الجماهيري و إقناعهم و التأثير
فيهم فهو يستخدم الفبركة بقلب الحقائق و شيطنة الآخر وتزييف المعلومات و الأخبار
كما ويرتكز على الدعاية أيضا .

1_4_ عرض و مناقشة نتائج الفرضية الرئيسية : : لغرض اختبار مدى صحة الفرضية
الجزئية الأولى التي مفادها " توجد علاقة ارتباط بين " القوى الناعمة وتزييف الوعي " و
تأجيج "خطاب الكراهية" من وجهة نظرطلبة الدكتوراه عند مستوى الدلالة 0.05 .

جدول رقم : 05 : يمثل معامل ارتباط بيرسون بين القوى الناعمة وتزييف الوعي
 وخطاب الكراهية

الرقم	القوى الناعمة و تزييف الوعي	قيمة معامل الإرتباط	مستوى الدلالة	Sig /المعنوية	القرار
03	خطاب الكراهية	**0,622	0.05	0.000	دال

المصدر: من إعداد الباحثان بالإعتماد على نتائج برنامج Spss.v21

يتبين من خلال الجدول السابق أن قيمة معامل ارتباط بيرسون قد بلغت 0.622 وهي دالة احصائيا عند مستوى الدلالة 0.05 وعليه نستنتج أن هناك علاقة موجبة قوية بين القوى الناعمة وتزييف الوعي و خطاب الكراهية.

1_5 مناقشة وتحليل نتائج الفرضية الرئيسية :

من خلال النتائج المتوصل إليها نجد أنه : توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المناقشة وتنمية الوعي الثقافي لدى عينة الدراسة " وهذا يعني تحقق الفرضية القائلة : " توجد علاقة ارتباط بين " المناقشة والحوار" وبين " تنمية الوعي الثقافي " لدى عينة الدراسة عند مستوى الدلالة 0.05 " إنه يوجد علاقة ارتباط ما بين القوة الناعمة و التي لها تأثير قوي و خطاب الكراهية فقد أدت إلى زيادة نمو خطاب الكراهية لأن هذا النوع من الخطاب هو عبارة عن خطاب يمارس العنف الرمزي ويستهدف النفوس و يحطمها و يمس بكرامة الآخرين كما ويستخدم مختلف الإستمالات و الألفاظ الجارحة لذلك فهو يعتمد على هذه القوى الناعمة بهدف زيادة الإهانة و النجاح في قلب الحقائق و جعل الآخر منبوذ فخطاب الكراهية تحركه العديد من الدوافع من بينها رفض الآخر المختلف في العرق أو اللون أو الجنس أو الطائفة ، كما وأنه باستخدامها في خطابات الكراهية ستؤدي لتعبئة

الرأي العام الجماهيري و زيادة النزاعات وخلق الكراهية ما بين مختلف فئات المجتمع وهذا ما أكدته نتائج هذا البند فقد جاءت موافق بنسبة 88% أما محايد 10%، إضافة إلى إن القوى الناعمة تؤدي لزعزعة الأمن و غياب التعايش السلمي و ثقافة الحوار و النقاش لأنها تجعل من الجمهور جمهور متعصب و تمسك بأرائه و يرفض كل ما يخالفه، كما و أن القوة الناعمة مكنت المتعصبين و الدوغمائيين من تغليبها و جذب أكبر عدد من الجماهير لطرفها.

2_ النتائج العامة الدراسة :

لقد توصلت دراستنا الحالية إلى أنه يوجد علاقة ارتباط ما بين الصورة النمطية و تأجيج خطاب الكراهية، فالقوة الناعمة نجحت في صناعة صور و الترويج لها في أوساط الجماهير دون أي مستند أو مرجعية فخطاب الكراهية يستخدمها كوسيلة لتنميط صورة الآخر و التوسيق له بصورة غير محببة في أوساط أفراد المجتمع، كما و أن الجمهور يتبنى كل ما يتم عرضه له لذلك فقد وجدت خطابات الكراهية أرضا مناسبة في هذه القوة لزيادتها كما و أنها تستخدم العديد من الوسائل الإقناعية كالصور و الفيديوها و الإستمالات التي يقوم صانع خطاب الكراهية بفتحها و إعادة بنائها للتمكن من التظليل الإعلامي، كما و توصلت دراستنا إلى أنه يوجد ارتباط ما بين الصناعة الإعلامية و خطاب الكراهية و انطلاقا من أن الإعلام هو صناعة فخطاب الكراهية هو عبارة عن صناعة إعلامية و ذلك من خلال أن الكاره يحول كراهيته لرسائل اتصالية ينقلها لعدد كبير من الجماهير، إضافة إلى إن القوة الناعمة تتمكن من تزييف الوعي الجماهيري و بلورة الرأي العام الجماهيري وفقا لما ترغب و تريد لذلك فصانع الكراهية دائما ما يلجأ إليها لأنها تضمن له نجاح رسالته كما و تضمن له وصولها لأبعد نقطة .

3_ توصيات :

• ضرورة عقد ندوات و ملتقيات علمية لمعالجة موضوع خطاب الكراهية و محاولة فهم هذه الظاهرة و البحث في أهم الأسباب التي تحركها و أهم نتائجها .

● تسليط الضوء على متغير القوة الناعمة و توعية الجماهير بخطورتها لأنها من يتحكم في العالم في وقتنا الحالي وهي عبارة عن قوة صامتة تظهر تأثيراتها على المدى البعيد وتمس الأنساق الاجتماعية التي يرتكز عليها المجتمع .

4_ خاتمة :

وكخلاصة عامة نصل إلى أن خطاب الكراهية هو عبارة عن خطاب معاد و استعلائي يحتوي على ألفاظ جارحة تحركه العديد من الدوافع و الأسباب ، كما وأنه عبارة عن ظاهرة مرضية تؤدي لغياب الضمير الجمعي للمجتمعات وتزيد من الصراعات و النزاعات ما بين مختلف الفئات المكمونة للمجتمع ، إنه عبارة عن خطاب يعبر فيه الكاره عن كرهه ونبذه للأخر الذي يرفضه لذلك فقد وجد في القوة الناعمة مكانا مناسباً فقد سمحت للأصوات المكبوتة أن تعبر عن رأيها و أن توصله لأبعد نقطة كما أن هذه القوة الناعمة أعطت للكاره الفرصة بان يمارس كراهيته عن طريق تنميط صورة من يكرهه بالصفة التي يريد وكذلك صناعة مضامين إعلامية مفبركة و مظلمة وكاذبة ، فقد توصلت دراستنا إلى أنه توجد علاقة ارتباط ما بين الصورة النمطية و خطاب الكراهية ووجدت بأنه توجد علاقة ارتباطية ما بين الصناعة الإعلامية و خطاب الكراهية ، وأنه توجد علاقة ما بين القوة الناعمة وتزييف الوعي الجماهيري وتأجيج خطاب الكراهية .

قائمة المراجع:

1. إبراهيم ، أ. ب. & عبد الرحمن ، إ. ز. (2021). جوان. (مسارات توظيف القوى الناعمة في غرس القيم الاجتماعية من منظور التربية الإسلامية. مجلة الشريعة الإسلامية 01 , 58_34. (02)
2. الزعبي ، ل. (2020). *اقتصاد الإعلام و المعرفة*. سوريا ، سوريا : منشورات الجامعة الافتراضية السورية.
3. العسكري ، ع. ع. (2002). *منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية*. دمشق ، سوريا : دار النمير للنشر و التوزيع.

4. حاجة و. (2020, 05 22). خطاب الكراهية بين حرية التعبير و التجريم. *المجلة الدولية للبحوث القانونية*. 85_67 (01), p. 04 ,
5. شاشة ش. (s.d.).
6. شاشو ش. (2014, 09 01). الصورة النمطية عبر الإنترنت ، وأثرها على تربية الطفل العربي. *مجلة الصورة والاتصال*. 147-258. (09), pp. 03 ,
7. عبيدات م, أبو ناصر م, & مبيضين ع. (1999). *منهجية البحث العلمي القواعد و المراحل و التطبيقات*. عمان: دار وائل للنشر.
8. مزرارة ن, & شعباني م. (2016). واقع الطالب الجامعي الجزائري ، من أمس إلى اليوم ماذا تحقق؟ *مجلة الوقاية والأورقونوميا*. 82-59 (06), pp.
9. ناي ج. (2007). *القوة الناعمة وسيلة النجاح في السياسة الدولية*. الرياض، السعودية : دار العبيكان للنشر و التوزيع.