

الفضاء الاجتماعي وآلية تسويق خطاب الكراهية من خلال التحريض السياسي.

قراءة تحليلية لصفحة *Dergal El Mehdi* على الفايسبوك أنموذجا

Social space and themechanism od marketing hate speech throught political incitement

An analytical reading of dergal al mehdi facebook page as a model

أميرة عطاء الله.

جامعة قسنطينة 3 صالح بوبنيدر- الجزائر Amira.attalah@univ-constantine3.dz

تاريخ النشر: 2023 / 11 / 30

تاريخ القبول: 2023 / 09 / 01

تاريخ الاستلام: 2023 / 07 / 15

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن دور الفضاء الاجتماعي في عملية التحريض السياسي من خلال صناعة خطاب الكراهية، بحيث يعتبر من أهم الفضاءات التي يتم فيها التعبير عن مختلف الآراء والأفكار والتوجهات في مختلف المجالات، مما جعل منها وسيلة لخدمة مصالح وأغراض جهات معينة، وقد اعتمدت الدراسة على جانب نظري تطرقنا فيه إلى تعريف ماهية خطاب الكراهية في الفضاء الاجتماعي ومختلف الاستراتيجيات المتبعة من قبل القائم بالاتصال لحشد الرأي العام، وانتهت الدراسة بجانب تطبيقي من خلال قراءة تحليلية لصفحة من صفحات الفايسبوك التي تنتج خطاب الكراهية، وقد خلصت النتائج إلى أن الفضاء الاجتماعي من خلال صفحات الفايسبوك يعمل على التحريض السياسي وحشد الرأي العام وإدخالهم في حرب نفسية باستخدام مجموعة من الأساليب والاستراتيجيات التي تتماشى مع الأدوات التي أتاحتها هذا الفضاء.

الكلمات المفتاحية: التحريض السياسي ؛ الفضاء الاجتماعي؛ خطاب الكراهية .

Abstract:

This Study aims to reveal the role of the social space in the process of political incitement through the manufacture of hate speech ; so that it is considered one of the most important spaces in which various opinions ; ideas. and orientations are expressed in various fields ; which made it a means to serve the interests and purposes of certain parties. On a theoretical side ; we dealt with the definition of what hate speech is in the social space ; the various strategies used by the communicator to mobilize public opinion ; and the study ended with an applied side through an analytical reading of a facebook page that produces hate speech .

Facebook pages work on political incitement and mobilize public opinion and bringing them into a psychological war using a set of methods and strategies.

Keywords: *Social space ; ; hate speech ; political agitation*

مقدمة

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة من منتصف القرن الماضي نقلة نوعية في عالم الاتصال، وقد ساهم ذلك بالانتشار السريع للإنترنت على نطاق واسع من العالم، الأمر الذي سمح بإلغاء الحدود الزمانية والمكانية. حيث سمحت لمختلف شعوب العالم بالتعارف وتبادل الثقافات والأفكار، بحيث أصبحت بمثابة الوسيلة التي تحقق التواصل بين الأفراد والمجتمعات.

ويعد الفضاء الاجتماعي بمنصاته المختلفة من أهم الأدوات الاتصالية في البيئة العالمية المعاصرة، وتكمن أهميته القصوى من خلال ما تقدمه هذه الأخيرة من مساحة واسعة لتعبير وطرح مختلف الآراء والأفكار في مختلف الأصعدة، ومنها الأفكار المتطرفة والمتعصبة والرافضة للآخر، وكذلك نشر خطاب الكراهية بين المستخدمين تحت ما يسمى بحرية التعبير التي تكفلها مختلف القوانين الدولية والإقليمية والوطنية، خاصة في أوقات الأزمات والحروب، والتي لطالما ما استخدمت خطابات الكراهية لتحقيق مكاسب سياسية والهجوم على سياسات دول وغيرها، كما سمحت خاصية التفاعلية والتشاركية التي يتيحها هذا الفضاء في زيادة حدة التطرف والعدوانية من خلال المحتويات والمنشورات المتضمنة لهذا النوع من الخطابات.

ويعتبر الفايسبوك من أكثر الوسائل المتضمنة لخطابات الكراهية، والتي تتناولها في العديد من الصفحات التي تسيرها أطراف وجهات معروفة وغير معروفة تحمل أهدافا مقصودة ومخطط لها، تسعى من خلال مضامينها المختلفة التأثير على أكبر نسبة من المستخدمين والمتابعين.

ومن بين القضايا والمواضيع السياسية الحساسة الأكثر تناولا عبر هذه الصفحات، هي مسألة النزاعات السياسية بين الجزائر والمغرب، حيث استثمرت العديد من هذه الصفحات في هذا الموضوع، ومثلت العديد منها أطراف سياسية معادية للجزائر وكان هدفها الرئيسي هو التحريض السياسي والشعبي ضد الجزائر بهدف تعبئة أكبر عدد من الناس وكسب التأييد لمواقفها.

ومن خلال هذا نطرح السؤال الرئيسي والمتمثل في :

ما دور مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) في عملية التحريض السياسي؟

وللإجابة على هذا التساؤل، أحالتنا الضرورة الأكاديمية إلى صياغة مجموعة من التساؤلات، على النحو التالي:

- ماذا يقصد بخطاب الكراهية في الفضاء الاجتماعي؟

- ما هي الاستراتيجيات التي يتبعها القائم بالاتصال لحشد الرأي العام؟

- ما هي الآليات التي استخدمتها صفحة **dergal el mehdi** في توجيه الرأي العام؟

- ما هي أبرز القيم التي سعت صفحة **dergal el mehdi** غرسها في المتابعين؟

1- الهدف من البحث:

تطمح هذه الدراسة إلى الكشف عن دور الفضاء الاجتماعي (الفايسبوك) من خلال صفحة **dergal el mehdi** في صناعة خطاب الكراهية وحشد الرأي العام من خلال التحريض السياسي، والتعرف على مختلف الأساليب والأدوات المستخدمة في ذلك، والكشف على أبرز القيم التي يعمل على غرسها في المتابعين.

2- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في أهمية هذه الفضاءات الجديدة التي فرضتها التطورات الجديدة في عالم الاتصال ودورها في خدمة مصالح وأغراض جهات معينة، خاصة في ظل الانتشار الواسع لمختلف خطابات الكراهية الموجهة لمختلف الشرائح الاجتماعية المستخدمة لهذه الفضاءات الافتراضية في كافة الأصعدة. حيث يعتبر التحريض السياسي من الظواهر المنتشرة عبر مختلف صفحات مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) والتي تهدف إلى خلق صراعات وتأجيج النزاعات من خلال توظيف العديد من الإستراتيجيات.

3- منهج الدراسة:

عملا بالمرتكزات العلمية والمنهجية، فقد ارتأينا الاستناد على المنهج الوصفي التحليلي لأنه الأنسب لوصف الظاهرة وتفسيرها من خلال قراءة تحليلية لمضمون صفحة *dergal el mehdi* على الفايسبوك أنموذجا وبالتالي الوصول إلى نتائج وتعميمات تساعدنا في فهم الظاهرة محل الدراسة، ويقوم المنهج الوصفي على جمع معلومات حقيقية ومفصلة لحدث معين أو ظاهرة بطريقة كمية أو نوعية خلال فترة زمنية معينة (إبراهيم، 2017، صفحة 53).

4- مجتمع البحث وعينته:

نقصد بمجتمع الدراسة كل مفردات الظاهرة التي نرغب في دراستها والتي لها علاقة بالمشكلة المدروسة، وهي جمع محدود أو غير محدود من المفردات التي تنتمي إلى الظاهرة المبحوثة (احمد، 2013، صفحة 141).

ويتكون مجتمع هذه الدراسة من منشورات وفيديوهات الموجودة في صفحة *dergal el mehdi*

على الفايسبوك كما تم اختيار العينة القصدية من منشورات هذه الصفحة، والتي تمثلت في تحليل فيديوهات مسجلة والتي تمثلت في 9 فيديوهات، ولقد لاحظنا بأن هذه الصفحة نموذج حي لخطاب الكراهية من خلال التحريض السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" وهذا بعد القيام بقراءة تحليلية في مضامينها من ناحية الشكل والمضمون.

5- المفاهيم الاصطلاحية والإجرائية للدراسة:

- ماهية خطاب الكراهية؟

تعرف الكراهية على أنها حالة طبيعية تظهر نتيجة عدم قبول جزئي من العقل الخاص بالمشاعر والأحاسيس لبعض العناصر الدخيلة نتيجة تأثير العالم الخارجي على الشخص، كما تتمثل الكراهية في مجموعة من المشاعر القوية التي تنم عن عدوان أو خصومات، كما أنها تعتبر مؤشر على لحالة انفعالية معينة اتجاه موضوع أو شخص معين.

أما فيما يخص مفهوم خطاب الكراهية فلا يوجد تعريف قانوني دقيق لهذا المفهوم حيث تم صياغة مجموعة من التعاريف استجابة للظواهر والأحداث الاجتماعية بحيث تتكيف هذه التعاريف مع اختلاف الأوضاع على مرور الوقت. (الزهران، 2023، صفحة 42)

حيث يعرف على أنه أي خطاب يعمل على بث الكراهية والتحريض على النزاعات والصراعات المبنية على أساس اللون أو العرق أو الطائفة، والعمل على تحريض إنكار الآخر وتمييزه ونشر الفتنة، واتهام الطرف الآخر بالخيانة والفساد(والشياطي، محمد، 2018، صفحة 12)

كما يعرف على أنه نمط من التعبير العام التي تسعى على نشر الكراهية والتمييز

والعداوة وتعمل على التحريض عليها والترويج لها أو تبررها ضد شخص أو مجموعة. (kaiciid(2019)

كما عرفه قاموس كامبريدج على أنه على أنه " خطاب عام يعبر عن الكراهية أو يشجع على العنف تجاه شخص أو مجموعة على أساس شيء مثل العرق أو الجنس أو غيره..".

(سعداوي فاطمة الزهراء، ص 42)

كما أن برنامج الأمم المتحدة الذي أطلق مؤخرا إستراتيجية وخطة عمل الأمم المتحدة بشأن خطاب الكراهية يعرفه على أنه: "أي نوع من التواصل بالقول، بالكتابة أو الفعل يستخدم لغة تمييزية تحقيرية تهكمية عند الإشارة إلى شخص أو مجموعة على أساس هويته، أي بعبارة أخرى على أساس دينه أو عرقه أو جنسيته أو لونه أو نوعه الاجتماعي أو أي عامل آخر يهدد هويته".

وللإشارة فإن أول مفهوم أمريكي لخطاب الكراهية في الولايات المتحدة الأمريكية لسنة 1993 عرفه على أنه: "الخطاب الذي يدعو إلى أعمال العنف أو جرائم الكراهية، الخطاب الذي يخلق مناخا من الكراهية والأحكام المسبقة التي قد تتحول إلى تشجيع ارتكاب جرائم الكراهية. (سنوسي، 2020، صفحة 58)

يجتاح خطاب الكراهية جميع أنحاء العالم وقد تسلل وجوده إلى غاية وسائط الإعلام والمنصات الإلكترونية والسياسات الوطنية، وتواجه مختلف المجتمعات مستويات معقدة من التعصب، بما في ذلك تصاعد الكراهية السياسية، فلطالما أستخدم خطاب الكراهية لتحقيق مكاسب سياسية في الحياة العامة من خلال نشر خطابات معادية غالبا ما تسيرها وتنشطها أطراف لها أهداف وسياسات معادية للطرف المستهدف.

6- التحريض الإعلامي في الإعلام السياسي:

- مفهوم التحريض:

التحريض هو دعوة الجمهور بشكل مباشر أو غير مباشر للقيام بفعل ضد أفراد أو مجموعات، وذلك باستخدام إحدى طرق العلنية، على أن يكون الخطاب موجها ضد أفراد أو مجموعات محددة ولو بشكل غير مباشر كما في حالة استخدام الاستعارات والمجازات. (البناء، صفحة 9)

- التحريض الإعلامي:

هو استخدام وسائل الإعلام بمختلف أشكالها لتشكيل وجهات النظر وتوجيهات سياسية تؤيد طرفا سياسيا معيناً، وتحريض الجمهور المشاهد للتفكير والحركة باتجاه معين، وعادة ما يتم ذلك عن طريق التلاعب بالمعلومات والتلاعب بالواقع لصالح الطرف السياسي الذي يتم الدفاع عنه أو الترويج له. كما يمكن لهذا التحريض أن يؤثر بشكل كبير على سلوك المشاهدين من خلال تفاقم الانقسامات السياسية والمجتمعية. (إجابة)

- التضليل السياسي:

يعتبر خطيرا بشكل عام لأنه يؤثر على قدرة الجمهور في فهم الأحداث واتخاذ القرارات المناسبة خاصة في الإعلام السياسي، من خلال تشويه الصورة العامة لشخص أو مجموعة أو جهة سياسية معينة ونشر معلومات كاذبة أو تشغيل العواطف والمشاعر لخدمة أجندة سياسية محددة دون مراعات للحقائق، وهذا ما يؤدي إلى أضرار سياسية واجتماعية بعيدة المدى مثل التمرد والتعصب ضد جهة معينة. (إجابة)

أولا: خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك):

تعتبر منصات التواصل الاجتماعي بما في ذلك منصة الفاييسبوك ومختلف صفحاته أحد أهم الوسائل التي سهلت التفاعل النشط بين الأعضاء المستخدمين، وأتاحت تبادل مختلف الأفكار والمعلومات سواء كانت صحيحة أو مغلوطة، حيث أصبحت تمثل تركيبة اجتماعية إلكترونية تختلف أسباب وأهداف استخدامها، كما أضحت هذه الوسيلة تتيح مساحات كبيرة من الديمقراطية وحرية التعبير، لكننا في المقابل لا نستطيع إنكار أنها أصبحت منبرا يتزايد فيه خطاب الكراهية بشكل رهيب، فموقع الفاييسبوك اعترف مؤخرا بأنه يجد صعوبة بالغة في مواجهة الكم الكبير من المعلومات الخاطئة والمضللة وخطابات الكراهية، الشيء الذي يؤكد أن هذه الظاهرة أصبحت مستفحلة على المستوى العالمي وتستدعي الوقوف أمامها مطولا في محاولة لفهمها والتصدي لها.

أصبح خطاب الكراهية يجد مناخه المناسب للانتشار في المجتمعات التي لها مشاكل وسياسات وأفكار معادية للطرف الآخر، بغض النظر عن نوعية هذه المشكلات، ونجد أن تطور وسائل التواصل الاجتماعي زاد في اتساع مساحة التعبير عن الرأي والترويج للأفكار والمعتقدات وصاحب ذلك تزايد كبير في حدة الاستقطاب وخطابات الكراهية بفعل إمكانية ولوج الجميع دون استثناء لهذه الوسائل وإمكانية النشر فيها بكل سهولة ويسر دون ضوابط محددة أو قيود معينة، مما حولها إلى ساحات مفتوحة للحروب الافتراضية بين حاملي مختلفي الأفكار ومعتنقي مختلف الأيديولوجيات.

لكن الأمر لا يتوقف عند ذلك حيث يلعب الإعلام الموجه والممول دورا سلبيا للغاية، فهو يساهم في تأجيج هذه الخطابات بفضل المواد الإعلامية التي يبثها ويروج لها والتي عادة ما تخدم أجندته أو أفكار صاحب التمويل، هذه المواد الإعلامية التي تتميز بسهولة النقل والانتشار على مواقع التواصل الاجتماعي دون تمحيص لمدى صدقها أو حقيقتها وذلك ما يساهم في انتشار الكثير من الأفكار المغلوطة والأفكار الموبوءة.

إن خطاب الكراهية لا يمكن له أن ينتشر لو لم يجد له البيئة المناسبة التي تتميز بعدم قبول الآخر وكثرة التحليلات الغير واقعية والتي لا تتميز بالعقلانية مما يجعل قراءة الأحداث وتفسيرها يكون مبنيا على العاطفة وليس على المنطق العقلي وبعيدا عن سياقاتها التي تحدث فيها، وهذا ما يقود إلى الانحراف بالتفسير عن الحقيقة إلى ما يخدم التوجهات المختلفة، وأي مخالف للرأي يتعرض لوابل من التهم وعبارات التخوين والقدح وعدم الفهم.

(دهينة، 2019)

حيث شهدت السنوات الأخيرة انتشار رهيب للعديد من الأفكار والسلوكيات المتطرفة والعدائية التي مست بالوحدة والأمن الوطني، وأكدت العديد من الدراسات التي أجريت في هذا الموضوع على ضرورة توعية المجتمع

المدني خاصة مستخدمى هذه الوسائل بخطورة هذا الأمر وضرورة التعامل معه بحذر شديد حتى يتفادوا الوقوع في فخ التبعية المغلوطة، وكذلك مطالبة مختلف المؤسسات الإعلامية بأهمية القيام بالعديد من المبادرات التي تعمل من خلالها على الحد من انتشار خطابات الكراهية. (سعداوي فاطمة الزهراء، ص 45).

إن صناعة خطابات الكراهية لتحقيق أهداف معينة لا يكون بطريقة عفوية، بل يتم من خلال تطبيق مجموعة من الخطط والإستراتيجيات ليستطيع القائم بالاتصال حشد أكبر قدر من المتبعين والتأثير فيهم بطريقة ذكية حتى يستطيع تكوين رأي عام تجاه شخص أو قضية معينة أو جهة معينة.

إنه من الضروري الفصل بين حرية التعبير التي تعتبر حقا من حقوق الإنسان وبين إنتاج خطابات تحث على الكراهية والعمل على تعبئتها ونشرها، فحرية التعبير حسب المعايير الدولية لحقوق الإنسان ليست مطلقة بل تتحكم فيها قيود مشروعة تبرز فيها كل ما هو مباح وما هو محظور وهذا ما جاء وفقا للمادة 19 الفقرة 3 وكذلك المادة 20 الفقرة 2 من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية، وعلى الرغم من وجود هذه القيود إلا أنها لا يمكن لها أن تحل هذه المشكلة لأن المشكلة أعمق من ذلك.

إن الهدف من خطابات الكراهية هو إحداث تغييرات جوهرية في العقلية وأفكار وتصورات الجمهور المستهدف وفق 3 أشكال:

- التحريض على فعل غير مشروع يتم فعلا مثل الإبادة الجماعية والعنف والتمييز.
- التحريض على فعل مشروع لا يتم ولكن يخلق في ذهن المتلقي الرغبة الملحة في ارتكاب فعل غير مشروع.
- خلق حالة ذهنية معينة (كراهية عرقية وعنصرية) دون صلة بفعل غير مشروع معين. (الرزاق، 2022، صفحة 8)

تعتبر عملية التحريض على الكراهية العنصرية أو القومية أو الدينية وغيرها من ضمن الأفعال الإجرامية وذلك لما تخلفه من تمييز وعداوة وعنف، كما أنه يوجد مجموعة من المتغيرات المستقلة يجب النظر فيها:

1- من ناحية السياق وذلك من خلال مجموعة من الجوانب منها:

- سياق التعبير: والذي يمكن تحليله من زوايا مختلفة.
- السياق السياسي: وذلك من خلال النظر إلى الإطار القانوني للدولة لمكافحة التمييز والعنصرية.
- السياق الاجتماعي السائد وقت التعبير: من خلال النظر في المناخ الإعلامي ومدى حرية المؤسسات الإعلامية وانحيازاتها والقيود على حرية التعبير.
- السياق التاريخي للصراع: من خلال النظر في تاريخ وجود هذه الصراعات ضد المجموعة المستهدفة.

2- من ناحية القائم بالاتصال وذلك من خلال:

- مدى سلطة قائل الخطاب في الجمهور (شخصية مرموقة، موظف هام، قائد سياسي أو اجتماعي أو رجل دين).
- درجة وعي القائم بالاتصال بخطورة خطابه.

- نية القائم بالاتصال من خطابه سواء كانت نيته ضمنية من خلال تحليل خطابه والنظر في سياقه أو نية علنية.

- لهجة صاحب الخطاب (لأن اللهجة تعبر عن الانتماء).

- الهدف من الخطاب.

- فضاء نشر الخطاب.

- تكرار الخطاب وتعدد زواياه وهذا ما يثبت نية القائم بالاتصال في عملية التحريض .

- الاستعانة بشواهد في عملية التحريض وقولية الأخبار والمعلومات بمختلف أشكالها (صور، فيديوهات، خطابات، وغيرها). (الرزاق، 2022، صفحة 9)

ثانيا. الاستراتيجيات التي يتبعها القائم بالاتصال لحشد الرأي العام :

يعرف الرأي العام بأنه التعبير عن آراء جماعة من الأشخاص إزاء قضايا، مسائل أو مقترحات معينة تهمهم، سواء أكانوا مؤيدين أو معارضين لها، بحيث يؤدي موقفهم بالضرورة إلى التأثير السلبي أو الإيجابي على الأحداث بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في لحظة معينة من التاريخ. (حلاق، 2020، صفحة 22)

كما أن هناك العديد من الإستراتيجيات للرأي العام منها:

- إستراتيجية الصرف أو التحويل أو الإلهاء: وتعتمد على تحويل الأنظار عن القضايا المهمة وإشغال الرأي العام بقضايا ثانوية لا قيمة لها (بوست، 2015).

- صنع مشاكل، ثم اقتراح الحلول: ويسمى هذا الأسلوب "مشكلة-رد فعل-حل"، حيث يتم أولا اختلاق مشكلة: حالة مجتمعية مبرمجة سلفا تثير ردود أفعال وتفاعلات معينة في الجمهور، بحيث يصبح هذا الأخير هو الطالب بتلك التدابير التي يراد فرضها قصرا.

- إستراتيجية التدرج (التدهور): للقبول بإجراءات مرفوضة اجتماعيا، يتم ببساطة تطبيقها تدريجيا، على مدى سنوات، بهذه الطريقة تم فرض ظروف جديدة جذرية في التعامل مع الملفات الاجتماعية والاقتصادية خلال الثمانينيات (البطالة، هروب رؤوس الأموال، أجور متدنية...) والعديد من المتغيرات التي كان بإمكانها إحداث ثورات إذا ما طبقت بشكل مفاجئ. (سامي، 2019)

- إستراتيجية غير مباشرة أو التأجيل: واحد من الطرق التي يتم استخدامها لتمرير قرار غير مقبول شعبيا، هو تقديمه على أنه "موجع لكنه ضروري" فمن الأسهل أن يتقبلوا العامة قرارا مستقبليا على أن يتقبلوا قرارا فوريا، ذلك لأن المجهود المطلوب من العامة لن يتم بشكل فوري، وهذا يعطي مزيدا من الوقت للعامة كي يتأقلموا مع القرار وقبوله حتى يحين وقت تنفيذه. (sasapost، 2015).

- سطحية الخطاب: بمعنى توجيه خطاب سطحي ومخاطبة الجمهور كأطفال في سن متقدمة فيمبع القضية ويحول دون أخذ ما هو مطروح بشكل جدي، وبالتالي لا يستثير الأمر المتابعين كثيرا للوقوف عنده والتصدي له، وبذلك يتم تكييف الرأي العام وتعويدته وتمرير المطلوب دو صدام معه. (الوعي، 2012).

- مخاطبة العاطفة بدل الفكر والعقل (خطاب مشاعري): استخدام تقنية اللعب على الغرائز بطريقة كلاسيكية للالتفاف على التفسير العقلاني، هذه الطريقة تفتح الطريق أمام الغيبية على حساب الواقعية لتطبيق أفكار أو أماني أو خلق مخاوف ومشاعر قلق وردود أفعال تلقائية مؤيدة. (الصباغ، 2017).
- ترك الجمهور في غياب الجهل والحماقات: جعل الجمهور في حالة لا يمكنه من خلالها فهم التكنولوجيا والمنهجيات المتبعة للتحكم به واستعباده
- تشجيع الجمهور على الاكتفاء بالضعف والرداءة: يجعل الجمهور يحب ويفضل حالة البلاهة، الخشونة والسوقية، وسوء الخلق...
- تعويض الثورة باللوم والذنب: جعل الفرد يعتقد أنه المسؤول عن أحزانه وآلامه، وبهذا عوض أن يثور ض النظام الاقتصادي، يبقى في دائرة اللوم الذاتي وتأنيب الضمير، والذي يحدث له حالة ضغط نفسي ومن بين آثارها موت الفعل.
- معرفة الأفراد أكثر من معرفتهم بذواتهم: في خضم ال 50 سنة المنصرمة، التطور الرهيب للعلوم حفر فجوة متفاقمة بين معارف الجمهور وبين تلك التي يملكها ويستعملها المسيرين، ومن هنا وصل النظام إلى إحاطة معرفية أفضل فيما يخص الفرد المتوسط أكثر من معرفة هذا الأخير بذاته، وهذا ما يدل على أن النظام في جل الحالات متمكن من التحكم والسيطرة على الأفراد أكثر من أنفسهم. (بوخموشة، 2017، صفحة 47)
- 1- كيفية الحد من انتشار خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:
- من المؤكد أن خطاب الكراهية يتداخل بطريقة مباشرة أو غير مباشرة مع حرية التعبير، وهذا ما يولد لنا إشكال كبير في تحديد أين تبدأ حدود هذا التعبير وأين تنتهي، كما لا بد من أن نحدد متى يتحول هذا التعبير إلى خطاب للكراهية. (السنوسي، 2020، صفحة 59)
- إن خاصية إخفاء الهوية الحقيقية في مواقع التواصل الاجتماعي يشجع الكثير من الأفراد بأن يمارسوا خطاب الكراهية ويحرضون على العنف بكل أريحية خاصة وأن تتبعهم قضائيا يعتبر من أكبر التحديات نظرا لصعوبة الوصول إليهم، خاصة وأنه يمكن تداول هذا الخطاب وإعادة نشره في صفحات أخرى وبالتالي انتشاره بشكل أوسع وفي وقت صغير، لذلك هناك صعوبات تقنية تتعلق بإزالة المواد المحرزة على الكراهية من الإنترنت (فقيري، 2021، صفحة 90).
- وللحد من انتشار هكذا خطابات أقرت الأمم المتحدة أنه من الضروري تدعيم الخطابات المضادة لخطابات الكراهية، كما أن إنتاج هذه الخطابات المضادة تكون بشراكة مجموعة من الأفراد سواء كانوا من عامة المجتمع أو من الحكومات أو من قطاع خاص باختلاف مجاله. إضافة إلى ضرورة رفع الوعي من خلال الإعلام التقليدي والحديث وذلك بتلقيهم التفسير النقدي للمعلومات التي يتلقونها ورفع وعيهم اتجاه القضايا، إضافة إلى ضرورة الإبلاغ عن مثل هكذا صفحات ومكافحة المعلومات التضليلية، إضافة إلى ضرورة تشكيل لجان للإنذار والاستجابة المبكرة لرصد خطابات الكراهية وأشكال التحريض على العنف
- ومن جهة أخرى يجب تشجيع الباحثين على لقيام بأبحاث ودراسات اجتماعية وفكرية علمية لرصد أفكار الكراهية وخطابها وسلوكها، وتحليل الظاهرة ومقارباتها، وإصدار توصيات التي تتحول إلى خطط عمل بهدف محاصرة مثل هكذا خطابات على مواقع التواصل الاجتماعي. (السلام، 2021، صفحة 72).

ثالثا- قراءة تحليلية لصفحة Dergal El Mehdi على الفايسبوك أنموذجا:

1- تعريف صفحة Dergal El Mehdi

هي صفحة إخبارية وإعلامية على الفايسبوك تعنى بمناقشة وتحليل بعض القضايا التي لها صلة بالمغرب والجزائر من خلال فيديوهات وتقارير مباشرة ومسجلة وغيرها من الأساليب المستخدمة، تم إنشاؤها في 06 أفريل 2021 وتملك 123321 مشتركا و29026 إعجابا.

لقد تم اختيار العينة القصدية من منشورات هذه الصفحة، والتي تمثلت في تحليل فيديوهات مسجلة ولقد رأينا بأن هذه الصفحة نموذج حي لخطاب الكراهية وفق التحريض السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" وهذا بعد القيام بقراءة تحليلية في مضامينها.

2- قراءة تحليلية على مستوى الشكل:

- يلاحظ من خلال هذه الصفحة أنها تعتمد على نشر منشوراتها باستخدام اسم مستعار وغير حقيقي وكذلك صورة الناشر عبارة عن صورة مرسومة وغير فوتوغرافية، وهذا ما يجعل التعرف على الهوية الحقيقية لمصدر هذه المعلومات مستحيل، ويشجع أكثر الناشر على أن يطرح ويعلق على المواضيع بكل حرية وجرأة.
- يستعين أدمن الصفحة في منشوراته على الفيديوهات المصورة لطرح مختلف المواضيع والتعليق عليها من وجهة نظره هو وحسب الأهداف المخطط لها.
- كما يتيح أدمن الصفحة إمكانية التعليق على تلك المواضيع ومشاركتها في صفحات ومجموعات أخرى حتى تتوزع المعلومة على أوسع نطاق.
- تتراوح المدة الزمنية للفيديوهات المنشورة للمواضيع التي تناولتها هذه الصفحة ما بين 10 د إلى 15 د وهذه مدة كافية لطرح المواضيع والتعليق عليها.
- إن الفيديوهات المنشورة كانت في الغالب فيديوهات منشورة من قبل القناة المغربية لايف 24 نيوز

3- قراءة تحليلية على مستوى المضمون:

- من خلال قراءتنا التحليلية لمضمون هذه الصفحة لاحظنا أن الهدف الرئيسي لها هو تأييد السياسة المغربية في مختلف المواضيع وعلى كافة الأصعدة، وأهمها علاقتها بالدولة الشقيقة الجزائر، محاولة بذلك تغليب كل الاتهامات الخارجية الموجهة للمغرب وأيضا تأييد قضيتها مع الصحراء الغربية، مستعينة بذلك بأدلة وتقارير مسجلة وخطابات مقدمة.
- كما تعمدت هذه الصفحة على التركيز بصفة أساسية على المواضيع التي تخص الجزائر ورصد كل الأحداث السلبية التي تحدث فيها وتسلب الضوء وتعمل على تحليلها من وجهة نظرها، وانتقادها بطريقة استهزائية واستفزازية.
- إن هذا الانتقاد لم يكن مقتصر على الطبقة السياسية الجزائرية الحاكمة فقط بل تعداه إلى انتقاد الشعب الجزائري والنظرة الدونية له.

1- كما استخدم القائم بالاتصال على مستوى هذه الصفحة مجموعة من الإستراتيجيات للتلاعب بالرأي العام، من بينها:

- استراتيجية التهويل والتضخيم:

من خلال العمل على مقارنة الوضع الاقتصادي الجزائري الحالي بالوضع الاقتصادي في المغرب وتفسير ذلك بأنها سياسة انتقامية للحكومة الجزائرية لشعبها بسبب الحراك الذي نظمته سابقا، محاولة منها تهويل الوضع القائم بالجزائر وتضخيمه على أنه وضع كارثي ولا بد من تغييره واتخاذ موقف اتجاهه للحد منه موجهة بذلك لأصابع الاتهام للسلطة الحكومية.

كما تعمل من جهة أخرى على تسليط الضوء على آراء أشخاص (ناطقين باللهجة الجزائرية) على أساس أنهم جزائريين، ينتقدون الوضع في الجزائر الذي وصفوه بالكارثي بأساليب استهزائية لا تعتمد على المنطق. ويهتمون أيضا الحكومة الجزائرية على أنها فشلت في استيعاب شعبيها وتلبية احتياجاته .

- استراتيجية الإلهاء:

حيث تعدت هذه الصفحة على صرف المتابعين عن القضايا المهمة ومشاكل فعليها حقيقية في المجتمع المغربي والجزائرية تسليط الضوء على بعض القضايا الهامشية وجعلها قضايا بارزة ومهمة من خلال تضخيمها وإعطائها مساحات تحليلية كبيرة تجعل لها أهمية كبيرة، كما أنها تعتمد تجاهل الأحداث الإيجابية التي تحدث على مستوى دولة الجزائر وإبراز كل ما هو سلبي لخلق صورة سلبية اتجاه هذا البلد سواء لشعب الجزائري أو الشعب المغربي.

- إستراتيجية مخاطبة العاطفة بدل مخاطبة الفكر والعقل:

من خلال استخدام الاستمالة العاطفية لاستعطاف المتبعين وكسب تأييدهم لدولة المغرب، والترويج لقيم الكراهية والعدوانية والحقد الحكومة الجزائرية وحث الشعب الجزائري على التمرد على السلطة الحاكمة بطريقة غير مباشرة وإقناعهم أن الحكومة الجزائرية تعمل ضد مصالحهم، والتشكيك الدائم في شرعية الانتخابات الرئاسية الجزائرية الأخيرة وأنها مدبرة مسبقا .

كما عملت على عرض كل التصريحات الجزائرية المؤيدة والداعمة للمغرب حكومة وشعبا، ومحاولة قلب الاتهامات الموجهة من دولة الجزائر إلى دولة المغرب وتصوير هذه الأخيرة بصورة الضحية والمتآمر عليها .

2- كما استخدم القائمون على هذه الصفحة مجموعة من الآليات المعتمدة لإقناع المتبعين بصحة مضامينهم وأفكارهم المروج لها من خلال:

- الاستعانة بمقتطفات تلفزيونية مسجلة من مشاهد وخطابات لبعض المسؤولين الجزائريين في مختلف القطاعات والسخرية منها.

- الاستشهاد بأقوال ممثلي الأحزاب الجزائرية المعارضة لنظام الحكم واستخدامها لتبرير أفكارهم التطرفية ضد الدولة الجزائرية حكومة وشعبا.

- الإعتقاد على الخطابات المباشرة للتعليق على أي تصريح حكومي جزائري بطريقة مغلوبة وغير منطقية، مدافعين بذلك على سياسات الحكومة المغربية.
- إن الانتقاد لم يستثني الجانب السياسي فقط بل تعداه إلى التعليق على أي حدث له علاقة بالشعب الجزائري وحكومته.
- توجيه الرأي العام المغربي للجزائر كدولة عدوة لهم من خلال إدخالهم في حرب نفسية رقمية والتي أصبحت أخطر من الحروب بكثير.
- 3- القيم التي حرص القائمون على هذه الصفحة الترويج لها وغرسها في المتابعين:
- لقد حرص القائمون على هذه الصفحة على غرس كل من قيم الكراهية والعداوة والتبرير لها من خلال اللعب على سياسة التنوير المزيف وكشف الحقائق المستور عنها، والعمل على تكرار تقديم وغرس هذه القيم من خلال مضامين تتناول زوايا مختلفة لموضوع واحد في نفس الموضوع، وهذا يهدف غرس وتعزيز الآراء وفق الأهداف المسطر لها.
- الدعاية والتضليل من خلال العمل على بناء صورة نمطية سلبية على دولة الجزائر حكومة وشعبا وذلك من خلال نشر الأكاذيب وسرد جوانب محددة من الموضوع وبناء آراء سلبية اتجاهه.
- العنصرية والتطرف من خلال إنتاج مشاعر التمييز والقبلية والجهوية والعرقية بين الشعوب المغربية والشعوب الجزائرية لدى فئات واسعة من المتابعين.
- التمرد والتحريض من خلال التشجيع على اتخاذ مواقف معينة اتجاه القضايا التي تطرحها وتناقشها، مثل التحريض على التمرد على الحكومات الجزائرية والإطارات المسؤولة كونها هي السبب في تدهور الأوضاع والفاعل الأول والأخير في معاناة المواطن.

خاتمة:

إن تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة وسعت المجال لانتشار خطاب الكراهية بشكل واسع في مختلف أشكاله، من بينهم الفضاءات الافتراضية مثل مواقع التواصل الاجتماعي، ونتيجة الرقابة الإعلامية التي تفرض على مختلف الوسائل الإعلامية التقليدية مثل التلفزيون والراديو والصحف فإن هذا الفضاء ملجأ لمختلف المكبوتات والآراء المعارضة لمختلف السياسات والقرارات ومنتفس جديد لهم للتعبير عن مكنوناتهم وأفكارهم ومعتقداتهم تحت ما يسمى بحرية الرأي والتعبير.

وهذا حال الكثير من الصفحات على الفيسبوك التي انتهجت الفرصة للترويج للأفكار التي هي في غالبيتها مغلوبة، والتي تدعو إلى مختلف أشكال العنف والتطرف من خلال آليات التحريض بناء على إستراتيجيات مدروسة لتعبئة الجماهير وحشد الرأي العام وفق مصالحهم الخاصة.

إن هذا النوع من التسويق الماكرليس ببرى، بل يقف خلفه أفراد وشخصيات مجهولة تسعى لخلق البلبلة والتشكيك والتمرد على السياسات معادية لهم في مختلف المجالات.

لذلك فلا بد من إيجاد حلول بديلة للحد من هذا النوع من الخطابات، وفرض رقابة صارمة على مثل هذه الصفحات الافتراضية مجهولة الهوية التي تهدف إلى زعزعة استقرار الشعوب، والعمل على تنوير المستخدمين بمختلف الحقائق من خلال إنشاء صفحات أخرى تحد من خطورة خطاب الكراهية.

الإحالات والمراجع:

- . استراتيجيات التحكم في الشعوب يخبرها لك نعوم تشومسكي. (2015). 10. الاسترداد 1 26, 2022، من <https://www.sasapost.com> t
- Université. ((n.d.)). Grand dictionnaire terminologique. Récupéré sur http://www.granddictionnaire.com/btml/fra/r_motclef/index1024_1.asp
- أحمد عزت فهد البنا. خطاب التحريض وحرية التعبير -الحدود الفاصلة. القاهرة: مؤسسة حرية الفكر والتعبير.
- أحمد، عائشة سيد والشياطيني، محمد. (2018). إعلام الأزمة الخليجية: خطاب الكراهية. مركز الدوحة لحماية الإعلام ، 12.
- إسماعيل إبراهيم. (2017). مناهج البحوث الإعلامية. مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- عمان الاردندار المناهج للنشر والتوزيع 2012/التوثيق العلمي دليل النشر العلمي
- مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع: عمان الاردن للتربية والتعليم بين الماضي والحاضر. (2013). ا. ع. الجعافرة العربية بوست. (11 1, 2015). استراتيجيات الخداع في الاعلام. تاريخ الاسترداد 1 26, 2022، من العربية بوست: <https://arabicpost.net/archive>
- إلياس بوخوشة. (2017). استراتيجيات التلاعب بالرأي العام. مجلة تطوير العلوم الإجتماعية ، 47.
- بطرس حلاق. (2020). الرأي العام وطرق قياسه. الجامعة الإقتصادية السورية ، 22.
- بن مرسللي احمد. (2013). الأسس العلمية في بحوث الإعلام والاتصال (الإصدار ط1). الجزائر: الورسم للنشر والتوزيع.
- ثريا السنوسي. (2020). معالجة خطاب الكراهية في وسائط الإعلام الجديد زمن كورونا: الموقع الرسم لمنظمة الأمم المتحدة مثالا. المجلة الجزائرية للاتصال ، 19 (2)، صفحة 59.
- ثريا سنوسي. (2020). معالجة خطاب الكراهية في وسائط الإعلام الجديد زمن كورونا. المجلة الجزائرية للاتصال ، 58.
- رنا الصباغ. (2017). نعوم تشومسكي بشخص استراتيجيات التضليل. تاريخ الاسترداد 1 26, 2020، من الغد: <https://alghad.com>
- سعد عيج السلام. (2021). جذور صناعة خطاب الكراهية في ثقافة المجتمع المعاصر. مجلة التميز الفكري للعلوم الاجتماعية والإنسانية ، 3 (1)، صفحة 72.
- سعداوي فاطمة الزهراء. (2023, 03 30). دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية وسبل مكافحتها. مجلة بحوث ودراسات الميديا الجديدة ، 4 (1)، صفحة 42.
- سلامي اسعيداني، ليلي فقيري. (2021, 9 15). واقع خطاب الكراهية والتحريض عليها في وسائط الإعلام والاتصال وآليات الحد منها- قراءة إعلامية في تقرير الأمم المتحدة 2014. مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة ، 2 (3)، صفحة 90.
- سماعيلي ياسين عبد الرزاق. (2022, 4 16). مكافحة تعبير الكراهية على المستوى الدولي. مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية ، 7 ، صفحة 8.
- صفحة إجابة. (بلا تاريخ). إجابة. تاريخ الاسترداد 6 19, 2023، من ماهو التحريض الإعلامي في الإعلام السياسي: <https://www.ejaba.com/question/%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%88-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AD%D8%B1%D9%8A%D8%B6-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%D9%8A-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%B3%D9%8A>
- لظفي دهينة. (2019, 4 9). تصاعد خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي يعد مؤشرا خطيرا. تاريخ الاسترداد 1 15, 2022، من النصر: <https://www.annasronline.com>
- مجلة الوعي. (2012). استراتيجيات الإعلام العشر للتأثير في الرأي العام. تم الاسترداد من <https://www-al-waie.org>
- محمود سامي. (2019, 12 28). قائمة الإستراتيجيات 10 للتلاعب عبر وسائل الإعلام. تاريخ الاسترداد 1 26, 2022، من <https://www.orared.com>