

مواقع التواصل الاجتماعي وصناعة خطاب الكراهية في مصر: دراسة تحليلية لمنشورات عدد من المؤثرين الرقميين على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك

د . أمل إسماعيل عبد الرانق محمود مرزوق

المدرس بقسم الإعلام المسموع والمرئي

المعهد الكندي العالي لتكنولوجيا الإعلام الحديث CIC

ملخص الدراسة:

تأتي هذه الدراسة في سياق التحولات المتسارعة التي فرضتها التكنولوجيا الرقمية، والتي ساهمت في تغيير طبيعة التواصل الاجتماعي، وإعادة تشكيل المشهد الإعلامي والسياسي والثقافي، مما أوجد بيئة خصبة لانتشار خطابات متطرفة ومُعادية، لا سيما في سياقات الخلاف السياسي أو الديني أو الاجتماعي.

حيث تستهدف هذه الدراسة التحليلية تفكيك ظاهرة خطابات الكراهية المنتشرة على منصات التواصل الاجتماعي في مصر، مع التركيز على دور المؤثرين الرقميين في تأجيج، ونشر هذه الظاهرة. حيث تسعى الدراسة إلى فهم الآليات التي يستخدمها هؤلاء المؤثرون من خلال منهجية تحليل المحتوى في تصميم، ونشر خطابات الكراهية، في محاولة لفهم تأثيراتها المُحتملة على المشهد الديني، والاجتماعي، والسياسي، والاقتصادي.



وتشير النتائج إلى أن المؤثرين الرقميين يستخدمون مجموعة واسعة من الأساليب لنشر خطاب الكراهية، بما في ذلك استخدام لغة تحريضية تتسم بالعنف والتجاوز ضد فئات معينة من المجتمع. كما لوحظ استخدامهم لتقنيات متطورة مثل الصور، والفيديوهات التحريضية، إلى جانب توظيف الخطاب الديني والسياسي في استقطاب أكبر عدد ممكن من المتابعين. وتؤكد الدراسة على تورط منصات التواصل الاجتماعي في تسهيل انتشار، وتمرير خطابات الكراهية، وتسلب الضوء على المسؤولية الكبيرة الملقاة على عاتق هذه المنصات -لاسيما المنصة الأشهر على الإطلاق منصة Facebook- في مكافحة هذه الظاهرة، في الوقت ذاته.

وتوصي الدراسة بضرورة تطوير سياسات أكثر صرامة من قبل شركات التواصل الاجتماعي للحد من انتشار خطاب الكراهية، بالإضافة إلى تعزيز الوعي الرقمي لدى المؤثرين، والجمهور، وإدماج التربية الإعلامية الرقمية في المؤسسات التعليمية. كما تدعو إلى مزيد من الدراسات المستمرة لرصد تطورات هذه الظاهرة وأثارها السلبية القائمة بالفعل والمحتملة على المجتمع المصري.

الكلمات المفتاحية: خطاب الكراهية- مواقع التواصل الاجتماعي- المؤثرون الرقميون- فيسبوك



Social Media and the Construction of Hate Speech in Egypt: "An Analytical Study of Posts by a Number of digital Influencers on the Social Media Platform Facebook".

DR.Amal Ismail Abd EL-Razik Mahmoud Mrzouk

Summary:

This study examines the phenomenon of hate speech on social media platforms in Egypt, with a focus on the role of digital influencers in fueling and disseminating this phenomenon. Through a content analysis approach, the study seeks to understand the mechanisms used by these influencers to design and spread hate speech, and its potential impact on the social, political, and cultural landscape.

The findings indicate that digital influencers employ a wide range of tactics to disseminate hate speech, including the use of inflammatory language, violence, and targeting specific segments of society. They also utilize advanced techniques such as provocative images and videos, alongside leveraging religious and political discourse to mobilize a large following.

The study highlights the critical role of social media platforms, particularly Facebook, in facilitating the spread of hate speech and underscores the significant responsibility these platforms bear in combating this phenomenon. It recommends that social media companies develop stricter policies to limit the spread of hate speech, enhance digital awareness among influencers and the public, and integrate media literacy into educational institutions. Furthermore, it calls for continued research to monitor the evolution of this phenomenon and its actual and potential negative impacts on Egyptian society.

The main key words for your study are: Hate Speech -Social Media- Digital Influencers-Egypt-Facebook



المقدمة:

شهدت الفضاءات الرقمية على مدى العقدين الماضيين تحولاً جذرياً في آليات تكوين، وتداول الخطاب العام، لا سيما عبر منصة فيسبوك التي تجاوز عدد مستخدميها قرابة الثلاثة مليارات حول العالم، وما يقارب الـ ٥٠ مليون مستخدم مصري -نشط- شهرياً. وفي خضم هذا الانتشار الواسع، برز دور "المؤثرين" الرقميين كصناع أساسيين للرسائل الإعلامية، قادرين على تشكيل المواقف وتوجيه الانفعالات، سواء كان ذلك بقصد أو بدون قصد، مما يضيف على المحتوى الذي ينشرونه ثقلًا وتأثيراً يفوق ما كان متاحاً عبر وسائل الإعلام التقليدية. بيد أن هذه القوة الاتصالية الكبيرة للمؤثرين تكتنفها مخاطر جمة عندما يُوظَّف الخطاب المُناهض أو التحريضي لأغراض سياسية أو دينية أو اقتصادية. فقد تبين من خلال رصد وتحليل لمحتوى مجموعة من صفحات مؤثرين بارزين في مصر أن خطاب الكراهية لا يقتصر على تأجيج الانقسامات الطائفية أو السياسية فحسب، بل يمتد إلى نشر الشائعات، وإثارة الهلع الاقتصادي والاجتماعي، بل يدعو في بعض الأحيان صراحةً إلى العنف المباشر أو الضغط على أنظمة الحكم عبر تكوين جبهات مُعارضة مُسلحة أو مدنية. وفي ضوء ذلك، يصبح الفهم الدقيق لأساليب هؤلاء المؤثرين، ولغة خطابهم، والقوالب التي يستخدمونها شرطاً أساسياً لتحديد آليات المواجهة والوقاية.

لذا تسعى هذه الدراسة إلى إلقاء ضوء مكثف على آليات إنتاج خطاب الكراهية لدى مجموعة منتقاة من المؤثرين على فيسبوك في مصر، من خلال تحليل معمق لمضمون منشوراتهم واستراتيجية طرحها، وتحديد مستوى التحريض أو التمييز أو الدعوة إلى العنف المُضمّر فيها. كما تسعى إلى استكشاف ملامح ومحددات عدد من المتغيرات المقترنة بهذه الخطابات مثل الطابع السياسي أو الديني للمنشورات، واستخدام الوسوم اللغوية، والقوالب السمعية-بصرية، للوقوف على النقاط التي يمكن من خلالها

تصميم سياسات إعلامية، ورقابية قادرة على تحصين الجمهور—وخاصة شرائح الشباب المصري—ضد الانجراف خلف خطابٍ يستهدف تفتيت النسيج الاجتماعي، وزعزعة الاستقرار، والأمن القومي. بهذا، تسعى هذه الدراسة لتقديم إطاراً منهجياً واستراتيجيات عملية لمناهضة خطاب الكراهية في الفضاء الرقمي، ولتعزيز خطابٍ مُضاد يقوم على قيم الحوار الفعال والتسامح والاحترام المتبادل.

مشكلة البحث :

تُعَدُّ خطابات الكراهية أداةً فعّالةً في نشر ممارسات التمييز استناداً إلى العرق أو الدين أو الجنس أو أي تصنيف آخر، عبر استثارة المشاعر وتوجيهها نحو فئةٍ أو مجموعةٍ بعينها، فتصبح خطاباً تحريضياً يكرّس ثقافة العداة والعنصرية. وتزداد خطورة هذه الخطابات عندما تجد منابر إعلامية—وخاصةً الرقمية—تغذيها وتساعد على تجاوزها للحواجز الجغرافية، والسياسية، والأمنية (مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، ٢٠١٦).

وفي سياقٍ يضجُّ فيه المحتوى الترويجي على صفحات المؤثرين، تتغذى الصراعات الدينية، والعقائدية، والفكرية على نشر التعبيرات الإقصائية والاستقطابات التي تهدف إلى التفريق بين مكونات المجتمع. ومن ثمّ، بات من الضروري دراسة وتحليل هذه الخطابات للوقوف على أبرز سماتها وآثارها التخريبية، وطرح خطابٍ رسميٍّ مضادٍ يرسّخ التوازن المجتمعي ويواجه كافة أشكال التطرف.

وقد أكّد الأمين العام للأمم المتحدة، أنطونيو غوتيريش، في ٢٠٢٣ على أن «مكافحة التعصب تتطلب التصدي لخطاب الكراهية المنتشر على الإنترنت كالنار في الهشيم» (United Nations, 2023)، مما يستدعي وضع استراتيجيات وطنية ودولية تستهدف أولاً منح الأولوية لمناهضة خطاب الكراهية في أجنادات الحكومات والمؤسسات.



أهمية الدراسة :

تتبع أهمية هذه الدراسة من بُعدين رئيسيين، أحدهما نظري والآخر عملي، بما يعكس عمق الإشكالية المطروحة وأثرها المتزايد في السياقين الأكاديمي والمجتمعي.

فعلى **الصعيد النظري**، تسعى الدراسة إلى الإسهام في إثراء الأدبيات العلمية ذات الصلة بخطابات الكراهية على منصات التواصل الاجتماعي ولاسيما العربية منها، نظراً للندرة النسبية الملحوظة في ارتياد هذا الحقل البحثي البالغ الأهمية من قبل الباحثين العرب، وذلك من خلال استكشاف مفهوم وأشكال وصور هذه الخطابات كما يتم تداولها على حسابات عدد من المؤثرين عبر موقع "فيسبوك". وتكمن أهمية التركيز على هذه المنصة تحديداً في كونها تحتل موقع الصدارة من حيث معدلات الاستخدام والشعبية في السياق المصري، والعربي، مما يجعلها منبراً بالغ التأثير في تشكيل الرأي العام. وتوجيه المزاج الجمعي، كما أثبتت دراسات متعددة تناولت العلاقة بين كثافة التعرض لمنصات التواصل الاجتماعي، وحجم التأثير المتولد عنها على المستخدمين. وخاصة في ظل التنامي غير المسبوق والانتشار الملحوظ لصفحات تستهدف تحديداً- تأجيج التوترات ذات البعد الطائفي تارة، والسياسي تارة أخرى.

أما على **الصعيد العملي**، فتتمثل أهمية الدراسة في تقديم قراءة تحليلية مُتعمقة يمكن أن تستفيد منها جهات رسمية معنية بصياغة السياسات العامة والتشريعات التي من شأنها مجابهة هذه الخطابات المُعادية، وكذلك مؤسسات المجتمع المدني، والجهات الفاعلة في إطار المسؤولية الاجتماعية، من أجل تطوير استراتيجيات أكثر فاعلية في رصد ومواجهة خطاب الكراهية الرقمي. كما يُمكن أن تشكل مُخرجات الدراسة أداة إرشادية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية، بما يعزز جهود ضبط الخطاب العام وضمان اتساقه مع قيم التعدد والتسامح.

وتكتسب هذه الجهود أهمية مُضاعفة في ظل تصاعد وتيرة استخدام أدوات رقمية مثل الفيديوهاuts الساخرة، أو "الكوميكس"، أو "الميمز" التي تتخذ من الترفيه وسيلة

لترويج مضامين قد تتضمن تحريضاً أو كراهية موجهة ضد فئات بعينها أو ضد مؤسسات الدولة، ما يستدعي فهماً أعمق لطبيعة هذه الرسائل وتأثيراتها الممتدة على النسيج المجتمعي وقيم التعايش السلمي.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف، وتحليل الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي، وتحديدًا منصة "فيسبوك"، في تشكيل وصناعة خطابات الكراهية، وذلك من خلال تحقيق الأهداف التالية:

١. تأصيل المفهوم العلمي لخطاب الكراهية، من خلال مراجعة الأدبيات والنصوص الأكاديمية التي تناولت المصطلح في سياقاته المختلفة، بهدف تقديم تعريف إجرائي واضح يساعد في فهم الإشكالية موضوع الدراسة.
٢. رصد وتحليل الأشكال المتنوعة لخطابات الكراهية المتداولة عبر حسابات عدد من المؤثرين على موقع فيسبوك، مع التركيز على الأساليب والمضامين المستخدمة في التعبير عن هذه الخطابات.
٣. التعرف على الخصائص البيئية والاجتماعية والتعليمية والمهنية والأمنية لعدد من المؤثرين الرقميين المشاركين في صناعة وترويج محتوى يتسم بالكراهية أو التحريض، وذلك لفهم السياق الشخصي والمؤسسي المحيط بهم.
٤. تحليل المحتوى المنشور على صفحات مؤثرين معروفين بإنتاج محتوى عدائي أو تحريضي ضد أفراد أو جهات أو مؤسسات، ورصد الأنماط السردية واللغوية والمحتوى البصري المستخدم في هذا السياق.
٥. دراسة البنية الخطابية للمحتوى المنتج من قبل هؤلاء المؤثرين، من حيث القضايا المثارة، والأساليب المستخدمة في التوجيه والتأثير، وطبيعة الجمهور المستهدف، بالإضافة إلى تصنيف أشكال خطابات الكراهية (الصريحة أو الضمنية) المتضمنة في هذا المحتوى.



٦. تحليل الدور الذي يلعبه موقع فيسبوك في نشر أو تضخيم خطاب الكراهية والعنف الرمزي أو المجتمعي، من خلال آليات الانتشار، والتفاعل، وتضخيم المحتوى عبر الخوارزميات.
٧. فحص السياسات والضوابط التي يعتمد عليها موقع فيسبوك للحد من انتشار خطاب الكراهية، ومدى فعاليتها في التمييز بين المحتوى الذي يندرج ضمن حرية التعبير، وذلك الذي يُصنّف تحريضاً أو كراهية أو عنفاً.
٨. الخروج بنتائج وتوصيات علمية تساهم في دعم جهود الدولة ومؤسساتها الرسمية، والمدنية في مكافحة التطرف وخطابات الكراهية، وتعزيز قيم التعددية وقبول الآخر والتماسك الاجتماعي، بما يخدم استراتيجية الأمن الفكري والمجتمعي.

تساؤلات الدراسة:

أولاً التساؤلات الرئيسية:

- ما أبرز سمات وملامح خطاب الكراهية المتداول في المجتمع المصري عبر صفحات موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك؟
- ما طبيعة دور المؤثرين على موقع فيسبوك في إنتاج وترويج خطاب الكراهية في مصر، وكيف يمكن مواجهة هذا الدور ضمن آليات مقاومة هذا الخطاب لصناعة خطاب مضاد؟

ثانياً: التساؤلات الفرعية:

١. ما الاتجاهات الفكرية التي عمدت المنشورات لتداولها بالعرض والتفنيد من قبل المؤثرين عبر محتواهم؟
٢. ما السمات اللغوية والمضمونية التي يتسم بها خطاب الكراهية في منشورات المؤثرين على فيسبوك؟

٣. ما الفئات المستهدفة بخطابات الكراهية الصادرة عن بعض المؤثرين على فيسبوك (دينيًا، طائفيًا، سياسيًا، جغرافيًا... إلخ)؟
٤. ما الأطر والأساليب الإعلامية التي يعتمد عليها المؤثرون في تمرير خطاب الكراهية ضمن محتوَاهم المنشور على فيسبوك؟
٥. ما الأهداف المُعلنة وغير المُعلنة للقائم بالاتصال (صناع المحتوى) من وراء إعداد هذا الخطاب على ذلك النحو؟

الدراسات السابقة:

١- تناولت دراسة Dreißigacker وزملاؤه (٢٠٢٤م) مسألة تأثير التعرض لخطاب الكراهية عبر الإنترنت على مشاعر الأمان لدى الضحايا، في محاولة لسد فجوة معرفية ملحوظة في الأدبيات السابقة التي غالبًا ما ركزت على الأعراض النفسية العامة مثل القلق والاكتئاب، مع إغفال البُعد المرتبط بمشاعر الأمان الشخصي، والاجتماعي في الواقع اليوم.

اعتمدت الدراسة على نظرية الحياد ونموذج "تحطم التصورات الأساسية" للأمان (Neutralization Theory)، لتفسير الكيفية التي يؤدي بها خطاب الكراهية الرقمي إلى خلخلة الإحساس بالثقة والاستقرار لدى الأفراد. وقد مثلت الدراسة مساهمة نوعية في هذا المجال من خلال مراجعة شاملة للأدبيات، مع تأكيدها على الحاجة إلى إجراء دراسات تجريبية معمقة تربط بين التعرض للخطاب العنيف والتداعيات الواقعية على الأمن النفسي والمجتمعي. إلا أن الدراسة شابها بعض أوجه القصور، أبرزها غياب بيانات ميدانية مباشرة، وضعف التمييز بين أنواع الضحايا أو أشكال خطاب الكراهية (ديني، عرقي، سياسي... إلخ)، ما يحدّ جزئيًا من تعميم نتائجها.

وتُعد هذه الدراسة ذات أهمية خاصة في السياق العربي والمصري، حيث تزداد الحاجة لفهم أثر خطابات التحريض الرقمية التي يُنتجها المؤثرون على مواقع التواصل الاجتماعي - ومنها فيسبوك - على البنية النفسية والاجتماعية للمجتمع، خصوصاً



في ظل هشاشة الأطر القانونية والمجتمعية لمواجهة خطاب الكراهية في الفضاء الرقمي. (Dreißigacker et al., 2024)

٢- سعت دراسة شميس (٢٠٢٣م) إلى تحليل الأساليب الدعائية في حملات التسويق السياسي عبر الإنترنت من خلال دراسة تطبيقية لحملة "قصة رابعة" في الذكرى السنوية لفض اعتصام رابعة العدوية، وذلك بهدف فهم علاقة هذه الأساليب بإدارة المزاج العام عبر وسائل الإعلام الرقمي. استخدمت الدراسة منهجي تحليل المضمون والتحليل السيميولوجي للمحتوى الرقمي المتداول، إلى جانب استطلاع رأي لعينة من الجمهور، ما أتاح مزجاً بين المنهجين الكمي والنوعي في تناول الظاهرة. وتوصلت الدراسة إلى أن الحملة وظفت أدوات دعائية ذات حمولة رمزية وعاطفية عالية – من قبيل استخدام مصطلحات مثل "المذبحة"، والاعتماد على شهادات حية، وصور مؤثرة، ووسوم موجهة – ما ساهم في إثارة التعاطف وتكريس خطاب المظلومية، في إطار واع بأثر الإعلام الرقمي على تشكيل المزاج العام. وتؤكد نتائج هذه الدراسة على القدرة التفاعلية للتسويق السياسي الرقمي في إنتاج معانٍ جماعية وتحريك الوعي الجمعي، لا سيما في القضايا الجدلية ذات البعد السياسي والديني. ورغم القيمة التحليلية التي تقدمها الدراسة، فقد أشار الباحث إلى محدودية في قياس التأثير الفعلي للحملة على الجمهور، فضلاً عن غياب تحليل معمق لطبيعة التفاعل الجماهيري ومضامينه، كما لوحظ احتمال وجود تحيز لغوي أو وصفي في تقييم بعض عناصر الخطاب.

وتبرز أهمية هذه الدراسة في كونها تمثل مدخلاً لفهم العلاقة بين خطاب التأثير الرقمي والمزاج المجتمعي في الفضاء الإلكتروني، وهو ما يتقاطع مع أهداف البحث الحالي في تحليل خطابات الكراهية التي يبيثها بعض المؤثرين عبر منصات مثل فيسبوك، ودورها في إثارة الانقسام المجتمعي أو التحريض على العنف.

٣- وفي دراسة بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية وسبل مكافحتها" والتي تناولت خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

وتأثيره على القيم الدينية والثقافية والاجتماعية، مع التركيز على الدور الذي تلعبه المعاهدات الدولية والمنظمات مثل اليونسكو في مكافحته. واستخدمت الدراسة تحليلاً يركز على رصد سلوك المستخدمين وتأثير استخدامهم لمواقع التواصل على تعرضهم للمعلومات وخطابات الكراهية. وقد توصلت الدراسة إلى أن الاستخدام المكثف لمواقع التواصل يترتب عليه تأثيرات سلبية منها التطرف، وضعف التماسك الاجتماعي، كما أبرزت أهمية مؤسسات الدولة والمجتمع المدني في نشر ثقافة الاحترام ومكافحة خطاب الكراهية. وعلى الرغم من شمولية الدراسة في تناول الأبعاد القانونية والاجتماعية، إلا أنها تفتقر إلى تحليل أعمق لآليات تأثير خطاب الكراهية على السلوك الفردي والجماعي، كما أن الدراسة لم توضح مدى فعالية البرامج والمبادرات المقترحة لمكافحة الخطاب، مما يترك فجوة في تقييم التدخلات العملية). (سعداوي، ٢٠٢٣م)

٤- تناولت دراسة سالم (٢٠٢٢م) تأثير استهلاك الأخبار عبر صفحات المؤثرين على فيسبوك على إدراك التهديد، والتوجهات السياسية المحافظة خلال جائحة كوفيد-١٩، من خلال مقارنة بين ثلاث دول: الولايات المتحدة، إسبانيا، ومصر.

تتميز الدراسة بمنهجية مقارنة عميقة تجمع بين تحليل المحتوى وسلوك المستخدمين عبر منصات التواصل الاجتماعي، ما يضيف بعداً هاماً لفهم كيفية تأثير وسائل الإعلام الرقمية على تصورات الجمهور وسلوكهم السياسي في أوقات الأزمات. من نقاط القوة في الدراسة شمولية العينة، وتنوعها الجغرافي، مما يسمح بتعميم النتائج عبر سياقات ثقافية، وسياسية مختلفة. كما تسلط الضوء على دور المؤثرين كوسطاء في تشكيل المواقف السياسية، وهو جانب لا تحظى به الدراسات التقليدية باهتمام كافٍ. مع ذلك، هناك بعض الملاحظات النقدية التي تستحق الإشارة إليها. أولاً، رغم التركيز على استهلاك الأخبار عبر صفحات المؤثرين، لم تقدم الدراسة تحليلاً معمقاً لدوافع المتابعين لاختيار هؤلاء المؤثرين، مما قد يفسر بدرجة أكبر التباينات في التوجهات السياسية.



ثانيًا: ركز البحث على التوجه السياسي المحافظ فقط، دون استكشاف تأثير الأخبار على الاتجاهات الليبرالية أو غيرها، ما قد يحد من فهم التغيرات السياسية الشاملة خلال الأزمة. أخيرًا، تُعد الدراسة حديثة، لكنها تعتمد على بيانات جُمعت في فترة زمنية محددة من بداية الجائحة، مما يطرح تساؤلات حول استمرارية هذه التأثيرات أو تغييرها مع مرور الوقت.

في المجمل، تسهم الدراسة بشكل مهم في رصد العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والسلوك السياسي في أوقات الأزمات، مع توصية بضرورة توسيع البحوث المستقبلية لتشمل أبعادًا أوسع للسلوك السياسي وتأثيرات المؤثرين على تنوع أوسع من الجماهير.

٥- وتطرق دراسة (سكين) لرصد المهددات غير التقليدية للأمن: خطاب الكراهية نموذجًا. حيث تناولت الدراسة خطاب الكراهية من منظور حقوقي، مركزة على التوازن الدقيق بين حرية التعبير كحق إنساني أساسي وضرورة الحد من خطاب الكراهية لحماية المجتمع، والديمقراطية. تميزت الدراسة بتقسيمها المنهجي إلى ثلاثة محاور رئيسية: الأول يعالج التعريف الغامض والمثير للجدل لخطاب الكراهية، مما يعكس الصعوبة في وضع إطار قانوني موحد له. المحور الثاني استعرض تيارين متضادين حول مدى السماح بخطاب الكراهية وعلاقته بإشكالية الديمقراطية، حيث يبرز أحدهما أهمية حرية النقاش كركيزة ديمقراطية، بينما يسلط الآخر الضوء على ضرورة فرض قيود قانونية لحماية الأفراد من الأذى الناتج عن هذا الخطاب. أما المحور الثالث فقدم استراتيجيات متعددة لمواجهة خطاب الكراهية عبر مجالات متعددة، مع التأكيد على أن التصدي الفعال مرتبط بتحقيق نضج ديمقراطي حقيقي يتم فيه احترام حرية التعبير دون التحريض على الكراهية. وقد ألفت الدراسة الضوء على التحديات المعاصرة في صياغة سياسات توازن بين الحريات والحقوق الاجتماعية، لكنها تفقر إلى دعمها بتحليل تجريبي أو بيانات ميدانية، مما قد يحد من تطبيق توصياتها في الواقع.

العملي. كذلك، تبرز الحاجة إلى مزيد من التعمق في آليات الرقابة والتوعية الإعلامية لضمان تحقيق أهداف مكافحة خطاب الكراهية دون الإضرار بحرية التعبير. (سكين، ٢٠٢١م)

٥- وفي دراسة للباحثة (سليمان، ٢٠٢١م) بعنوان "دور الإعلام الجديد في نشر ثقافة التسامح، وقبول الآخر" والتي تناولت دور المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي (مثل فيسبوك وتويتر) في التأثير على الرأي العام المصري تجاه قضايا الفتنة الطائفية، والتسامح. حيث ركزت الدراسة على أهمية ما يسمى بـ "المؤثرين الصغار" أو "المؤثرين الجزيئين"، مشبهة إياهم بعقد مركزية في الشبكات الاجتماعية قادرة على الربط والتأثير بفعالية تفوق أحياناً تأثير المشاهير، خاصة في القضايا الجدلية. وتعد الدراسة ذات قيمة نظرية وتطبيقية، إذ تقدم رؤية جديدة عن ديناميكيات التأثير الرقمي خارج الأطر التقليدية. إلا أن الدراسة أغفلت تحليل دور الخوارزميات، والمنصات في تشكيل هذا التأثير، كما لم تناقش بعمق التحديات المتعلقة باستخدام المؤثرين كأدوات للخطاب الرسمي. ومع ذلك، تسهم الدراسة في إبراز الإمكانيات الإيجابية للإعلام الجديد في تعزيز التسامح المجتمعي، وتفتح آفاقاً لدراسات مستقبلية حول توظيف الفاعلين الرقميين في صناعة خطاب اجتماعي منفتح.

٦- تناولت الدراسة بالنقد والتحليل قانون مكافحة التمييز والكراهية الإماراتي، مع التركيز على جريمة إثارة خطاب الكراهية والجرائم المرتبطة بها، حيث يُلاحظ أن قانون مكافحة "التمييز والكراهية" في الإمارات يتبنى تعريفاً واسعاً لخطاب الكراهية مقارنة بتشريعات أخرى (عبدالله، ٢٠٢١م). حيث استهدفت الدراسة تقييم فعالية النصوص القانونية في التصدي لهذه الجرائم. أشارت النتائج إلى أن التشريع الإماراتي يتميز باتساع نطاق التجريم وشمولية تعريف خطاب الكراهية مقارنة بتشريعات دولية أخرى كالأمريكي والإنجليزي، إلا أنه يفتقر إلى النص على تشديد العقوبات عند ارتكاب الجرائم بدافع الكراهية. وقد سلطت الدراسة الضوء على نقاط القوة في القانون الإماراتي من حيث شمولية الحماية، ما يعكس وعياً تشريعياً بخطورة خطاب الكراهية.



ومع ذلك، يلاحظ محدودية المعالجة الواقعية لآليات التطبيق القضائي، فضلاً عن غياب بعد حقوق الإنسان في التوازن بين حماية المجتمع وحرية التعبير، ما قد يفتح مجالاً للتأويل والتوسع في التجريم.

٧- تشير دراسة أبو ظريس (٢٠٢٠م) إلى الدور المحوري الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية وتعزيزه لمظاهر العنف في المجتمع الأردني، حيث تعتمد الدراسة على منهج وصفي، ومسح اجتماعي استطلعت من خلاله آراء العاملين في وحدة مكافحة الجرائم الإلكترونية. يبرز البحث أهمية وسائل التواصل الاجتماعي كمنصات حيوية تتداخل فيها التفاعلات الاجتماعية والسياسية، ما يجعلها بيئة خصبة لبث خطاب كراهية يرتبط بعوامل اجتماعية وثقافية مثل التنشئة على "العصبية والتميز". ومع أن الدراسة تقدم إسهاماً مهماً في فهم العلاقة السببية بين خطاب الكراهية وانتشار العنف، إلا أن اعتمادها بشكل رئيسي على آراء العاملين في مجال مكافحة الجرائم قد يحد من شمولية النتائج، إذ يغيب عنها منظور المستخدمين أنفسهم أو تحليل المحتوى المنشور على هذه المواقع بشكل مباشر. كذلك، يفتقر البحث إلى دراسة معمقة للآليات التي تستخدمها هذه المنصات في تمكين أو تقييد الخطاب، وهو ما يمثل جانباً مهماً لفهم أوسع. بالإضافة إلى ذلك، يُلاحظ أن الدراسة لم تستكشف بشكل كافٍ الفروقات النوعية بين فئات المستخدمين، بالرغم من الإشارة إلى أن الذكور في عمر ٣٣ عاماً وحاملي البكالوريوس هم الأكثر تأثراً، إلا أن هناك حاجة لتفصيل أسباب هذه الفروقات وتأثيرها على طبيعة الخطاب وأشكاله.

إجمالاً لما سبق تبرز الدراسة أهمية مواجهة خطاب الكراهية على منصات التواصل الاجتماعي كجزء من استراتيجية مكافحة العنف الاجتماعي، وتسلب الضوء على دور التنشئة الاجتماعية كعامل معزز، ما يجعلها مرجعاً قيماً للدراسات المستقبلية التي تسعى إلى تطوير سياسات فعالة للتصدي لهذه الظاهرة في المجتمعات المماثلة.

٨- في دراسة "محددات وعي الشباب المصري بمفهوم خطاب الكراهية واستراتيجياته بوسائل الإعلام الرقمية: دراسة ميدانية" (عبدالرازق، ٢٠٢٠م) على عينة من الشباب الجامعي.

اعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لتفسير مدى إدراك الشباب لدور هذه الوسائل في مواجهة خطاب الكراهية، وركزت على تصنيف الخطابات وكيفية مكافحتها في الفضاء الرقمي، لا سيما عبر شبكات التواصل الاجتماعي. وقد ركزت الدراسة على تسليط الضوء على نقص الوعي الكافي لدى الشباب الجامعي بمفهوم خطاب "الكراهية وأبعاده"، مما يشير إلى قصور في المناهج التعليمية والإعلامية في بناء وعي مجتمعي حول هذه القضية الحساسة. كما أبرزت الدراسة رفض غالبية المشاركين لخطاب الكراهية على منصات التواصل الاجتماعي، وضرورة حظره، رغم التوتر الحاصل بين حرية التعبير، وفرض القيود على الخطاب التحريضي. من جهة أخرى، كشفت الدراسة عن اعتماد الشباب على مصادر محدودة وذات توجه ديني في متابعة مكافحة خطاب الكراهية، مما يطرح تساؤلات حول تنوع المصادر، وتأثيرها على الوعي الجمعي. ويمكن اعتبار هذه الدراسة إضافة قيمة للمجال الإعلامي والاجتماعي لما قدمه من بيانات ميدانية حديثة حول وعي الشباب المصري، إلا أن الدراسة تبقى محدودة في نطاق العينة (الشباب الجامعي فقط) ومن حيث التنوع في متابعة المصادر، ما يستدعي إجراء دراسات أوسع تشمل فئات عمرية ومجتمعية متنوعة. كما أن اعتمادها على الاستبيانات وحدها دون استخدام أدوات نوعية قد يحد من فهم العمق النفسي والاجتماعي للموضوع. بالتالي، تفتح الدراسة آفاقاً مهمة للبحث المستقبلي في مجال تعزيز الوعي الإعلامي وتنويع استراتيجيات مكافحة خطاب الكراهية بما يتناسب مع خصوصيات الشباب ووسائل تواصلهم.

٩- تناول عبد ربه (٢٠١٩) أثر خطاب الكراهية على السلم والأمن الدوليين من منظور قانوني وحقوق، مع التركيز على التداخل بين التشريعات التي تجرم خطاب الكراهية والدين الإسلامي، محاولاً التمييز بين خطاب الكراهية وحرية التعبير. تميزت الدراسة



بعمق التحليل القانوني الذي يربط بين المعايير الدولية لحقوق الإنسان، مثل العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية، والاتفاقيات الدولية لمكافحة التمييز، وبين واقع تطبيق هذه القوانين في مواجهة خطاب الكراهية. من أبرز نقاط القوة في الدراسة هو تأكيدها على ضرورة احترام الحدود الفاصلة بين حرية التعبير وخطاب الكراهية، مما يعكس فهماً متوازناً لدور القانون في حماية الأفراد والمجتمعات من التحريض على العنف والتمييز دون المساس بالحريات الأساسية.

ومع ذلك، يمكن ملاحظة أن الدراسة تركز بشكل كبير على الجانب القانوني، وقد تستفيد من تعزيز المناقشة بأبعاد اجتماعية وسياسية أوسع، خاصة فيما يتعلق بكيفية تأثير خطاب الكراهية على النسيج الاجتماعي، والاستقرار السياسي. كما أن الدراسة تشير إلى أن التحريض يمثل تحدياً عالمياً في إدارة التعددية وتعزيز التماسك الاجتماعي، وهو ما يفتح أفقاً مهمة لمزيد من البحث في آليات مواجهة هذا الخطاب عبر السياسات الثقافية والتعليمية إلى جانب الإطار القانوني. بالتالي، يقدم بحث عبد ربه إسهاماً مهماً في توضيح العلاقة بين خطاب الكراهية وحقوق الإنسان على المستوى الدولي، مع دعوة ضمنية لتعزيز القوانين التي تحمي السلم والأمن دون المساس بحقوق التعبير، مما يجعله مرجعاً هاماً لأي دراسة تسعى لفهم الجوانب القانونية لخطاب الكراهية وأثره على الأمن الدولي.

١٠- قدّم سيلفا وزملاؤه (٢٠١٩م) دراسة رائدة من خلال استكشافهم لمنصة Gab، وهي واحدة من البدائل الرقمية التي احتضنت خطاب الكراهية بعد تضيق الخناق عليه في المنصات التقليدية مثل تويتر وفيسبوك. ركزت الدراسة على تحليل مضمون "gabs" (الرسائل القصيرة المنشورة على المنصة) داخل السياقين الكندي والأسترالي، من أجل تتبّع الأنماط الأيديولوجية وانتشار خطاب الكراهية لدى جماعات اليمين المتطرف في الفضاء الرقمي البديل.

نقاط القوة: موضوع الدراسة مبتكر ومهم؛ إذ تركز على منصات جديدة تُعد أقل شهرة، لكنها تمثل بيئة خصبة لخطاب الكراهية، وهو ما يجعل من الدراسة إضافة نوعية للأدبيات التي طالما انحصرت في تويتر، وفيسبوك. كما اعتمد الباحثون على مقارنة تحليلية نقدية تركز على مضمون الخطابات المنشورة فعلياً، ما يمنح الدراسة موثوقية ميدانية ويُظهر التباين بين المنصات. ومن أهم إسهامات الدراسة أنها كشفت عن ديناميكيات الانتقال والتعبئة بين المنصات، ومدى سرعة توطين وانتشار خطاب الكراهية في بيئات بديلة، الأمر الذي له تداعيات أمنية وقانونية.

نقاط الضعف والملاحظات المنهجية: التركيز الجغرافي المحدود على كندا وأستراليا يقلل من إمكانية تعميم النتائج، لا سيما أن Gab لها جمهور عالمي الطابع. كما لم تقدم الدراسة تحليلاً كافياً للأثر التفاعلي بين المستخدمين والمنصة، أي كيف تسهم البنية التكنولوجية في تعزيز التطرف أو مواجهته. أيضاً يفتقر البحث إلى منظور المستخدمين أنفسهم (تحليل كيف ولماذا يلجؤون لهذه المنصات)، مما كان من الممكن أن يعزز الفهم السوسيولوجي للدوافع النفسية والاجتماعية وراء استخدام هذه المنصات لنشر خطاب الكراهية.

تبرز الدراسة أهمية تتبع التحولات في بيئات التواصل الرقمية، ومدى خطورة البيانات البديلة في تعزيز خطاب الكراهية، خاصة في ظل انسحاب التنظيمات اليمينية من المنصات التقليدية. كما تؤكد على ضرورة تطوير سياسات استباقية للرصد والتحليل في المساحات الجديدة التي تفتقر للرقابة.

١١- قدّم الرحامنة (٢٠١٨) دراسة ميدانية تناول فيها خطاب الكراهية على شبكة الفيس بوك في السياق الأردني، من خلال رصد المفاهيم والأشكال المتداولة لهذا الخطاب وتحليل آثاره المجتمعية والقيمية. اعتمد الباحث على المنهج الوصفي، مستخدماً أداة الاستبانة، ما وقر له بيانات كمية عن إدراك أفراد العينة لطبيعة الخطاب وتأثيره. تميزت الدراسة بتركيزها على السياق المحلي الأردني، ما يثري الأدبيات العربية حول



خطاب الكراهية في مواقع التواصل الاجتماعي، خصوصاً أنها تناولت مكونات الهوية المجتمعية (الدين، الثقافة، القيم) وتأثرها بالمحتوى المنتشر عبر فيسبوك. كما بيّنت الدراسة أن مستوى وعي المستخدم وتعليمه يلعب دوراً محورياً في تحديد تفاعله مع خطاب الكراهية.

ومع ذلك، يلاحظ على الدراسة عدد من المحددات:

- ١- أن حجم العينة كان محدوداً (١١١ مفردة فقط) ولا يكفي لتمثيل المجتمع الأردني على تنوعه.
 - ٢- لم تتناول الدراسة تحليلًا نوعيًا لمحتوى المنشورات ذات الطابع الكراهيوي، وهو ما يحدّ من تعمقها في فهم آليات إنتاج وانتشار هذا الخطاب.
 - ٣- ركزت الدراسة على الفيسبوك فقط، دون النظر في المنصات الأخرى التي قد تحمل أنماطاً مختلفة من الخطابات الكراهية (مثل تويتر أو تيك توك).
 - ٤- أظهرت نتائج الدراسة أهمية التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية في الحد من آثار خطاب الكراهية، وتكشف عن الحاجة إلى سياسات وطنية وتشريعية أكثر فعالية في تنظيم المحتوى الرقمي الضار.
- ١٢- قدّم سحاري ونبيح (٢٠١٧م) دراسة وصفية مهمّة حول نقشي خطاب الكراهية في الفضاء الرقمي الجزائري، لا سيّما عبر موقع "فيسبوك"، وحاولا من خلالها تفكيك هذا الخطاب وفهم سياقاته السياسية والاجتماعية. اتسمت الدراسة بتركيزها على تحليل نماذج واقعية لصفحات التواصل الاجتماعي، ما يعزز من القيمة التطبيقية للنتائج. وقد كشفت الدراسة عن أن النسبة العظمى من خطابات الكراهية تصدر من مصادر مجهولة الهوية (بنسبة ٩٥.٩%)، وهو ما يطرح إشكالاً بحثياً وأمنياً في تتبع ومساءلة الجهات المحرّضة.

تميزت الدراسة برصدها لخطاب الكراهية الموجّه نحو الشخصيات السياسية، مما يعكس العلاقة الجدلية بين الاستقطاب السياسي والإعلام الرقمي، ويفتح المجال لتحليل مضامين الكراهية باعتبارها أدوات للصراع السياسي والاجتماعي. ورغم أهمية النتائج، فإن الدراسة اقتصرت على **المنهج الوصفي** دون التوسّع في التحليل الكيفي أو النظري، كما أنها لم تربط نتائجها بشكل كافٍ بإطار نظري محدد يفسّر الآليات الاتصالية أو النفسية التي تسهم في إنتاج وترويج خطاب الكراهية. إضافة إلى ذلك، لم تتناول الدراسة بوضوح دور الدولة أو المجتمع المدني في مواجهة هذه الظاهرة. ومع ذلك، تمثل الدراسة إسهاماً مهماً في الأدبيات العربية حول خطاب الكراهية الرقمي، خاصة في السياق المغربي، وتوفّر أرضية مناسبة لدراسات لاحقة تستخدم أدوات تحليل نوعي أعمق أو مقاربات نقدية متعددة التخصصات.

١٣- تناولت دراسة مأمون طريبه (٢٠١٧م) خطاب الكراهية في الإعلام اللبناني من خلال تحليل الاتجاهات التعصبية بين الرفض المعلن والمضمر، مع التركيز على الأبعاد السوسيولوجية للأعلام وتأثيرها على المواقف النفسية والاجتماعية لدى الجمهور. يميز البحث العلاقة المعقدة بين مضمون الإعلام وتقنيات بثه، ومدى تأثير ذلك على المتلقي بناءً على استعداده النفسي والاجتماعي.

تقدم الدراسة رؤية نقدية مهمة حول تسييس المؤسسات الدينية اللبنانية، وكيف أدى هذا التسييس إلى فقدان المصداقية الدينية وتراجع الخطاب المعتدل داخل المجتمع، مما خلق فراغاً دينياً سمح بترسيخ خطاب كراهية طائفي متزايد. كما تشير الدراسة إلى الفشل في تحقيق الوحدة الوطنية بسبب إخفاقات اقتصادية وتعليمية وثقافية، الأمر الذي دفع الأفراد إلى الانسحاب الاجتماعي، وتبني اللامبالاة تجاه القضايا العامة.

من الجدير بالذكر أن الدراسة تسلط الضوء على الديناميكية الإعلامية الطائفية التي تتصاعد كنوع من رد الفعل الدفاعي تجاه الخطابات المنافسة، مما يعزز الاستقطاب الاجتماعي ويؤدي إلى تعميق الانقسامات بين الطوائف اللبنانية. تعكس هذه النتائج أهمية



مراجعة الأدوار التي يلعبها الإعلام والمؤسسات الدينية والسياسية في تشكيل خطاب الكراهية، وكيف يمكن توجيهها نحو تعزيز التعايش والتسامح بدلاً من التفرقة والانقسام. ورغم قوة التحليل السوسيولوجي، يمكن انتقاد الدراسة من حيث محدودية التركيز على وسائل الإعلام الجديدة الرقمية وتأثيرها المتزايد مقارنة بالإعلام التقليدي، مما قد يشكل محوراً مهماً لدراسات مستقبلية. كذلك، لم تستعرض الدراسة بشكل كافٍ آليات مواجهة خطاب الكراهية وكيفية بناء خطاب إعلامي يعزز الهوية الوطنية الجامعة.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

تكشف الدراسات السابقة عن تنوع زوايا التناول لخطاب الكراهية عبر المنصات الرقمية، وهو ما يمنح الدراسة الحالية أساساً معرفياً متيناً ومنهجيات متعددة يمكن البناء عليها. فقد أتاحَت دراسات مثل Dreißigacker وآخرين (٢٠٢٤) وعبدالرزاق (٢٠٢٠م) وعبدربه (٢٠١٩م) توسيع الإطار النظري المتعلق بتأثير خطاب الكراهية على الأمن النفسي والمجتمعي، كما سلّطت الضوء على العلاقة المعقدة بين الحريات وتهديدات الكراهية في السياق القانوني والحقوق. وتظهر أهمية دراسات مثل شمس (٢٠٢٣م) وسليمان (٢٠٢١م) وسالم (٢٠٢٢م) في إبراز دور المؤثرين الرقميين في تشكيل الوعي الجمعي والتأثير في المزاج المجتمعي، مما يعزز من قدرة البحث الحالي على تحليل الدور الاتصالي للمؤثرين عبر فيسبوك. كما تبين دراسات مثل سكين (٢٠٢١م) وسعداوي (٢٠٢٣م) أهمية البعد المؤسسي والدولي في مواجهة خطاب الكراهية، وهو ما يساهم في وضع البحث ضمن إطار شمولي يجمع بين الأبعاد الفردية، التقنية، القانونية والمؤسسية. إضافة إلى ذلك، قدّمت بعض الدراسات بيانات ميدانية نوعية وكمية (مثل الرحامنة، ٢٠١٨م) وأبو ظريس، (٢٠٢٠م)، ما يساعد في المقارنة وتحديد الفجوات التي تسعى الدراسة الحالية لسدّها، خصوصاً ما يتعلق بالسياق المصري المعاصر، ودور المؤثرين الرقميين في صناعة أو مقاومة الكراهية عبر منصات مثل فيسبوك.

الإطار النظري للدراسة:

أولاً: نموذج الهوية الاجتماعية الخماسية لتطور الكراهية الجماعية:

A five step social identity model of development of collective hate

يتطلب فهم نشوء وتصاعد الكراهية الجماعية داخل المجموعات الاجتماعية منهجاً نظرياً دقيقاً يلتقط المحركات النفسية والاجتماعية التي تكمن وراء العداء بين الجماعات. يقدم نموذج الهوية الاجتماعية الخماسية (FSM) إطاراً شاملاً يوضح كيف تتطور الكراهية الجماعية بشكل تدريجي عبر مراحل نفسية واجتماعية مميزة مستندة إلى نظرية الهوية الاجتماعية. ويفترض النموذج أن الكراهية الجماعية تتطور عبر الخطوات الخمس الرئيسية التالية:

الخطوة الأولى: تصنيف الجماعات: حيث يحدد الأفراد انتماءهم لأنفسهم وللآخرين ضمن مجموعات اجتماعية متميزة.

الخطوة الثانية: التعريف الاجتماعي: الذي يتضمن زيادة الارتباط والاستثمار العاطفي في هوية المجموعة.

الخطوة الثالثة: المقارنة الاجتماعية: حيث تقيم المجموعة نفسها بالمقارنة مع الجماعات الخارجية ذات الصلة، مع التركيز غالباً على التهديدات أو الظلم المتصور.

الخطوة الرابعة: تكوين الكراهية الجماعية: والتي تتميز بظهور مواقف معادية وعدائية تجاه الجماعة الأخرى.

الخطوة الخامسة: الأفعال الدافعة بالكراهية: والتي تشمل التمييز والاعتداء أو العنف الجماعي الموجه ضد الجماعة الأخرى (Reicher, 2021; Moghaddam, 2022).

ويكتسب هذا النموذج أهمية خاصة في دراسات الإعلام، لا سيما في سياق منصات التواصل الاجتماعي التي تتيح سرعة انتشار وتعزيز هويات المجموعات، مما يسرع كل مرحلة من مراحل تطور الكراهية. تتيح بيانات التواصل الاجتماعي تضخيم سرديات المجموعة، مما يزيد من التوترات بين الجماعات ويسهم في تكوين غرف



صدى تعزز الكراهية الجماعية (Smith & Ahmed, 2023). علاوة على ذلك، يقلل التواصل الرقمي من المساءلة، مما يسمح بازدهار الخطابات المحرصة على الكراهية وتحويلها إلى أفعال خارجية (Lee et al., 2023).

يساعد تطبيق نموذج الهوية الاجتماعية الخماسية في بحوث الإعلام على تعميق الفهم للآليات التي من خلالها يسهم المؤثرون عبر وسائل التواصل الاجتماعي والمجتمعات الرقمية في تنمية وانتشار خطاب الكراهية. كما يدعم تصميم تدخلات موجهة تهدف إلى كسر هذه الدورة من خلال تعزيز الحوار بين الجماعات وتقليل التهديدات المتصورة (Johnson & Karim, 2024).

في الختام، يوفر نموذج الهوية الاجتماعية الخماسية عدسة نظرية لا تقدر بثمن لتحليل أصول ومسارات الكراهية الجماعية في فضاءات الاتصال الرقمي المعاصرة، مؤكداً على ضرورة تبني مهارات الإعلام الاستراتيجية واتخاذ سياسات مناسبة لمواجهتها.

نظرية إدارة المزاج العام Mood Management Theory

تفترض نظرية إدارة المزاج أن الأفراد يختارون المحتوى الإعلامي بشكل نشط لتنظيم حالاتهم العاطفية، بهدف تعزيز المزاج الإيجابي والتخفيف من الحالات السلبية (Zillmann, 1983; Nabi & Krcmar, 2021).. وتشير هذه النظرية إلى أن استهلاك الإعلام يُوجه بناءً على الحاجات النفسية للحفاظ على توازن المزاج (Nabi & Krcmar, 2021). في عصر الرقمنة، يصبح فهم نظرية إدارة المزاج أمراً حيوياً لتفسير كيفية وسبب تفاعل المستخدمين مع المحتوى العاطفي المكثف، مثل خطاب الكراهية على منصات التواصل الاجتماعي.

تشير الدراسات الحديثة إلى أن التعرض لخطاب الكراهية يثير ردود فعل عاطفية معقدة تؤثر في سلوكيات استهلاك الأفراد للإعلام كجزء من استراتيجيات إدارة المزاج لديهم (Papakyriakopoulos et al., 2020). فعلى سبيل المثال، قد يتجنب المستخدمون الذين يعانون من مشاعر سلبية المحتوى الكريه لحماية صحتهم النفسية،

بينما قد يبحث آخرون ذوو الميل العدائية عن هذا المحتوى لتعزيز مشاعرهم أو تأكيد هوياتهم الجماعية (Eisend, 2020).

علاوة على ذلك، تلعب منصات التواصل الاجتماعي دوراً مركباً كهيئة عاطفية معرفية، حيث تتيح لمستخدميها إمكانية التعرض الانتقائي للمحتوى، مما يمكنهم من تصفية المحتوى بما يتوافق مع حالاتهم المزاجية ومعتقداتهم (Weaver et al., 2022). وهذا قد يؤدي إلى تكوين "غرف صدى" تعزز خطاب الكراهية، حيث يفضل الأفراد استهلاك المحتوى المتوافق مع توجهاتهم العاطفية والأيدولوجية (Garrett & Stroud, 2021).

كما تتفاعل عملية إدارة المزاج مع الفروق الفردية، مثل السمات الشخصية والخبرات السابقة، مما يؤثر في مدى تعرض الأفراد لخطاب الكراهية وتأثيره عليهم نفسياً (Nabi & Krcmar, 2021). وتبرز هذه التعقيدات أن إدارة المزاج ليست مجرد تجنب أو بحث عن محتوى، بل هي آلية تأقلم نفسية معقدة تعتمد على السياق وقد تسهم في انتشار أو رفض خطاب الكراهية عبر الإنترنت (Papakyriakopoulos et al., 2020).

في الختام، يقدم دمج نظرية إدارة المزاج في دراسة خطاب الكراهية إطاراً مفيداً لفهم الدوافع النفسية وراء اختيارات الأفراد الإعلامية والعواقب العاطفية للتفاعل مع المحتوى الكريه، كما يساعد في تفسير تباين استجابات المستخدمين في البيئات الرقمية، مما يساهم في تطوير استراتيجيات أكثر فاعلية للحد من الأثر السلبي لخطاب الكراهية.

أوجهة الاستفادة من الإطار النظري:

أولاً: أوجهة الاستفادة من نموذج الهوية الاجتماعية الخماسية لتطوير الكراهية الجماعية

يعتمد هذا البحث على نموذج الهوية الاجتماعية الخماسية لتطوير الكراهية الجماعية كنقطة انطلاق نظرية قوية لفهم كيفية تشكيل وانتشار خطاب الكراهية عبر



مواقع التواصل الاجتماعي في مصر، وبشكل خاص عبر حسابات المؤثرين على فيسبوك. يتيح هذا الإطار استكشاف المراحل النفسية والاجتماعية التي تمر بها الجماعات الرقمية، بدءاً من تصنيف الأفراد إلى مجموعات متميزة، مروراً بتعزيز الانتماء الجماعي، وصولاً إلى تصعيد العداء تجاه الجماعات الأخرى، الأمر الذي يسهم في فهم أعمق لكيفية تجميع وتعبئة الجماهير عبر المحتوى الذي ينشره المؤثرون (Silva et al., 2019).

تتوافق هذه الرؤية مع نتائج الدراسات التي أشارت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم بشكل فعال في تعميق الفجوات الاجتماعية ونشر خطاب الكراهية، كما ورد في دراسة الرحامنة (٢٠١٨م) التي بينت أن شبكة فيسبوك في الأردن تُستخدم كمنصة لبث خطاب كراهية يؤدي إلى الفتن والتناحر المجتمعي، مما يضعف التكافل الاجتماعي. كذلك، تبرز دراسة سحاري ونبيح (٢٠١٧م) التي أكدت أن خطاب الكراهية في الجزائر يتغذى على التحريض السياسي والاجتماعي من خلال صفحات فيسبوك، حيث تظل غالبية مصادر الخطاب مجهولة، مما يزيد من تعقيد مواجهة هذه الظاهرة. ويعزز هذا الإطار النظري أهمية دراسة ديناميكيات خطاب الكراهية في مصر في ظل البيئة الرقمية التي تتيح تضخيم الانتماءات الجماعية من خلال خوارزميات التوصية والانتشار السريع للمحتوى، وهو ما يمكن أن يؤدي إلى تصعيد المواقف العدائية حتى العنف، كما أشار إليه طرييه (٢٠١٧م) في بحثه عن خطاب الكراهية الإعلامي في لبنان، الذي أوضح كيف يمكن للخطاب الطائفي أن يتفاقم إعلامياً ليغذي الانقسامات الاجتماعية. لذا، يشكل نموذج الهوية الاجتماعية الخماسية إطاراً تحليلياً متكاملاً لدراسة الخطوات النفسية والاجتماعية التي تعزز صناعة خطاب الكراهية في مصر عبر حسابات المؤثرين على فيسبوك، مما يتيح تطوير استراتيجيات تدخل فعالة للحد من هذه الظاهرة، عبر تعزيز الحوار بين الجماعات وتقليل الشعور بالتهديد، بالإضافة إلى نشر الوعي الإعلامي بمخاطر الكراهية الرقمية (Johnson & Karim, 2024).

ثانيًا: أوجه الاستفادة من نظرية إدارة المزاج العام:

يمثل الإطار النظري لنظرية إدارة المزاج أداة تحليلية مركزية لفهم الديناميات النفسية والاجتماعية التي تتيح انتشار خطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي، وبالأخص في السياق المصري كما هو معروض في دراسة "مواقع التواصل الاجتماعي وصناعة خطاب الكراهية في مصر: دراسة تحليلية لبعض حسابات المؤثرين على فيسبوك". تنطلق النظرية من فرضية أن الأفراد يتفاعلون مع المحتوى الرقمي ليس فقط كمستهلكين سلبيين، بل كفاعلين يسعون إلى ضبط وتحسين حالاتهم المزاجية، مما يجعل خطاب الكراهية آلية محتملة لاستثارة مشاعر معينة مثل الغضب أو الشعور بالانتماء إلى جماعات ذات توجهات متطرفة. في ظل بروز دور المؤثرين كمنتجين رئيسيين لهذا الخطاب، تتضح أهمية فهم كيفية استخدام خطاب الكراهية كأداة لإدارة المزاج الجماعي عبر استثارة مشاعر العدائية والتمييز، ما يفضي إلى تعزيز الانقسامات الاجتماعية وإدامة الأزمات النفسية المجتمعية. بناءً عليه، يوفر هذا الإطار مفاتيح تحليلية لفك شفرة العلاقة الجدلية بين المحتوى الإعلامي النفوذ العاطفي للمستخدمين، ما يسهم في صياغة استراتيجيات وسياسات إعلامية قادرة على احتواء ظاهرة خطاب الكراهية والحد من تأثيراتها السلبية في المشهد الإعلامي الرقمي المصري.

المركّزات النظرية للدراسة:

الإطار المفاهيمي لخطاب الكراهية والمؤثرين الرقميين، وموقع التواصل الاجتماعي

Facebook:

أولاً: خطاب الكراهية:

يُقصد بـ"خطاب الكراهية" مجموعة من التعبيرات اللفظية أو الرمزية التي تنطوي على مشاعر عدائية وغير عقلانية موجّهة ضد أفراد أو جماعات بناءً على خصائص فعلية أو متصورة مثل العرق أو الدين أو النوع الاجتماعي أو التوجه السياسي. وينبغي،



قبل الخوض في تحديد خطاب الكراهية، التوقف أولاً عند مفهوم "الكراهية" ذاته، والذي يُعرّف بأنه "مشاعر قوية وغير عقلانية تنم عن ازدراء وعدوان وبغض تجاه مجموعة مستهدفة أو فرد مستهدف بسبب امتلاكها خصائص معينة فعلية أو متصورة" (سعداوي، ٢٠٢٣م، ص. ٤٢).

ورغم التباين الظاهر في تعريف خطاب الكراهية نظراً لتقاطعه مع مفاهيم حرية الرأي والتعبير، فإن منظمة اليونسكو تشير إليه باعتباره: "عبارات تؤيد التحريض على الضرر أو التمييز أو العدوانية أو العنف تبعاً للهدف أو المقصد الذي يتم استهدافه". وثُجمع الأدبيات الأكاديمية على أن خطاب الكراهية يتمثل في: "لغة انفعالية قائمة على السب والقذف والتحامل، لا تعتمد على حجج موضوعية بل تستند إلى تأجيح المشاعر والعواطف، وتعكس مشاعر ازدراء وعداء عميقة تجاه الآخر" (سكين، ٢٠٢١م، ص. ٤٧).

وبناءً على ما سبق، يُعرّف خطاب الكراهية إجرائياً في هذا البحث على أنه: أي محتوى لغوي أو رمزي منشور عبر منصات التواصل الاجتماعي يعكس مشاعر عدائية وغير عقلانية تتجسد في التحقير أو التحريض أو التشويه أو الإقصاء ضد أفراد أو جماعات، ويُمارس عبر لغة انفعالية ذات طابع استقطابي دون اعتماد على منطق موضوعي أو حجة عقلانية.

ويُعد خطاب الكراهية من المفاهيم الإشكالية والمعقدة في الحقلين الإعلامي والقانوني، نظراً لتداخله مع مبادئ أساسية كحرية الرأي والتعبير، والمساواة، وعدم التمييز (سكين، ٢٠٢١م؛ الزهراء سعداوي، ٢٠٢٣م). وقد سعت الأمم المتحدة إلى تقديم تعريف موحد لهذا المفهوم يُشكل مرجعاً عالمياً لصياغة السياسات والتشريعات، حيث تُعرف استراتيجية وخطة عمل الأمم المتحدة بشأن خطاب الكراهية (United Nations, 2019) خطاب الكراهية بأنه: "أي نوع من التواصل، الشفهي أو الكتابي أو السلوكي، الذي يهاجم أو يستخدم لغة ازدراية أو تمييزية بالإشارة إلى شخص أو

مجموعة على أساس الهوية، مثل الدين، أو الانتماء الإثني، أو الجنسية، أو العرق، أو اللون، أو النسب، أو النوع الاجتماعي، أو أحد العوامل الأخرى المحددة للهوية". (United Nations, 2019).

ويُلاحظ أن هذا التعريف يُركز على الأبعاد الاجتماعية والثقافية للهوية، ويشمل الطيف الواسع من الأشكال التعبيرية التي قد تتخذها خطابات الكراهية، سواء عبر المحتوى اللغوي أو الرمزي (سكين، ٢٠٢١م). ومن جهة أخرى، تشير وثائق الأمم المتحدة إلى عدد من المحددات التي يُمكن من خلالها التمييز بين التعبير المشروع وخطاب الكراهية، وتشمل ما يلي:

١. يمكن أن يُنقل خطاب الكراهية عبر أي شكل من أشكال التعبير: صور، رسوم كاريكاتورية، رموز، إشارات جسدية، أو حتى أشياء مادية؛ سواء في الفضاء الإلكتروني أو الواقعي. (United Nations, 2019)

٢. يحمل مضموناً تمييزياً أو ازدرائياً لفرد أو مجموعة.

٣. يُستهدف من خلاله عناصر الهوية الحقيقية أو المتصورة مثل: العرق، الدين، اللغة، الوضع الاجتماعي، التوجه الجنسي، الإعاقة، وغيرها من الخصائص المميزة للفرد أو الجماعة. (الزهران سعداوي، ٢٠٢٣م؛ سكين، ٢٠٢١م)

خطاب الكراهية في الشرعية الدولية :

يُعد خطاب الكراهية من القضايا القانونية والإعلامية التي حظيت باهتمام واسع في إطار المعاهدات الدولية، نظراً لتعارضه مع المبادئ الأساسية لحقوق الإنسان، كحرية الرأي والتعبير، والحق في المُعتقد، والمساواة بين الأفراد والجماعات. وقد تضمنت العديد من الاتفاقيات الدولية نصوصاً تُجرّم التحريض على الكراهية والتمييز، مع التأكيد على حماية الحريات الفردية في حدود لا تخل بالسلام المجتمعي وكرامة الآخرين.



أولاً: الإعلان العالمي لحقوق الإنسان:

أكد الإعلان في مادته الثانية (٢) على: "الحق في التمتع بكافة الحقوق والحريات دون أي تمييز على أساس العرق أو الجنس أو اللغة أو الدين أو الرأي السياسي"، بينما نصت المادة (٣) على: "حق كل فرد في الحياة والحرية وسلامة شخصه". أما المادة (٧) فأكدت على المساواة أمام القانون دون تفرقة، في حين جاءت المادة (١٨) لتكفل حرية التفكير والضمير والدين، والمادة (١٩) لتقر بحق الأفراد في حرية الرأي والتعبير، بما يشمل اعتناق الآراء دون تدخل (الأمم المتحدة، ١٩٤٨م).

ثانياً: العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية:

أعاد العهد الدولي تأكيد حرية الفكر والوجدان والدين في المادة (١٨)، مع رفض أي شكل من أشكال الإكراه أو الإخضاع لتقييدات غير قانونية، بينما نصت المادة (١٩) على ضمان حرية اعتناق الآراء والتعبير عنها دون مضايقة (United Nations, 1966م).

ثالثاً: مبادئ كامدن:

قدّمت "مبادئ كامدن" إطاراً إضافياً لتقنين خطاب الكراهية، حيث عرّفته بأنه "حالة ذهنية تتسم بانفعالات غير عقلانية من العداء والمقت تجاه فئة معينة". وقد دعت في المبدأ ١٢ إلى ضرورة تبني الدول لتشريعات تمنع أي دعوة للكراهية تقوم على أسس قومية أو دينية أو عرقية، إذا كانت تشكل تحريضاً على التمييز أو العداء أو العنف. (ARTICLE 19, 2009)

وعلى الرغم من أهمية هذه النصوص، فإن التحدي يكمن في التطبيق الفعلي لها، خاصة في ظل الانتشار السريع لخطابات الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي، مما يُحتم على الدول مراجعة الأطر القانونية الوطنية وضبطها بما يتسق مع المعايير الدولية دون المساس بحقوق الإنسان الأساسية (الزهران سعداوي، ٢٠٢٣م).

أشكال خطاب الكراهية

يمكن تصنيف خطاب الكراهية إلى ثلاثة مستويات رئيسية بحسب درجة الخطورة، وذلك وفقاً لما طرحه رومادي (Rumadi, 2017)، حيث يتدرج من الخطاب الذي يُعد انتهاكاً جسيماً للقانون الدولي إلى تعبيرات رمزية قد لا تستوجب التجريم ولكنها تسهم في تعزيز الكراهية المجتمعية. وفيما يلي تفصيل لهذه المستويات:

١- خطاب الكراهية الواجب حظره:

يمثل هذا النوع أشد صور خطاب الكراهية، ويُعد محظوراً وفقاً للقانون الدولي، لا سيما إذا كان يتضمن تحريضاً مباشراً وعلنياً على ارتكاب أعمال الإبادة الجماعية أو غيرها من الانتهاكات الجسيمة لحقوق الإنسان. ويتجسد هذا الخطاب في الدعوة إلى:

- قتل أفراد أو جماعات محددة.
- إلحاق أضرار جسدية أو نفسية بمجموعات مستهدفة.
- تدمير ممتلكات خاصة عمداً.
- فرض إجراءات تهدف إلى تقويض النسل داخل جماعة بعينها.
- انتزاع الأطفال من عائلاتهم بالقوة (Rumadi, 2017).

٢- خطاب الكراهية غير المحظور:

يشمل هذا المستوى تعبيرات لا ترقى إلى درجة التحريض أو التهديد المباشر، لكنها قد تُشعر أشخاصاً أو جماعات بالإهانة أو التمييز. ورغم عدم تجريم هذا النوع قانونياً، إلا أنه قد يسهم في نشر التعصب أو تقويض الاحترام المجتمعي، ويُفضل التعامل معه عبر تعزيز الحوار والتفاهم بدلاً من العقوبات القانونية. (Rumadi, 2017)

وقبل الاستفاضة في تعريف المؤثرين بمواقع التواصل الاجتماعي كان لابد من الوقوف على تعريفًا لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام وصولاً للمؤثرين لذا نُدرج هذا التصنيف فيما يلي:

تصنيف مستخدمي التواصل الاجتماعي:

تتعدد أنماط استخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي، وتتباين دوافعهم وطرق تفاعلهم معها، ما أدى إلى ظهور تصنيفات مختلفة لمستخدمي هذه المنصات. ومن أبرز هذه التصنيفات ما قدمه بركات (٢٠١٦م)، حيث صنف مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي إلى خمس فئات رئيسية بناءً على سلوكهم التفاعلي على المنصات الرقمية:

١. **الناشطون اجتماعيًا:** تُعد هذه الفئة الأكثر عددًا بين المستخدمين، وتتميز بارتفاع مستوى انخراطها الاجتماعي عبر الانضمام إلى مجموعات متعددة وتكوين علاقات واسعة. يستخدم أفراد هذه الفئة المنصات الرقمية بغرضين أساسيين: التواصل الاجتماعي والترفيه. فهم يعتمدون على هذه الوسائل لتوثيق الروابط مع الأصدقاء والعائلة، وإعادة الاتصال بمن فقدوا التواصل معهم، إلى جانب بناء صداقات جديدة. كما يستخدمونها لمتابعة الأخبار ومقاطع الفيديو والمحتوى الموسيقي بهدف التسلية (أبو ظريس، ٢٠٢٠م، ص. ٢٤).

٢. **المستكشفون:** يمثلون الفئة التي تتعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعرفة واستكشاف كل جديد. يُوظف هؤلاء المستخدمون المنصات الرقمية لأغراض معرفية من خلال قراءة المقالات، ومتابعة الأخبار، ومشاهدة: المحتوى التثقيفي، ما يعكس دافعًا تعليميًا بحثًا في استخدامهم لهذه الوسائل.

٣. **المؤثرون:** تضم هذه الفئة المستخدمين الطموحين الذين يسعون إلى بناء حضور رقمي مؤثر وتحقيق إنجازات شخصية ومهنية. ويتسمون بالنشاط العالي والمشاركة الكثيفة في القضايا الاجتماعية والثقافية. تمكّنهم الطبيعة الديناميكية للمنصات من



التفاعل السريع مع الجمهور ومشاركة المحتوى، مما يسهم في تعزيز مكانتهم كفاعلين رقميين.

٤. **الهاربون من الواقع:** تتكون هذه الفئة من مستخدمين يجدون في الحياة الرقمية ملاذًا نفسيًا للهروب من الواقع. توفر لهم المنصات بيئة تفاعلية بديلة، لا تتطلب مواجهة مباشرة، مما يسهل عليهم التعبير عن أنفسهم والتواصل دون ضغوط الواقع الاجتماعي.

٥. **الواقعيون:** يمثل هؤلاء المستخدمين الأقل تفاعلًا مع مواقع التواصل الاجتماعي. إذ يقتصر استخدامهم لها على الحد الأدنى، وغالبًا ما يتابعون فقط الحسابات الرسمية أو القنوات الأكثر شهرة بهدف الاطلاع على الأخبار أو اكتساب معرفة عامة دون الانخراط في تفاعلات موسعة (بركات، ٢٠١٦م).

هذا التصنيف يسهم في فهم الفروق الفردية في استخدامات وتوظيفات وسائل التواصل الاجتماعي، كما يساعد في تحليل أنماط الاستجابة لخطابات الكراهية أو حملات التأثير الرقمي، وهو ما يعد محوريًا في بحوث الإعلام الرقمية المعاصرة.

ثانيًا: تعريف المؤثرين (Influencers)

يُعرف المؤثرون بأنهم: "الأفراد القادرون على إحداث تغيير في سلوك أو آراء الآخرين، سواء كان هذا التأثير معرفيًا أو سلوكيًا أو عاطفيًا، ويملكون قدرة ملحوظة على جذب الانتباه، واستخدام أدوات الإقناع المختلفة في بيئات التواصل الرقمية." وتتبع أهميتهم من تأثيرهم الواسع في توجيه الرأي العام، وفعاليتهم في إدارة حملات التغيير المجتمعي، لا سيما عبر المنصات الرقمية التي مكنتهم من بناء مجتمعات افتراضية من المتابعين الذين يثقون بمحتواهم ويشاركونهم القيم والاهتمامات ذاتها. (سليمان، ٢٠٢١م)

وفي السياق ذاته، عرّف أحمد يونس، مدير فريق المبدعين في شركتي فيسبوك وإنستجرام لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، المؤثرين بأنهم: "الأشخاص الذين يمتلكون قاعدة جماهيرية كبيرة على إحدى منصات التواصل الاجتماعي، ويحظون بقدرة كبيرة على التأثير في سلوك وآراء متابعيهم من خلال ما ينشرونه من محتوى بصري أو مكتوب." ويؤكد أن التأثير لا يقتصر فقط على المشاهير من المطربين ونجوم الرياضة والفن، بل يمتد ليشمل أفرادًا عاديين استطاعوا عبر محتوَاهم الرقمي أن يحققوا شهرة واسعة على هذه المنصات.

ويُقسّم المؤثرين إلى نوعين رئيسيين:

١. المشاهير التقليديون: مثل الفنانين، الرياضيين، الأطباء، وغيرهم من الشخصيات العامة المعروفة في المجال العام.

٢. المشاهير الرقميون: وهم الأفراد الذين اكتسبوا شهرتهم من خلال التفاعل النشط والمحتوى المؤثر على منصات التواصل الاجتماعي، دون أن يكون لهم رصيد سابق في الإعلام التقليدي.

وتكمن قوة المؤثرين في قدرتهم على التأثير الوجداني والمعرفي، لا سيما عند تبنيهم لقضايا اجتماعية أو إنسانية، حيث تُعد مناصرتهم لتلك القضايا أحد أشكال "التسويق التأثيري"، القائم على بناء الوعي وتعزيز التفاعل الجماهيري مع الأفكار المطروحة (سليمان، ٢٠٢١م).

ثالثًا: موقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك Facebook) – النشأة والتطور:

تُعد منصة فيسبوك واحدة من أبرز شبكات التواصل الاجتماعي عالميًا، تأسست عام ٢٠٠٤ م على يد "مارك زوكربيرغ" بمشاركة "داستن موسكوفيتز"، و"كريس هيوز"، و"إدواردو سافرين"، وكان مقرها الرئيسي في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية. (Facebook, n.d.) بلغ عدد المستخدمين نحو مليون مستخدم في



عام التأسيس، وكان التسجيل مقتصرًا على طلاب جامعة "هارفرد"، ثم توسع ليشمل جامعات أخرى مثل "ستانفورد"، و"كولومبيا"، و"يال"، ولاحقًا طلاب المدارس الثانوية. وفي عام ٢٠٠٦م، أصبح الموقع متاحًا للجميع ممن تزيد أعمارهم عن ١٣ عامًا (جولي، ٢٠٠٤م).

شهد فيسبوك منذ نشأته- تطورًا ملحوظًا في خصائصه وخدماته. ففي عام (٢٠٠٤م)، اقتصرت أدوات التفاعل على "(الحائط" Facebook Wall)، وفي عام ٢٠٠٥ م (تمكّن المستخدمون من رفع صورهم الشخصية. وتوالى الابتكارات، حيث تم إطلاق تطبيق الهاتف المحمول وميزة "آخر الأخبار" (News Feed) في ٢٠٠٦، وإطلاق "فيديو فيسبوك" عام (٢٠٠٧م)، و"الدرشة الفورية" عام (٢٠٠٨ م (حمدي، ٢٠١٨م).

وفي عام ٢٠١١م، تم إطلاق تطبيق "فيسبوك ماسنجر"، تبعته خاصية "فحص السلامة" (Safety Check) في ٢٠١٤م، وهي ميزة تُستخدم خلال الكوارث لتحديد سلامة الأفراد في المناطق المتضررة. كما أُضيفت ميزة مكالمات الفيديو عبر "ماسنجر" عام ٢٠١٥م، إلى جانب خاصية "البث المباشر" (Facebook Live)، والتي سمحت للمستخدمين ببث محتواهم بشكل حي وتلقي التعليقات الفورية من المتابعين (Facebook, n.d).

وعلى صعيد التوسع الرقمي، شهدت المنصة نموًا هائلًا في أعداد مستخدميها؛ حيث بلغ عددهم ٥٠٠ مليون مستخدم في عام ٢٠١٠م، ووصل إلى مليار مستخدم نشط يوميًا بحلول ٢٠١٥م، فيما تجاوز عدد المستخدمين الشهريين حاجز ٢.٤ مليار بحلول الربع الثالث من عام ٢٠١٩. (Datareportal, 2019).

أما في عام (٢٠٢٢-٢٠٢٣م)، فقد حافظ فيسبوك على تصدره لقائمة منصات التواصل الاجتماعي من حيث عدد المستخدمين، بـ ٢.٩١ مليار مستخدم نشط شهريًا، متفوقًا على كل من يوتيوب، وواتساب، وإنستغرام، وغيرها من المنصات (The Social Shepherd, 2022).

الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية:

منهج الدراسة: أسلوب تحليل المحتوى فى إطار طريقة المسح.

نوع البحث: تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية عنها، وهذا جل ما سعت هذه الدراسة إليه وهو تنفيذ وتفكيك الخطابات العدائية المقدمة بصفحات عدد من المؤثرين على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، وكذلك تعد هذه الدراسة من الدراسات التي تستهدف قياس تأثيرات وسائل الإعلام المرئية، ولاسيما وسائل الإعلام المرئية الرقمية.

منهج البحث: منهج المسح

يقوم المنهج بوصف ظاهرة وشرح أسباب وجودها وتم استخدام المنهج من خلال: مسح لعينة من المنشورات المقدمة بصفحات عدد من صناع المحتوى ذائعي الصيت الـ influencers أو المؤثرين كما يطلق عليهم.

أداة جمع البيانات: صحيفة تحليل المضمون.

اعتمدت هذه الدراسة على **منهج تحليل المضمون** كأطار منهجي لقراءة وفهم الرسائل الإعلامية التي يتم بثها عبر منصات التواصل الاجتماعي وتحديداً (Facebook)، وتحديداً الصفحات التي يديرها المؤثرون على موقع فيسبوك. ويُعرّف تحليل المضمون بأنه "أسلوب منهجي لتحليل الرموز المستخدمة في عملية الاتصال، مثل الكلمات، والصور، والأصوات، التي تنطوي على معانٍ ودلالات وأبعاد عاطفية يتم تبادلها بين المرسل والمستقبل، بهدف استكشاف التأثيرات أو النتائج المتولدة عن هذا الاتصال" (عبد الحميد، ٢٠٠٠م). ويُعد هذا المنهج من الأدوات البحثية الفعالة في رصد وتحليل محتوى الوسائل الإعلامية بشكل موضوعي ومنظم، إذ يساعد على الوصف



الكمي والنوعي للمضامين بهدف الوصول إلى مؤشرات قابلة للقياس والتحليل العلمي (البهنساوي، ١٩٩٩م). ومن خلال هذا المنهج، تم تطوير نموذج تحليلي لرصد سمات خطابات الكراهية وآليات بنائها ودلالاتها، بما يسهم في الوصول إلى نتائج تفسيرية دقيقة حول طبيعة هذا الخطاب وتأثيره في الجمهور.

تصميم صحيفة تحليل المضمون:

قامت الباحثة بتصميم صحيفة تحليل المضمون وفق عدد من الخطوات المنهجية التي تضمن دقة الرصد والتحليل لمضامين الخطاب المنشور عبر صفحات المؤثرين على موقع فيسبوك، وذلك على النحو التالي:

١. تحديد أهداف الدراسة التحليلية بدقة، والتي تمثلت في رصد وتحليل خطابات الكراهية المتداولة عبر حسابات عدد من المؤثرين على فيسبوك، والتعرف على سمات هذا الخطاب، وأبرز الموضوعات والقوالب التعبيرية التي يتم من خلالها تمرير المحتوى المحرّض على العنف والكراهية، بما في ذلك أنماط التمييز والتحريض وتوجيه الرأي العام.

٢. تحديد فئات تحليل المضمون ووحداته، وذلك بالرجوع إلى الأدبيات العلمية والدراسات السابقة ذات الصلة بتحليل الخطاب الرقمي وخطاب الكراهية، إضافة إلى المعايير المعتمدة من منظمات حقوق الإنسان والأمم المتحدة في توصيف هذا الخطاب، حيث شملت الفئات موضوع الخطاب، ونوع الكراهية، والجهة المستهدفة، والقالب المستخدم، والأسلوب اللغوي، وطبيعة التفاعل الجماهيري، وغيرها من الأبعاد ذات الصلة.

٣. الصياغة المبدئية لصحيفة تحليل المضمون، بحيث تغطي كافة الفئات والمؤشرات ذات العلاقة بموضوع الدراسة، مع مراعاة الجوانب الكمية والكيفية، وذلك لضمان استخلاص بيانات دقيقة تمكّن من إجراء تحليل موضوعي وشامل للمحتوى المنشور.

٤. اختبار صحيفة تحليل المضمون، من خلال تطبيق تجريبي على عينة محدودة من المنشورات، بهدف قياس مدى كفاءة الأداة وقدرتها على استيعاب كافة مظاهر خطاب الكراهية المعروضة، وإدخال التعديلات اللازمة لضمان شمولها وملاءمتها لأهداف البحث، مع التأكد من وضوح التعريفات الإجرائية للفئات التحليلية وسهولة تطبيقها.

مجتمع الدراسة والعينة:

عينة الدراسة: تمثلت عينة الدراسة في منشورات عدد من المؤثرين بصفحاتهم على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك والتي قدرت بحوالي (ثمانية وأربعين) منشورًا ينتمي معظمهم لفئة الفيديو والتي ترواحت مدتهم الإجمالية إلى ما يقارب الـ ١٤٤٠ دقيقة تحليلية، بواقع ٢٤ ساعة تحليل كاملة.

وتم عمل ملف تعريفى لهؤلاء المؤثرين ولطبيعة المحتوى الذي ييـث بصفحاتهم وبأعداد المتابعين لهم وتم اختيارهم وفقًا لدراسة استطلاعية تم إعدادها خصيصًا لأغراض الدراسة الحالية، وشارك فيها عدد مائة وخمسين طالبًا جامعيًا من طلاب الإعلام من المستوى الدراسي الأول وحتى المستوى الرابع لمعرفة الأشخاص الأكثر إثارة للجدل بمحتويات عدائية تدرج أسفل تعريف الأمم المتحدة لخطاب الكراهية ولما قد يتضمنه من أشكال مختلفة، وأسفرت الدراسة التي بدأت في الفصل الدراسي الأول للعام الدراسي ٢٠٢٣ - ٢٠٢٤ عن اختيار الأسماء التي تم العمل على تحليل منشوراتهم كما هو موضح بالملف التعريفى التالي لهؤلاء.

عينة الوسيلة: صفحات المؤثرين بموقع التواصل الاجتماعي Facebook وفيما يلي الملف التعريفى الكامل لصفحات صناع المحتوى العدائي والمصنف كخطابات كراهية؛ والذين تم اختيارهم لتحليل منشوراتهم ضمن الدراسة التحليلية وفقًا للدراسة الاستطلاعية التي تم إجرائها سلفًا حيث تم اختيارهم من قبل الباحثين بالدراسة الاستطلاعية نظرًا لمنشوراتهم المثيرة للجدل والتي تتميز بالعدائية الفكرية ومواقفهم غير المتماشية مع ما هو سائد من احترام الرأي والرأي الآخر، كذلك لكثرة التجاوزات اللفظية والفكرية بهذه الصفحات.

أولاً: صفحة مقدم المحتوى أحمد بحيري (تعاشب شاي):

يصنف المعارض السياسي أحمد بحيري والذي يقدم محتواه من خارج مصر كأحد مقدمي المحتوى السياسي الساخر ذو الطابع المثير للجدل ويتابع صفحته أكثر من (مليون وستمئة ألف متابع)، وله عدة برامج يقدمها ضمن عدة سلاسل وعلى رأسها سلسلة "تعاشب شاي".



تعد هذه السلسلة من أشهر أعمال أحمد بحيري، حيث يقدم فيها تحليلات سياسية واجتماعية بأسلوب ساخر وناقد، وتناولت الحلقات مواضيع مثل:

- الديكتاتورية وقمع الحريات: تسليط الضوء على الأنظمة الاستبدادية وتأثيرها على المجتمعات
- الفساد والظلم الاجتماعي: نقاش حول قضايا الفساد وتأثيرها على حياة المواطنين.
- التحولات السياسية: تحليل للأحداث السياسية الجارية وتداعياتها.

كما قدم أيضاً سلسلة "عرفوه بالعقل" والتي تركز على مناقشة القضايا الدينية والفكرية، حيث يتناول فيها بحيري موضوعات مثل:

- تحريم الموسيقى: نقاش حول الآراء المختلفة بشأن الموسيقى في الإسلام.
- الأخلاق والسلوك: تسليط الضوء على معضلات أخلاقية في المجتمع.

أيضاً قدم سلسلة "الأسبوع في كيس" والتي تستعرض ملخص ساخر لأبرز الأحداث الأسبوعية، مع تحليل نقدي للأخبار السياسية والاجتماعية. وكذلك سلسلة "حدوتة

عربية" و"حدوتة إسرائيلية" والتي تتناول التاريخ السياسي والاقتصادي للدول العربية وإسرائيل، مع التركيز على:

- التنمية الاقتصادية: دراسة لنماذج التنمية في بعض الدول.
- العلاقات الدولية: تحليل للعلاقات بين الدول وتأثيرها على السياسات الداخلية.
- وأيضا سلسلة "أعز الناس" والتي تُسلط الضوء على شخصيات إسلامية بارزة، مع التركيز على دور هذه الشخصيات في التاريخ الإسلامي.

ثانياً: صفحة مقدم المحتوى على حسين المهدي:



والتي يتابعها (مليون ومائتي ألف متابع)، وتعج صفحة المعارض السياسي المصري علي حسين مهدي على فيسبوك بمجموعة من الفيديوهات التي تتناول مواضيع سياسية واجتماعية متنوعة، منها:

- الانتخابات الرئاسية المصرية: وتحليلات ومناقشات حول سير الانتخابات، المرشحين، ونزاهة العملية الانتخابية.
- الوضع الاقتصادي في مصر: نقد للسياسات الاقتصادية الحالية وتأثيرها على المواطن المصري.
- الحريات السياسية وحقوق الإنسان : تسليط الضوء على قضايا الحريات العامة، حرية التعبير، والاعتقالات السياسية.
- العلاقات الدولية: مناقشات حول سياسة مصر الخارجية وعلاقتها مع الدول الأخرى.

ثالثاً: صفحة مقدم المحتوى بكر المصري "خمسـة بالمصري":



والتي يتابعها (مليون وتسعمائة ألف متابع)، ويدير هذه الصفحة ويقدم المحتوى بها المعارض السياسي المصري بكر المصري، والذي يجمع بين التحليل السياسي والاجتماعي، بأسلوب ساخر . وتتناول الفيديوهات قضايا تمس الشأن المصري والعربي، مع تسليط الضوء على الأحداث الجارية والتحديات التي تواجه المواطنين.

أبرز موضوعات الفيديوهات:

- ملخصات أسبوعية للأحداث: حيث يقدم بكر المصري ملخصات أسبوعية تسلط الضوء على أبرز الأحداث السياسية والاجتماعية، مع تحليل ساخر للأوضاع الراهنة.
- قضايا البنية التحتية والسلامة العامة: حيث تناولت بعض الحلقات مشكلات البنية التحتية، مثل حوادث القطارات وتأثير الأمطار على المدن، مع مقارنة بالأوضاع في دول أخرى.
- أسئلة اجتماعية وسياسية: كما في سلسلة "أسئلة بريئة"، حيث يطرح بكر المصري تساؤلات حول قضايا اجتماعية وسياسية، مثل الحريات العامة وحقوق الإنسان، بأسلوب ساخر يهدف إلى إثارة التفكير والنقاش .
- تحليل للإنجازات والمشروعات الحكومية: تناقش بعض الحلقات المشروعات الحكومية والإنجازات المعلنة، مع تسليط الضوء على التحديات والمشكلات المرتبطة بها.

رابعاً: صفحة القمص زكريا بطرس:



والتي يتابعها (مائة وستة وسبعون ألف متابع) وتقدم صفحة القمص زكريا بطرس على فيسبوك مجموعة من الفيديوهات التي تتناول موضوعات دينية وفكرية متنوعة ولكنها قائمة على التشكيك في الأديان الأخرى وأبرز موضوعات تشجع معتقي الإسلام على ترك الدين الإسلامي وذلك حيث تركز المنشورات بهذه الصفحة وغيرها لنفس المقدم على إظهار الموضوعات الجدلية والخلافية وعرض الأحاديث المحرفة والسب في رسول الله والرموز الدينية الإسلامية بشكل يتوجب معه التحقيق في هذا الشأن تحت مسمى إزدراء الرموز الدينية والأديان ولا يمكن تقبل الأمر تحت بند حرية الرأي والاعتناق لأحد الأديان.

ومن أبرز البرامج التي تقدمها صفحة القمص زكريا بطرس:

- برنامج "معرفة الحق": ويُعد هذا البرنامج من أبرز أعمال القمص زكريا بطرس، حيث يُقدم فيه تحليلات ومناقشات حول العقائد الدينية، مع التركيز على مقارنة الأديان وتفسير النصوص المقدسة، من وجهة نظره.
- حلقات "أسئلة وأجوبة": تُخصص هذه الحلقات للإجابة على تساؤلات المتابعين حول مواضيع دينية مختلفة.
- لقاءات شخصية وتجارب روحية: يشارك القمص زكريا بطرس في بعض الفيديوهات تجاربه الشخصية والروحية.
- تحليل الأحداث الجارية من منظور ديني: يتناول بعض الفيديوهات تحليلاً للأحداث الجارية، مثل الصراعات في الشرق الأوسط، من منظور ديني.

خامساً: الصفحة الرسمية لمقدم المحتوى د. هيثم طلعت:



والتي يتابعها (سبعمائة وثمانية وتسعين ألف متابع)، ومن أبرز الأهداف المعلنة لهذه الصفحة الرد على الشبهات التي تثار من قبل المروجي للأفكار الإلحادية إلا أن مقدم المحتوى بهذه الصفحة له بعض الأفكار العدائية والمصنفة أيضاً كخطابات كراهية والتي تثار تجاه الأيديولوجيات الدينية التي تخالف قناعات د. هيثم طلعت.

ومن أبرز موضوعات الفيديوها المقدمة بصفحة د. هيثم طلعت:

- **الرد على الشبهات الإلحادية:** حيث يناقش الدكتور هيثم طلعت في العديد من فيديوها الشبهات المثارة حول العقيدة الإسلامية، مثل معضلة الشر.
- **نقد نظرية التطور:** حيث يُخصص الدكتور هيثم طلعت جزءاً من محتواه لنقد نظرية التطور، مستعرضاً من وجهة نظره ما يراه تناقضات وأخطاء في النظرية.
- **تحليل النصوص الدينية:** حيث يتناول في بعض فيديوها تحليلًا للنصوص الدينية، موضحاً الإعجاز العلمي واللغوي في القرآن الكريم، ومبيناً كيف أن هذه النصوص تتوافق مع الحقائق العلمية الحديثة.
- **نقد الفكر العلماني والروحانيات الزائفة:** حيث يُسلط الضوء على ما يراه تناقضات في الفكر العلماني، ويحذر من الانجراف وراء الممارسات الروحانية الزائفة التي قد تضلل الناس عن الحقيقة.

سادساً: الصفحة الرسمية لشبكة رصد الإخبارية (قصص رصد):



والتي يتابعها (سبعة وعشرين ألف متابع)، وتقدم صفحة شبكة رصد الإخبارية على فيسبوك محتوى متنوعاً من الفيديوهات التي تغطي أبرز الأحداث السياسية والاجتماعية والاقتصادية، مع تركيز خاص على الشأن المصري والعربي، و صفحة شبكة ترصد تتسم بأنها ذات طبيعة سياسية معارضة.

ومن أبرز موضوعات الفيديوهات على صفحة شبكة رصد الإخبارية:

- **التغطية الإخبارية العاجلة:** حيث تنقل الشبكة تطورات الأحداث الجارية، مثل التظاهرات، الكوارث الطبيعية، والحوادث الكبرى، مع تقديم تقارير ميدانية مباشرة وتحليلات سريعة.
- **تقارير مصورة وتحقيقات:** حيث تعرض فيديوهات توثيقية وتحقيقات استقصائية تتناول قضايا مثل الفساد، انتهاكات حقوق الإنسان، وتحديات الحياة اليومية للمواطنين.
- **تحليلات سياسية واقتصادية:** حيث تقدم الشبكة تحليلات معمقة للأوضاع السياسية والاقتصادية، مع تسليط الضوء على تأثير السياسات الحكومية على حياة المواطنين.
- **تغطية الشأن العربي والدولي:** حيث تغطي الشبكة الأحداث البارزة في الدول العربية والعالم، مثل الأزمات السياسية، النزاعات، والتطورات الاقتصادية، مع تقديم رؤى تحليلية.



الأسئلة الخاصة باستمارة تحليل المضمون:

- ١- ما طبيعة الموضوعات التي ناقشتها المنشورات عينة الدراسة التحليلية بصفحات المؤثرين على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك؟
- ٢- ما نوع خطاب الكراهية المتضمن في المنشور عينة الدراسة التحليلية بصفحات المؤثرين على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك؟
- ٣- ما أشكال خطاب الكراهية المتضمن في المنشور عينة الدراسة التحليلية بصفحات المؤثرين على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك؟
- ٤- هل المنشور مصحوب بوسم (هاشتاج)؟
- ٥- هل المنشور يطلب من الأفراد اتخاذ فعل معين (يحث المتصفحين على إجراء فعل معين)؟
- ٦- هل المنشور يحيل المتابعين أو المشاهدين لمتابعة صفحات أخرى أو مشاهدة محتوى سابق أو لاحق؟
- ٧- هل المنشور يدعم أو يناهض قضايا أو أشخاص محددة؟
- ٨- هل صانع المحتوى (مقدم/كاتب المنشور/ القائم بالاتصال) شخصية معروفة أم مجهولة؟
- ٩- هل المنشور موجه لجمهور محلي، أقليمي، دولي؟
- ١٠- ما اللغة المستخدمة في تقديم المنشور؟
- ١١- ما الأسلوب الكتابي المستخدم في صياغة المنشور؟
- ١٢- ما نوع العبارات المستخدمة في صناعة خطاب الكراهية المتضمن بالمنشور؟
- ١٣- ما شكل المنشور ومحتواه (القالب المستخدم في التقديم للجمهور)؟
- ١٤- ما أشكال التمييز التي تتخلل المنشور المقدم؟
- ١٥- ما طبيعة الاستمالات التي تتضمنها المنشورات؟
- ١٦- ما النطاق الجغرافي للمنشور المستهدف من المنشور؟
- ١٧- ما أهداف القائم بالاتصال المراد تحقيقها من وراء صناعة المحتوى؟

فئات تحليل المضمون: (الفئات الرئيسية / الفئات الفرعية)

أولاً: فئة (ماذا قيل؟)

- ١- فئة الموضوع الذي يناقشه المنشور؟ (سياسي، اقتصادي، ديني، اجتماعي، رياضي، أخرى....)
- ٢- نوع خطاب الكراهية المتضمن بالمنشور:
 - خطاب كراهية واجب حظره.
 - خطاب كراهية غير محظور.
 - خطاب كراهية يمكن حظره
 - (المجموعة الأولى)
- أ- أشكال خطاب الكراهية الواجب حظره:
 - تحريض على القتل أو الإبادة الجماعية
 - التحريض على الإصابات الجسدية أو النفسية
 - التحريض على إلحاق الأضرار المادية و إلحاق الأذى بالمتلكات
 - (المجموعة الثانية)
- ب- أشكال خطاب الكراهية غير المحظور:
 - إيذاء شعور الآخرين.
 - إساءة الأدب تجاه الآخرين.
 - التتميز والتمييز في قالب الساخر.
 - (المجموعة الثالثة)
- ج- أشكال خطاب الكراهية الذي يمكن حظره:
 - الحض على الكراهية.
 - التشهير، والوصم.
 - يهدد الاستقرار.
 - يهدد الأمن القومي.



- ٤- مدى توافر الوسم (الهاشتاج): (المنشور مصحوب بوسم – أو غير مصحوب بوسم)
 - ٥- تعاطي المنشور مع المتابعين لاتخاذ فعل معين: (يطلب – أو لا يطلب)
 - ٦- إحالة المنشور لمتابعة أو مشاهدة فيديو أو منشور سابق: (يحيل – أو لا يحيل)
 - ٧- دعم المنشورات أو مناهضتها لقضايا أو أشخاص أو فئات محددة: (تدعم أو لا تدعم)
 - ٨- ماهية صانع المحتوى: (شخصية معروفة أو مجهولة)
 - ٩- الجمهور المستهدف من المنشور: (موجه لجمهور محلي، إقليمي، دولي)
- ثانياً: فئة (كيف قيل؟)**
- ١- لغة المنشور: (عربية – إنجليزية – فرنسية- مزوجة)
 - ٢- أسلوب كتابة المنشور: (لغة عربية فصحي- عامية)
 - ٣- نوع العبارات المستخدمة في صناعة خطاب الكراهية: (سباب، تجريح وإهانة، قذف، تحريض، أخرى...)
 - ٤- شكل المنشور ومحتواه: ((نص فقط)–(نص+صورة+link+رابط)–(نص+صورة+وسم) (نص+صورة+وسم+رابط) (نص+فيديو+وسم))
 - ٥- أشكال التمييز الذي يتخلل المنشور المقدم: (تميز وفقاً لاعتناق أحد الأديان بشكل عام- تمييز بناءً على الانتماء لأيديولوجيا دينية محددة- تمييز بناءً على الانتماء لأيديولوجيا سياسية محددة- التمييز وفقاً للنوع الاجتماعي (ذكر/ أنثى)- التمييز وفقاً للعرق)
 - ٦- الاستمالات التي تتضمنها المنشورات: (الاستمالات العاطفية- الاستمالات العقلانية – كلاً من الاستمالات العاطفية والعقلانية)

٧- النطاق الجغرافي للمنشور (موجهه لـ: (جمهورية مصر العربية – دول عربية- دول أجنبية- كل ما سبق)

ثالثاً: فئة (لماذا قيل؟) (أهداف القائم بالاتصال من المنشور).

- ١- إثارة غضب المواطنين ومشاعرهم.
- ٢- إثارة حماس المواطنين للقيام بفعل ما.
- ٣- إقناع المواطنين بتبني قضية أو فكرة أو قناعة ما.
- ٤- التحريض ضد بعض الرموز سواء كانت سياسية أو دينية.
- ٥- نشر حالة من الخوف والذعر بين المواطنين.
- ٦- نشر الفوضى.
- ٧- التحريض على أعمال عنف أو تخريب.

اختبار الصدق والثبات:

تُعد صلاحية أداة تحليل المضمون عاملاً حاسماً في ضمان دقة النتائج ومصداقية الاستنتاجات، ويتحقق ذلك من خلال اختبار كلٍّ من الصدق والثبات وفقاً للمعايير العلمية المعتمدة في البحوث الكيفية والكمية.

أولاً: اختبار الصدق (Validity): يقصد بصدق أداة البحث مدى قدرتها على قياس المتغيرات التي صُممت من أجل قياسها، ومدى توافقها مع الأهداف المحددة للدراسة (عبد الحميد، ٢٠٠٩م، ص. ٢٣١). وقد تم التحقق من صدق صحيفة تحليل المضمون في هذه الدراسة عبر مجموعة من الخطوات المنهجية، شملت:

١. تحديد فئات التحليل ووحداتها بدقة، بالاستناد إلى الأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة بخطاب الكراهية والإعلام الرقمي.



٢. إعداد الصيغة المبدئية لصحيفة التحليل، تمهيداً لعرضها على نخبة من الأساتذة والخبراء في مجالات الإعلام والاتصال وتحليل الخطاب، بهدف فحص مدى شمولها وملاءمتها لطبيعة الظاهرة المدروسة.

٣. تعديل الصحيفة بناءً على ملاحظات المحكمين، لضمان اتساق الفئات مع أهداف الدراسة والظواهر المستهدفة بالتحليل، مع مراعاة التوازن بين المؤشرات الكمية والكيفية.

ثانياً: اختبار الثبات (Reliability): يشير مفهوم الثبات إلى قدرة الأداة على إعطاء نفس النتائج عند تكرار تطبيقها على نفس وحدات التحليل في ظروف مماثلة، بغض النظر عن الشخص القائم بالتطبيق (محمد، ٢٠١١م، ص. ٢٧٦). وقد تم اختبار ثبات صحيفة تحليل المضمون في هذه الدراسة من خلال إعادة تحليل عينة من المنشورات على صفحات المؤثرين، ووجد أن النتائج جاءت متقاربة بدرجة كبيرة مع نتائج التحليل الأول، مما يؤكد ثبات الأداة ودقة الفئات التحليلية.

الدراسة التحليلية

فيما يلي عرض تحليلي مفصل للجداول الإحصائية التي تتضمن التكرارات والنسب المئوية المرتبطة بفئات ووحدات تحليل المضمون، والتي تم تصميمها خصيصاً لخدمة أهداف هذه الدراسة التحليلية. وقد تم توظيف هذه الأداة لرصد ومعالجة أنماط الخطاب المتداول على صفحات عدد من المؤثرين على موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، وذلك في سياق تتبّع تجليات خطاب الكراهية والتحريض على العنف، وتحليل بنيته ودلالاته خلال الفترة الزمنية المحددة للدراسة والتي بدأت منذ العام ٢٠٢٣ وحتى العام الحالي ٢٠٢٥.

أولاً الجداول التحليلية التي تناولت فئة (ماذا قيل؟؟)

١- الجدول الأول: تصنيف موضوعات خطابات الكراهية وفقاً للصبغة الموضوعية للمنشورات:

النسبة المئوية (%)	التكرارات (ك)	طبيعة الموضوعات التي تناولتها المنشورات بالنقاش
١٠.٧%	٢٠	سياسي
٣١.٢٥%	١٥	ديني
١٤.٥%	٧	متعدد الموضوعات
٦.٢٥%	٣	اقتصادي
٦.٢٥%	٣	اجتماعي
١٠٠%	٤٨	الإجمالي

أظهرت نتائج التحليل الكيفي لعينة المنشورات المدروسة أن المحتوى المُحمل بخطابات الكراهية يتفاوت من حيث الموضوع، حيث تركزت الموضوعات في خمس فئات رئيسية، تصدرتها الموضوعات ذات الطابع السياسي والديني، مع تداخل لافت بين بعض الأبعاد (السياسي- الديني، السياسي- الاجتماعي)، مما يكشف عن تعمد استغلال التقاطعات الأيديولوجية بهدف تحقيق أعلى درجات التأثير والاستقطاب.

١- الخطاب السياسي المعارض (١٠.٧%) : تصدرت المنشورات ذات الصبغة السياسية - لا سيما تلك المعارضة - المرتبة الأولى بنسبة ١٠.٧% وقد تمثلت أبرز المحاور السياسية فيما يلي:

- الطعن في السياسات الخارجية والداخلية لمصر: خاصة ما يتعلق بموقف الدولة من ملف غزة، واتهام القيادة المصرية بالخيانة لتأخرها في فتح المعبر أو تدخلها في مسألة التهجير.



- **التحريض المباشر ضد رئيس الجمهورية ورئيس الوزراء:** من خلال محتوى عدائي قدمته صفحات مثل: "علي المهدي"، "خمسة بالمصري"، "أحمد البحيري - تعشب شاي"، و"شبكة رصد".
 - **إثارة ملفات حساسة مثل اللاجئين، والاعتقالات السياسية، والحريات العامة:** من خلال فبركة معلومات، ونشر اتهامات مباشرة للدولة بممارسات قمعية، وتحميلها مسؤولية اقتصادية وأمنية عن تردي الأوضاع، وهو ما يستهدف خلق رأي عام مضاد محلياً ودولياً.
 - **ربط الأزمات الاقتصادية بالإدارة السياسية:** مع استخدام قالب الفيديو (خاصة المباشر Live Boadcat -) للتأثير عبر مشاهد درامية وتعليقات استفزازية.
 - **استدعاء رموز دولية لإثارة الانقسام:** مثل (مهاجمة العاهل الأردني، والتصعيد ضد النظام السوري، والتحريض على الرئيس الأمريكي).
- ٢- **الخطاب الديني العدائي والتحريضي (٣١.٢٥%):** سجلت هذه الفئة المرتبة الثانية بنسبة ٣١.٢٥%، وتضمنت:
- **إزدراء مباشر للأديان والرموز الدينية:** كما هو الحال في محتوى صفحة القمص "بطرس زكريا"، التي تضمنت هجوماً فجاً على الإسلام والنبي محمد (ﷺ)، ونشر شهادات من معتنقي ديانات مختلفة بهدف السخرية من الدين الآخر.
 - **استغلال الرد على الشُّبهات "الإلحادية" كذريعة للتحريض:** كما في محتوى الدكتور "هيثم طلعت"، الذي هاجم رموز فكرية وثقافية مثل: (أحمد الغندور) (الدحيح)، أحمد عمارة، إبراهيم عيسى، إسلام البحيري) ... متهماً إياهم بنشر "الكفر" أو "الممارسات الشيطانية".

- تحريض صريح ضد بعض الممارسات والطقوس الدينية غير الإسلامية: واعتبارها بوابة لعبادة الشيطان (كما في حالة اليوجا والتأمل).
- نشر محتوى يدعو للتكفير والتطرف، والتحريض ضد معتنقي الديانات الوضعية أو السماوية المخالفة.

٣- الموضوعات المتعددة (ديني-سياسي-اقتصادي-اجتماعي) (١٤.٥%): جاءت هذه الفئة كثالث أكثر الفئات شيوعاً، بنسبة ١٤.٥%، وتضمنت محتوى يدمج بين الأبعاد السياسية والدينية والاقتصادية، مثل:

- منشورات تحقّر الهوية الدينية والثقافية للعرب، كما في أحد المنشورات التي ربطت بين الإسلام والبدادة.
 - دعوات متطرفة لإقامة "دولة إسلامية" عبر التحريض من خارج البلاد.
 - انتقادات تتخذ شكل السخرية لبرامج إعلامية، وسياسات اقتصادية، وأوضاع اجتماعية، في محتوى يقدمه معارضون مثل "بكر المصري" و"علي المهدي".
 - إشاعات متداولة تهدف لتأجيج الأزمات الاقتصادية، مثل التهويل من أزمة ارتفاع سعر الذهب أو الدولار أو الاجتماعات السرية المزعومة.
- ٤- الخطابات ذات الصبغة الاقتصادية (٦.٢٥%): تناولت هذه الفئة، الأقل انتشاراً، قضايا اقتصادية مهمة بأسلوب ساخر أو تحريضي، مثل:
- التعويم وارتفاع الأسعار.
 - التشكيك في مستقبل الاقتصاد المصري.
 - دعوات لتخزين السلع وتضخيم الأزمة بهدف خلق ذعر جماهيري.



٥- الخطابات ذات الطابع الاجتماعي (٦.٢٥%) : جاءت هذه الفئة في المرتبة الأخيرة من حيث التكرار، وركزت على:

• تشويه صورة المجتمع عبر تصدير حالات فردية سلبية: كحالات الاعتداء، أو التعدي الأمني، أو نشر شائعات عن سلوك الأفراد.

• إثارة الخوف من المستقبل: كما في فيديوهات تتحدث عن انخفاض المواليد أو تهويل المظاهر الاجتماعية السلبية.

وبمراجعة النتائج السابقة تبين أن الخطاب السياسي المعارض لا يعمل في فراغ، بل يُستدعى إلى سياق اتصالي متعدد الأبعاد يتقاطع فيه الديني بالاقتصادي، والاجتماعي بالإيديولوجي، لينتج في النهاية بيئة خصبة لتضخيم خطاب الكراهية والتحريض والتقسيم المجتمعي.

٢- الجدول الثاني: تصنيف خطابات الكراهية حسب درجة الخطورة والإتاحة القانونية:

نوع خطاب الكراهية المتضمن في المنشور	التكرارات (ك)	النسبة المئوية (%)
خطاب كراهية واجب حظره	٣٥	٧٣%
خطاب كراهية يمكن حظره	١٠	٢٠.٨%
خطاب كراهية غير محظور	٣	٦.٢٥%
الإجمالي	٤٨	١٠٠%

أظهرت نتائج التحليل النوعي للمنشورات محل الدراسة تنوعاً في طبيعة خطابات الكراهية المتداولة عبر منصة "فيسبوك"، سواء من حيث حدة الخطاب، أو الجهات المستهدفة، أو القوالب الاتصالية المستخدمة. وتم تصنيف هذه الخطابات إلى ثلاث فئات رئيسية وفقاً لدرجة الحظر القانوني أو الأخلاقي الواجب اتباعه تجاهها:

١- خطابات الكراهية "واجب الحظر" (٧٣%) : تصدّرت هذه الفئة نسبة ٧٣% من إجمالي الخطابات المرصودة، وهي الأعلى من حيث الخطورة والتأثير السلبي المحتمل على الأمن القومي والسلم الاجتماعي، وتشمل:

- الخطابات الدينية العدائية، والتي تجسّدت في نبذة تكفيرية وازدرائية موجهة ضد معتنقي الديانات الأخرى، سواء بين المسلمين والمسيحيين أو تجاه ديانات ومذاهب أخرى (كالبوذية والهندوسية)، حيث سادت نبذة الإقصاء والتكفير والعداء الصريح.

- المنشورات ذات الصبغة السياسية المتطرفة، والتي حرّضت بشكل مباشر على رموز الدولة، أو دعت لتشكيل تنظيمات خارج الأطر الشرعية بهدف تقويض النظام السياسي أو زعزعة استقرار البلاد.

- خطابات الازدراء الإعلامي والثقافي، والتي تمثلت في حملات تشهير وتحريض استهدفت شخصيات ومراكز ثقافية، وعلى رأسها "مركز تكوين"، عبر مقاطع مرئية حملت مضموناً عدائياً صريحاً.

وتمثل هذه الفئة من الخطابات تهديداً مباشراً للنسيج المجتمعي، وتحمل طابعاً دعائياً تحريضياً يستوجب الحظر الفوري واتخاذ إجراءات قانونية صارمة حيالها.

٢- خطابات الكراهية "القابلة للحظر" (٢٠.٨%) : احتلت هذه الفئة المرتبة الثانية بنسبة ٢٠.٨%، وتضمّن محتواها قضايا خلافية تم طرحها بطريقة مثيرة للجدل أو السخرية أو التحريف، دون أن تصل إلى درجة التحريض المباشر أو التكفير الصريح، مثل:

- تناول بعض المنشورات ملف العلاقات المصرية الفلسطينية بشكل يحمل تلميحات اتهامية لموقف الدولة من تهجير الفلسطينيين.



- منشورات ذات طابع ساخر أو متهم على السياسات الاقتصادية والاجتماعية، تُخفي خلفها مواقف معارضة أو تشكيكية، لكنها لا تتضمن دعوات مباشرة للعنف أو الكراهية.

ورغم أن هذه الفئة لا ترتقي لدرجة الحظر الكامل، فإنها تُعد مجالاً رمادياً يجب مراقبته وضبطه، خاصة عند تجاوز حدود التعبير المشروع إلى الإساءة أو التضليل.

- ٣- خطابات الكراهية "غير المحظورة" (٦.٢٥%): جاءت هذه الفئة في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة ٦.٢٥%، وتمثلت في منشورات يغلب عليها الطابع الساخر أو الهزلي، وتناولت:

- إشاعات غير موثقة مثل خبر "تراجع معدلات المواليد في مصر إلى أدنى مستوى تاريخي"، قُدمت في قالب تهكمي، ما يسهل على المتلقي إدراك بُعدها الافتراضي.

هذه الفئة تُعد أقل خطراً من غيرها، لكنها قد تُسهم في إعادة إنتاج الشائعات إذا لم تُقابل بمحتوى توعوي تصحيحي وفعال.

وتشير هذه النتائج بوضوح إلى أن نسبة كبيرة من محتوى الكراهية المتداول عبر بعض الصفحات بموقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" يتجاوز حدود النقد المشروع أو حرية التعبير، ويتحول إلى أدوات ممنهجة لتفكيك المجتمع وتحريض الجمهور، وهو ما يستوجب:

- التدخل القانوني والتنظيمي لحظر الخطابات واجبة الحظر.
- وضع ضوابط ومعايير للرصد المبكر للخطابات القابلة للحظر.
- تفعيل الدور الإعلامي والتوعوي في كشف طبيعة الخطابات غير المحظورة لكنها مثيرة للبلبل.

٣- الجدول الثالث: أنماط خطاب الكراهية: التوزيع النوعي ودلالاته السياسية والدينية والاجتماعية والاقتصادية:

م	أنماط خطاب الكراهية وفقاً للمحتوى الذي يتضمنه	التكرارات (ك)	النسبة المئوية (%)
١	تهديد الأمن القومي	٢٤	%٥٠
٢	الحض على الكراهية	١٠	%٢٠.٨
٣	إزدراء الأديان	٥	%١٠.٤
٤	تهديد الاستقرار	٣	%٦.٢٥
٥	إساءة الأدب والتجاوز اللفظي	٣	%٦.٢٥
٦	تحريض على القتل أو الإبادة الجماعية	١	%٢.١
٧	تحريض على إلحاق الأضرار المادية وإلحاق الأذى بالملوكات	١	%٢.١
٨	التشهير والوصم	١	%٢.١
	الإجمالي	٤٨	%١٠٠

كشفت نتائج الدراسة التحليلية للمنشورات الخاضعة للعينة عن تفوق خطاب الكراهية ذي الطابع السياسي والديني العدائي في صدارة المشهد الرقمي، حيث تنوعت أنماط هذا الخطاب من حيث الموضوع، والمضمون، وطبيعة الرسائل الضمنية والصريحة التي يحملها.

١- الخطاب الذي يهدد الأمن القومي (٥٠%): تصدرت فئة التهديد المباشر للأمن القومي المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٥٠% من إجمالي المنشورات محل التحليل، وشملت هذه الفئة نوعين أساسيين:

- النوع الأول: منشورات ذات صبغة سياسية معارضة، تضمنت دعوات صريحة للتحريض على تكوين جبهات معارضة للنظام السياسي القائم، والتحريض على الخروج عن الشرعية، والانقلاب على السلطة، إلى جانب محاولات لتدويل القضايا المحلية من خلال التحريض على سياسات الدولة ورموزها، وعلى رأسهم



السيد الرئيس عبد الفتاح السيسي ورئيس الوزراء م. مصطفى مدبولي. ورصدت الدراسة التحليلية أن أبرز الحسابات المسؤولة عن بث هذه النوعية من الخطابات قد تمثلت في صفحات كلا من: علي المهدي، أحمد البحيري، وبكر المصري.

• **النوع الثاني:** منشورات ذات طابع ديني متطرف، استهدفت إثارة الفتن الطائفية والانقسامات الدينية بين المواطنين المصريين، وهو ما بدا واضحاً في منشورات صفحات القمص بطرس زكريا، ود. هيثم طلعت، حيث تم بث خطابات تحريضية تعتمد على تأجيج الانتماءات الدينية واللعب على أوتار العقيدة والهوية.

٢- **الحض على الكراهية (٢٠.٨%)**: جاء في المرتبة الثانية خطاب **الحض على الكراهية**، مسجلاً نسبة ٢٠.٨%، وتفرّع هذا النوع إلى ثلاثة أنماط رئيسية:

• **التحريض على كراهية الرموز السياسية (٦٥%)**، سواء كانت رموزاً داخلية أو دولية.

• **التحريض على كراهية الرموز الدينية (٢٥%)**، وشمل ذلك الإساءة إلى رموز إسلامية ومسيحية وكذلك الإساءة لرموز بعض ديانات الشرق الأقصى مثل البوذية والهندوسية.

• **التحريض على كراهية الآخر بناءً على معتقدات مغايرة (١٠%)**، وهي فئة تُشير إلى رفض وجود الاختلاف وتكريس منطق الإقصاء والتكفير.

٣- **ازدراء الأديان (١٠.٤%)**: سجلت فئة ازدراء الأديان نسبة بلغت ١٠.٤%، وتمثلت في محتوى مرئي يتضمن إهانات مباشرة لرموز دينية، وسيل من السباب والسخرية تجاه العقائد المختلفة، كما كشفت التعليقات المرافقة لتلك المنشورات عن حالة احتدام طائفي واستقطاب خطير بين صنّاع المحتوى ومتابعيهم، ما يُنذر بإمكانية تحول التراشق اللفظي إلى تصعيد مجتمعي يهدد التعايش الديني والسلم المجتمعي.

٤- **تهديد الاستقرار الداخلي (٦.٢٥%)**: تساوت هذه الفئة مع الفئة التالية في الترتيب، وسجلت نسبة ٦.٢٥ % وتمثلت هذه الفئة في منشورات تمزج بين المعلومات والشائعات، وتصور الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية في البلاد بوصفها في حالة انهيار شامل، مع تحميل السلطة مسؤولية مباشرة عن كل أوجه المعاناة المعيشية، وبرز فيها خطاب يعمل على ترسيخ الإحباط الجمعي وتآليب الرأي العام. وغالبًا ما تم بث هذه المنشورات عبر فيديوهات من إنتاج مؤثرين يثيئون من الخارج (الولايات المتحدة، لندن، تركيا).

٥- **الإساءة اللفظية والمعنوية (٦.٢٥%)**: جاءت أيضًا بنسبة ٦.٢٥ %، وتمثلت في التناول على شخصيات سياسية ودينية باستخدام ألفاظ نابية ومعادية، وشكلت هذه الفئة امتدادًا للخطابين السياسي المعارض والديني المتطرف، حيث تم توظيف الشتائم والمصطلحات السوقية كأداة للنيل من الرموز، ولبث مشاعر الاحتقار والسخرية من الآخر.

٦- **التحريض على القتل أو الإبادة الجماعية (٢.١%)**: رُصدت بعض المنشورات التي احتوت على دعوات صريحة لتحريض مباشر على القتل أو التصفية الجسدية لرموز سياسية، خاصة في سياق المعارضة السياسية العنيفة.

٧- **التحريض على التخريب والإضرار بالملكات (٢.١%)**: تمثل هذا النوع من الخطاب في تشجيع الجمهور على تنفيذ أعمال تخريب أو احتكار للسلع أو التلاعب بالأسواق، وهي دعوات ظهرت غالبًا في محتوى اقتصادي مضلل، يهدف إلى إرباك السوق المحلي وخلق أزمات مصطنعة.

٨- **التشهير والوصم (٢.١%)**: ظهرت منشورات تضمنت تشهيرًا مباشرًا بحق شخصيات عامة ووصفهم بصفات مثل "إرهابي"، أو "فاسد"، أو "خائن"، بما يُشكّل انتهاكًا واضحًا لمبدأ حرية التعبير، وتحريضًا على العنف المعنوي والإقصاء.



وتشير النتائج السابق إجمالها إلى أن خطاب الكراهية عبر "فيسبوك" لا ينطلق من فراغ، بل يُدار عبر منظومة اتصال استراتيجية تستهدف خلق حالة من الاحتقان المستمر، والضغط النفسي على الرأي العام، وتفكيك الروابط الوطنية والدينية والاجتماعية. وتُعد النسب المسجلة، خاصة المرتفعة منها في فئتي التحريض ضد الدولة وازدراء الرموز، بمثابة جرس إنذار يُحتم ضرورة التدخل التشريعي والتوعوي والإعلامي لمواجهة هذه الأنماط الهدامة، ووضعها ضمن إطار الحظر الرقمي الفعال.

٤- الجدول الرابع: استخدام الوسوم (الهاشتاج) في المنشورات محل الدراسة:

هل المنشور مصحوب بوسم (هاشتاج)	التكرارات (ك)	النسبة المئوية (%)
غير مصحوب بوسم	٤٤	٩١.٦%
مصحوب بوسم	٤	٨.٣%
الإجمالي	٤٨	١٠٠%

مؤشرات على آليات الانتشار البديلة في الخطاب العدائي:

جاءت نتائج تحليل استخدام الوسوم في المنشورات محل الدراسة على عكس التوقعات الأولية؛ حيث تصدرت فئة المنشورات الخالية من الوسوم المرتبة الأولى بنسبة بلغت نحو ٩١.٦%، وهي نسبة مرتفعة بشكل لافت، خاصة في ظل أن ما يقرب من ٧٥% من الجمهور المستهدف بهذه المنشورات كان جمهوراً دولياً، ما كان يُفترض معه - وفق الأدبيات الاتصالية - توظيف الوسوم كأداة لتوسيع نطاق الانتشار والربط بالسياقات العالمية.

وتدفعنا هذه النتيجة إلى إعادة النظر في أنماط الانتشار التي يعتمد عليها صانعو هذا المحتوى؛ إذ يُمكن تفسير هذا العزوف عن استخدام الهاشتاجات بعدد من الفرضيات، أبرزها:

١. عدم احتياج هؤلاء المؤثرين لآليات ترويج تقليدية مثل الوسوم، نظراً لاعتماد صفحاتهم على آليات دعم وتمويل مباشر من إدارة منصة "فيسبوك"، الأمر الذي يُعفيهم من توظيف أدوات التعزيز العضوي (Organic Reach) ، ويتيح لهم الوصول إلى جمهور واسع بوسائل أكثر تقدماً.

٢. استخدام أدوات خفية أو معقدة في الترويج، قد تشمل استهدافاً جغرافياً مدفوعاً، أو توجيهاً خوارزمياً يتم تفعيله من خلال الحملات الممولة، مما يتطلب بحثاً معمقاً في مصادر تمويل هذه الصفحات، ومدى ارتباطها بجهات أو كيانات خارجية ذات توجهات مُعادية للدولة المصرية.

٣. كما أن إدارة معظم هذه الصفحات من خارج مصر، كما ورد في بيانات الدراسة، مما يعزز من احتمالية وجود شبكات رقمية منسقة تعمل على بث محتوى موجه ذي طبيعة عدائية عابرة للحدود، دون الحاجة لوسوم ظاهرة قد تُسهّل تعقب المحتوى أو الحد من انتشاره.

وفي المقابل، جاءت المنشورات المصحوبة بوسوم في المرتبة الثانية بنسبة لم تتجاوز ٨.٣%، ولوحظ أن هذه الوسوم لم تكن ذات طابع وظيفي أو توصيفي مُحايد، بل حملت في معظمها دلالات عدائية، تحريضية، أو ازدرائية. وقد تنوّعت على النحو الآتي:

- وسوم ذات صبغة عنصرية أو تمييزية مثل: (#عرب، #بدو، #صحراء، #تخلف)، وتستبطن نظرة دونية أو تنميطة سلبياً لفئات عرقية أو ثقافية.
- وسوم تحريضية تستهدف شخصيات عامة ورموز فكرية وإعلامية، من قبيل: (#أحمد_عمار، #إيلي_عبداللطيف، #إسلام_البحيري، #إبراهيم_عيسى، #أحمد_الغندور)، وتستخدم لتأليب الرأي العام ضد هذه الشخصيات أو إطلاق حملات تهديد معنوي ومجتمعي بحقها.



- وسوم ذات طابع ازدرائي للفنون والثقافة مثل: (#موسيقى، #طرب، #معازف، #غناء)، ما يعكس موقفًا رافضًا للقيم الثقافية والفنية السائدة، ومحاولة تشويه الرموز الجمالية والاجتماعية المرتبطة بها.

إن غياب الوسوم كأداة تقليدية للانتشار، أو توظيفها في سياق سلبي بحت، يكشف عن نمط من الخطاب المنظم القائم على أساليب غير تقليدية للبت والتأثير، ويستوجب مزيدًا من البحث في الآليات التقنية والمالية والسياسية التي تقف خلف تمكين هذا النوع من المحتوى العدائي من النفاذ والتأثير في الرأي العام المحلي والدولي على حدّ سواء.

٥- الجدول الخامس: مدى توجيه دعوة مباشرة للتفاعل مع مضمون المنشور:

هل المنشور يطلب من المتابعين التفاعل مع مضمون المنشور بشكل مباشر	التكرارات (ك)	النسبة المئوية (%)
يطلب من المتابعين إجراء فعل محدد	٤٦	٩٥.٨%
لا يطلب من المتابعين إجراء فعل محدد	٢	٤.٢%
الإجمالي	٤٨	١٠٠%

تصدرت المنشورات التي طالبت المتابعين بإجراء أفعال محددة أو اتخاذ ردود فعل معينة المرتبة الأولى لتسجل نسبة كبيرة تقدر بحوالي ٩٥.٨% وقد تم تدوين عبارات تلخص ردود الفعل المحددة التي يسعى المؤثرين لإحداثها أو لدفع المتابعين بشكل مباشر للقيام بها فيما يلي:

١- اتهام الدين الإسلامي ومعتنقيه بالهرطقة ونشر هذا المضمون على نطاق واسع مستخدمين أحاديث محرفة دون أسانيد، إضافة إلى التحريض ضد رموز الدين الإسلامي.

٢- مراجعة المسيحية كدين والتشكيك في معتنقيه وفي سلامة اعتقادهم، ودعوتهم إلى إعادة النظر في هذا الاعتناق.

- ٣- قتل الزاني وتارك الصلاة أكل جثثهم إستنادًا إلى كتاب الشارح الصغير وجواز الإفتاء بفعل هذا الأمر.
- ٤- المقارنة بين الحضارة ممثلة في الدول الأوروبية والبداءة ممثلة في الدول العربية من منظور ديني، كشكل من أشكال الاسقاط على الدين الإسلامي ومعتقيه.
- ٥- الدعوة لتكوين ما يسمى بدولة الإسلام في كيان أشبه بداعش.
- ٦- التكتل مع القوى المجاهدة للتصدي للكيان الأميركي.
- ٧- إدراك الإسلام كدين إرهابي يجيز قتل الآخر ويستبيح دمه دون وازع.
- ٨- الامتناع التام عن سماع الموسيقى كونها من المحرمات التي تتسبب في الخسف والمسح وغيرها من العقوبات التي تصيب من يستمع للغناء أو الموسيقى.
- ٩- درأ كل ما يخالف دين الإسلام من وجهة نظر المتطرفين دينيًا، وتكفير متبعي الأديان الأخرى.
- ١٠- نبذ كل الممارسات التي تخالف المعتقد الديني من وجهة نظر المتطرفين مثل التأمل واليوجا.
- ١١- مقاطعة أحمد الغندور مقدم البرنامج الشهير الدحيح عقب وصفه بالإلحاد والكفر والهرطقة.
- ١٢- مقاطعة مقدمة البرامج ليلي عبد اللطيف عقب وصفها بالإلحاد والكفر والكهانة.
- ١٣- إزدراء ممارسي اليوجا والتأمل ووصفهم بالوثنيين.
- ١٤- التعامل مع مؤسسة تكوين كمنظومة إحادية تدعو إلى الكفر والتحلل من اعتناق الأديان.
- ١٥- التحريض ضد مدرب التنمية البشرية ومقدم البرامج الشهير د. أحمد عماره.



- ١٦- الانصياع لسياسات دونالد ترامب، والخضوع لها كأمر مسلم، غير قابل للتفاوض أو التداول.
- ١٧- اتخاذ موقف عدائي تجاه مصر من الأشقاء العرب (فلسطينيين- سوريين- سودانيين- ليبين- يمنيين- عراقيين)، بعد وصمهم باللاجئين والتحريض ضدهم بدعوى لطردهم.
- ١٨- إدراك الإدارة السورية الحالية كجهه إرهابية والتعامل معها على ذلك النحو.
- ١٩- إدراك الدولة المصرية كاكيان قمعي يعادي المواطنين، ويعبث بمقدراتهم والتصرف على ذلك النحو.
- ٢٠- خلق حالة من البلبلة وإثارة القيل والقال عبر اخافة المواطنين بعرض مجموعة من المقتطفات من برامج التوك-شو المعروفة بسياق يستهدف إرباك الرأي العام ونشر حالة من الذعر.
- ٢١- السخرية من رموز الدولة على كافة الأصعدة .
- ٢٢- الثورة ضد سياسات الإدارة المصرية برفض قرار تهجير الأخوة الفلسطينيين لسيناء وضرب السيادة المصرية بعرض الحائط.
- ٢٣- الخروج في تظاهرات تستهدف مناهضة بيع الدولة للمستشفيات الحكومية لجهات استثمارية.
- ٢٤- الاسراع بشراء كافة السلع التموينية والاستهلاكية قبل التعويم.
- ٢٥- تخزين الدولار وعدم بيع الذهب وتكديس السلع كنمط إدخار آمن.
- ٢٦- اتخاذ موقف عدائي من المملكة العربية السعودية ومن الإمارات العربية المتحدة اعتراضاً على سياساتهم.

- ٢٧- اتخاذ موقف عدائي ضد المملكة العربية الهاشمية (الأردن) وحاكمها الملك عبدالله.
- ٢٨- إدراك مصر كدولة تدعم الفساد بكافة صوره، وتسعى لمعاملة السائحين.
- ٢٩- التأكيد على غياب قيمة العدالة في المجتمع المصري والدعوة للعودة لقانون الغاب.
- ٣٠- الدعوة للخروج عن سياسات الدولة الترشيدية وإنجاب أكبر عدد من الأبناء.
- ٣١- مقاطعة كل السلع والبضائع ذات المنشأ الأمريكي وبالتبعية الإسرائيلي على حد زعم صانع المحتوى.
- ٣٢- الدعوة لإضراب عام لسائقي الشركات الخاصة مثل: (أوبر- كريم- ديدي- اندرايفر)، اعتراضاً على غلاء أسعار البنزين، مع عدم زيادة التعريفة الخاصة بهم بشكل رسمي، وتعطيل مصالح العملاء عمداً.
- ٣٣- التحريض ضد الدولة بزعم إلغاء الدعم وزيادة الضرائب.
- ٣٤- التحريض ضد سياسات الدولة عقب فرض تحليل المخدرات العشوائي.
- ٣٥- التظاهر ضد تهجير سكان جزيرة الوراق.
- ٣٦- اتهام وزير التعليم السابق بالنصب والغش وتضارب المصالح، والطعن في القسم الذي قام بتأديته.
- ٣٧- التظاهر ضد الدولة عقب موجات قطع الكهرباء التعسفية وزيادة أسعار تعريفة المحاسبة لخدمات الكهرباء.
- فيما سجلت المنشورات التي لم يطالب فيها صناع المحتوى (المؤثرين) متابعيهم باتخاذ ردود فعل محددة أو القيام بتصرف معين نسبة ضئيلة للغاية قدرت بحوالي ٤.٢%، الأمر الذي يشير إلى وجود أجنداث مرتبة لهؤلاء تستهدف الوصول لردود



فعل محددة وفقاً لجدول زمني موضوع سلفاً ومتماشياً مع الوضع الراهن ومستجدات الساعة.

٦- الجدول السادس: خصائص التفاعل الاتصالي في المحتوى السلبي مقارنة بالمحتوى الإيجابي:

النسبة المئوية (%)	التكرارات (ك)	الإحالة لمشاهدة أو متابعة محتوى سابق
١٠٠%	٤٨	لا يحيل
٠%	٠	يحيل
١٠٠%	٤٨	الإجمالي

أظهرت نتائج الدراسة غياباً ملحوظاً لما يُعرف في أدبيات الاتصال الرقمي بأسلوب "الربط التسلسلي" أو "الدعوة للاستمرارية" في المحتوى الذي يقدمه صانعو خطابات الكراهية أو المحتوى العدائي؛ حيث لم يُرصد في أي من المواد التحليلية أي إشارات توجيهية تحت المتابعين على الرجوع إلى فيديوهات سابقة أو انتظار محتوى لاحق، على خلاف ما هو شائع في الخطابات ذات الصبغة الإيجابية (السياسية، الاقتصادية، العلمية، أو الفنية)، التي تعتمد بشكل منهجي على تشجيع الجمهور على التفاعل المستمر، والبقاء في حالة ترقب لما سيتم تقديمه مستقبلاً. ويُعد هذا التوجه مؤشراً دالاً على طبيعة الخطاب العدائي الذي يتسم غالباً بالفورية والانفعالية، ويستهدف التأثير اللحظي دون بناء علاقة تفاعلية طويلة الأمد مع الجمهور. كما أن غياب عناصر الودّ الاتصالي مثل الشكر، التقدير، الدعاء بقضاء وقت ممتع – وهي عناصر معتادة في نمط تقديم البرامج ذات الطابع الحوارية أو الثقافي أو الترفيهي – يُشير إلى فقر هذا النوع من المحتوى من الناحية العاطفية والإنسانية، واعتماده على الإثارة، أو التحريض، أو الصدمة كوسيلة للانتشار والتأثير. وعلى العكس تماماً، يتميز المحتوى الإيجابي – بوسائل الإعلام التقليدية – بوجود بناء اتصالي حميمي، يقوم على تعزيز الشعور بالارتباط بين المرسل والمتلقي، عبر وعود ضمنية بتقديم مزيد

من الفائدة والمتعة، مما يسهم في خلق علاقة طويلة الأمد مبنية على الثقة والانتماء المعرفي أو العاطفي. وهذه الفجوة بأسلوب التقديم تُظهر طبيعة الخطاب العدائي بوصفه خطاباً عابراً للزمن والمحتوى، لا يعوّل على بناء قاعدة مستدامة من المتابعين، بقدر ما يستهدف تعبئة آنية تُغذي الغضب أو التشكيك أو السخط العام.

٧- الجدول السابع: تحليل توجهات الخطاب: بين الدعم والمناهضة لقضايا وشخصيات ومؤسسات:

النسبة المئوية (%)	التكرارات (ك)	مناهضة أو دعم المنشور لقضية أو شخص أو فئة محددة
١٠٠%	٤٨	يدعم
٠%	٠	لا يدعم
١٠٠%	٤٨	الإجمالي

كشفت نتائج التحليل الكيفي لعينة الدراسة أن جميع المنشورات (بنسبة ١٠٠%) تضمنت توجهاً صريحاً إما بدعم أو مناهضة قضية أو شخصية أو فئة اجتماعية أو سياسية محددة، بما يعكس توظيفاً مباشراً للخطاب كأداة لتوجيه الرأي العام وبناء مواقف وجدانية أو أيديولوجية تجاه موضوعات مختارة بعناية.

وقد تنوّعت الموضوعات التي انطلقت منها هذه الدعوات، لتشمل:

- الدعم الإعلامي لأشخاص أعلنوا اعتناقهم الدين الإسلامي حديثاً، وترويج تجربتهم على قنوات إعلامية بهدف خلق صورة رمزية.
- دعم مباشر أو غير مباشر لأشخاص أعلنوا تركهم للإسلام، بوصفه نموذجاً لما يُروّج له من حرية الاعتقاد، لكنه في السياق يُوظف في إطار صراع رمزي مع الهوية الثقافية والدينية.
- تغذية موجات السخرية من المرجعيات الدينية أو الرموز الإسلامية، بأسلوب تهكمي يحمل في طياته نزعة استهزائية تُفرغ الدين من مكانته الاجتماعية.



- الترويج للجماعات الإسلامية المتطرفة، وعلى رأسها جماعة الإخوان المسلمين المصنفة تنظيمًا محظورًا في مصر، بالإضافة إلى الجماعات التكفيرية والداعشية.
- دعم أعمال التخريب ومناهضة مؤسسات الدولة، والترويج لأجندات تيارات المعارضة المتطرفة.
- نشر دعوات تحريضية لقلب نظام الحكم في مصر، وتشجيع الحراك ضد السلطة القائمة.
- مساندة الأنظمة السياسية المعادية للدولة المصرية، ومهاجمة سياسات الرئيس المصري بشكل مباشر، إلى جانب التعبير عن مواقف مناهضة للسياسات الأمريكية في عهد الرئيس دونالد ترامب، والاعتراض على التوجهات الإقليمية للولايات المتحدة الأمريكية، وكذلك السياسات الإسرائيلية.

وتؤكد هذه المعطيات ما أشرنا إليه سابقًا بشأن وجود مخطط إعلامي عدائي ممنهج، يُوظف عددًا من المؤثرين الرقميين كأدوات لبث رسائل تستهدف النيل من استقرار الدولة المصرية، والتأثير في صورتها داخليًا وخارجيًا، مستخدمين في ذلك منصة "فيسبوك" باعتبارها الوسيط الرقمي الأكثر نفادًا وانتشارًا بين مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في مصر، وفق ما أجمع عليه كثير من استطلاعات الرأي والدراسات الحديثة.

إن تكامل هذه التوجهات يعكس بوضوح طبيعة الأجندات المضمرة خلف هذا الخطاب الرقمي، والتي تتجاوز حرية التعبير لتصل إلى مستوى التحريض الرمزي والمعنوي، ومحاولة خلق انقسام مجتمعي وفكري على المدى البعيد، ما يستوجب مواجهته باستراتيجية شاملة تجمع بين الرصد الإعلامي، والتحصين المعرفي، والسياسات الرقمية الوطنية الفعالة.

٨- الجدول الثامن: تحليل وزن التأثير الرقمي للمؤثرين ضمن عينة الدراسة:

هل مقدم المنشور شخصية معروفة أو مجهولة	التكرارات (ك)	النسبة المئوية (%)
معروفة	٤٨	%١٠٠
مجهولة	٠	%٠
الإجمالي	٤٨	%١٠٠

أظهرت نتائج التحليل أن نسبة ١٠٠% من عينة المنشورات تعود لشخصيات رقمية معروفة تتمتع بدرجات متفاوتة من الشهرة والتأثير، ما يشير إلى اعتماد منهجي على "المؤثر النخبوي" في صناعة وترويج المحتوى العدائي أو التحريضي عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

ويبين الجدول التالي أسماء الصفحات المدروسة وأعداد المتابعين لكل مؤثر رقمي، حيث تبين أن بعض هذه الصفحات تحظى ب جماهيرية واسعة تتجاوز المليون ونصف المليون متابع، وهو رقم يتفوق بشكل لافت على قدرة وسائل الإعلام التقليدية – كالإذاعة أو الصحافة أو حتى بعض المحطات التلفزيونية – على الوصول إلى هذا الحجم من الجمهور في وقت قصير، وبتكلفة منخفضة.

إن هذا الانتشار الكبير للمحتوى، عبر منصات يديرها أفراد وليس مؤسسات إعلامية مسؤولة، يعزز من خطورة تأثير هذا النوع من الخطاب على تشكيل الرأي العام، وخصوصاً في بيئات شبابية أكثر عرضة لتلقي المعلومات دون تحقق أو تدقيق. كما أنه يسלט الضوء على قوة المنصات الرقمية في إحداث تحولات إدراكية قد تكون عميقة وسريعة، بعيداً عن الرقابة المهنية أو الضوابط الأخلاقية التي تحكم الإعلام التقليدي.

هذا الواقع يُحتم ضرورة إعادة تقييم أدوات المواجهة الإعلامية الرسمية، وتبني استراتيجيات رقمية بديلة تكون أكثر ديناميكية وفعالية في مجابهة تمدد هذا النوع من الخطابات ذات الطابع التأثيري الجماهيري عالي الخطورة.



م	اسم صانع المحتوى	اسم الصفحة	عدد المتابعين
١-	أحمد بحيري	(تعاشب شاي)	مليون وستمئة ألف متابع
٢-	على حسين المهدي	على حسين المهدي	مليون ومائتي ألف متابع
٣-	بكر المصري	خمسة بالمصري	مليون وتسعمائة ألف متابع
٤-	القمص زكريا بطرس	حوار الحق	مائة وستة وسبعون ألف متابع
٥-	د. هيثم طلعت	الرد على الإلحاد بكلمتين	سبعمئة وثمانية وتسعين ألف متابع
٦-	شبكة رصد الإخبارية	قصص رد	سبعة وعشرين ألف متابع

٩- الجدول التاسع الجمهور المستهدف من المنشور سواء كانت جمهور محلي أو إقليمي أو دولي:

الجمهور المستهدف	التكرارات (ك)	النسبة المئوية (%)
جمهور دولي	٣٦	٧٥%
جمهور محلي	١٠	٢٠.٨%
جمهور إقليمي	٢	٤.٢%
الإجمالي	٤٨	١٠٠%

كشفت نتائج التحليل الكمي للمحتوى محل الدراسة عن توجه بالغ الدلالة في طبيعة الجمهور المستهدف بخطابات الكراهية؛ إذ تصدرت المنشورات الموجهة للجمهور الدولي المرتبة الأولى بنسبة تقدر بنحو ٧٥%، تلتها المنشورات الموجهة للجمهور المحلي بنسبة ٢٠.٨%، فيما حلت المنشورات ذات التوجه الإقليمي في المرتبة الأخيرة بنسبة لا تتجاوز ٤.٢%.

و تشير هذه النسب إلى نزعة استراتيجية واضحة لدى القائمين على هذه الصفحات والمحتويات العدائية، تهدف إلى التأثير على الرأي العام الدولي، عبر تصدير صور نمطية سلبية عن الدولة المصرية ومؤسساتها، مما يثير تساؤلات حقيقية حول الأهداف الخفية وراء هذا النمط الخطابى، ومدى ارتباطه بأجندات أيديولوجية أو سياسية تسعى لتقويض صورة الدولة في المحافل الخارجية. وتزداد خطورة هذه

الممارسات في ظل الانتشار الواسع لهذه الصفحات والمنصات، التي يتابعها عدد ضخم من المستخدمين، غالبيتهم من فئة الشباب، وهي الفئة الأكثر قابلية للتأثر بمثل هذه الخطابات بفعل خصائصهم النفسية والاجتماعية. كما أن الخطاب الموجّه يتسم غالباً بطابع عدائي وتحريضي، يتضمن دعوات ضمنية أو مباشرة للتمييز، ورفض الآخر، وبث الفرقة والفتن الطائفية والمجتمعية.

إن هذه المؤشرات تفرض ضرورة التعامل الجاد مع مثل هذه الخطابات الرقمية، ليس فقط من منظور إعلامي أو ثقافي، بل كجزء من استراتيجية شاملة لحماية الأمن الفكري والمجتمعي، والتصدي لمحاولات تشويه الصورة الذهنية للدولة، عبر الفضاء الرقمي العالمي.

ثانياً: الجداول الخاصة بفئة (كيف قيل؟)

١٠- الجدول العاشر: اللغة المستخدمة في تقديم المحتوى ودلالاتها الاتصالية والأمنية:

لغة المنشور	التكرارات (ك)	النسبة المئوية (%)
اللغة العربية	٤٦	٩٥.٨%
اللغة الإنجليزية	١	٢.١%
مزدوج اللغة	١	٢.١%
الإجمالي	٤٨	١٠٠%

أظهرت نتائج الدراسة أن اللغة العربية تصدرت قائمة اللغات المستخدمة في إنتاج وتقديم المنشورات العدائية محل التحليل، بنسبة بلغت نحو ٩٥.٨%، فيما سُجلت نسبة متساوية بلغت ٢.١% لكل من فئتي اللغة الإنجليزية واللغة المزدوجة (مزيج بين العربية والإنجليزية)، ما يشير إلى اعتماد شبه كلي على اللغة العربية كلغة رئيسية للخطاب الرقمي العدائي. ويُعد هذا الاتجاه مؤشراً بالغ الدلالة، إذ يكشف عن توجّه استراتيجي لدى صناع هذا النوع من المحتوى نحو استقطاب فئة عريضة من الجمهور العربي، وخصوصاً فئة الشباب، بما يعزز من احتمالية التأثير النفسي



والذهني في هذه الفئة الحساسة، وتهيئتها - بشكل مباشر أو غير مباشر - للانخراط في مواقف عدائية أو أنشطة تستهدف زعزعة الاستقرار الداخلي.

ويمكن تفسير هذا الاعتماد على اللغة العربية بعدة اعتبارات:

١. اللغة تُستخدم كوسيلة للتقارب الثقافي والوجداني مع الجمهور المستهدف، بما يسهم في خلق حالة من الثقة والتماهي مع الخطاب، ويزيد من فاعلية الرسائل المضمنة.

٢. اللغة العربية الواضحة تُسهم في ضمان انتشار أوسع داخل الأوساط الشعبية والمجتمعية التي قد لا تكون متمكنة من اللغات الأجنبية، وبالتالي تعظيم الأثر الجماهيري.

٣. استغلال اللغة بوصفها أداة للتعبئة النفسية وبناء سرديات رمزية قائمة على الهوية والانتماء، ما يجعل الرسائل التحريضية أكثر نفاذاً داخل الوعي الجمعي.

وتتقاطع هذه المعطيات اللغوية مع نتائج أخرى وردت في الدراسة، من بينها تصدر فئة "تهديد الأمن القومي" ضمن أشكال خطاب الكراهية بنسبة ٥٠%، ما يجعل الربط بين التوجه اللغوي وطبيعة الخطاب أمراً ذا وجهة علمية. فالخطاب الموجه باللغة العربية إلى جمهور عربي واسع، في سياق تُهيمن عليه الرسائل التحريضية والمناوئة للدولة، قد يُمثل أحد قنوات الخطر المحتملة التي تستهدف تشكيل جماعات ضغط رقمية أو خلايا فكرية أو تنظيمات معادية في الداخل والخارج. إن هذا النمط من التوجيه الاتصالي عبر اللغة ليس مجرد اختيار أسلوب، بل هو خيار استراتيجي يُوظف اللغة كأداة أيديولوجية تخدم أهدافاً سياسية وأمنية مضمرة، ويستدعي بالتالي قراءة عميقة ضمن أطر دراسات الأمن السيبراني، والتحليل السياسي لخطابات الكراهية، ونظريات التأثير في بيئة الإعلام الرقمي.

١١- الجدول الحادي عشر: طبيعة اللغة المستخدمة: بين العامية والفصحى ودلالات التوظيف الاتصالي:

النسبة المئوية (%)	التكرارات (ك)	طبيعة اللغة المستخدمة
٦٠.٤%	٢٩	العامية
٣٩.٦%	١٩	اللغة العربية الفصحى
١٠٠%	٤٨	الإجمالي

استكمالاً لنتائج تحليل اللغة المستخدمة في المنشورات محل الدراسة، برز عامل "طبيعة اللغة" (عامية / فصحى) كأحد المحددات الاتصالية المؤثرة في تشكيل الخطاب وتحقيق أهدافه التأثيرية؛ حيث تصدرت اللهجة العامية المرتبة الأولى بنسبة بلغت نحو ٦٠.٤% من إجمالي المنشورات، في حين جاءت اللهجة العربية الفصحى في المرتبة الثانية بنسبة ٣٩.٦%.

ويُلاحظ أن اللهجة العامية قد تم توظيفها بوجه خاص في المنشورات ذات الطابع السياسي والاقتصادي والاجتماعي، وهو ما يمكن تفسيره باعتبارات متعددة، أبرزها:

١. محاولة خلق حالة من القرب النفسي والتلقائية مع الجمهور العام، لا سيما فئة الشباب، التي تمثل الشريحة الأكبر من جمهور وسائل التواصل الاجتماعي.

٢. استغلال العامية كلغة ذات حمولة وجدانية وسياقات تداول يومية، تسمح بتمرير الرسائل الضمنية، التحريضية، أو الساخرة بشكل أكثر سلاسة وأقل مقاومة ذهنية.

٣. استخدام العامية كوسيلة لتأليب الجمهور وتحفيزه على التفاعل اللحظي، نظراً لما تحمله من حس شعبي يسهل التقاطه وترديده وإعادة إنتاجه في الفضاء الرقمي.

أما بالنسبة للغة العربية الفصحى، فقد ارتبط استخدامها أساساً بالمحتوى ذي التوجه الديني، وهو ما يُفسّر بطبيعة هذا النوع من الخطاب الذي غالباً ما يستند إلى



النصوص الشرعية، والمفردات التراثية، والمصطلحات العقائدية التي تتطلب بناء لغوياً مضبوطاً يتماشى مع التقاليد البلاغية والخطابية في الثقافة العربية الإسلامية. ويعكس هذا التمايز بين العامية والفصحى نضجاً تكتيكياً لدى صانعي الخطاب العدائي، إذ يتم توظيف كل نمط لغوي بما يتناسب مع طبيعة الجمهور المستهدف من جهة، وطبيعة الرسالة ومجالها من جهة أخرى. كما أن هذا الاختيار لا يُعد عفوياً، بل يعكس وعياً بكيفية إدارة اللغة كأداة تأثير نفسي وثقافي وأيديولوجي.

١٢- الجدول الثاني عشر: نوع العبارات المستخدمة في صناعة خطاب الكراهية، كأدوات للتأثير:

نوع العبارات المستخدمة	التكرارات (ك)	النسبة المئوية (%)
عبارات ذات تردد تخويفي	٢٠	٤١.٦%
عبارات ذات تردد تحريضي	١٨	٣٧.٥%
سبَاب (ألفاظ نابيه)	١٠	٢٠.٨%
الإجمالي	٤٨	١٠٠%

كشفت نتائج التحليل الأسلوبي للمنشورات محل الدراسة عن هيمنة ثلاث فئات رئيسية من العبارات التي اتسمت بترددات لفظية عالية ومقصودة، تعكس أساليب التأثير النفسي والتحريضي المعتمدة من قبل صناع المحتوى العدائي.

١. في المرتبة الأولى، جاءت فئة "العبارات ذات التردد التخويفي" بنسبة بلغت ٤١.٦%، وقد استُخدمت بكثافة في المنشورات ذات الطابع السياسي، والاقتصادي، والاجتماعي، حيث لجأ صناع المحتوى إلى تصوير الواقع المحلي أو الإقليمي أو الدولي باعتباره كارثياً، مظلماً، وفاقداً لأي أفق تنموي. وتكمن خطورة هذا النمط في تأثيره السلبي على الوعي الجمعي، وتحديدًا في ما يتعلق بإضعاف الروح المعنوية للمواطنين، وبث الشعور بالعجز، وخلق حالة من التوتر العام وانعدام الثقة في قدرة الدولة على إحداث أي تغيير إيجابي. ويُعد هذا

الاستخدام المبالغ فيه للتخويف والتشاؤم بمثابة أداة نفسية فعالة في تقويض الأمن المجتمعي والإرادة الشعبية تجاه التنمية.

٢. في المرتبة الثانية، سجلت "العبارات ذات التردد التحريضي" نسبة بلغت ٣٧.٥%، وقد تكرر استخدامها في المنشورات ذات التوجه السياسي، والديني، والاقتصادي. وتمحورت هذه العبارات حول التحريض المباشر أو غير المباشر ضد رموز سياسية ودينية وفكرية وإعلامية، إضافة إلى التحريض ضد "الآخر" المختلف أيديولوجياً أو عقائدياً. ويدل هذا التوجه على محاولة خلق حالة من الاستقطاب والانقسام داخل المجتمع، واستثارة النزعات الطائفية أو العقائدية أو الفكرية، بما يخدم أهدافاً عدائية تتجاوز مجرد النقد إلى محاولة إشعال الصراع المجتمعي.

٣. في المرتبة الثالثة، جاءت "العبارات التي تتضمن ألفاظاً نابية أو سُبَاباً مباشراً" بنسبة ٢٠.٨% وقد تم توظيف هذه اللغة العنيفة بشكل لافت في المنشورات ذات الطابع الديني، خصوصاً تلك التي تنطوي على ازدراء للأديان، أو تهكم على الرموز والمعتقدات، وكذلك في المنشورات السياسية المعارضة للأنظمة الحاكمة. وتشير هذه النتائج إلى استخدام السُّبَاب بوصفه أداة للتعبير عن الغضب الأيديولوجي، وإقصاء الآخر المختلف سياسياً أو دينياً، من خلال تفرغ الخطاب من العقلانية وإحلال العنف اللفظي محل الحوار.

وتؤكد هذه النتائج مُجتمعة أن خطاب الكراهية في البيئة الرقمية لا يقتصر على المضامين الظاهرة، بل يمتد إلى البنية اللفظية ذاتها، التي تُستخدم كأداة وظيفية لبناء خطاب تخويفي، وتحريضي، ومُنْفِر، يُقَوِّض الثقة، ويعزز الانقسام، ويُضعف المناعة النفسية والفكرية لدى الجمهور المستهدف.



١٣ - الجدول الثالث عشر: قوالب تقديم المنشور (آلية الطرح): الفيديو كأداة مهيمنة للنفاذ والتأثير:

النسبة المئوية (%)	التكرارات (ك)	آلية الطرح
٨٣.٣%	٤٠	فيديو فقط
٨.٣%	٤	نص + صورة
٦.٢٥%	٣	فيديو + وسم (هاشتاج)
٢.١%	١	نص + صورة + وسم (هاشتاج)
١٠٠%	٤٨	الإجمالي

كشفت نتائج الدراسة عن هيمنة واضحة لقالب الفيديو كآلية رئيسية في تقديم المنشورات العدائية على منصة "فيسبوك"، حيث تصدر قالب "الفيديو فقط" المرتبة الأولى بنسبة بلغت نحو ٨٣.٣% ويعكس هذا الرقم دلالة اتصالية بالغة، مفادها أن المؤثرين الرقميين وصناع المحتوى العدائي يعتمدون توظيف هذا النمط البصري لعدة اعتبارات استراتيجية، في مقدمتها جذب أكبر عدد ممكن من المتابعين، وخلق بيئة تلقي مشحونة بالعاطفة والتفاعل اللحظي. ويمثل الفيديو قالب الأمثل لتقديم هذا النوع من الخطاب لكونه:

- يُتيح مساحة مرنة للتعبير والاستطراد دون قيود نصية، ما يسمح بتقديم خطاب يحمل شحنات وجدانية عالية.
- يُضفي طابعاً شخصياً وحميمياً على الرسالة، ما يعزز الثقة بين صانع المحتوى والمتلقي.
- يُضاعف فرص الانتشار والمشاركة وإعادة التفاعل، نظراً لارتفاع استهلاك المحتوى المرئي بين جمهور وسائل التواصل، خاصة فئة الشباب.

وجاء في المرتبة الثانية قالب (نص + صورة) بنسبة ٨.٣%، يليه قالب (فيديو + وسم) بنسبة ٦.٢٥%، ثم قالب (نص + صورة + وسم) في المرتبة الأخيرة بنسبة

٢.١% . وعلى الرغم من تنوع هذه القوالب، فإن العنصر المشترك اللافت هو تكرار ظهور الفيديو كـمكوّن أساسي في معظم التوليفات، مما يعزز فرضية تفضيله المتعمّد كأداة رئيسية لنشر الخطاب العدائي والتأثير في الجمهور.

وتُبرز الدراسة كذلك تبايناً داخلياً في طبيعة الفيديوهات المستخدمة، حيث:

- سُجّلت نسبة ٦٨% لصالح الفيديوهات المُعدّة سلفاً (Pre-recorded) والتي خضعت لعمليات تحرير ومونتاج، مما يُشير إلى نية مسبقة وتخطيط احترافي في صياغة الرسالة وتهيتها للإقناع البصري والسمعي.

- في المقابل، سُجّلت نسبة ٣٢% للفيديوهات التي تم بثها بشكل مباشر (Live Broadcast)، وجاءت غالبيتها في سياق منشورات ذات طابع سياسي معارض، وهو ما يؤكد وظيفة "البث المباشر" كأداة للتفاعل اللحظي مع المستجدات السياسية، واستثمار الانفعالات الجماهيرية في لحظة الحدث.

وتشير هذه النتائج مجتمعة إلى أن خطاب الكراهية عبر المنصات الرقمية لم يعد يُصاغ فقط من خلال مضمون النص، بل يتم هندسته بصرياً عبر أدوات إنتاج إعلامي تتسم بالاحترافية، وتستهدف مضاعفة الأثر النفسي والمعنوي على المتلقي. كما أن الاختيار الواعي لقالب النشر (لا سيما الفيديو)، يعكس وعياً استراتيجياً من صناع المحتوى بكيفية تحقيق أقصى درجات التأثير والتعبئة، بما يتجاوز حدود الرأي إلى مستويات التحريض والتخويف والتشويه.

١٤- الجدول الرابع عشر: أنماط التمييز في الخطاب العدائي:

النسبة المئوية (%)	التكرارات (ك)	أشكال التمييز المضمنة بالمنشورات
٦٤.٦%	٣١	تمييز بناءً على الانتماء لأيديولوجيا سياسية محددة
٢٧.١%	١٣	تمييز وفقاً لاعتناق أحد الأديان بشكل عام
٨.٣%	٤	تمييز بناءً على الانتماء لأيديولوجيا دينية محددة
١٠٠%	٤٨	الإجمالي



أظهرت نتائج الدراسة أن خطاب الكراهية في المنشورات محل التحليل ارتكز بدرجة رئيسية على التمييز القائم على الانتماءات الفكرية والسياسية والدينية، حيث تصدرت فئة التمييز على أساس الانتماء إلى أيديولوجيا سياسية محددة المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٦٤.٦%، ما يكشف عن هيمنة الطابع السياسي كمحرك رئيسي لهذا الخطاب. ويظهر هذا التوجّه أن المحتوى العدائي يُستخدم بشكل مباشر لاستهداف الخصوم السياسيين، أو من يُفترض أنهم يتبنون مواقف معارضة لأفكار صانع المحتوى، من خلال:

- تصويرهم كخطر على استقرار الدولة.
- التشكيك في نواياهم الوطنية.
- إقصائهم من دوائر "الولاء والانتماء".

في المرتبة الثانية، جاءت فئة التمييز استناداً إلى اعتناق دين معين بنسبة ٢٧.١%، وهي نسبة تُبرز أن الخطاب لا يكتفي بالاستقطاب السياسي، بل يمتد إلى استثمار الانتماءات الدينية بشكل عام لإقصاء الآخر أو تصويره كمصدر تهديد للقيم والمعتقدات السائدة. ويُستخدم هذا النمط من التمييز غالباً في إطار التعبئة ضد المجموعات الدينية الأخرى، أو تصويرها كأدوات خارجية أو طابور خامس. أما التمييز القائم على الانتماء لأيديولوجيا دينية محددة فجاء في المرتبة الثالثة بنسبة ٨.٣%، وهو ما يشير إلى وجود خطاب أكثر تعقيداً ودقة يستهدف مدارس دينية بعينها داخل الدين الواحد، ويُعبّر عن تفتيت داخلي للهوية الدينية نفسها، من خلال بث الكراهية بين الاتجاهات أو الفرق أو المذاهب المختلفة. ويُعزز هذا التوزيع الثلاثي من فرضية أن الخطاب العدائي محل الدراسة ليس عشوائياً، بل يُمارس بشكل انتقائي وممنهج، حيث يتم استهداف الفئات التي تختلف سياسياً أو دينياً عن صانع المحتوى وفق منطق استقطابي حاد، يُعمّق من الانقسامات، ويقوّض أسس التعايش المجتمعي والتسامح.

١٥ - الجدول الخامس عشر: أنماط الاستمالات الخطابية: الدمج بين العاطفة والعقل أداة للتعينة والتوجيه:

الاستمالات المضمنة بالمنشورات	التكرارات (ك)	النسبة المئوية (%)
الاستمالات العاطفية والعقلانية معاً	٣٦	٧٥%
الاستمالات العقلانية	١٢	٢٥%
الإجمالي	٤٨	١٠٠%

كشفت نتائج التحليل عن تصدر فئة المنشورات التي اعتمدت على الدمج بين الاستمالات العاطفية والعقلانية المرتبة الأولى بنسبة بلغت ٧٥% من إجمالي العينة، مما يعكس نمطاً اتصالياً مقصوداً يسعى من خلاله صناع المحتوى العدائي إلى تحقيق أكبر قدر من التأثير النفسي والفكري في الجمهور المستهدف. فقد عمد هؤلاء إلى توظيف المشاعر والانفعالات (مثل الغضب، والخوف، والحزن، والغيرة الوطنية أو الدينية)، إلى جانب طرح بعض الاستدلالات أو المعلومات ذات الطابع العقلاني، في خلطة خطابية هدفها إقناع المتلقي واستدراجه فكرياً ونفسياً في آن واحد. ويُظهر هذا النمط من الخطاب مستوى من الاحترافية الدعائية يوحى بوجود تخطيط منهجي، يُرجح أن يكون جزءاً من استراتيجية أوسع تنفذها كيانات منظمة تقف خلف هذه الحسابات الرقمية، مستهدفة تفكيك البنية المجتمعية والفكرية للدولة، وزعزعة ثقة الجمهور في مؤسساتها، خاصة على الصعيدين المحلي والإقليمي. أما في المرتبة الثانية، فقد جاءت فئة المنشورات التي اعتمدت على الاستمالات العقلانية فقط بنسبة ٢٥%، ولوحظ أن هذه الفئة كانت حكراً تقريباً على المحتوى الديني ذي الطابع المتطرف. وقد استند هذا النوع من الخطاب إلى نصوص دينية مثيرة للجدل، كثير منها يعاني من ضعف الإسناد أو الخلاف حول صحة الرواية، مما يشير إلى محاولة توظيف الدين كأداة للتنمويه العقلي، ولخلق مبررات ظاهرها منطقي وباطنها تحريضي وتكفيري. ويمثل هذا الأسلوب خطورة مضاعفة، إذ يُوظف العقلانية الظاهرية كسلاح لتمرير أفكار متطرفة، تؤدي إلى:



- تشويه الرموز والمعتقدات الدينية الراسخة.
- زرع الشك العقائدي في أذهان المتابعين، خصوصاً الشباب.
- تهينة بيئة خصبة لخطابات التكفير، بما يعزز من المدّ الإلحادي أو العدمي في المجتمعات المستهدفة.

وتُعد هذه النتائج مؤشراً بالغ الخطورة على أن الاستمالات الخطابية في المحتوى العدائي لا تُوظف بصورة عشوائية، بل تُبنى وتُرَكَّب وفق خطط اتصالية تستهدف اختراق الوجدان والعقل في آن واحد، ما يتطلب رفع درجة الوعي النقدي لدى الجمهور، وتعزيز مناعة المجتمع الرقمية والثقافية لمواجهة مثل هذه الخطابات ذات الطابع المنهج والمضلل.

ثالثاً: الجداول الخاصة بفئة (لماذا قيل؟) (أهداف القائم بالاتصال من المنشور).
١٦- الجدول السادس عشر: أهداف القائم بالاتصال من صناعة وتقديم المنشور على ذلك النحو:

أهداف القائم بالاتصال من المنشور	التكرارات (ك)	النسبة المئوية (%)
التحريض ضد بعض الرموز (سياسية/ دينية/ فكرية)	١٧	٣٥.٤%
نشر حالة من الخوف والذعر بين المتابعين	١٤	٢٩.٢%
إقناع المواطنين بتبني قضية أو فكرة أو قناعة ما	٩	١٨.٧٥%
إثارة غضب المواطنين وتاجيج مشاعرهم	٤	٨.٣%
إزدراء الآخر	٤	٨.٣%
الإجمالي	٤٨	١٠٠%

وضح الجدول السابق التوزيع النسبي لأهداف القائم بالاتصال (المؤثرين الرقميين) من وراء صناعة المنشورات التي تتضمن خطاب كراهية، وبثها عبر منصة "فيسبوك" باعتبارها إحدى أكثر المنصات تأثيراً وانتشاراً في الفضاء العام الرقمي. وقد كشفت النتائج عن تعدد الأهداف والدوافع الكامنة وراء هذا الخطاب، والتي تتقاطع جميعها في اتجاه واحد: زعزعة الاستقرار النفسي والفكري والاجتماعي.

- في المرتبة الأولى، جاءت فئة "التحريض ضد بعض الرموز الدينية أو السياسية أو الفكرية" بنسبة ٣٥.٤%، ما يعكس سعيًا ممنهجًا لإسقاط الرموز المجتمعية والمؤسساتية، عبر حملات تشويه متعددة تُمارس في سياق منظم لتقويض مكانة هذه الرموز وتقليل الثقة الشعبية بها.
 - في المرتبة الثانية، سجلت فئة "نشر حالة من الخوف والذعر بين المتابعين" نسبة ٢٩.٢%، ويُعد هذا الهدف من أخطر مكونات خطاب الكراهية، حيث يستند إلى بث إشاعات أو سرديات سوداوية عن الواقع السياسي أو الاقتصادي أو الأمني، بما يخلق مناخًا من القلق الجماعي والعجز العام.
 - أما المرتبة الثالثة، فقد شغلتها فئة "إقناع المواطنين بتبني قضية أو فكرة أو قناعة معينة" بنسبة ١٨.٧٥%، وهو ما يشير إلى سعي بعض صناع المحتوى العدائي لتوجيه الرأي العام بشكل غير مباشر، وتغليف خطاب الكراهية بغلاف أيديولوجي/دعوي/إصلاحي، يخفي خلفه أجندات خفية ذات طبيعة تحريضية أو تفكيكية.
 - في المرتبة الرابعة، جاءت فئة "إثارة غضب المواطنين وتأجيج مشاعرهم" بنسبة ٨.٣%، حيث يتم توظيف هذا النوع من الخطاب لخلق حالة من التوتر الجمعي والانفعال الجماهيري، تمهيدًا لتفريغ الغضب في اتجاهات قد تُستثمر سياسيًا أو تعبويًا.
 - وفي المرتبة الخامسة والأخيرة، سجلت فئة "ازدراء الآخر" النسبة ذاتها ٨.٣%، وهو ما يعكس وجود خطاب إقصائي يهدف إلى تحقير المخالفين في الفكر أو العقيدة أو الرأي، في إطار يُعزز من الانقسام والتطرف والتعصب المجتمعي.
- وتُبرز هذه النتائج أن خطاب الكراهية لا يُنتج عشوائيًا، بل يُدار بوصفه مشروعًا تواصلياً قائمًا على أهداف محددة ومدروسة، تُحاكي الحس الجماهيري، وتراهن على



التأثير في الوجدان الجمعي لتحقيق تحولات فكرية وسلوكية قد تكون مدمرة على المدى الطويل.

ملخص لأهم النتائج التي وردت بالدراسة التحليلية:

أظهرت نتائج تحليل العينة أن خطاب الكراهية تركّز بنسبة رئيسة في المنشورات ذات الطابع السياسي (٤١.٧%)، والتي اتسمت بالتخوين والسخرية والتحريض ضد الدولة، تليها المنشورات الدينية (٣١.٢٥%) التي تضمنت محتوى طائفياً وعدائياً يروج للإزدراء والتحريض ضد الآخر. كما ظهرت منشورات متعددة الموضوعات (١٤.٥%) جمعت بين السياسي والديني والاقتصادي في سياقات تهيجية، بينما شكّلت المنشورات الاقتصادية والاجتماعية النسبة الأقل (٦.٢٥% لكل منهما)، واتسمت غالباً بالتهكم وبث الإشاعات والدعوات للعنف، ما يعكس نمطاً متصاعداً من إنتاج وتداول خطاب الكراهية على المنصات الرقمية.

كشفت النتائج أن الخطابات واجبة الحظر تصدرت المشهد بنسبة (٧٣%)، وتمثّلت في منشورات ذات طابع ديني متطرف تحرض على العداء الطائفي أو تمس رموزاً دينية وسياسية وثقافية، فضلاً عن الدعوة لتكوين كيانات معادية تهدد الأمن القومي. تلتها الخطابات قابلة للحظر بنسبة (٢٠.٨%)، التي انطوت على انتقادات ساخرة أو تناولت قضايا خلافية بطريقة توجع الرأي العام دون تحريض مباشر. بينما سجلت الخطابات غير المحظورة نسبة (٦.٢٥%)، وغلب عليها الطابع الساخر المرتبط بإشاعات قابلة للتحقق دون تحريض صريح أو تهديد واضح.

تبين أن فئة الخطاب واجب الحظر المرتبط بتهديد الأمن القومي تصدرت أنواع خطاب الكراهية بنسبة ٥٠%، وشملت منشورات سياسية تحريضية ودينية متطرفة تهدد الاستقرار المجتمعي. تلتها فئة الحض على

الكراهية بنسبة ٢٠.٨%، استهدفت رموزاً سياسية ودينية واجتماعية، ثم إزدراء الأديان بنسبة ١٠.٤%، عبر محتوى طائفي واستفزازي. كما سجلت فئتا تهديد الاستقرار وإساءة الأدب ٦.٢٥% لكل منهما، من خلال محتوى إعلامي مضلل، بينما جاءت فئات التحريض على العنف والتخريب والتشهير بنسبة ٢.١% لكل منها، مما يعكس تنوعاً وخطورة في أشكال الكراهية الرقمية المتداولة.

على غير المتوقع، جاءت أغلب المنشورات (٩١.٦%) خالية من الوسوم رغم استهدافها جمهوراً دولياً بنسبة ٧٥%، ما يشير إلى اعتماد المؤثرين على آليات تمويل وترويج مباشر عبر فيسبوك بدلاً من الوسوم التقليدية، وهو ما يطرح تساؤلات حول جهات الدعم والتمويل الخارجي لتلك الصفحات. بينما شكّلت المنشورات التي تضمنت وسوماً بنسبة ٨.٣% فقط، وتميزت بطابع عدائي، تحريضي أو إزدرائي، استُخدمت لاستهداف رموز دينية وثقافية وإثارة الانقسامات.

- كشفت نتائج التحليل تصدّر المنشورات التي تحث المتابعين على اتخاذ ردود فعل مباشرة أو تنفيذ أفعال محددة بنسبة بلغت ٩٥.٨%، ما يدل على وجود أجندات مدروسة تستهدف التأثير المباشر على الرأي العام. تنوعت تلك الدعوات بين التحريض الديني (مثل تكفير الأديان والدعوة للعنف باسم الدين)، والتحريض السياسي (كتكوين جبهات معارضة، أو الدعوة للتظاهر والامتناع عن دفع الضرائب)، والتحريض الاقتصادي والاجتماعي (مثل تخزين السلع، أو بث الذعر من القرارات الاقتصادية). أما المنشورات الخالية من دعوات للفعل، فبلغت نسبتها فقط ٤.٢%، وهو ما يؤكد الطبيعة الموجهة والممنهجة لهذا الخطاب العدائي.



- لم تُسجل أي إحالات من صنّاع المحتوى ضمن عينة الدراسة تدعو المتابعين لمتابعة فيديوهات سابقة أو انتظار حلقات لاحقة، خلافاً لما هو شائع في المحتوى الإيجابي (سياسي، اقتصادي، علمي، فني) الذي يعتمد على بناء علاقة تفاعلية مستمرة مع الجمهور من خلال التشويق للحلقات القادمة والشكر على المتابعة، مما يبرز طبيعة المحتوى السلبي المقطوع وغير المتواصل في استهدافه.
- تصدرت فئة دعم أو معارضة قضايا وأشخاص محددتين المرتبة الأولى بنسبة ١٠٠%، حيث شملت دعوات دعم متباينة مثل دعم المنضمين والخارجين عن الإسلام، دعم الجماعات الإسلامية المتطرفة (الإخوان، داعش)، المعارضة المتطرفة، وقلب نظام الحكم في مصر، بالإضافة إلى دعم الأنظمة المعادية للسلطة الحاكمة والسياسات الدولية، خاصة الأمريكية والإسرائيلية. يعكس ذلك وجود أجندات ممنهجة تستخدم المؤثرين على فيسبوك لنشر أفكار عدائية تستهدف التأثير في الرأي العام.
- لم تُرصد أي إحالات من صنّاع المحتوى نحو فيديوهات سابقة أو لاحقة، بخلاف المحتويات الإيجابية المعتادة، التي تُشجّع المتابعين على الاستمرارية وتقدم أداءً تفاعلياً حميمياً مشابهاً لأسلوب البرامج التلفزيونية؛ مما يعكس افتقار المحتوى المعادي للتواصل الإنساني ويؤكد طابعه التحريضي المؤقت والموجّه.
- سجّلت جميع المنشورات بنسبة ١٠٠% انحيازاً واضحاً بدعم أو مناهضة قضايا أو شخصيات أو فئات محددة، شملت دعماً مزدوجاً لمعتنقي الدين الإسلامي الجدد والخارجين عنه، وتأييداً للجماعات المتطرفة كالإخوان وداعش، وتحريضاً ضد النظام المصري وسياساته، وضد سياسات دولية أبرزها الإدارة الأمريكية والرئيس دونالد ترامب. وتؤكد هذه النتائج توظيف

المحتوى المنشور على فيسبوك كأداة لخدمة أجنداث عدائية منظمة، يقودها مؤثرون ممنهجون يعملون على توجيه الرأي العام عبر أكثر المنصات تأثيراً وانتشاراً.

- كشفت الدراسة أن ١٠٠% من المنشورات محل التحليل تم تقديمها من قبل شخصيات معروفة وذات تأثير جماهيري واسع، حيث يمتلك كل منهم صفحات يتابعها مئات الآلاف إلى ما يقارب مليوني متابع، وهو عدد يتجاوز بكثير ما يمكن حشده عبر وسائل الإعلام التقليدية، مما يمنح هؤلاء المؤثرين قدرة استثنائية على توجيه الرأي العام والتأثير في المتابعين على نطاق واسع.
- أظهرت نتائج الدراسة أن ٧٥% من المنشورات كانت موجهة لجمهور دولي، مقابل ٢٠.٨% لجمهور محلي، و ٤.٢% فقط لجمهور إقليمي، مما يعكس توجهاً واضحاً لتشكيل رأي عام عالمي مضاد، عبر تصدير صور نمطية وسلبية عن الدولة المصرية. وتزايد خطورة هذا التوجه بالنظر إلى ضخامة عدد المتابعين، خصوصاً من فئة الشباب، ما يسهّل عملية التأثير فيهم واستقطابهم نحو خطاب عدائي يهدد استقرار المجتمعات ويعزز مناخ الكراهية والتمييز.
- جاءت اللغة العربية كلغة أساسية في صناعة المحتوى بنسبة ٩٥.٨%، مقابل ٢.١% فقط لكل من الإنجليزية والمحتوى المزدوج. ويشير هذا التركيز اللغوي إلى استراتيجية تستهدف الجمهور العربي، خصوصاً فئة الشباب، بهدف جذبهم نحو محتوى عدائي يهدد الأمن القومي، وهو ما تؤكد أيضاً تصدر فئة "تهديد الأمن القومي" ضمن أشكال خطاب الكراهية بنسبة ٥٠%، مما يعزز فرضية توظيف المحتوى العربي لاستقطاب الجماعات وتنظيم حملات زعزعة للاستقرار الداخلي والخارجي.



- جاءت العامية في صدارة التوظيف اللغوي المستخدم بنسبة ٦٠.٤%، وتركز استخدامها في المنشورات ذات الطابع السياسي والاقتصادي والاجتماعي، بينما سجلت اللغة العربية الفصحى نسبة ٣٩.٦%، وبرز استخدامها في المنشورات ذات الطابع الديني، بما يعكس موازنة الأسلوب اللغوي مع طبيعة المحتوى والجمهور المستهدف.
- تصدرت العبارات ذات الطابع التخويفي محتوى المنشورات بنسبة ٤١.٦%، تلتها العبارات التحريضية بنسبة ٣٧.٥%، ثم العبارات التي تتضمن سباباً مباشراً بنسبة ٢٠.٨%. وقد تم توظيف هذه الأنماط اللغوية بشكل مكثف في المنشورات السياسية والدينية والاقتصادية، مما يعكس توجهاً ممنهجاً لبث الخوف والتحريض والإساءة، في سياق يعكس صراعاً أيديولوجياً واضحاً.
- تصدر قالب الفيديو آليات طرح المحتوى بنسبة ٨٣.٣%، ما يعكس اعتمادية المؤثرين على هذه الوسيلة لما تتيحه من مساحة تعبيرية وتأثير بصري وجذب جماهيري. كما تبين أن ٦٨% من الفيديوهات كانت معدة سلفاً وتخضع لتقنيات مونتاج، بينما بُثت ٣٢% منها عبر البث المباشر، وغلب عليها الطابع السياسي المعارض. في المقابل، جاءت القوالب الأخرى مثل (نص + صورة) و(فيديو + رسم) بنسب أقل، ما يشير إلى تفضيل واضح للفيديو كوسيلة أساسية في توصيل الخطاب وتعبئة الجمهور.
- تصدر التمييز القائم على الانتماء لأيديولوجيا سياسية محددة كافة أشكال التمييز بنسبة بلغت ٦٤.٦%، يليه التمييز على أساس الانتماء الديني العام بنسبة ٢٧.١%، ثم التمييز وفقاً لأيديولوجيا دينية بعينها بنسبة ٨.٣%. وتعكس هذه النتائج توجهاً واضحاً نحو استخدام الخطاب الإقصائي والتحريضي لتأجيج الصراعات السياسية والدينية داخل المجتمع.

تصدرت الاستمالات العاطفية والعقلانية معاً في صناعة محتوى المنشورات ضمن عينة الدراسة التحليلية المرتبة الأولى بنسبة تقارب ٧٥%، حيث قام صناع المحتوى بدمج مختلف أشكال الاستمالات لتحقيق أقصى تأثير على متابعيهم. ويُعد هذا النهج مكملًا لما تم التوصل إليه سابقًا، حيث تشير النتائج إلى احتمال وجود تنظيمات تخريبية تختبئ خلف هؤلاء المؤثرين، وتسعى لتنفيذ أجنداث معادية على المستويات المحلية والدولية، وخصوصًا الإقليمية.

وفي المرتبة الثانية، حازت الاستمالات العقلانية فقط على نسبة ٢٥%، وهي الاستمالات التي اقتصرت بشكل خاص على المنشورات ذات الطابع الديني المتطرف. حيث اعتمدت تلك المنشورات على نصوص دينية مثيرة للجدل، غير دقيقة الإسناد، ومثار خلاف واسع، ما يجعلها أفخاخًا عقائدية تهدف إلى إهانة الرموز الدينية والتشكيك في عقائد الآخرين، وصولًا إلى تكفيرهم بشكل صريح، وهو ما يعزز من موجات الإلحاد المتزايدة في الواقع الراهن

تُظهر النتائج أن أبرز أهداف صناع المحتوى من خلال خطاب الكراهية على منصة فيسبوك تتمثل في التحريض على الرموز الدينية والسياسية والفكرية بنسبة ٣٥.٤%، تليها إثارة الخوف والذعر بين المتابعين بنسبة ٢٩.٢%. كما يسعى هؤلاء إلى تغيير مواقف الجمهور عبر إقناعهم بقناعات محددة (١٨.٧٥%)، مع توظيف إثارة الغضب وتأجيج المشاعر وإزدراء الآخر بنسبة متساوية تبلغ ٨.٣%. تعكس هذه النسب استخدام خطاب الكراهية كأداة ممنهجة لتفتيت المجتمع وإضعاف تماسكه.

وإجمالاً لكل ما سبق توصلت الدراسة إلى أن خطاب الكراهية على منصة فيسبوك يظهر بصورة منهجية وممنهجة، متجسداً في تركيزه الأكبر على المنشورات ذات



الطابع السياسي المتطرف، يليها المحتوى الديني الطائفي، مع حضور لافت للمنشورات متعددة الموضوعات التي تجمع بين الأبعاد السياسية والدينية والاقتصادية. وأظهرت النتائج سيطرة الخطابات المحظورة، والتي تركز على التحريض على رموز دينية وسياسية وفكرية، فضلاً عن الدعوة لتشكيل كيانات معادية تهدد الأمن القومي والاستقرار الاجتماعي، ما يؤكد وجود أجنات معادية منظمة تستغل المنصات الرقمية لتوجيه الرأي العام. كما كشفت الدراسة عن اعتماد المؤثرين بشكل رئيسي على الفيديو كوسيلة رئيسة لعرض المحتوى، مما يعزز من قدرة الخطاب على التأثير والتوسع، إلى جانب دمج استراتيجيات الاستمالات العاطفية والعقلانية لرفع درجة التفاعل والإقناع. وقد تم توظيف اللغة العربية، وبالأخص العامية منها، بشكل يتناسب مع طبيعة الجمهور المستهدف والمواضيع المطروحة، مع تقشي استخدام العبارات التخويفية والتحريضية، الأمر الذي يعكس حالة من التصعيد الأيديولوجي والتوتر المجتمعي. وعلاوة على ذلك، أظهرت النتائج توجهاً واضحاً نحو استهداف الجمهور الدولي، وهو ما يبرز خطورة تصدير خطاب كراهية نمطي سلبي عن الدولة والمجتمع، ويدعم فرضية وجود تمويل ودعم خلفي لهذه الصفحات والمحتوى. كما أن الأهداف المعلنة والخفية لصناع المحتوى تتمثل في التحريض ضد رموز معينة، وبث الذعر، وتحفيز العنف والتمييز، مما يشكل تهديداً حقيقياً للنسيج المجتمعي ويعزز الانقسامات والصراعات الداخلية. وبناءً على هذه المعطيات، تؤكد الدراسة على الحاجة الملحة لتطوير آليات رقابية أكثر فاعلية وتنفيذ برامج توعية متخصصة، تهدف إلى مواجهة خطاب الكراهية الرقمي، والحد من آثاره السلبية على الأمن القومي والاستقرار الاجتماعي، كما تدعو إلى دراسة أعمق للأبعاد النفسية والاجتماعية التي تسهم في انتشار هذا الخطاب، وذلك في إطار استراتيجية شاملة لتعزيز التماسك المجتمعي ومواجهة التحديات التي تفرضها المنصات الرقمية في الآونة الأخيرة.

خاتمة الدراسة:

أوضحت نتائج هذه الدراسة أن منصة فيسبوك تجاوزت دورها التقليدي كوسيلة تواصل اجتماعي، لتصبح فاعلاً مركزياً في إعادة تشكيل أنماط التعبير والتمثيل المجتمعي، ومن ثم فهي تلعب دوراً مزدوجاً في نقل وإنتاج خطاب الكراهية. وفي السياق المصري، تُظهر الأدلة أن هذا الخطاب لا يُبث فقط عبر المستخدمين العاديين، بل تسهم فئة من المؤثرين الرقميين، ممن يملكون جماهيرية واسعة، في تعميقه، سواء عبر محتوى مباشر أو من خلال التفاعل مع قضايا مثيرة للانقسام.

غير أن التحديات التي تفرضها هذه المنصات لا تُعني عن الإمكانيات الكامنة فيها بوصفها أدوات فعالة يمكن تسخيرها في مناهضة خطاب الكراهية. فالفيسبوك، بما يتيح من آليات التبليغ، وخوارزميات الترويج، والمجتمعات الرقمية، يمكن أن يتحول إلى حاضنة للخطاب المضاد، شريطة توفر إرادة سياسية وتنظيمية، وإستراتيجية إعلامية تقوم على المعايير الحقوقية، وأخلاقيات الممارسة الرقمية.

وفي هذا الإطار، لا ينبغي أن تقتصر المواجهة على الضبط القانوني أو تقنيات الحجب والتقييد، بل يجب أن تُبنى على تمكين الأفراد والمؤثرين من أدوات التربية الإعلامية، وتعزيز وعيهم بحقوق الإنسان، والتدريب على الخطاب الحوارى المتعدد. كما يمكن للمؤثرين أن يتحولوا من أدوات تأجيج إلى شركاء في بناء خطاب بديل، يقوم على الانفتاح والتسامح، متى توفرت بيئة رقمية تشجع على الإبداع الأخلاقي والمسؤولية المجتمعية.

وترى هذه الدراسة أن التحدي الأكبر لا يكمن فقط في تفكيك خطاب الكراهية، بل في بناء بنية اتصالية مضادة، تجعل من منصات التواصل الاجتماعي، وعلى رأسها "فيسبوك"، فضاءً للاندماج والاعتراف المتبادل، بدلاً من أن تكون ساحة للاستقطاب والانقسام. وهذا لا يتحقق إلا من خلال دمج أدوار الدولة والمجتمع المدني والمؤسسات التعليمية وشركات التكنولوجيا في رؤية تكاملية، تستند إلى مبادئ حقوق الإنسان، وتعزز من الاستجابة الجماعية لهذا التهديد المعقد والمتغير.



التوصيات ومقترحات الدراسة:

تم العمل على تقسيم التوصيات والمقترحات المقدمة إلى أربعة (محاور) رئيسية والتي تم تقسيمها بالتبعية إلى روافد فرعية:

أولاً: المحور البحثي – تطوير الحقل العلمي المعني بخطابات الكراهية الرقمية:

في ظل تصاعد ظاهرة خطاب الكراهية في البيئات الرقمية، يُعدّ الحقل البحثي المتخصص في تحليل هذه الظاهرة أحد الركائز الأساسية في بناء استجابات معرفية ومجتمعية فعالة، ومن ثمّ تبرز التوصيات التالية:

١. **تعزيز الاهتمام الأكاديمي والبحثي بمجال خطابات الكراهية الرقمية:** ضرورة إيلاء هذا الحقل اهتماماً أكبر ضمن أجندة البحوث الإعلامية والاجتماعية، لما يحمله من أهمية بالغة في تحليل ظاهرة التطرف الفكري والسلوكي، وفهم أنماط انتشارها، وتحولها من خطاب ضمني إلى فعل تحريضي قد يهدد السلم الاجتماعي والأمن القومي.

٢. **إنشاء مراكز بحثية متخصصة في رصد وتحليل الخطابات الرقمية المتطرفة:** يُوصى بتخصيص مراكز بحثية وطنية وإقليمية تُعنى برصد التحولات السريعة لخطابات التطرف والكراهية، ودراسة آليات عمل الجماعات المروجة لها، وتحليل خصائص الجمهور المستهدف، وأدوات التأثير، وذلك بهدف إنتاج معرفة علمية تُمكن من التنبؤ بالتغيرات القادمة، ووضع سياسات استباقية لمواجهتها.

المحور الثاني: النواحي التشريعية والقانونية لمجابهة خطاب الكراهية:

في ضوء تزايد خطابات الكراهية عبر المنصات الرقمية، تبرز الحاجة إلى تفعيل وتطوير الأطر القانونية القادرة على الحد من هذه الظاهرة، من خلال الإجراءات التالية:

١. **تعزيز وتطوير المنظومة التشريعية القائمة:** ضرورة العمل على سد الثغرات القانونية في التشريعات الحالية، عبر صياغة قانون خاص أو تعديلات تشريعية

شاملة تتضمن تعريفاً دقيقاً لجريمة خطاب الكراهية، وأشكاله، وآليات تجريمه، مع فرض عقوبات صارمة على مرتكبي هذه الجريمة، بما يتناسب مع طبيعتها التحريضية وتأثيرها الخطير على السلم المجتمعي.

٢. **نشر الوعي القانوني والمجتمعي بخطاب الكراهية:** إذ يُعد نقص المعرفة بالمفاهيم المرتبطة بخطاب الكراهية، وحدود حرية التعبير، والأبعاد القانونية للتحريض، من العوامل المؤدية إلى تفشي هذا الخطاب. ومن ثم، يتعين على المؤسسات الإعلامية والتعليمية والحقوقية تكثيف حملات التوعية لتعريف المواطنين بخطورة خطاب الكراهية وسبل التبليغ عنه، وبالعقوبات القانونية المترتبة عليه.

٣. **تخصيص قنوات تواصل رسمية لرصد وتلقي الشكاوى:** ضرورة إنشاء خطوط ساخنة ومنصات رقمية رسمية لتلقي بلاغات المواطنين المتعلقة بتعرضهم لخطابات الكراهية أو التهديد أو الإزدراء أو التمييز القائم على أساس الدين، أو العرق، أو التوجه الفكري أو السياسي، مع التزام الجهات المختصة بسرعة التحقيق في تلك البلاغات، وضمان اتخاذ إجراءات رادعة وشفافة بحق مرتكبيها.

ثالثاً: المحور التربوي - قضايا التربية الإعلامية الرقمية ومواجهة خطاب الكراهية:

نظراً لما يشهده الفضاء الرقمي من تصاعد في خطابات الكراهية، تبرز الحاجة الماسة إلى تعزيز التربية الإعلامية الرقمية كأداة وقائية وتحصينية، من خلال الآتي:

١. **دمج مفاهيم أخلاقيات الإعلام في المناهج التعليمية والبرامج التدريبية:** ضرورة إدراج مفاهيم التربية الإعلامية الرقمية ضمن الخطط الدراسية بمختلف مراحل التعليم، وخاصة في التخصصات ذات الصلة بالإعلام والاتصال، مع التركيز على مفاهيم حرية التعبير، والمسؤولية الرقمية، وخطاب الكراهية، وحقوق الإنسان. ويسهم ذلك في تمكين الطلاب والصحفيين والمؤثرين الرقميين من التمييز بين حرية التعبير وخطاب الكراهية، بما يضمن تعزيز قيم التعايش والتسامح واحترام التنوع الثقافي والديني.



٢. إدراج موانئ الأمم المتحدة لحقوق الإنسان في المقررات الدراسية: يُوصى بتضمين المقررات التربوية بمضامين ترتبط بالإعلانات والمواثيق الدولية لحقوق الإنسان، ولا سيما ما يتعلق بالمواطنة، وحرية المعتقد، وحرية الرأي والتعبير، واحترام الرأي والرأي الآخر، بهدف تنمية وعي الطلاب بدورهم في حماية الحقوق الرقمية ومكافحة خطابات التمييز والكراهية، وتكوين أجيال قادرة على التفاعل الإيجابي في البيئة الرقمية.

رابعاً: المحور التكنولوجي – آليات الرقابة التي تفرضها منصات التواصل الاجتماعي:

في ضوء تنامي خطابات الكراهية عبر المنصات الرقمية، تتعاضد الحاجة إلى تعزيز آليات الرقابة والتفاعل الواعي من قبل المستخدمين، وذلك من خلال المحاور التالية:

١. رفع وعي المستخدمين بآليات مناهضة خطاب الكراهية عبر منصة فيسبوك:

ضرورة إعداد المستخدمين، لا سيما من فئة الشباب، للتعامل الواعي مع أنماط خطاب الكراهية والتمييز المبني على الاختلاف – سواء كان دينياً، فكرياً، عرقياً أو ثقافياً – من خلال التوعية بالخصائص التقنية التي توفرها منصة فيسبوك لمكافحة هذه الظواهر، كخاصية التبليغ، وإعدادات الخصوصية، والحظر، وتعقب المحتوى الضار، بما يساهم في بناء بيئة تواصل أكثر أماناً واستقراراً.

٢. تنفيذ برامج توعية وطنية بالتعاون مع المنصات الرقمية الكبرى: يُوصى بإطلاق

حملات ومبادرات توعوية تُنفذ من خلال شراكة بين المكاتب الإقليمية لمنصات التواصل الاجتماعي (مثل ميتا – فيسبوك) في الشرق الأوسط، وبين وزارتي التربية والتعليم والتعليم العالي، وتهدف إلى تقديم ورش ومحاضرات عملية لطلاب المدارس (الإعدادية والثانوية) وطلاب الجامعات، لشرح آليات التبليغ عن المحتوى المتطرف، وخطابات الكراهية، وأساليب الوقاية الرقمية، بما يساهم في تشكيل وعي جمعي متماسك قادر على مجابهة الفكر المتطرف والتفاعل معه بأسلوب مؤسسي مسؤول.

مراجع الدراسة:

أولاً: قائمة المراجع العربية:

- أبو ظريس، م. ر. ع. (٢٠٢٠). دور مواقع التواصل الاجتماعي في بث خطاب الكراهية وعلاقته بالعنف في المجتمع الأردني (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة مؤتة، كلية العلوم الاجتماعية، قسم علم الاجتماع.
- البهنساوي، م. (١٩٩٩). الإعلام والاتصال: الأسس النظرية والمنهجية (ص. ١١٢). القاهرة: دار الفكر العربي.
- الرحامنة، ن. (٢٠١٨). خطاب الكراهية في شبكة الفيس بوك في الأردن: دراسة مسحية (رسالة ماجستير غير منشورة). كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- العمري، خ. ع. (٢٠٢٢). سبل مواجهة خطاب الكراهية (ط١، ص ٢٠). الرياض: مشروع سالم للتواصل الحضاري.
- بركات، ش. (٢٠١٦). أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على العلاقات الأسرية. القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنايئة.
- جلولي، أ. (٢٠١٤). مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها في الشباب. القاهرة: دار الفكر العربي.
- حمدي، م. (٢٠١٨). التواصل الاجتماعي في العصر الرقمي: دراسة سوسيولوجية. القاهرة: دار المعرفة الجامعية.
- سحاري، م.، & نبيح، أ. (٢٠١٧). مواقع التواصل الاجتماعي وصناعة خطاب الكراهية في الجزائر: دراسة وصفية لعدة نماذج عبر صفحات الفيسبوك. في المؤتمر الإعلامي الدولي: الإعلام بين خطاب الكراهية والأمن الفكري (ص. ٥٥٣-٥٦٩). جامعة الزرقاء، كلية الصحافة والإعلام.
- سعدوي، ف. (٢٠٢٣). دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية وسبل مكافحتها. مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، ٤(١)، ٤٠-٤٩.
- سكين، ح. ك. (٢٠٢١). المهددات غير التقليدية للأمن: خطاب الكراهية نموذجاً. المجلة العربية للعلوم السياسية، ١٨(٣)، ٢٨-٤٨.
- سليمان، م. أ. أ. (٢٠٢١). دور الإعلام الجديد في نشر ثقافة التسامح وقبول الآخر. مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، (٥٧) ج ٣، ١٤٣٣-١٤٨٤.



- شمس، م. م. م. (٢٠٢٣). الأساليب الدعائية في حملات التسويق السياسي عبر الإنترنت وعلاقتها بإدارة المزاج العام: دراسة تطبيقية تتبعية لاعتصام رابعة العدوية. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، ٢٢ (الجزء الأول)، أبريل-يونيو. جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
- طريه، م. (٢٠١٧). خطاب الكراهية إعلامياً بين الرفض المضمّر والمعلن: الاتجاهات التعصبية في المجال اللبناني مثلاً. في *المؤتمر الإعلامي الدولي: الإعلام بين خطاب الكراهية والأمن الفكري* (ص. ٢٦٩-٢٩٩). جامعة الزرقاء، كلية الصحافة والإعلام.
- عبد الحميد، ص. (٢٠٠٩). *منهجية البحث الإعلامي: الأسس والتطبيقات* (ص. ٢٣١). القاهرة: عالم الكتب.
- عبد الحميد، م. (٢٠٠٠). *تحليل المضمون: مدخل نظري وتطبيقي* (ص. ٤٥). القاهرة: عالم الكتب.
- عبدالرازق، ه. م. ش. (٢٠٢٠). محددات وعي الشباب المصري بمفهوم خطاب الكراهية واستراتيجياته بوسائل الإعلام الرقمية: دراسة ميدانية. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، ٢٩، ٥٦-١٠٦. جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام.
- عبدالله، ف. ح. أ. (٢٠٢١). جريمة إثارة خطاب الكراهية والجرائم المتصلة بها: دراسة تحليلية نقدية لقانون مكافحة التمييز والكراهية الإماراتي. *مجلة الأمن والقانون*، ٢٩ (١)، ٥٩-١٢٣.
- عبد ربه، ع. ع. (٢٠١٩). أثر خطاب الكراهية على السلم والأمن الدوليين. *مجلة جامعة جنوب الوادي الدولية للدراسات القانونية*، (٤)، ٢٤٣-٣٥٣.
- مركز هردو لدعم التعبير الرقمي. (٢٠١٦). *خطابات الكراهية وقود الغضب*. القاهرة: مركز هردو لدعم التعبير الرقمي.
- محمد، ن. (٢٠١١). *البحث العلمي: أسسه ومناهجه* (ص. ٢٧٦). الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- يونس، أ. (٢٠٢١، ١٤ أكتوبر). تعريف المؤثرين ودورهم في المنصات الرقمية (تصريح صحفي). *فيسبوك وإنستجرام الشرق الأوسط*.



ثانيًا قائمة المراجع الأجنبية:

- Anti-Defamation League (ADL). (2018). *Pyramid of Hate*. Retrieved from:
<https://www.adl.org/resources/tools-and-strategies/pyramid-hate>
- ARTICLE 19. (2009). *the Camden Principles on Freedom of Expression and Equality*. London: ARTICLE 19 .
- Datareportal. (2019). *Facebook user statistics Q3 2019*. Retrieved from <https://www.datareportal.com>
- Dreißigacker, L., Schulze, D., & Häßler, T. (2024). **Does exposure to online hate speech affect victims' feelings of safety?** *Journal of Criminological Research, Policy and Practice*. <https://doi.org/10.1108/JCRPP-09-2023-0052>
- Eisend, M. (2020). **The effectiveness of exposure to hate speech and aggressive online content: A meta-analysis.** *Journal of Communication*, 70(2), 224–247. <https://doi.org/10.1093/joc/igaa005>
- Facebook. (n.d.). *About Facebook*. Retrieved from <https://about.fb.com>
- Garrett, R. K., & Stroud, N. J. (2021). **Partisan news and political polarization: Exploring the effects of selective exposure and motivated reasoning in social media.** *New Media & Society*, 23(9), 2524–2546. <https://doi.org/10.1177/1461444820925284>
- Johnson, L., & Karim, S. (2024). **Media interventions and the disruption of collective hate: A social identity perspective.** *Journal of Media Psychology*, 36(1), 45–59. <https://doi.org/10.1037/medi0000423>
- Lee, C., Martinez, A., & Gupta, R. (2023). **Online disinhibition and collective aggression: Understanding hates speech dynamics on social platforms.** *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 26(4), 210–218. <https://doi.org/10.1089/cyber.2022.0309>
- Moghaddam, F. M. (2022). **The psychology of hate: Social identity and intergroup conflict.** *Annual Review of Psychology*, 73, 365–389. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-030221-023345>



- Nabi, R. L., & Krcmar, M. (2021). **The SAGE Handbook of Media Processes and Effects** (2nd Ed.). SAGE Publications.
- Papakyriakopoulos, O., Derczynski, L., & Blackburn, J. (2020). **Large-scale analysis of hate speech dynamics on social media.** *Journal of Communication*, 70(2), 218–236. <https://doi.org/10.1093/joc/jqaa011>
- Reicher, S. (2021). **The social identity approach to collective hate: A five-step model.** *Social Issues and Policy Review*, 15(1), 78–107. <https://doi.org/10.1111/sipr.12045>
- Rumadi, R. (2017). **Hate Speech: Concept and Problems.** *Journal of Social Transformation*, (130), 139.
- Salem, R. G. A. (2022). **The role of news consumption on influencers' Facebook pages in threat perception and political conservatism during times of COVID-19: A comparative study between the USA, Spain, and Egypt** (Doctoral dissertation, Universitat Jaume.)
- Silva, D., Amarasingam, A., Scrivens, R., & Hutchinson, J. (2019, November). **Gabs of hate: Exploring alternative platforms of hate on social media.** Paper presented at the 75th Annual Meeting of the American Society of Criminology, San Francisco Marriott Marquis, San Francisco, and CA. Retrieved October 2, 2023 .
- Smith, J., & Ahmed, N. (2023). **Echo chambers and the escalation of group-based hate on social media.** *New Media & Society*, 25(2), 412–429. <https://doi.org/10.1177/14614448231101234>
- The Social Shepherd. (2022). *Facebook statistics*. Retrieved from <https://web.archive.org/web/20221105015229/https://thesocialshepherd.com/blog/facebook-statistics>
- United Nations. (1948). *Universal Declaration of Human Rights*. <https://www.un.org/en/about-us/universal-declaration-of-human-rights>
- United Nations. (1966). *International Covenant on Civil and Political Rights* .



<https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/international-covenant-civil-and-political-rights>

- United Nations. (2019). *United Nations Strategy and Plan of Action on Hate Speech*. <https://www.un.org/en/hate-speech/strategy>
- United Nations. (2023). **what is hate speech?** Retrieved September 17, 2024, from <https://www.un.org/ar/hate-speech/understanding-hate-speech/what-is-hate-speech>.
- Weaver, A. J., Wojcieszak, M., & Naccarato, T. (2022). **Emotional and cognitive responses to political hate speech in digital media environments: A mood management perspective**. *Communication Research*, 49(4), 580–602.
<https://doi.org/10.1177/00936502211016245>
- Zillmann, D. (1983). **Mood management through communication choices**. *American Behavioral Scientist*, 27(3), 327–340.
<https://doi.org/10.1177/000276483027003006>
- <https://www.article19.org/data/files/pdfs/standards/the-camden-principles-on-freedom-of-expression-and-equality.pdf>

