مجلة العلوم الاجتماعية
المجلد 19 / العـدد 02 / سبتمبر 2025 / ص ص 197 - 211
Journal home page: http://journals.lagh-univ.dz/index.php/ssj
ASJP: https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/305

التقنيات الوسائطية وخطاب الكراهية

connective media technologies and hate speech

ناصر معزوزي [1] ، رشيد بكاي [2]
1 مخبر التمكين الاجتماعي والتنمية المستدامة في البيئة الصحراوية - جامعة الأغواط (الجزائر) ، n.maazouzi.ss@lagh-univ.dz
2 مخبر التمكين الاجتماعي والتنمية المستدامة في البيئة الصحراوية - جامعة الأغواط (الجزائر) ، r.bekkaye@lagh-univ.dz

تاريخ الاستلام: 2025/01/20 تاريخ القبول: 2025/09/30 تاريخ النشر: 2025/09/30

ملخص:

من غير الممكن فهم ديناميكية التغيرات الاجتماعية بعيدا عن فهم تطور وسائل الإعلام والاتصال، كما أن انتشار وسائط التواصل الاجتماعي وما رافقها من سيولة لخطابات الكراهية كفاعل أساس في إحداث التغيير، قد فرضت إعادة النظر في المفاهيم المستخدمة لتحليل وتفسير التغيرات المجتمعية وارتباطاتها بالبنيات الاتصالية الجديدة، تفرض هذه الأخيرة البحث عن مواءمة لغوية ومفاهيمة لها، ومن أجل فهم أعمق لخطابات الكراهية المحمولة عبر هذه الوسائط يتعين علينا البحث في آليات الاشتغال والتعزيز التي تمارسها وسائط التواصل كمؤسسات مستقلة تتوسط الأفعال الاجتماعية، والتي تقدم فهما للواقع وتؤثر على تصورات وسلوكيات المستخدم .

تستهدف ورقتنا البحثية تحليل وتفسير ميكانزمات وسائط التواصل الاجتماعي في تمكين خطابات الكراهية معتمدين بذلك على المنهج الوصفي التحليلي، واعتبارا لعجز التفسير الخطي الكلاسيكي لتأثيرات وسائل الإعلام المقترنة بالجمهور عن فهم وتفسير ظاهرة خطاب الكراهية المدعومة عبر وسائط التواصل فإنه من الضروري الاعتماد عن مواءمة لغوية ومفاهمية تستوعب التغيرات الاجتماعية وقادرة على تفسيرها، وهذا ما يشير إليه مفهوم وسائط التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: خطاب الكراهية، وسائط التواصل، البناء الاتصالي، التضمين الاجتماعي، التوسط الإعلامي.

ABSTRACT:

It is not possible to understand the dynamics of social changes without understanding the development of media and communication. The spread of connective media and the accompanying fluidity of hate speech as a fundamental actor in effecting change have imposed a reconsideration of the concepts used to analyze and interpret the societal changes and their connections to new communication structures. The latter imposes a search for linguistic and conceptual harmonization of them. In order to gain a deeper understanding of hate speech carried through these connectives, we must investigate the mechanisms of operation and reinforcement practiced by connective media as independent institutions that mediate social actions, provide an understanding of reality, and influence user perceptions and behaviors.

our research aims to analyze and interpret the mechanisms of connective media in enabling hate speech, relying on the descriptive-analytical approach given the inability of classical linear models of media effects coupled with audiences to understand and explain the phenomenon of hate speech amplified through connective media, it is necessary to adopt linguistic and conceptual frameworks that accommodate social changes and can interpret them-which is what the concept of connective media signifies.

Keywords: hate speech, connective media, communication construction, social inclusion, Mediatization.

- المؤلف المرسل: ناصر معزوزي

https://doi.org/10.34118/ssj.v19i2.4382
http://journals.lagh-univ.dz/index.php/ssj/article/view/4382
ISSN: 1112 - 6752 | رقم الإيداع القانوني: 66 - 2006 | EISSN: 2602 - 6090

1- مقدمة:

قدمت أدوات الويب 2 واندماجها مع الأنترنيت فرصا غير مسبوقة للتمكين من التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي وأحدثت ثورة التقنيات الرقمية الحديثة بنية جديدة للتواصل الاجتماعي مشكِّلَةً حالة اجتماعية جديدة، تتطور وسائل الاعلام الحديثة باستمرار وتتفاعل مع الحياة اليومية وفي نفس الوقت تندمج التفاعلات الاجتماعية مع النسيج المؤسسي للمجتمع، إن منصات التفاعل الاجتماعي لا تعدو أن تكون منتجات نهائية بل هي في ديناميكية متسارعة ومتزايدة يتم تعديلها باستمرار استجابة لحاجات المستخدمين وأهداف المشرفين عليها.

شهد العقد الماضي انتشارا واسعا لمنصات التفاعل الاجتماعي باعتبارها مجموعة من الاتصالات القائمة على الانترنيت وتكنولوجيا الويب 2 والتي تسمح بإنشاء وتبادل المحتوى الذي يولده المستخدمون، كما يمكن اعتبار هذه الأخيرة أدوات تيسير وتعزيز للتفاعل عبر الأنترنيت، وهي تعمل على توسيع وتعزيز الروابط الاجتماعية على حد زعمها، إن الأفكار والمعتقدات والسلوكيات المتجلية لاستخدام النت تبدو معدية ومنتشرة بشكل واسع وهي تعمل على التأثير على ما يفعله الأفراد ويفكرون فيه.

جعلت المنصات التفاعلية من التفاعل الاجتماعي المعروف في الأدبيات الكلاسيكية تفاعلا تقنيا، فالتفاعل الاجتماعي الذي يخضع للخوارزميات وتقنيات الحوسبة يمثل نشاطا رسميا قابلا للإدارة والتلاعب به مما يتيح لهذه المنصات هندسة التفاعل الاجتماعي في الحياة اليومية للأفراد، تترجم هذه الآليات الرابطة بين التفاعل البشري والاتصال الآلي إلى إحداث تأثيرات في البنية الاجتماعية والثقافية للمجتمعات.

استنادًا إلى الخصائص التقنية التي تمتلكها وسائط التواصل الاجتماعي، شهدت خطابات الكراهية انتشارًا متزايدًا مستفيدة من البيئة الاتصالية الجديدة المفتوحة والمتاحة، تتخذ هذه الخطابات أشكالًا متنوعة، مما يعزز من قدرتها على الانتشار بفضل التدخلات الظاهرة والمستترة للقائمين على هاته الوسائط التواصلية التي تتحكم في تفاعلات المستخدمين وتوجهها بما يتماشى مع مصالح الشركات المشرفة عليها كالمصالح الربحية والسياسية وغيرها، يتطلب فهم آليات نشر وتضمين خطاب الكراهية إدراكًا أعمق لوسائط التواصل وآليات عملها، حيث تبدو المقاربات التقليدية التي تركز على تأثير وسائل الإعلام من منظور الوسيلة الواحدة وعلاقتها بالجماهير غير كافية لاستيعاب هذه الظاهرة .

يتم التركيز على آليات وسائط التواصل في نشر خطابات الكراهية بغض النظر عن المستخدمين وصناع المحتوى والسياقات المرتبطة بالخطاب لذا، فإن فهم خطابات الكراهية عبر الوسائط المتعددة والمتداخلة يستدعي تحليلًا دقيقًا لهذه الوسائط التي تنشأ فيها الخطابات ويتم إعادة إنتاجها وتدويرها، والتي تخضع لسيطرة الجهات الفاعلة وممارسيها. تهدف ورقتنا البحثية إلى تفكيك البنية المفاهيمية لوسائط التواصل الاجتماعي وإبراز التكتيكات التي تستخدمها لتعزيز خطابات الكراهية من خلال الرموز المدمجة صوتيًا وتصويريًا وحركيًا والتي تنتج معانٍ متعددة للاجتماعي، وتوجه سلوك مستخدميها وفق أهداف وتصورات محددة مسبقا، وبناءا على ما سبق ذكره نطرح التساؤل التالي:

ماهي الاستراتيجية المنتهجة من طرف القائم بالاتصال في تطبيع خطاب الكراهية في المجتمع؟

2- من وسائل إلى وسائط التواصل الاجتماعي: نحو تمييز مصطلحي:

غالبا ما يتم الخلط بين مفهومي وسائل التواصل ووسائط التواصل خاصة في ترجمتهما إلى اللغة العربية، تذهب فان دايك إلى تمييز المفهومين في بحثها المعنون بثقافة الاتصال إذ ترى أن لمصطلحات الرئيسة المستخدمة لوصف التواصل الاجتماعي مثل الاجتماعي والتعاون والأصدقاء يتردد صداها كمساحة معززة للنشاط الاجتماعي في الواقع، تم وصف معاني هذه الكلمات بشكل متزايد من خلال التقنيات الآلية التي توجه المجتمع البشري، من الآن فصاعدا سيكون مصطلح وسائط التواصل الاجتماعي

"connective media"مفضلا على مصطلح وسائل التواصل الاجتماعي ".social media "كون ما يزعم أنه اجتماعي هو في الواقع نتيجة لمدخلات بشرية(VAN, 2014, p. 13) ، اعتمدت دراسات علوم الاتصال على نظريات الإنتاج الصناعي والاستهلاك والمجتمع الجماهيري والإقناع الجماهيري وركزت على ما تنتجه وسائل الإعلام كتكنولوجيا ومؤسسات وما تفعله في الأفراد والمجتمعات والثقافات التي تستهلكها، أصبحت تكنولوجيا وسائل الإعلام الجديدة وممارستها وترتيباتها الاجتماعية متشابكة وأكثر تعقيدا ويعاد تنظيمها باستمرار من خلال التنظيم الاجتماعي والتكنولوجي الذي يمتص ويمتزج مع الهياكل الهرمية المألوفة في كثير من الوسائط الاجتماعية، إن مفاهيم الآثار والتأثيرات لوسائل الإعلام الخطية التي هيمنت على دراسة الاتصالات منذ مطلع القرن العشرين بدأت تفقد قوتها التفسيرية وبدلا من التفكير في الاتصال كشيء تفعله وسائل الإعلام قد يكون من المفيد تأطير العلاقة والمجتمع من حيث الوساطة (ليفرو، 2016، ص.251)، يتم تنظيم البنية التحتية ومعظم وسائل الإعلام من قبل عدد من الشركات الضخمة التي تعمل في جميع أنحاء العالم والتي نادرا ما تستجيب للمطالب الحكومية مثل التحكم في منشورات خطاب الكراهية أو التطرف من خلال التكنولوجيات والتنظيم ومن خلال التضمين الاجتماعي والتحكم في المحتوى فإن الأمور مختلفة مقارنة بوسائل الإعلام في وقت سابق(friedrick, 2017, p. 105) .

في الوقت الحاضر لم يعد من الممكن النظر إلى وسائل التواصل الاجتماعي على أنها منفصلة عن المجتمع والثقافة كما أن هذه الأخيرة ليست مجرد تقنيات يمكن للفرد والمجتمع أن يستعملها متى شاء أو يمكن الاستغناء عنها، إن الواقع يفرض أن هذه التقنيات أصبحت جزءا لا يتجزأ من ديناميكية المؤسسات الأخرى خاصة الاجتماعية، كما أن الطريقة التي ينظر بها إلى استخدام وسائل الإعلام في الحياة اليومية والمجتمع والثقافة لا يجب فهمها بطريقة خطية أو مادية بل يجب فهمها كطريقة معقدة من تشابك الفواعل الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والافراد إضافة إلى التطورات والتفاعلات المعقدة بين الضغوط التكنولوجية والثقافة والمجتمع، إنها عمليات فوقية كغيرها من عمليات العولمة والفردانية والاقتصادية، إنها عوامل الوساطة المهندِسة للواقع الاجتماعي في المواقع وتجريده من الواقع، حيث تتشابك فيه تعقيدات الممارسة الاجتماعية والمعنى المتداخلة مع وسائل الاعلام بشكل لا ينفصل وتتماهى الحدود الفاصلة بين الواقع والافتراضي.

صنف هيب اتجاهين في تعريف وسائل الإعلام، التقاليد المؤسسية حيث ينظر للإعلام باعتباره عملية يتعين فيها على الجهات الفاعلة الاجتماعية غير الإعلامية التكيف مع قواعد الإعلام وأهدافها ومنطق إنتاجها وقيودها، في حين يشير الاتجاه الثاني إلى التقاليد البنائية الاجتماعية والتي تعني العملية التي تدفع فيها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عملية التغيير للثقافة والمجتمع (Deacon & James, 2014, p. 106) .، وسائل الإعلام كمفهوم عام ووسائط التواصل الاجتماعي في مفهومها الضيق تتمتع بقوة إيديولوجية واستراتيجية فاعلة في وصف العالم بطريقة تظهر على أنها الطريقة الوحيدة والمقبولة والطبيعية لفهمه، إن تطور وسائل الإعلام مرتبط بتطور المجتمع الحديث، إن تأثير وسائل الإعلام على تجربة الناس لا يتمثل أقله في قدرة وسائل الإعلام على تقديم نفسها كمركز للمجتمع فهي تقدم موقفا تفسيريا يعطي للعالم معنى، تقدم الطقوس الإعلامية إجراءات رسمية منظمة حول الفئات والحدود الرئيسية المتعلقة بالإعلام، والتي تقترح أطر أدائها ارتباطا بقيم أوسع تتعلق بالإعلام، بمعنى آخر لاتصف وسائل الإعلام العالم بل توفر أطرا تصنيفية أساسية نفهمه من خلالها (Hjavard, 2017, p. 109) . ، تفرض وسائل الإعلام نفسها كجزء من تركيبة المجتمع والثقافة وفي نفس الوقت تعتبر مؤسسة مستقلة تتوسط المؤسسات الثقافية والاجتماعية منسقة تفاعلها فيما بينها فهي بذلك تؤثر في العلاقات الاجتماعية، إن التناول الكلاسيكي لدور وسائل الإعلام يفرض مراجعته آخذا في الاعتبار السياقات التي يخضع لها المجتمع والثقافة لمفهوم الوساطة لما توفره لها هذه الخاصية الازدواجية، تشير الوساطة إلى الاتصال عبر وسيط يمكن أن يؤثر تدخله على الرسالة والعلاقة بين المرسل والمتلقي.

تتوافق نظرية الوساطة مع نظرية الوسيلة فيما يتعلق بملاحظة التنسيق الخاص بوسائل الإعلام المختلفة للاتصالات والتأثيرات المصاحبة للعلاقات بين الأشخاص كما أن وسائل التواصل الاجتماعي هي تقنيات ولكل منها طابعه الخاص الذي يعمل على تسهيل وتقييد التواصل في حين أن التفاعل الوسيط هو تفاعل حواري، يركز المتوسطون على المنطق الجوهري لتكنولوجيا الوسائط الفردية التي تعتبر العامل الرئيس لإحداث نوع جديد من المجتمعات، يعتمد مصطلح وسائل الإعلام على دراسات وسائل الإعلام والاتصال ويتم استخدامه لتعيين التقنيات التي تسمح للأشخاص بالتواصل عبر الزمان والمكان، إن وسائل الإعلام ليست ظاهرة موحدة ولكل وسيلة خصائصها الخاصة وهي تختلف في الاستخدام والمحتوى بين الثقافات والمجتمعات بينما تعتمد تداعيات الوساطة على سياق وخصائص الوسيط، يتم إهمال التفاعل بين التكنولوجيا والثقافة والظروف التي تشَكِّل فيها الثقافة التكنولوجيا ويتم اختزال الوسيط في طبيعته التكنولوجية ونادرا ما تهتم نظرية الوسط بعلاقات تاريخية أو ثقافية أو إجتماعية محددة ولكنها موجهة بشكل أساس نحو التغيرات على المستوى الكلي . (Hjavard, 2017, p. 111)، تفترض العولمة وجود الوسائل التقنية لتوسيع الاتصال والتفاعل عبر مسافات طويلة، ومن ناحية أخرى فهي تدفع عملية الوساطة من خلال إضفاء الطابع المؤسسي على الاتصال والتفاعل في العديد من السياقات الجديدة.

2-1- تعريف الوساطة:

يقدم فردريك شوتز مفهومه للوساطة بالتركيز على السؤال التالي:

لماذا وكيف تتطور وسائل الاتصال وماهي تداعيات ذلك على الأفراد والهوية والثقافة وأشكال التعايش البشري وكيف يخترق الاتصال الوسائطي حالات الحياة المختلفة والمهنية والخاصة وما أثر ذلك على المجتمع؟ (Mike s, Ana Ivanova , Inga Schlichting, & Andreas, 2012, p. 234)

تبرز الابستمولوجيا المعاصرة لدراسة الاتصال في فكرة أنَّ العملية الاتصالية سيرورة عملية تتداخل عبرها فواعل المؤسسات القائمة على الاتصال والإمكانات التكنولوجية الضاغطة في عملية إدارة العملية، كما أنه لا يمكن افتراض الخطية في تأثير وسائل الإعلام وآثارها فالوساطة ليست أتجاه واحد ، وقد تداخلت الوسائط وتعددت حتى أصبح من الصعب التفريق بين الاتصال عبر الوسائط وخارجه بل وأصبح تمدد الافتراضي على حساب الواقع الفيزيقي جليا محاولا استيعابه، تطور تقنيات وسائل الاعلام والاتصال الحديثة حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية واندماج الوسائط في الإعلام الجديد يعني استخدام كل وسائل الاتصال مثل النصوص والصوت والصورة الثابتة والمتحركة والرسوم البيانية وغيرها حيث يتم التكامل بين هذه العناصر والمزج بينها، تشير الوسائط المتعددة إلى تكامل وترابط مجموعة من وسائل الإعلام والاتصال في شكل من أشكال التفاعل المنظم والاعتماد المتبادل يؤثر كل منهما في الآخر وتعمل جميعها على تحقيق هدف واحد (مي، 2014، ص.187)، كما يشير التوسط إلى وصف الأشخاص أو المنظمات التي تتواصل عبر وسائل الإعلام وهي مرتبطة وترتبط معها للإشارة إلى أي نشاط أو فعل لشخص أو منظمة يحدث فيها، إن الوسائط الإعلامية هو مفهوم لتحليل التحولات المرتبطة بوسائل الإعلام جنبا لجنب مع التحولات الاجتماعية ذات الصلة بالحياة اليومية والثقافية للمجتمع حيث أنها لا تركز على وسائل الإعلام ولكنها تحاول إعادة بناء ما يحدث من منظور الأفراد المتواصلين وغيرهم من الفئات الاجتماعية. (Deacon & James, 2014, p. 106) .

يشير مفهوم وسائط الإعلام إلى:

- عدد متزايد من وسائل الإعلام وموضوعاتها وأفكارها والتي تلعب دورا متزايدا في حياة الناس وكذا الطرق والمصالح وكيفية استخدام وسائل الإعلام.

- تتولى وسائل الإعلام المزيد من الوظائف كون الأفراد يعيشون في شبكات كثيفة من الاتصالات الوسيطة يتم تنظيمها عن طريق الرسائل وشبكات الهاتف المحمول والانترنيت كما أن هناك وسائل إعلام تفاعلية في كافة المجالات.
- معرفة العالم ومعناه تتغير وينطبق ذلك على الهويات والمجتمع، كما تتغير العلاقات بين الأفراد والطرائق التي تعمل بها المؤسسات والمنظمات والتغير الثقافي والاجتماعي(KROTZ, 2020, p. 5) .

يعرف فالفيرون الوساطة في إشارة إلى الأهمية الثقافية والاجتماعية المتزايدة لوسائل الإعلام وغيرها من أشكال الاتصال عبر وساطة التقنية، ومنه توسيط المجتمع الذي يشير حسبه إلى التقاط مركزية الإعلام من الناحية الاجتماعية والثقافية، كما قدم هجارفارد مفهوم منطق الوسائط كونه شكل من أشكال الاتصال التي من خلالها تقوم وسائل الإعلام بتقديم المعلومات ونقلها عن طريق تنظيم التنسيقات التي يتم تقديمها بها والتركيز على خصائص سلوكية معينة أما فيما يخص التنسيقات فيراد بها كيفية تنظيم المادة والأسلوب الذي تقدم به عن طريق التركيز على خصائص معينة للسلوك وكذا قواعد الاتصال حيث يصبح التنسيق إطارا ومنظور يستخدم لعرض الظواهر وتفسيرها، كما يقدّم كروتز الوساطة على أنها عملية فوقية مع العولمة والفردية والتسويق وهي تُغير التواصل البشري من خلال تقديم إمكانات جديدة للاتصال، حيث أصبحت وسائل الإعلام ذات صلة بالبناء الاجتماعي والحياة اليومية والمجتمع والثقافة ككل. (Mike s, Ana Ivanova, Inga Schlichting, & Andreas, 2012, p. 234) .

تصف الوساطة فعل التواصل الملموس عبر وسيط في سياق اجتماعي محدد وهي عملية طويلة الأمد حيث تتغير المؤسسات الاجتماعية والثقافية وأساليب التفاعل نتيجة نمو وسائل الإعلام، من خلال وساطة المجتمع نفهم العملية التي يخضع فيها المجتمع للدرجة المتزايدة لوسائل الإعلام ومنطقها ويصبح معتمدا عليها هذه العملية المزدوجة التي أصبحت عليها وسائل الإعلام مدمجة في المؤسسات الاجتماعية في حين أنها تكتسب مكانة المؤسسات الاجتماعية، وبالتالي التفاعل الاجتماعي داخل المؤسسات وبينها وفي المجتمع يتم عبر وسائل الإعلام (Hjavard, 2017, p. 113) .في ورقته البحثية المعنونة بنشوة الاتصال يقدم بي دوفيناج ملاحظات نقدية على جان بودريار حيث أنه في رؤيته للوساطة وما بعد الحداثة يرى بودريار إن وسائل الإعلام تشكل واقعا مفرطا حيث أنها تسترشد بنوع من المنطق السيميائي ويتمثل تأثيرها المركزي أنها تُخضِع كل الاتصالات وكل خطاب إلى الرقابة، وهو يرى أن العالم الرمزي لوسائل الإعلام قد حل محل العالم الواقعي، ويذهب إلى أبعد من ذلك في رؤيته أن التمثلات الإعلامية للواقع قد فرضت هيمنة كبيرة في مجتمعنا لدرجة أن تصوراتنا وبنياتنا للواقع وسلوكنا تأخذ نقطة انطلاقها من التمثلات الوسيطة التي يتم توجيهها بواسطة وسائل الإعلام، إن الوساطة أدت إلى تقييد وطمس الفروق بين الواقع والتمثلات الإعلامية للواقع وبين الحقيقة والخيال.

حدد Andrea Schrott الوساطة بأنها عملية اجتماعية تحفزها وسائل الإعلام على إحداث تغيير اجتماعي، وتعمل هذه الأخيرة من خلال آلية محددة، وتتمثل هذه الآلية في إضفاء الطابع المؤسسي على منطق وسائل الإعلام في المجالات الاجتماعية التي كانت تعتبر في السابق منفصلة عن وسائل الإعلام الجماهيرية، من أجل ذلك يجب أن تسعى الأبحاث التجريبية إلى تقييم درجة التغيير التي يتم إجراؤها من خلال الوسائط وتحديد الآليات كونها مؤسسية للمنطق الإعلامي. (Knut, 2012, p. 301)

2-2- التواصل الاجتماعي:

إن دور الوسيط هو ما يوحِّد جميع منصات التواصل الاجتماعي وهو عرضها الرمزي لاستضافة وتنظيم محتوى المستخدِم للتداول العام دون إنتاجه، عرّف فردريك كروتز الوسائط أنها وسائل لإنتاج وتوزيع الرموز تتكون من بنية تكنولوجية وتنظيمية مدمجة اجتماعيا في الثقافة والمجتمع وعمليات الإنتاج والتوزيع الظرفي للمحتوى المستخدم في الاتصال .friedrick, 2017, p) (103، كما ان الوسائط الرقمية تعني الوسائط القائمة على التكنولوجيا الرقمية مثل الكمبيوتر والهاتف الذكي والجهاز اللوحي

والأجهزة القابلة للارتداء وتطبيقاتها مثل مواقع الويب والتطبيقات الأخرى والاتصال الرقمي عبر الانترنيت (Kalina, Friedrish, Matthias, & Caroline, 2018, p. 15)، إن التوسط في التعامل مع الآخرين هو مفهوم غير خطي يتكون من مجموعة من الآليات والتأثيرات المحتملة، وسائط الإعلام اليوم تتكون من تكنولوجيا من ناحية ومن ناحية اخرى تعمل بمثابة أشكال إجتماعية وهذا يعني أنها نظام فرعي داخل النظام الاجتماعي ككل يتفاعل معه يؤثر فيه وساحة لإدارة الصراع بين الهويات والثقافات والأفكار والقيم إذا ما تحدثنا عن خطاب الكراهية، اننا لا نستطيع أن نختزل وسائط الاعلام في مسائل التكنولوجيا أو المجتمع ولكن يجب أن نفكر في كيفية تداخلهما، وبالتالي فان وسائط الاعلام ليست محايدة دائما في تقديم صورة الواقع بل تشكله وتساهم في صناعته وتفسيره.

قدم كروتز أربعة أشكال للاتصال كتعديلات للاتصال المباشر:

- الارسال والاستقبال.
- التواصل التفاعلي.
- التواصل وجه لوجه عن طريق اللغة والإيماءات .
- التواصل بين الأشخاص عن طريق الوساطة. (Krotz & Andreas, 2013, p. 13).

2-3- التكتيكات الوسائطية ذات التأثيروالتحكم الاجتماعي:

تتميز وسائط التواصل الاجتماعي بمميزات وخصائص تجعلها أكثر تحكما وتأثيرا اجتماعيا على الجمهور، نحاول تسليط الضوء على بعض هذه المميزات والتي قدمهاflanagin, androgyny

التحكم في الرسائل: تتحكم وسائط التواصل الاجتماعي في الرسائل كما تستطيع الزيادة والتوسيع فيها وإعادة الصياغة لها صريحة كانت أم ضمنية كما تستطيع عزل الرسالة عن سياقها ونقلها من سياق إلى آخر، كما تؤثر خاصية التحكم في الانتباه الانتقائي والمعرفي للمعلومات من خلال التأييد الاجتماعي للمعلومات بواسطة نسب المشاركة والاعجابات الفعلية والمصطنعة عبر الحوسبة وخوارزميات الكمبيوتر ما يراد قوله إن خاصية التحكم البالغ في الرسالة خاصية تتميز بها وسائط التواصل الاجتماعي مقارنة بوسائل الاعلام الجماهرية التي تخضع لحارس البوابة.

غموض المصدر: تشتمل الانترنيت على مصادر غير موثوقة للمعلومة خاصة إذا كان هناك حجب وتعتيم للمصدر، كما ترتبط المصداقية المتصَوَرة بشكل مباشر بالتأثيرات الإلكترونية الموجِهة حيث تؤثر النية الإقناعية والتشابه والتجانس والقرب العلائقي على اتساع المعلومة إضافة إلى الملاءمة والتوقيت والدقة والشمول.

قياس المستخدمين: يرتبط التأثير الاجتماعي بنطاق الاتصال وبسبب تأثير التكنولوجيا الحديثة فقد توسعت المجموعات الصغيرة وظهرت الشبكات الاجتماعية عبر الأنترنت ومجموعات المناقشة والأنظمة التفاعلية والذي قوَّض بدوره نقل الرسائل الموجه نحو هدف معين والمحكوم بقواعد المتصلين .

غموض المصدر: من خلال وسائط التواصل الجديدة لم يعد في الإمكان تحديد متلقي الرسالة بشكل مؤكد خاصة عندما يتم إعادة تفسير الرسائل وشرحها ونشرها عبر الشبكات المدمجة عبر النت أو عندما يتم نشر الرسائل الشخصية على نطاق واسع، يكون التأثير الاجتماعي عبر الوسائط من خلال مميزات الشبكة عن طريق التشابه المتصور أو تشابه المصدر مع المتلقين، لقد قامت أدوات متزايدة التعقيد بتكرار مميزات الاتصال بين المجموعات أو بين الأشخاص من أجل تعزيز الإقناع عن طريق تضييق نطاق المحتوى إلى أشخاص معينين تم تصميمه خصيصا لهم، كما يتم استغلال خصائص المستخدم باستخدام النداءات

الجماهرية المستمدة من الخوارزميات وتوظيف تكتيكات مثل استدعاء التشابه كآلية لتعزيز الإعجاب والإثبات الاجتماعي من خلال مؤشرات الإجماع الزائف.

الغموض الزمني: يتفاقم هذا النوع من القصور في المعالجة الزمنية للأشخاص والمعلومات عبر النت مع تعطيل الأدوات التكنولوجية تدريجيا لنقل الرسائل واستلامها وفقا للوقت على سبيل المثال يمكن أن تُتَّخَذ التأثيرات النائمة حيث قد تزداد المواقف الإيجابية تجاه الرسائل بمرور الوقت على الرغم من المعلومات المصاحبة التي تدحض أو تسيء إلى رسالة أولية مثل الإشارات الاستخفافية، كما أن ترتيب العرض يقوَّض بسبب الترتيب المتزامن للرسائل(flanagin, 2018, pp. 454-459) .بتصرف

2-4- عمليات التأثير الاجتماعي لوسائط التواصل الاجتماعي:

من المتعارف عليه أن الافراد يتأثرون بآراء وافعال من حولهم وأن الناس يستجيبون للضغوط الاجتماعية مثل التنشئة الاجتماعية والاقران والأساليب المختلفة للإقناع وتمثل وسائط التواصل الاجتماعي عينة من الآليات التي تمارس ضغوطا للتأثير الاجتماعي على الأفراد والجماعات إذا نظرنا إلى الخصائص التي تمنحها تقنيات وسائط التواصل الاجتماعي التي ساهمت التكنولوجيا في توسيع مدخلاتها وتعزيز فعاليتها مع عمل الأفراد على إدراج مجموعة متنوعة من الأدوات القائمة على الانترنيت في عملياتهم الاتصالية كما يجدر التأكيد على الخصائص الاجتماعية لوسائط التواصل الاجتماعي كونها شخصية وتشاركية وأصبحت تجسد شبكة من التعبير والعلاقات والتنظيم الاجتماعي والثقافة وهي بذاك جزء من اليومي.

- تقدم أرين تولتز أربعة عمليات لوسائط الاعلام التي من خلالها يحدث التغير الاجتماعي والتغير في الاتصال والتفاعل البشري:
- تساهم وسائل الإعلام في توسيع الإمكانات البشرية من حيث الزمان والمكان والتعبير من خلال تقديم صور أكثر واقعية والتقارير الحية.
- تحل وسائل الإعلام محل الأنشطة الاجتماعية والمؤسسات الاجتماعية بشكل جزئي أو بشكل كلي.
- وسائل الإعلام تندمج مع الأنشطة الاجتماعية.
- تدفع وسائل الإعلام الجهات الفاعلة في مختلف مجالات المجتمع والقطاعات الأخرى إلى التكيف مع المنطق الإعلامي الفعلي أو المتصور والتناغم معه فهم يتكيفون مع قواعد نظام الإعلام مع زيادة الشهرة وفقدان الاستقلالية (Mike s, Ana lvanova, Inga Schlichting, & Andreas, 2012, p. 235) .

2-5- إمكانات وسائط التواصل الاجتماعي:

التحوير :(Morphing) هي تقنية من تقنيات الإبهار التي تستخدم في عروض الفيديو من خلال توليد بعض الخصائص الجديدة عن طريق تحويل مشهد لآخر من خلال إذابة ومزج لقطة داخل لقطة أخرى لإنتاج مشاهد جديدة .

المحاكاة :(Simulation) استخدام الصوت والصور لتمثيل أماكن أو أحداث قريبة جدا من الواقع .

الواقع الوهمي (Virtual Reality): تصنع الوسائط واقعا افتراضيا وهميا يشعر من خلاله المستخدم بأنه في بيئة حقيقية باستخدام التكنولوجيا أدوات الإدخال والإخراج لتمكن المستخدم من الإبحار في البيئة للحقيقة الوهمية .

النمذجة :((Mideling تقديم العروض من خلال تقديم المشاهد بالبعد الثالث من خلال سلسلة من الأنماط المختلفة.

التحويل :warping)) هو تنويع للتحوير حيث يتم إحداث بعض التغييرات في الصورة لينتج عنها شكل جديد ومختلف تماما. (حسن، 2016، ص.138).

2-6- نماذج تأثيرات الوسائط:

يقدم Esser,frank أربعة نماذج لتأثيرات الوسائط:

التأثيرات المباشرة .(DIRECT EFFECTS) :

يركز هذا النموذج على تأثير محتوى الوسائط لتحفيز الاستجابات التلقائية والمتوقعة لدى الجمهور أنه يتفاعل مع محتوى الوسائط بشكل تلقائي، الفرق بين هذا الطرح وما تضمنته نظرية الحقنة تحت الجلد أن هذه الأخيرة ترى أن الجمهور متلقي سلبي وعاجز بينما يرى هذا النموذج أن الأفراد لا يستطيعون مقاومة هذا الجذب التي تمارسه محتويات الوسائط على إدراك الجمهور وتصوراته ومشاعره، كما أن السمات البنيوية لمحتوى الوسائط تحفّز الاستجابات تجاه التوجيه والانتباه البصري للشاشة والأصوات المحفزة للانتباه، تؤثر الواقعية التي يتم تصويرها عبر وسائط التواصل الاجتماعي على الجمهور، إضافة إلى الكيفية التي تمكِّن الواقعية الحسية والشخصية لمحتوى وسائط التواصل أن تستحضر شعورا بالتواجد في بيئة معيّنة أو شخص آخر وهذه خاصية معالجة المعلومات .

التأثيرات الشرطية. (CONDITIONAL EFFECTS):

تؤكد على الجمهور باعتباره موقع فهم تأثيرات الوسائط، يركز هذا النموذج على انتقائية الجمهور ويشتمل على التعرض الانتقائي والانتباه والإدراك والتذكر والتأثير الاجتماعي والاختلافات الفردية، يقر هذا النموذج بأن وسائل الإعلام مؤثرة لكن ترتبط التأثيرات بخصائص الجمهور والذي يعني بدوره التركيز على الخصائص التقليدية مثل التركيبة السكانية والفئات الاجتماعية مثل الجنس والعمر والمستوى التعليمي إضافة إلى متغيرات العلاقات الاجتماعية مثل عضوية الجمهور كونها تمثل الروابط الاجتماعية والتفاعلات الشخصية التي تتوسط تأثيرات الجمهور أضافة إلى الفروق الفردية مثل الشخصية والتجارب السابقة، كما تؤثر الأوضاع الاجتماعية والثقافية والاقتصادية على انتقائية الجمهور.

التأثيرات التراكمية.(CUMULATIVE EFFECTS) :

يعتمد هدا النموذج على التوافق والتكرار لبعض الموضوعات والصور عبر محتوى وسائط التواصل الاجتماعي والتي تقوِّض قدرة الجمهور على تجنب التعرض وتظهر هذه التأثيرات بمرور الوقت على أساس التعرض المتكرر والمركز لرسائل وصور وموضوعات متسقة ومتماثلة، أي التعرض التراكمي يدفع الأفراد إلى تطوير معتقدات وأفكار ومعايير جديدة تستند إلى ما تقدمه محتويات وسائط التواصل الاجتماعي الذي يستهلكونه كما تعكس هذه المعتقدات محتوى هذه الوسائط، إن التأثيرات التراكمية للصور والموضوعات التي تقدمها الوسائط باستمرار على مدار الوقت وعبر قنوات الوسائط كما تذهب إليه نظرية الأجندة تؤثر في تحديد أجندة الجمهور كما أن محتويات الوسائط المتاحة والمنتشرة في الزمان والمكان لا يمكن تجنبها في بيئات إعلامية جديدة تتسم بالزيادة والنمو الهائل والمتسارع وزيادة القنوات والمنافذ والذي يصاحبه زيادة في التحكم والسيطرة على المحتوى الموجه إلى الجمهور.

التأثيرات التلقائية المعرفية: (CUMULATIVE EFFECTS).

تعمل محتويات وسائط التواصل على تنشيط المفاهيم العقلية، يذهب هذا النموذج إلى أن الكثير من استخدامات الوسائط تنشأ من الرغبة في الاسترخاء والترفيه مما يشير إلى أن الجمهور أقل نشاطا ذهنيا تعمل محتويات وسائط التواصل على تحفيز وتنشيط الأفكار التي تؤثر على التفسير والتفاعل مع المحفزات البيئية وتظهر شدة التأثير من خلال البروز والشدة والحركة والتكرار والواقعية والعاطفة كما يمكن للمحتوى الصوتي والمرئي أن يحفز المعالجة التلقائية، إن معتقدات المستخدمين تستند على هياكل معرفية في ذاكرتهم طويلة الأمد ما يسمى بالمخططات والتي تنظم الطريقة التي يتم بها فهم المعلومات وتفسيرها، تتبع

نظرية التمهيدPriming Theory بافتراض أن محتوى الوسائط ينشِّط أجزاء من الشبكة الدلالية للفرد مما يؤدي إلى معالجة أكثر كثافة للمعلومات المماثلة، إن نظرية المعرفة تهدف إلى معرفة كيفية فهم المستخدمين للمعلومات . (OLIVER, Jenning, & Arthur, 2020, p. 10) بتصرف

3- خطاب الكراهية:

عززت الخصائص التقنية لوسائط التواصل الاجتماعي من سرعة وحِدّة خطابات الكراهية والتي حظيت باهتمام بالغ من طرف الهيئات والمنظمات الدولية وقد جاء في خطاب الأمين العام للأمم المتحدة أنتوني غوتيرش "نعتبر خطاب الكراهية هجوما على التسامح والاندماج والتنوع وسهما مسَدَدا إلى صميم القواعد والمبادئ التي نعتمدها فيما يتعلق بحقوق الانسان، وبشكل عام يقوض خطاب الكراهية التماسك الاجتماعي وينال من القيم المشتركة ويمكن أن يكون نقطة الانطلاق للعنف، مما يصيب الاستقرار والتنمية المستدامة والكرامة بانتكاسةhttps://www.un.org."

سرعان ما بدأت شبكة الانترنيت التشاركية تتحول إلى خيبة أمل مع ظهور الاخبار الكاذبة، كمجتمع سلمنا الشركات الخاصة سلطة تحديد وإنفاذ حدود الخطاب العام المناسب لنا، هذه قوة ثقافية هائلة يمتلكها عدد قليل من أصحاب المصلحة ويتم ذلك خلف الأبواب مما يجعل من الصعب على أي شخص تفتيشها، تتخذ هذه الوسائط القرار بشأن المحتوى الذي يجب توزيعه ولمن وكيفية ربط المستخدمين وما يجب عدم الموافقة على ظهوره، كما تواجه المنصات كافة أنواع التحديات من الصراعات إلى الكلام الفاحش وهي تنظم بشكل أو بآخر المحتوى الجنسي وتمثيل العنف والفحش ومضايقة المستخدمين الآخرين وخطاب الكراهية والترويج لإيذاء النفس(Seguro, 2017-2018, p. 37)

3-1- التعريف اللغوي والاصطلاحي:

التعريف اللغوي والاصطلاحي: خطاب الكراهية يشير إلى كلمتين وهما خطاب وكراهية وبذلك فهو خطاب يهدف إلى التهديد أو الإهانة لشخص أو مجموعة أشخاص على أساس الأصل القومي أو العرقي أو لون البشرة أو الجنس أو الهوية أو الإعاقة.

التعريف الاصطلاحي: خطاب الكراهية هو ذلك الخطاب المتضمن كلاما جارحا يؤدي إلى آثار ظاهرة ضد المستهدفين بالخطاب، وهو تعبير يسخر وينقص من شخص أو مجموعة بسبب العرق، الجنس الانتماء العرقي والجنسي الديني والصفات الجسدية أو صفات شخصية أخرى وتعني الكراهية في حقوق الإنسان كل ما يتضمن التمييز والتحريض على الآخر، وفرض القيود على حرية الأفكار والمعتقدات والتمييز غير الإنساني بدءا بالتمييز العنصري بالون والجنس وكل أنواع التمييز الواردة في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، وخطاب الكراهية حسب اليونسكو هو مفهوم جدلي خلافي يشمل كل أشكال التعبير التي تنشئ الكراهية فهو يشمل الرسائل تصريحا وإيماءا أو رسما أو صورة أو فلما سينمائيا أو منشورا أو تغريده دوللي (الصراف، 2022، ص.7).

التعريف اللساني: خطاب الكراهية ظاهرة تنطوي على تفاعل دقيق بين بنية التواصل communicational intention والاستقبال التواصلي communicational reception ويقع هذا التفاعل على المستوى الدلالي أي بين المعنى المقصود الضمني intended meaning والمعنى المدرك أو ال مفسَرunderstood meaning وتأويلاته لدى المفسر. (نادر، 2019، ص.7).

3-2- تعريف خطاب الكراهية:

(القانون الجزائري 05/20) جميع أشكال التعبير التي تنشر أو تشجع أو تبرر التمييز، وكذا التي تتضمن أسلوب الازدراء أو الإهانة أو العداء أو البغض أو العنف الموجه إلى شخص أو مجموعة اشخاص على أساس الجنس أو العرق أو اللون أو النسب أو الأصل القومي أو الاثني أو اللغة. الجريدة الرسمية الجزائرية 28 أفريل 2020.

3-3- خطاب الكراهية الإلكتروني :

كل خطاب يستعمل الوسائل الإلكترونية بطريقة بها ازدراء ونفور شديد الموجه ضد الأشخاص من أجل إثارة الآخرين ودفعهم أو محاولة دفعهم إلى ارتكاب جرائم الكراهية والعنف بناءا على العرق أو الدين أو النسل أو الجنس (آيات، عباس، وشاهين، 2021، ص.193) وهو جملة من الممارسات اللغوية والتواصلية الرقمية التي تستبطن العنف والعداء والازدراء الموجه نحو الأفراد بصفة قصديه بناءا على اختلاف هوياتهم وأعراقهم أو توجهاتهم السياسية وينظر إلى خطاب الكراهية بصفة عامة على أنه استعمال متعمد وقصدي لتكنولوجيا الاتصال الالكترونية لنشر مضامين تحمل صبغة الكراهية والإقصاء والتعصب ضد فرد أو مجموعة. (بلقاسم، 2023، ص.167(

يشير تقرير اليونسكو "التصدي لخطاب الكراهية عبر الإنترنيت أن خطاب الكراهية خارج النت أو عبرها يختلفان كون الأخير يختلف عنه في طبيعة التفاعلات عند حدوثها واستخدام وانتشار كلمات محددة ويتم نشره بتكلفة منخفضة ويشهد مستويات مختلفة من التعرض وذلك حسب شعبية المنشور، كما يمكن نشره عبر جميع البلدان ويمكن أن يكون متاحا لفترة اطول ويمر بموجات من الشعبية وان يتصل بشبكات جديدة أو أن يظهر مجددا بالإضافة إلى الحفاظ على سرية صاحب المنشور. (آن، ريجا، وجوناثان، 2022، ص.4)

4-3- تعريف فيسبوك لخطاب الكراهية (أكتوبر 2022):

خطاب الكراهية هو هجوم مباشر ضد الاشخاص على أساس الخصائص الاجتماعية مثل العرق والانتماء العرقي والأصل القومي والإعاقة والانتماء الديني والطائفة والتوجه الجنسي والهوية والأمراض الخطيرة ويعّرف الاعتداء على أنه الخطاب العنيف والإنساني والقوالب النمطية الضارة وعبارات الدونية والتعبير عن الازدراء أو الاشمئزاز أو الطرد أو السب والدعوة إلى الاستبعاد والفصل(Strippel, Paasch, & Emmer, 2023, p. 174) ، وخطاب الكراهية انحراف اجتماعي ويشمل جميع السلوكيات بدءا من الانتهاك البسيط للأعراف والأفعال المخالفة للقانون وهو عمل من أعمال التواصل المنحرف لأنه ينتهك المعايير الثقافية المشتركة والقواعد أو معايير التفاعل الاجتماعي في سياق المجموعات الاجتماعية(Llinares, 2016, p. 344) .

يعرف خطاب الكراهية على أنه كلام هجائي وخبيث يحفزه التحيز ويستهدف شخصا أو مجموعة أشخاص بسبب بعض خصائصهم الفطرية أو المتصورة إنه يعبر عن مواقف تمييزية أو مخيفة أو رافضة أو متحيزة تجاه تلك الخصائص والتي تشمل الجنس أو العرق أو الدين أو اللون أو الأصل القومي أو الإعاقة أو التوجه الجنسي. (Andr´es, Natalia Su´arez, Luz Magnolia, & Harvey Mauricio, 2021, p. 2)

إن الفكرة الأساسية لخطاب الكراهية أنه كل خطاب يؤدي إلى الإساءة والذم والنيل أو الحط أو المس بكرامة الافراد أو الجماعات والتحريض على الإقصاء أو التهميش أو التمييز بحق أعضاء هذه الفئات مما يؤدي إلى إثارة العداء أو العنف وملاحقة هؤلاء الأشخاص أو الجماعات وذلك على اساس قومي أو عرقي أو ديني أو طائفي أو مذهبي أو على أساس النوع الاجتماعي بهدف التمييز أو التحريض ضدهم أو التشهير بهم (سعود، علي، ومهى ،2021، ص.193).

5-3- المقاربة الميديولوجية لخطاب الكراهية:

عزز الانتشار الكثيف لوسائط التّواصل الاجتماعي الّتي باتت وسيلةً تعبيرية متاحةً للجميع ومحطّةً تستقطب في بؤرة واحدة كلّ الاختلافات الإثنيّة والعرقيّة والجنسيّة والدينيّة والجغرافيّة والاجتماعيّة والسّياسيّة من خطابات الكراهية الأمر الّذي يشكّل مجالًا خصبا لتصاعده، وأصبح الأفراد أكثر إمعانا في الكراهية عبر الوسائط الاجتماعية مما كانوا عليه عبر التواصل وجه لوجه وقد ساهمت هذه الوسائط في إزالة المنع الذي تفرضه الرقابة الاجتماعية وآليات الضبط الاجتماعي المختلفة التي تحد من

هذه الخطابات الحاملة للكراهية، تستتر خطاب الكراهية عبر وسائط التواصل الاجتماعي عن طريق استدعاء بعض المفاهيم كالفكاهة والنقد المبدئي وحرية التعبير وتلك الإستدعات لها ما يبررها وجوديا ولها أسباب كافية في تمثيل ذاتها وخلاصة لما سبق ذكره فإن الخصائص التي توفرها وسائط التواصل الاجتماعي تساهم في تعزيز سيولة الكراهية، كما تساهم وسائط التواصل الاجتماعي في التطور والتنظيم والتواصل للمجموعات الكارهة وتعمل كمضخات ومصنعات للخطابات العنصرية من خلال استعلاء صانعي مستوى خطاب.

يحد الاعتماد على المقاربة الميديولوجية المرتكزة أساسا على نظريات الاتصال الكلاسيكية من قدرتها على تحليل وتفسير العديد من الظواهر الاجتماعية المستحدثة كخطاب الكراهية نظرا للتطور الهائل والمستمر لوسائل الاعلام، كون ان هذه الأخيرة في سيرورة مستمرة ومتطورة وكل ذلك يرتبط بالتغيرات الاجتماعية الحاصلة في علاقة تبادلية بين المجتمع ووسائل الاعلام، وقد تساهم الدراسات النقدية والثقافية والنظريات المعاصرة للإعلام بإضفاء مرونة ومسايرة تعقيدات المشهد الإعلامي الحاصل.

3-6- المقاربة البراغماتية لخطاب الكراهية :

ما طرحه جون أوستن هو فكرة "كيف تنجز الأشياء بالكلمات، عندما يحاول الإنسان أن يعبر عن فكرة ما باستعمال اللغة فإنه لا يقوم بمجرد حشد للألفاظ وبنى نحوية فحسب، أنما ينجز أفعالا عبر هذه الألفاظ، اللغة ليست مجرد وسيلة لوصف الخير ونقله بل هي أداة لبناء العالم والتأثير فيه حيث يتحول خطاب الكراهية إلى فعل إجرامي يهدد الحياة. عندما يحاول الإنسان أن يعبّر عن فكرة ما باستعمال اللّغة، فإنّه لا يقوم بمجرّد حشد لألفاظ وبنى نحويّة وحسب، إنّما ينجز أفعالًا عبر هذه الألفاظ، يشكل خطاب الكراهية نوعًا من أفعال الكلام حيث يسيء المتحدّث أو يلعن، أو يعبّر عن كراهية" تجاه أعضاء جماعة مستهدفة. إلّا أنّه ما يدفع إلى الشّك، هو ما إذا كان خطاب الكراهية يمكن اعتباره نوعًا من الأداء إذا تبنّينا معايير التّمييز الّتي وضّحها أوستن في المحاضرات المبكرة عن المنطوق الأدائيّ والأوصاف أو تقارير الحالات. ولكن على اعتبار، أنّ الخطاب أو الكلام مهما كان نوعه هو مقرون "بقوّة الفعل"، يمكن إذًا التّعامل مع خطاب الكراهية انطلاقًا من هذا الاعتبار نفسه؛ فمن المؤكّد أن المتحدّث لا يعبّر في خطاب الكراهية عن أفكار عدائيّة فحسب، بل إنّه يقوم بعمل ما مثل التّهديد أو إظهار سوء المعاملة أو التّحذير أو التّحريض على إنجاز فعل معيّن (نادر، 2019، ص.07)، إن الفعل الكلامي إذا ما فُسِّر إنه كتابة بالمعنى الذي يعطيه داريدا لهذه الكلمة يجعل من آلة الكتابة تعمل خارج حضور المتكلم والمخاطب والسياق، وهي آلية الاستشهاد وهو ما يوافق تكرار الفظ وإدخاله في سياق آخر وهذه العملية تُضعِف إمكانية المتكلم الأصلي من التحكم في اللفظ وادخاله في سياق آخر حيث أنه لا يكفي أن نجد السياق المناسب لفعل الكلام ليس سياقيا بسيطا يمكن تعريفه من خلال الخدود المكانية والزمانية فالتعرض للأذى من الكلام يعني فقدان السياق كما أن القدرة على تحديد الموقف الكلامي تصبح معرضة للخطر في لحظة الخطاب المؤذي (Ponzio, 2018, p. 07)

فهم الظاهرة الاتصالية بتبني الأطر النظرية للمقاربة البراغماتية قد يفقدها التحليل والتفسير للظواهر المستحدثة كخطاب الكراهية لذا يجب مراعات السياقات الاجتماعية والثقافية وخصوصية ارتباطها بالمجتمع المدروسة كخصوصيات المجتمعات العربية، كما ان هذه المقاربة تركز على النتائج المحققة دون مراعات اخلاقيات الممارسة الإعلامية الهادفة وهي تبني فاعليتها على معيار التأثير كعامل للنجاح دون مراعاة الأسس الأخلاقية والهادفة في تعزيز تنمية المجتمعات.

4- دوروسائط التواصل الاجتماعي في تعزيز الكراهية:

وسائط التواصل الاجتماعي تؤثر على أسس الخطاب العام في المجتمعات ليس على مستوى المحتوى أسئلة حول الرقابة وخطاب الكراهية والمعلومات المضللة وخصوصية البيانات ولكن على مستوى الشكل من خلال الانتشار الماكر لبنيتها التحتية الداخلية في النسيج الأخلاقي للفضاء الاجتماعي (عباس و كلود، 2021، ص.119)، كما تعتبر الوسيلة الأساسية التي يتم من خلالها

التعبير عن الكراهية وأصبح النظر إلى الكراهية عبر النت كنوع من الأداء الذي يدعو إلى تحليل الأفعال الأدائية مع الإمكانيات الزمنية والمكانية التي توفرها وسائط التواصل الاجتماعي، وقد ساهمت هذه الوسائط في تعزيز الكراهية عن طريق جملة من الخصائص المعززة للكراهية نحاول التطرق إلى أبرزها:

- أصبح الأفراد أكثر تعمقًا في التعبير عن الكراهية من خلال الوسائط المتعددة مقارنة بالتواصل المباشر، حيث ساهمت هذه الوسائط في إزالة القيود التي تفرضها الرقابة المؤسسية وآليات الضبط الاجتماعي التي تحد من هذه الخطابات الكارهة، كما أن التواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي ساعد في إخفاء الكراهية بطرق أخرى مثل الفكاهة والترفيه بالإضافة إلى ذلك، فإن انفتاح البنية التحتية لهذه الوسائط أتاح للجماهير المضادة فرصة للتحرر، مما جعلها فضاءً لإدارة الصراع بعيدًا عن الرقابة، مستفيدة من إمكانية إخفاء الهويات وتشكيل فضاء هوياتي غير محدد، وقد ساهم ذلك في جعل ظاهرة الكراهية أكثر اعتيادية في المجتمعات.
- يدفع تصور التهديد إلى زيادة مشاعر الكراهية، حيث تُعتبر هذه المشاعر آليات للدفاع عن النفس وإثبات الوجود في العالم الافتراضي، الذي يُعادل الوجود في الواقع. في كتابها "أنا أسالفي إذاً أنا موجود"، تشرح إلزا غودار كيفية إثبات الذات من خلال صور السيلفي، بينما تستغل المجموعات المتعصبة خطاب الكراهية كوسيلة لإثبات وجودها وترسيم حدود مجموعاتها .
- تستثمر التذوات في الآليات التي تعمل بها الكراهية العابرة للحدود عن طريق سهولة الوصول إلى إعادة إنتاج حسابات أخرى بعد الحذف، عادة ما تمثل المضايقات وخطابات الكراهية المروجة والمحمولة عبر وسائط التواصل الاجتماعي قيمة مضافة بالنسبة للشركات المشرفة على هذه الوسائط، وهي بذلك ترى حملات الكراهية والحملات المضادة أنها لا تمثل مشكلة بقدر ما توفره من تطور مربح لمديري البرامج رغم المطالبة بتفعيل آليات الحد منها التي تقف التكنولوجيا والخوارزميات عاجزة ولو جزئيا على حصرها .
- تساهم وسائط التواصل الاجتماعي في تعزيز القوة السميائية للكراهية عن طريق الصورة والرمز ما يمكنها من الإفلات من الرقابة والمحاسبة، وكذا الطرق التي يتم التعبير بها عن الكراهية في الفضاء الافتراضي والتي تحظى بالقبول الثقافي لصفات الكراهية باعتبارها مكونا للتفاعل عبر وسائط التواصل وكمثال على ذلك المجتمعات الذكورية التي ترى في الكراهية في بعدها الجندري كمكون تفاعلي مقبول اجتماعيا وثقافيا، وتحد من الخطابات النسوية المضادة كونها تمثل انحراف إجتماعيي تواصلي غير مقبول اجتماعيا.
- تنتقل الممارسات التفاعلية من العالم الواقعي إلى الفضاءات الرقمية، حيث يمثل الفضاء الافتراضي بديلاً مجسدا للممارسات الاجتماعية، إن المطالبة بتنظيف هذه المواقع تعكس في الحقيقة دعوة لتنظيف العالم الحقيقي من مظاهر الكراهية وهذا يشكل تحدياً اجتماعياً يتطلب تفعيل الآليات التقليدية مثل التنشئة الاجتماعية، بالإضافة إلى فرض قيود على التعليقات التي تروج لخطابات الكراهية عبر الوسائط المتعددة. إن السعي نحو إنشاء نظام قيمي شامل يحد من هذه الخطابات يُعتبر في الوقت نفسه تحدياً لقيم الليبرالية العالمية التي تعتمد على الاستثمارات التقنية والثقافات المرتبطة بالشبكات، فضلاً عن كونه تحدياً لمبدأ حرية التعبير وحق إبداء الرأي، مع الأخذ بعين الاعتبار اختلافات القبول والرفض لهذه الممارسات وفقاً للسياقات الاجتماعية والثقافية المختلفة للمجتمعات.
- تستتر خطاب الكراهية عبر وسائط التواصل الاجتماعي عن طريق استدعاء بعض المفاهيم كالفكاهة والنقد وحرية التعبير وتلك الإستدعات لها ما يبررها وتكون في الغالب مقبولة إجتماعية ومكفولة قانونيا ولها أسباب كافية في تمثيل ذاتها.

- تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الاستقطاب المفرط في الصراعات السياسية، حيث تتجلى الانقسامات بشكل أكبر في أبعادها الإيديولوجية وتصبح أكثر تطرفًا وعنفًا. ما يحدث عبر هذه الوسائط هو تكثيف المواقف المتطرفة والمعادية، ومحاولة ترسيخ فكرة الرأي الواحد والرفض المطلق لأي وجهات نظر أخرى تتعارض مع الإيديولوجيا السائدة وهذا يؤدي إلى صعوبة النقاش المنطقي وتبادل الأفكار، إن لم يكن مستحيلاً خاصة في المناسبات الانتخابية.

في عام 2010 قدم إيلي باريز مفهوم "فقاعة الاصطفاء" والذي يشير إلى التصميم الهندسي لعمليات البحث على الإنترنت بحيث تتناسب النتائج مع احتياجات ورغبات المستخدمين، تعمل هذه الخاصية على توجيه التواصل نحو الأفراد ذوي الاهتمامات المتشابهة مما يتيح لهم الوصول إلى المحتوى الذي يهمهم فقط (عباس وكلود، 2021، ص.129). وفقًا لهذا المفهوم فإن المجموعات التي تروج لخطابات الكراهية عبر هذه الوسائط تتواصل بشكل أساسي مع الأفراد أو المجموعات التي تشاركها نفس الأفكار ووجهات النظر ضمن بيئة سوسيوثقافية مشتركة ما يعزز مع مرور الوقت الأفكار العدائية والإقصائية من خلال عملية دائرية من التفسير والتحقيق الفوري، كما أن الاستثمار في تكنولوجيا هذه الوسائط يعزز من فرضية تشويه الأدلة والحقائق وتحويلها إلى حقائق بديلة كما يتضح في تعديل الصور والفيديوهات، مما يؤدي إلى تغيير التصورات المعتمدة مسبقًا، وبالتالي يتحول طرح الأفكار من سياقها المنطقي إلى نشاط خطابي اجتماعي يساهم في تشكيل واقع اجتماعي مستنسخ من الواقع الافتراضي الذي أنتجته الذوات المتفاعلة، وذلك في إطار سوسيوثقافي خاص يؤثر على الحياة الاجتماعية في دوائر مغلقة لغرف الصدى .

- تعتبر الكراهية جزءًا من الإنتاج اليومي، وقد أدركت منصات التبادل الرقمي هذه الكراهية من خلال المحادثات اليومية للأفراد، مما أدى إلى انتقالها إلى العلاقات الحميمة عبر الشاشات الصغيرة، تتجلى الكراهية في سياقات مألوفة تتكرر باستمرار مدعومة بتوجهات عاطفية مثل الغضب والفرح والحسد ضمن إطار التفاعل المشترك في الفضاء الرقمي، تتجذر الكراهية في العلاقات التي تُبتكر باستمرار من خلال الفكاهة والسخرية، مما يسهل انتشارها بين الأقران، وبناءً على ما سبق فإن الخصائص التي توفرها وسائل التواصل الاجتماعي تعزز من انتشار الكراهية بشكل متزايد

5- الخاتمة:

ساهمت وسائط التواصل الاجتماعي في نشر خطابات الكراهية من خلال ما تتوفر عليه من خصائص تقنية متحكمة في الرسائل إضافة إلى غموض مصدرها ومستقبلها ما جعلها تتحكم في المحتوى وتتمكن من أدارة وتوجيه الصراعات في مساحاتها الافتراضية وتمارس جذبا على الفئات الكارهة وتضمينها الاجتماعي لخطابات الاقصاء والتهميش وتدعيمها له، أن الطريقة التي ينظر بها لوسائل التواصل كونها منفصلة عن المجتمع والثقافة ويمكن فهمها بطريقة خطية لم يعد في إمكانها تقديم فهم وتفسير لانتشار خطابات الكراهية المحمولة عبرها والتي أفرزت بنيات اجتماعية جديدة تستثمر في الصراعات الطائفية وتقوض أسس تماسك المجتمعات وتتملَّك سلطة تحديد وإنفاذ حدود الخطاب العام المناسب لنا والقرار بشأن المحتوى الذي يجب توزيعه ولمن وكيفية ربط المستخدمين وما يجب عدم الموافقة على ظهوره، تشير وسائط التواصل إلى عملية مركبة ومعقدة من تشابك التكنولوجيا مع الثقافة والمجتمع وهي تبرز كونها مؤسسة مستقلة كغيرها من المؤسسات الدينية والسياسية والاقتصادية وتتوسط الممارسات الاجتماعية للأفراد وهي تنقل الاهتمام من الاقتصاد السياسي لوسائل الاعلام إلى الاقتصاد الاجتماعي لوسائل الإعلام على حد تعبير فان دايك خوسيه في بحثها المعنون بثقافة الاتصال، إن العمل على الحد من انتشار خطابات الكراهية بعيدا عن الفهم الكلاسيكي للتأثر والتأثير لوسائل الإعلام، يستدعي تحليلا دقيقا معمقا وتفكيكا للخصائص التقنية التي تحوزها وسائط التواصل الاجتماعي التي تفرض على الجهات الفاعلة الاجتماعية منطق إنتاجها وقيودها. وفهما لدورها في تغيير البنيات الاتصالية

للثقافة والمجتمع، كما يتطلب ذلك مزيدا من الإجراءات القانونية وإنفاذها وجملة من الالتزامات الأخلاقية لهذه الشركات إزاء الحد من خطابات الكراهية.

من جملة التوصيات التي نقدمها تسليط اهتمام أكبر وفهم أعمق لميكانزمات وآليات الاشتغال التي تمارسها ضغوطات وسائط التواصل الاجتماعي في تمكين خطابات الكراهية في الغرف المغلقة وعبر فقاعات الصدى الموجهة غالبا توجيها إيديولوجيا يخدم أجندات معينة ويخضع لمنطق الربح.

ضرورة الاعتماد على مختلف التخصصات العلمية كعلم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي والإعلام والاتصال والأنثروبولوجيا كتوليفة معرفية تقدم فهم وتفسير أعمق لظاهرة انتشار خطابات الكراهية عبر وسائط التواصل الاجتماعي.

في ضوء السيطرة والتحكم الذي تمارسه وسائط التواصل الاجتماعي في نشر خطابات الكراهية يمكن الاعتماد على أساليب التنشئة الاجتماعية وتفعيل دور المؤسسات التعليمية وتعزيز دور الرقابة المجتمعية والمؤسساتية في الحد من خطابات الكراهية.

تعزيز دور المنظومة الإعلامية في الحد من خطابات الكراهية مع إمكانية إنشاء صفحات مدارة مؤسساتيا تعمل على نشر فكرة التسامح والعيش المشترك والحد من خطابات الكراهية.

اعتمدت معظم الدراسات السابقة غالبا على تسليط الضوء على المستخدمين وصناع المحتوى لكن تجدر الإشارة إلى ضرورة العمل على اجراء دراسات ميدانية تعتمد على المقاييس الكمية والأدلة التجريبية التي تعتبر بالغة الأهمية في تقديم فهم وتفسير أعمق لدور لوسائط التواصل الاجتماعي في صناعة الكراهية مما يقدم فهم لظاهرة خطاب الكراهية.

- قائمة المراجع:

أنتونيوس نادر. (2019). خطاب الكراهية والسؤال المؤلم مقاربة فلسفية. مجلة معنى.

آيات محمد سعود، غني عباس علي، وحاجي شاهين مهى. (2021). الجهود الدولية المبذولة للتصدي لخطاب الكراهية ودورها في تعزيز التعايش السلمي. 193. تم الاسترداد من https://doi.org/10.36371/port.2021.3.5

بلوين آن، ويس ريجا، وبرايت جوناثان. (2022). وثيقة عمل معالجة خطاب الكراهية عبر وسائل التواصل الإجتماعي. فرنسا: اليونسكو.

بن عمرة بلقاسم. (مارس , 2023). خطاب الكراهية 2.0 نحو مدخل نظري للفهم. مجلة ألف اللغة والإعلام والمجتمع، 4(2)، 167.

ثناء عباس، وساباك كلود. (2021). الحجاج والمجتمع من أجل حوار بناء وخطاب بلا عنف. عمان الأردن: دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع.

دوللي الصراف. (22 جوان, 2022). خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الإجتماعي سبل المكافحة. أوراق السياسة الأمنية، 7.

عباس ناجي حسن. (2016). الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.

العبد الله مي. (2014). المعجم في المفاهيم الحديثة للاعلام والاتصال. بيروت: دار النهضة العربية.

ليا ليفرو. (2016). وسائل الإعلام الجديدة البديلة والناشطة. (هبة ربيع، المترجمون) القاهرة: المركز القومي للترجمة.

Andr´es, C. P., Natalia Su´ arez, B., Luz Magnolia, T. V., & Harvey Mauricio, H. L. (2021). Internet, social media and online hate speech. Systematic review. Aggression and Violent Behavior, 2. Récupéré sur https://doi.org/10.1016/j.avb.2021.101608

Deacon, D., & James, S. (2014). Mediatization: Key concept or conceptual bandwagon? articl in Media cultur & Society, 106. Récupéré sur https://www.researchgate.net/publication/269445122

flanagin, a. (2018). sicial influence via the internet and the convergence of mass communication and communication between people. human communication reseach, 450-463. doi:10.1111/hcre.12116

friedrick, k. (2017). Explaining the Mediasation Approach. Journal of European Institute for communication and Cultures (Taylor & francis), 103. Récupéré sur http://dx.doi.org/10.1080/13183222.2017.1298556

Hjavard, S. (2017). the Mediatization of Society. Nordicom Review, 110. Récupéré sur 10.1515/nor-2017-0181

Kalina, A., Friedrish, K., Matthias, R., & Caroline, R.-E. (2018). Mediatisierte Gesellschaften Medien komminikation und Sozialwelten im wandel. Die Deutsche Nationl bibliothek, 15.

Knut, L. (2012). Dimension: Catch -All Label or technicol term in Mediatization concept, changes consequneces. Nouvelles Perspectives en Sciences Sociales. DOI: 10.7202/1013062ar

KROTZ, F. (2020). THE Meta-Process of "Mediatization" as a Conceptual fram. Global Media and Communication, 5. Récupéré sur https://www.researchgate.net/publication/240717512

Krotz, f., & Andreas, H. (2013). A concretization of mediatization: How mediatization works and why midiatization worlds are a helpful concept for empirical mediatization reseach. European journal for the Philosophy of communication, 13.

Llinares, F. M. (2016). Taxonomía de la comunicación violenta y el discurso del odio en Internet. Revista de los Estudios de Derecho y Ciencia Política, 344.

Mike s, S., Ana lvanova, Inga Schlichting, & Andreas, S. (2012). Mediatisierung: Medienerfafhrungen und-orientierungen deutscher klimawissenschaftler. springer fachmedien wiesbaden, 235. DOI: 10.1007/978-3-531-94217-9_11

OLIVER, M. B., Jenning, B., & Arthur, A. R. (2020). Media Effects Advances in Theory and Research .

Ponzio, J. (2018). Linguistic violence and the "body to come": The performativity of hate speech in J. Derrida and J. Butler. GRUYTER MOUTON, 07. Récupéré sur https://doi.org/10.1515/sem-2017-0012

Pulgarín˜, S. A., Natalia Su´ arez, -B., Luz Magnolia, T. V., & Harvey Mauricio, H. L. (2021). Internet, social media and online hate speech. Systematic review. Aggression and Violent Behavior.

Seguro, M. (2017-2018). Contemporary Threats to Human Rights in Public Domain on the Internet Facebook case. University of Southern Denmark Danish Institute for Human Rights: European Master in Human Rights and Democracy.

Strippel, C., Paasch, C., & Emmer, M. (2023). Challenges and perspectives of hate speech. Digital Communication Research, 73-84.

VAN, D. (2014). The Culture of Connectivity A Critical HIstory of social Media. OXFORD: Oxford University Press 2013. Récupéré sur https://www.researchgate.net/publication/29848277

Arabic-Romanized references:

Anṭūniyūs Nādir. (2019). Khiṭāb al-karāḥiyya wa-l-su'āl al-mu'lim: muqāraba falsafiyya. Majallat Ma'nā.

Āyāt Muḥammad Sa'ūd, Ghanī 'Abbās 'Alī, wa-Ḥājī Shāhīn Mahā. (2021). al-Juhūd al-dawliyya al-mubdhūla li-l-taṣaddī li-khiṭāb al-karāḥiyya wa-dawruhā fī ta'zīz al-ta'āyush al-salmī. 193. Tam al-istirdād min https://doi.org/10.36371/port.2021.3.5

Bulwīn Ān, Wayis Rijā, wa-Burāyt Jūnāthān. (2022). Wathīqat 'amal mu'ālat khiṭāb al-karāḥiyya 'abr wasā'il al-tawāṣul al-ijtimā'ī. Farunsā: al-Yūnisūkū.

Bin 'Umra Bālqāsim. (Māris, 2023). Khiṭāb al-karāḥiyya 2.0 naḥw madkhal naẓarī li-l-fahm. Majallat Alif al-Lugha wa-l-I'lām wa-l-Mujtama', 4(2), 167.

Thanā' 'Abbās, wa-Sābāk Klūd. (2021). al-Ḥijāj wa-l-mujtama' min ajl ḥiwār bāni' wa-khiṭāb balā 'unf. 'Ammān al-Urdunn: Dār Kunūz al-Ma'rifa li-l-Nashr wa-l-Tawzī'.

Dūllī al-Ṣarāf. (22 Juwān, 2022). Khiṭāb al-karāḥiyya 'abr mawāqi' al-tawāṣul al-ijtimā'ī: subul al-mukāfaḥa. Awrāq al-Siyāsa al-Amniyya, 7.

Abbās Nājī Ḥasan. (2016). al-Wasā'id al-muta'addida fī al-i'lām al-iliktrūnī. 'Ammān: Dār Ṣafā' li-l-Nashr wa-l-Tawzī'.

al-'Abd Allāh Mī. (2014). al-Mu'jam fī al-mafāhīm al-ḥadītha li-l-i'lām wa-l-ittisāl. Bayrūt: Dār al-Nahḍa al-'Arabiyya.

Liyā Lifrū. (2016). Wasā'il al-i'lām al-jadīda al-badīl wa-l-nāshita. (Hibba Rabī', al-mutarjimūn) al-Qāhira: al-Markaz al-Qawmī li-l-Tarjama.