خطاب الكراهية في الصحف المصرية أثناء الأزمات السياسية

"دراسة تحليلية لأزمة أحداث محمد محمد عام ٢٠١١م"

الباحثة /إيمان السيد محمد محمد العباسي

ماجستيركلية الآداب/ قسم الإعلام/ جامعة المنصورة

إشراف

الأستاذ الدكتور
سامي السعيد النجار
أستاذ الصحافة ورئيس قسم الإعلام
بكلية الآداب-جامعة المنصورة

الدكتور
محمد فتحي يونس
مدرس الصحافة بقسم الإعلام
بكلية الآداب-جامعة المنصورة

ملخص الدراسة

تهدف الدراسة إلى رصد خطاب الكراهية المُقدم داخل الخطاب الصحفي أثناء أزمة أحداث محمد محمود عام ٢٠١١م، ذلك بالإعتماد على المنهج النقدي في تحليل الخطاب ولإثبات صحة نتائج التحليل النقدي للخطاب تم استخدام التحليل الكمي لإحصاء حجم التكرارات والنسب، واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح بإستخدام إستمارة تحليل خطاب لكلًا من صحيفة (الأهرام– الحرية والعدالة– الرحمة)، وتوصلت النتائج إلى أن أكثر الصحف تقديمًا لخطاب الكراهية في هذه الأزمة السياسية كانت صحيفة الحرية والعدالة، بينما تساوت صحيفة الأهرام مع صحيفة الرحمة في المرتبة الثانية في تقديم انواع خطاب الكراهية، كما أن أكثر أنواع خطاب الكراهية مُقدم في الصحف الثلاثة كان خطاب العنف اللفظي بنسبة (٣٨.٣٦٪)، وجاء في المرتبة الثانية الخطاب الطائفي بنسبة (٣٣.٨٧٪) وجاء في المرتبة الثالثة خطاب التمييز العنصري بنسبة (٢٠.٤٠٪) بينما جاء الخطاب التحريضي في المرتبة الأخيرة بنسبة (٧.٣٤٪)، كما تصدر استخدام الألفاظ والعبارات التهويلية في صحف الدراسة، وساد الدور السلبي لدى صحف الدراسة نحو تصور القوى الفاعلة.

الكلمات المفتاحية: خطاب الكراهية– الأزمة السياسية، التحليل النقدي للخطاب.

المقدمة:

تعد وسائل الإعلام وخاصة الصحافة من أهم وسائل رفع الوعي لدى أفراد المجتمع في شتى المجالات وتقديم المعلومات ونقل مجريات الأحداث وتفسيرها، وقد بات من الضروري تناول

الحديث عن أخلاقيات المهنة الصحفية بإعتبارها مكون ومؤثر كبير في الرأي العام، ولعل الصحافة شهدت بدورها أزمات سياسية تجلت بإفتقادها أبسط القواعد المهنية، وهذا ما ظهر في خطاب الصحف التي قامت بتغطية الأزمات السياسية التي شهدها المجتمع المصري، بات ذلك يهدد دورها الأساسي في نقل المعلومات وكل جديد أثناء حدوث الأزمة إلى تقديمها خطاب الكراهية دون مراعاة لميثاق الشرف الصحفي الذي يلزمها بالإمتناع عن الإنحياز إلى دعوات الكراهية والعنف اللفظي والعنصرية والتحريض والإقصاء والإحتقار لأي من طوائف المجتمع، وفي هذا السياق تسعى الدراسة إلى إبراز خطورة خطاب الكراهية وتسليط الضوء على هذه الظاهرة والتي قد تؤدي بدورها إلى الإنقسامات والحروب داخل المجتمع الواحد وتفكيكه، وخلق أزمات فكرية قد تؤدي إلى نشأة صراعات طائفية ونمو فكرة الإرهاب.

الدراسات السابقة:

من خلال المسح العلمي لموضوع الدراسة قامت الباحثة بتقسيم ما توصلت إليه من دراسات إلى محوريين أساسيين، ذلك على النحو الآتي:

- المحور الأول: دراسات سابقة تناولت خطاب الكراهية.
- المحور الثاني: دراسات سابقة تناولت معالجة الإعلام للأزمات السياسية.

المحور الأول: دراسات سابقة تناولت خطاب الكراهية:

١) ثريا السنوسي (٢٠٢٠)[١]

تهدف الدراسة إلى تناول ظاهرة تفاقم خطاب الكراهية في زمن الكورونا وسبل المعالجة الإعلامية، والإجابة على الإشكالية المطروحة حول الدور الذي تلعبه منظمة الأمم المتحدة في الحد من تفاقم خطاب الكراهية من خلال تحليل محتوى المقالات المنشورة في موقعها الإلكتروني الرسمي خلال عام (٢٠١٩-٢٠٢٠).

وتوصلت الدراسة إلى:

١-ثريا السنوسي، معالجة خطاب الكراهية في وسائط الإعلام الجديدة زمن الكورونا "الموقع الرسمي لمنظمة الأمم المتحدة مثلا"، **المجلة الجزائرية للاتصال**، المجلد ١٩، العدد٢، (الإمارات العربية المتحدة، جامعة الشارقة، ٢٠٢٠/١٢/٢٢).

– اتسمت المعالجة بالسطحية، ذلك لإن محتوى الأخبار المنشورة يمثل تغطية مناسبتية لما يحدث في بعض الملفات ذات العلاقة بالموضوع.

– اقتصرت الشخصيات التي تم التعاطي معها على ممثلي المنظمة، فظهر الموقع كالمرآة التي تعكس أنشطة المنظمة في المضمار المدروس.. التي لم تشهد تطور كميًا ولا نوعيًا خلال إنتشار جائحة كورونا، ورغم إطلاق الإستراتيجية الخاصة بمكافحة خطاب الكراهية منذ يوليو ٢٠١٩، ورغم النداء الذي توجه به الأمين العام يوم ٨ مايو ٢٠٢٠ لمواجهة الجائحتين معًا "كورونا وخطاب الكراهية".

٢) Janto Petnehazi (٢٠١٨)[١]

تختص هذه الدراسة بقضية المسؤولية عن التعليقات ويتم التركيز تحديدًا على المواقف التي تظهر فيها –على الرغم من سياسات استخدام هذه المواقع للتشريعات القائمة– المحتوى المحظور مثل الكلام الذي يحض على خطاب الكراهية والغموض.. وتعتمد هذه الدراسة على تحليل مقارنة لعينة من الصحف والتعليقات من بلد المجر ورومانيا والمملكة المتحدة بناءً ا على تحليل محتوى عينة من (١٦,٩٧٢) تعليقًا تم جمعها من مواقع بعض الصحف الرئيسية في البلدان الثلاثة، والمقابلات مع الصحفيين.

توصلت الدراسة إلى:

– تشابه في أنواع خطاب الكراهية عبر العينة وكذلك في قيم الصحفيين فيما يتعلق بمؤولية التعليقات.

– تشير النتائج غلى وجود فجوة في سياسة وسائل الإعلام تؤدي إلى وجود مثل هذا المحتوى الذي يحض على الكراهية عبر مواقع الصحف من جميع البلدان الثلاثة.

2-Janto,petnehazi, istvan: (2018). "Grey Areas: Across Country Comparative Study of User-Generated Hate Speech, incivility and Journalistic responsibility for online comments", **Ph.d.** thesis, institution university of Westminster school if media and communication.

– تم العثور على نسبة أعلى بكثير من الكراهية في دولة "رومانيا" من الدولتين الأخريين، الأمر الذي قد يكون بسبب ميرزات محددة في نظام الإعلام، في حين أن مستوى خطاب الكراهية الذي ينشئه المستخدم في دولة المجر والمملكة المتحدة كان أقل.

المحور الثاني: دراسات تناولت معالجة الإعلام للأزمات السياسية:

١) دراسة خالد عزيز (٢٠١٨)[١]

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن أولويات القضايا التي تتناولها المواقع الالكترونية العراقية في تغطيتها للأزمات السياسية، واختبار مدى التزام المواقع الالكترونية بالمعايير المهنية والأخلاقية في تغطيتها للأزمات السياسية، والتعرف على المصادر التي اعتمدت عليها المواقع عينة الدراسة في تغطية أخبار الأزمات السياسية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الاعلامي واستخدمت أداة تحليل المضمون وأداة الاستبيان، ويتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في تحليل مضمون المواقع العراقية الالكترونية (شبكة أخبار العراق، الوكالة الوطنية العراقية، شبكة عراقنا الإخبارية) في الفترة من ٢٠١٦/٧/١ إلى ٢٠١٧/٦/٣٠، إذ تم تحليل (١١٠٠) مادة صحفية مقدمة في تلك المواقع، اما بالنسبة لمجتمع الدراسة الميدانية يتمثل في النخبة العراقية (سياسية، أكاديمية، إعلامية) حيث تم التطبيق على (٢١٠) مفردة من النخب.

توصلت الدراسة إلى:

١–تصدر الأوضاع الأمنية قائمة الأزمات السياسية العراقية التي تناولتها المواقع عينة الدراسة.

٢–تصدر الأشكال الصحفية الإخبارية معالجة الأزمات السياسية العراقية تلتها الأشكال الصحفية الخاصة بمواد الرأي، مما يشير لإغفال المواقع الالكترونية العراقية في تغطيتها للأزمات السياسية العراقية لبعض الفنون الصحفية، ويرجع ذلك لضعف الإمكانيات البشرية لدى المواقع، وقلة خبرة القائمين عليها.

١-خالد جيجان عزيز، أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمواقع الالكترونية في معالجة الأزمات السياسية العراقية، **رسالة دكتوراه**، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٨).

٣-أظهرت النتائج اعتماد المواقع الالكترونية العراقية محل الدراسة في تغطية الأزمات السياسية العراقية على المسئوليين الرسميين كمصدر رئيسي للحصول على أخبار الأزمات.

٤-عدم استفادة المواقع الإخبارية العراقية كثيرآ من إمكانيات شبكة الإنترنت في التعامل مع الوسائط المتعددة، إذ اقتصرت على استخدام النص الفائق سواء كان في شكل خبر أو غيره من صور ثابتة.

٥-تشير النتائج إلى حرص المواقع الإخبارية العراقية على تقديم تغطية مسفرة لأحداث أزمات العراق، ذلك نظرآ لطبيعة الأحداث وأبعادها المتشابكة.

٦-أظهرت النتائج إرتفاع معدل متابعة النخب العراقية للمواقع الالكترونية العراقية، ويرجع ذلك لطبيعة النخبة وارتباطها بالمواقع، وعدم رضا النخبة العراقية خاصة الإعلامية لملامح معالجة المواقع الالكترونية العراقية لقضايا الأزمات السياسية العراقية.

٢) دراسة Cristina Nistor& Rare Beuran (2015)[١]

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على إدرارة الأزمات والتعرف على الطرق المتعبة للتعامل مع الأزمات في المؤسسات، والتعرف على خطة التواصل الإعلامي لإجتياز الأزمات وذلك بالتطبيق على إثنين من أكثر الأزمات إثارة وهى الهجمات الإرهابية في ١١ سبتمبر في الولايات المتحدة، والهجوم الإرهابي عام ٢٠١٥م من تشارلي أبيدو في باريس.

توصلت الدراسة إلى:

١-فيما يتعلق بالتغية الإعلامية لأزمة دوريس، قامت وسائل الإعلام كأداة لنقل المعلومات للجمهور، وخاصة في الساعات الأولى للأزمة.

1-Cristina Nistor & Rare Beuran, (2015): Crisis Communication Atransatlantic Perspective, Online Journal Modeling The New Europe, no 17, p.p 224-239.

٢-اعتماد الجمهور بشكل كامل على وسائل الإعلام، وخاصة المعلومات التي تقدمها المصادر المسؤلة في الدولة عن الأزمة.

٣-بالرغم من وجود التكنولوجيا الرقمية الجديدة التي تسمح للجميع بالحصول على المعلومات في فور حدوث الأزمة، إلا أن المؤسسات الإعلامية لاتزال هى الوحيدة التي تتمتع بكل السيطرة والصلاحية بما تمتلكه من موارد بشرية تتمتع بمهارات (جمع، اختيار، تحري الدقة والموضوعية) في نشر الأخبار.

٤-في خلال أحداث تشارلي، قام رئيس فرنسا بإدارة الأزمة بطريقة مثالية وبشكل حازم، وفقاً لما ذكر في وسائل الإعلام الدولية، مما جمع دعم أهم قادة العالم ضد العملية الإرهابية.

الإستفادة من الدراسات السابقة:

- استفادت الباحثة من خلال عرض الدراسات السابقة في تحديد الإطار المنهجي والإجرائي للبحث، كذلك ترسيخ الإطار المعرفي للدراسة.
- تبين من خلال مسح التراث العلمي في احتياج المكتبة العربية إلى الدراسات التي تبحث في معالجة ظاهرة خطاب الكراهية من المنظور الإعلامي.

مشكلة الدراسة:

ساهم الإنتشار الواسع لوسائل الإعلام في عالم اليوم إلى تقديم خطاب الكراهية والتحريض على العنف وأشكال عديدة من التمييز العنصري وإقصاء الآخر، وساعدت بيئة الأزمات والصراعات بشكل كبير في استفحال خطاب الكراهية وسرعة نموه وانتشاره وتراجع ثقافة الحوار والتسامح وقبول الآخر.

ومن هنا تتبلور مشكلة الدراسة إلى محاولة تسليط الضوء على دور الصحف في تقديم خطاب الكراهية أثناء تناول الأزمات السياسية، وإبراز وتحديد أيديولوجيات العنصرية والكراهية والتحريض على العنف من خلال الاعتماد على منهج التحليل النقدي للخطال.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من تسليط الضوء على خطاب الكراهية ومعرفة أشكاله وأساليب تقديمه، وحيل التلاعب اللغوي لتمرير أيديولوجيات الكراهية في الصحف المصرية أثناء الأزمات السياسية، وتحدد أهمية الدراسة كالآتي:

١-إن ما شهده المجتمع المصري من صراعات وغياب السلم المجتمعي، كان من شأنه أن يساعد عن نشوء خطاب الكراهية والتحريض ضد الآخر وتغول الفكر الإقصائي، ذلك من شأنه تفكيك المجتمع وتقسيمه.

٢-تعد بيئة الصراعات والأزمات السياسية بيئة خطبة لنمو خطاب الكراهية، كما أنها أوقات مناسبة للإستقطاب الإجتماعي ونشر الفكر المتطرف، وتزداد أهمية الدراسة كونها من الدراسات القليلة التي تحاول التطرق لإستخدام التحليل النقدي للخطاب الصحفي.

أهداف الدراسة:

إن الهدف الرئيسي الذي تهدف إليه هذه الدراسة هو معرفة كيف وظف الخطاب الصحفي لتقديم خطاب الكراهية أثناء أزمة "أحداث محمد محمود ٢٠١١م" من خلال التحليل النقدي للخطاب مواد الرأي في الصحف المصرية محل الدراسة، وتتحدد اهداف الدراسة كالآتي:

١-التعرف على مفهوم خطاب الكراهية وأنواعه وتكنيكات وأساليب تقديمه.

٢-التعرف على الفروق بين حرية التعبير عن الرأي وبين خطاب الكراهية.

٣-حليل خطاب الصحف محل الدراسة تحليلًا نقديًا، والوقوف على أدوات التحليل على المستوى اللغوي والبلاغي.

٤-التعرف على الفئات الموجه لها خطاب الكراهية في الصحف محل الدراسة.

٥-رصد وتحليل القوى الفاعلة المستخدمة في الصحف محل الدراسة.

تساؤلات الدراسة:

١-ما أشكال مواد الرأي المستخدمة في تقديم خطاب الكراهية في الصحف محل الدراسة؟

٢-ما أنواع خطاب الكراهية المقدم في الصحف محل الدراسة؟

٣-ما تكنيكات وأساليب تقديم خطاب الكراهية في الصحف محل الدراسة؟

٤-ما الفئات الموجه لها خطاب الكراهية في الصحف محل الدراسة؟

٥-ما صفات وأدوار القوى الفاعلة في الصحف محل الدراسة؟

٦-ما أساليب وحيل التلاعب اللغوي المستخدمة في تمرير خطاب الكراهية، وكيف تم توظيف استراتيجية الأقناع والتأثير في الخطاب (التقديم النفس إيجابًا والآخر سلبًا) لتمرير أيديولوجيات العنصرية والكراهية في خطاب الصحف محل الدراسة؟

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف رصد وتحليل وتقييم خصائص موقف معين يغلب عليه صفة التحديد للحصول على معلومات دقيقة عن الظاهرة لاستخلاص النتائج بما يؤدي إلى إمكانية اصدار تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها[١]، ويعد البحث الوصفي وصف عميق ومركز لمشكلة معينة، فهو ليس مجرد وصف عابر بل يتعدى ليصل إلى أعماق المشكلة أو الظاهرة المراد دراستها، وبالإضافة لذلك فهو ليس مجرد حصر شامل أو جرد لما هو قائم بالفعل فحسب، بل انه عملية تحليلية لتوضيح الطبيعة الحقيقية للظاهرة المراد دراستها، عن طريق تحليلها والوقوف على الظروف المحيطة بها أو الأسباب الدافعة إلى انتشارها[٢]، وهدف الدراسة الحالية هو توضيح خصائص الخطاب الصحفي وآليات إشتغاله، والبحث في مدلولاته، بالإضافة لتقديم مقارنة لبنيتي الخطاب في كلاً من صحف الدراسة.

منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي، والذي يعتبر من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة، وهذا المنهج يستهدف تسجيل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكاملة عنها وعن عناصرها[٣]، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، إذ أن المسح الوصفي هو محاولة لوصف و توضيح المواقف والاتجاهات الحالية، وشرح ما هو موجود منها حالياً في الظاهرة محل الدراسة، بينما المسح التحليلي هو محاولة لشرح أسباب وجود تلك المواقف[٤].

مجتمع وعينة الدراسة:

١-سمير حسين، **دراسات في مناهج البحث العلمي: "بحوث الإعلام"**، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٥)، ط٢، ص١٣١.

٢-نبيل أحمد عبد الهادي، **منهجية البحث في العلوم الإنسانية**، (الأردن: عمان، الأهلية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦)، ط١، ص١٠٧.

١-محمد عبد الحميد، **بحوث الصحافة**، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٢)، ط١، ٩٢.

2-Roger D. Wimmer & Joseph R. Dominick, **Mass Media Research**: An Introduction, 8ed (U.S.A: Thomson, 2006), p.179.

يتمثل مجتمع الدراسة في الصحف المطبوعة بمختلف انتماءاتها من قومية وحزبية وخاصة، وتم اختيار هذه الصحف بناء على الدراسة الاستطلاعية التي أجريت.

أ- **المجال المكاني:** يتمثل في حصر مواد الرأي التي كانت وسيلة لتقديم خطاب الكراهية في الصحف المصرية محل الدراسة (الأهرام، المصري اليوم، الحرية والعدالة، الأهالي).

ب- **المجال الزماني:** اختارت الباحثة عينة تمثلت في شهرين من عام ٢٠١١م الذي شهد أزمة أحداث محمد محمود، لكلًا من جريدتين (الأهرام- والحرية والعدالة) وثلاثة أشهر من جريدة الرحمة نظرًا لأنها تصدر بصورة إسبوعية في حين أن جريدة الأهرام والحرية والعدالة تصدر بصورة يومية، وتم تحليل شهر أثناء حدوث الأزمة، وشهر بعد إنتهاء الأزمة.

أدوات جمع البيانات

تم تصميم إستمارة تحليل خطاب للحصول على البيانات اللازمة للإجابة على أسئلة الدراسة.

الإطار النظري للدراسة: اعتمدت الباحثة على نظرية الأطر الإعلامية.

الإطار المعرفي للدراسة

يُعد خطاب الكراهية من أكبر التهديدات التي تعصف بالمجتمعات، وأجريت أبحاثاً ودراسات عدة من أجل مواجهته، كونه يعمل على تقويض الاستقرار والتعايش والمشاركة الإجتماعية، ويستثمر كل تطرف وتعصب ديني أو عرقي أو مذهبي أو مناطقي، عبر ممارسة التحريض على العنف وزرع الأفكار البغيضة في العقول، وعدم تقبل الآخر ومحاولة الإنتقاص منه وتحقيره وتهميشه، ومن ثم حرمانه من حقوقه.

وقد تطور مصطلح "خطاب الكراهية" في العقدين الأخيرين بشكل ملفت للإنتباه، وبات يشكل خطراً واضحاً ومازال إن لم يتم مواجهته، لكونه لا يزال في صعود مستمر خاصة في اشتعال الأزمات السياسية في المجتمعات، فالأزمات تعمل على تعزيز ثقافة الكراهية، إذ إنها تشكل تربة خصبة لنمو خطاب الكراهية وتساعد وتسهم بشكل كبير في طغيانه وانتشاره ومن ثم تقسيم وتفكيك العناصر الأساسية المكونة للمجتمعات، وليس خطاب الكراهية بهذا المصطلح المجرد، لكنه يحمل في طياته أشكالاً أخرى وبالتوسع في المفاهيم اللغوية وهي تأخذ شكلا أخر من خطاب الكراهية وتدعو للكراهية في مضمونها، ويمكننا أن نمتص من مصطلح خطاب الكراهية مصطلحات أخرى، وهي تكون بمثابة ممارسات تندرج تحت

مصطلح خطاب الكراهية وتعتبر أنواعًا له مثل (خطاب العنف اللفظي- الخطاب الطائفي- خطاب التمييز العنصري- خطاب التحريض على العنف)

أسباب نشوء خطاب الكراهية

ولقد برزت خطابات التحريض على الكراهية بشكل واضح في المشهد السياسي العربي والإسلامي بعد ثورات الربيع العربي، فلقد أثبتت دراسات دولية أن خطاب الكراهية ارتفع منسوبه بشكل كبير جداً في أحداث الربيع العربي وفقاً لدراسة مركز بيو للأبحاث فإن تنامي الكراهية الدينية في العالم يمثل تهديداً للجنس البشري بكامله[١].

وفي ظل حدوث وتفاقم الأزمات والإضطرابات وشيوع الجو العدائي والإتهامي بدأ ينمو خطاب الكراهية وبدأت تتعدد أشكاله وأنماطه وأجناسه وأدواته وغايته وأهدافه، فأصبح اليوم هناك ما يسمى بصناعة كراهية، وهى صناعة تتدخل فيها حروب قولية وأسلوبية وكلامية وافتراء على الآخر، وكذلك على التاريخ ومحاولة تزيف الواقع.

سلبيات الصحافة في تناول ومعالجة الأزمات

تقوم الصحافة بدور مهم ورئيسي بتشكيل اتجاهات الجمهور المتلقي، وتزويده بالأخبار بصفة فورية وقت وقوع الأزمة بطريقة تنوبها السرعة في نقل الحدث، وحدة المنافسة بين وسائل الإعلام الآخرى، ولكن قد تخطأ وسائل الإعلام في تناول الأزمة ومعالجتها وهذا يرتبط بعوامل معينة وهى كالآتي:[٢]

١-**التطفيف الاعلامي:** هو انتقاء المواضيع المتعلقة بالأزمة للحديث عنها ونشرها يتلائم مع مصلحة المؤسسة الصحفية، الأمر الذي لايسهم في نقل كافة الحقائق عن الأزمة بل تجزئتها.

١-أحمد علي سليمان، من مظاهر الاختراق الإعلامي، **مجلة الأزهر**، مجمع البحوث الإسلامية، يناير –فبراير ٢٠١٦، ص٧٩٨.

١-ثريا الطائية، أطر المعالجة الخبرية لاحتجاجات واعتصامات عام ٢٠١١ في الصحافة العمانية الصادرة باللغة العربية، **"رسالة ماجستير غير منشورة"** ، (جامعة السلطان قابوس: كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، ٢٠١٤)، ص ٥٥ -٥٦.

٢-**المبالغة والتهويل:** قد يظهر في التغطية الإعلامية للأزمة بعض مظاهر الكذب والمبالغة والتناقض في مراحل الأزمة.

٣-**التبعية الإعلامية:** سواء كانت التبعية للسلطة أم للنظام الاعلامي الدولي.

٤-**عيوب التشخيص الإعلامي:** الذي يقوم بها الأشخاص والقادة على حساب القضايا الأساسية.

مفاهيم وأدوات التحليل النقدي للخطاب

إن الخطاب لا ينطلق من كونه وظيفة تواصلية يريد المخاطب من خلالها إيصال المعلومات معينة للمتلقي، بقدر ما هي وظيفة تأثيرية ترمي لتوجيه المتلقي لاتجاه معين وتحديد موقفه، هذه الوظيفة غايتها التأثير والإقناع، وكذلك التضليل في كثير من الأحيان فيمارس نوعًا من السلطة والهيمنة، ذلك يقوم بربط الخطاب والسياق بعلاقة وظيفية، ويكشف التحليل النقدي للخطاب حيل التلاعب والأيديولوجيات الخفية في الخطاب، وكيف يتشكل الخطاب من خلال مظاهر الإستعمال مستويات لغوية وبلاغية، بالإضافة لإستخدام أداة التأثير والإقناع في الخطاب كأداة (تقديم النفس إيجابًا والآخر سلبيًا)، نعرض مفهومهم كالآتي:

- **الألفاظ والعبارات المقنعة:** هي تسمية الأشياء بغير مسماها، ويعبر عنها بعض النقاد "بالمغالطات" وهي تعبيرات مقنعة تهدف لتحريف الواقع وتشويهه[١]، مثل استعمال لفظ (تحرير البلاد) والمقصد الحقيقي منه هو غزو أو احتلال البلاد.
- **الألفاظ العبارات الملزمة:** هي معاني تفهم من الخطاب ولو لم تكن صريحة وواضحة لكنها ملزمة، لأن الكلام يشير لها من حيث الدلالة اللغوية، والمستلزمات المنطقية معاني مستترة يمكن استنتاجها منطقياً من سمات لغوية[٢]. مثل قول (هو فقير لكنه شريف) والمعنى المراد هنا هو أن الفقراء ليسوا شرفاء.

٢-محمد أسيداه، حافيظ إسماعيل: الإراغة في التواصل السياسي "آليات الحوار واستراتيجية الحجاج والمغالطة"، **مجلة علامات**، العدد ٢٧، (المغرب: ٢٠٠٧)، ص١٤٠.

١-نورمان فيركلاف، **تحليل الخطاب** السياسي، ترجمة عبد الفتاح عمورة(دمشق، دار الفرقد، ٢٠١٦)، ط١ ص١٢٧.

- **الألفاظ والعبارات المنحازة:** يظهر التحيز اللغوي في الخطاب من خلال شحن المفردات، وذلك من خلال نسبة الكلمات المستخدمة في التصريحات إلى قائليها، تكشف مدى التحيز إلى شخص أو ضد شخص ما، فالفعل (قال) في دلالته يختلف عن الفعل (زعم).[١]
- **المسلمات:** هي ألفاظ تعبر عن ما لا يقر به المخاطب مجرى المسلم به والمتفق عليه أو على صحته، من خلال استخدام عبارات موضوعها الموجود وحالته، أو ما هو ممكن أو ضروري، بمعنى التسليم بوجود شئ ما، فإن المعاني المسلم بها في الخطاب ذات أهمية أيديولوجية تدعم السلطة في الخطاب وتقويها، مثل عبارات من هذا القبيل (من المعلوم، كلنا يعلم ذلك)، هذه العبارات تحمل في معانيها جانب متسلطاً خفياً، يوحي برغبة المخاطب في الهيمنة في الخطاب ليقنع المتلقي بالتسليم بصحة ما يقول وأن ما يقوله بديهياً وحقيقياً، وهو في حقيقة الأمر غير ذلك.
- **ألفاظ وعبارات التعميم:** هي ألفاظ وعبارات عائمة تعمل على كسب ثقة المتلقي في حين أن الواقع يثبت عكس ذلك، مثل استخدام عبارات (اثبتت الدراسات، المشهد الذي أبكى الملايين، يقول العلماء).
- **ألفاظ وعبارت التهويل:** إطلاق الأوصاف التهويلية على شخصاً معيناً لتبرير قتله أو التحريض عليه، مثل قيام العناصر الدينية المتطرفة بتكفير الآخريين والتحريض على قتلهم وإطلاق بعض العبارات عليهم مثل: (طواغيت، كفار، مجوس هذه الأمة) لتبرير قتلهم أو التخلص منهم، وكذلك تستخدم هذه العبارات لتأكيد خطورة الوضع[٢]، وعبارات تهويلية لا أساس لها من الصحة وتتنافى مع الواقع، بهدف التأثير على المتلقي وإيجاد مبرر لخطابه، والزعم بأنه يسعى إلى تحقيق هدف سامي، مثل عبارات (الحرب على الإرهاب، تخابر أو تآمر).

٢-رامي عزمي عبد الرحمن يونس، **تحليل لغة الخبر السياسي** في الخطاب الإعلامي المكتوب، (القاهرة: دار المعتز للتوزيع والنشر، ٢٠١٢)، ص٨٣.
٣-توين فان دايك، **الخطاب والسلطة**، ترجمة عماد عبد اللطيف، (القاهرة: المركز القومي للترجمة، ٢٠١٤) ط١

- **عبارات الإدانة:** تكون باستخدام المخاطِب لألفاظ تفسر بالإدانة كاستخدام عبارة (نطالب بدلًا من نقترح) مما يجعل المخَاطب في موقع إدانة.
- **الألفاظ الهلامية:** استخدام مصطلحات تشير لدلالة محددة ومصطلح عليها، مثل عبارات (زعزعة الإستقرار- احتضان الإرهاب- نشر الفوضى- حرق الوطن) فهي عبارات في حقيقتها بلا حد، ولا ضابط لها ولا يخرج منها المتلقي بشيء، وهذا يتعارض مع الضبط في المصطلح، والغاية منها إسباغ الجدية على النصوص وإظهار القصد مما يعطيها وجاهة والأمر ليس كذلك إنما هو الإتكاء على مفاهيم فضفاضة وعبارات إنشائية من الممكن ان تفسر وتؤول تأويلات متعددة على ضوئها لدرج ما يحلو للكاتب[1].

تنائج الدراسة:

أشكال مواد الرأي المستخدمة في تقديم خطاب الكراهية في صحف الدراسة:

أشكال مواد الرأي	الأهرام	الحرية والعدالة	الرحمة
المقال الافتتاحي	١٧,٧٤٪	٢٧,٤٣٪	١٣,٤٦٪
المقال العمودي	٣٥,٤٨٪	٣٤,٥١٪	٣٦,٥٣٪
المقال التحليلي	٦,٤٥	—	٣,٨٤٪
التعليق الصحفي	٤٠,٣٢٪	٣٨,٠٥٪	٤٦,١٥٪
الإجمالي	٢٧,٣١٪	٤٩,٧٧٪	٢٣٪
إجمالي أعداد مواد الرأي لصحف الدراسة	٢٢٧		

بلغ أعداد مواد الرأي المستخدمة في تقديم خطاب الكراهية في صحف الدراسة أثناء أزمة محمد محمود عام ٢٠١١م (٢٢٧) مادة رأي، أحتلت صحيفة الحرية والعدالة المرتبة الأولى في استخدام مواد الرأي للتقديم خطاب الكراهية بنسبة (٤٩.٧٧٪)، وجاءت صحيفة الأهرام

١-سليمان بن خلف القرطبي، **الحدود في الأصول**، (بيروت: دار المكتبة العلمية، ٢٠٠٣) ط١، ص٩٥.

في المرتبة الثانية بنسبة (٢٧.٣١٪)، بينما احتلت صحيفة الرحمة المرتبة الأخيرة بنسبة (٢٣٪)

ملحوظة: التعليق الصحفي هو مادة الرأي الأكثر استخدامًا في تقديم خطاب الكراهية في صحف الدراسة.

ثانيًا: أنواع خطاب الكرهية في صحف الدراسة

بلغ عدد أنواع خطاب الكراهية المقدم في صحف الدراسة أثناء أزمة محمد محمود عام

أنواع خطاب الكراهية	الأهرام	الحرية والعدالة	الرحمة	الإجمالي
خطاب العنف اللفظي	٥٣.٨٤٪	٣٥.٨٩٪	٢٦.١٥٪	٣٧.٢٤٪
الخطاب الطائفي	١٨.٤٦٪	٣٨.٤٦٪	٤٠٪	٢١.٠٥٪
خطاب التمييز العنصري	٢٧.٦٩٪	١٠.٢٥٪	٣٣.٨٤٪	٣٣.٦٠٪
خطاب التحريض على العنف	ـــــ	١٥.٣٨٪	ـــ	٧.٢٤٪

٢٠١١م (٢٤٧) نوع، احتلت جريدة الحرية والعدالة المرتبة الأولى في تقديم أنواع خطاب الكراهية بنسبة (٤٧.٣٦٪)، وجاءت جريدة الأهرام والرحمة في المرتبة الثانية بالتساوي في تقديم أنواع خطاب الكراهية بنسبة (٢٦.٣١٪).

احتل خطاب العنف اللفظي المرتبة الأولى في صحف الدراسة بنسبة (٣٧.٢٤٪) من إجمالي أعدد انواع خطاب الكراهية، وجاء الخطاب الطائفي في المرتبة الثانية بنسبة (٣٣.٦٠٪) وجاء خطاب التمييز العنصري في المرتبة الثالثة بنسبة (٢١.٠٥٪)، بينما احتل الخطاب التحريض على العنف المرتبة الأخيرة بنسبة (٧.٢٤٪).

ملحوظة: لم يتم تقديم خطاب التحريض على العنف إلا في صحيفة الحرية والعدالة أثناء أزمة محمد محمود عام ٢٠١١.

من شواهد خطاب الكراهية في صحف الدراسة أثناء أزمة محمد محمود عام ٢٠١١م:

"أحمق ما كان يمارس حمقه في حكمه يومًا ما، وعليّ الآن أن أدفع فاتورة حمقه[١]"

- "حفيظة شومان حفيدة زينب الغزالي وابنة منال أبو الحسن ومكارم الديري ونهى سلامة وغيرهن الكثيرات العفيفات نماذج عظيمة من أخوات وبنات الأخوان المسلمين لم يفرض عليهن رأي ولم يحجب عنهن فرصة عمل كما يزعم أصحاب الفسوق والعري والدعاوي المغرضة[٢]"

"تأملت الزمان الذي نعيش فيه فإذا بنا في زمن تمتهن فيه المرأة ويعود زمن الجواري فتتصرف النساء كما تتصرف الجواري، فالجارية كثيرة الخروج من منزلها لقضاء مصالح أسيادها من بيع وشراء وقضاء حاجات، أما الحرة فهي الملتزمة في بيتها وعليها العمل داخل المنزل، وجاء زمن الجواري لتخرج النساء في الشوارع شبه عاريات لمجرد التسكع والفرجة على الفاترينات[٣]"

المراجع:

١-ثريا السنوسي، معالجة خطاب الكراهية في وسائط الإعلام الجديدة زمن الكورونا "الموقع الرسمي لمنظمة الأمم المتحدة مثلا"، **المجلة الجزائرية للاتصال**، المجلد ١٩، العدد٢، (الإمارات العربية المتحدة، جامعة الشارقة، ٢٠٢٠/١٢/٢٢).

2-Janto,petnehazi, istvan: (2018). "Grey Areas: Across Country Comparative Study of User-Generated Hate Speech, incivility and Journalistic responsibility for online comments", **Ph.d.** thesis, institution university of Westminster school if media and communication.

٣-خالد جيجان عزيز، أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمواقع الالكترونية في معالجة الأزمات السياسية العراقية، **رسالة دكتوراه**، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٨).

١-الأهرام: مصطفى الضمراني، ١٤ نوفمبر ٢٠١١.
٢-الحرية والعدالة: يوسف القرضاوي، ١٠ نوفمبر ٢٠١١.
٣-الرحمة: إلهام محمد شاهين، ٢٣ نوفمبر ٢٠١١.

4-Cristina Nistor & Rare Beuran, (2015): Crisis Communication Atransatlantic Perspective, **Online Journal Modeling The New** Europe, no 17, p.p 224-239.

٥-سمير حسين، **دراسات في مناهج البحث العلمي: "بحوث الإعلام"**، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٥)، ط٢، ص١٣١.

٦-نبيل أحمد عبد الهادي، **منهجية البحث في العلوم الإنسانية**، (الأردن: عمان، الأهلية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦)، ط١.

٧-محمد عبد الحميد، **بحوث الصحافة**، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٢)، ط١.

8-Roger D. Wimmer & Joseph R. Dominick, **Mass Media Research**: An Introduction, 8ed (U.S.A: Thomson, 2006).

٩-ثريا الطائية، أطر المعالجة الخبرية لاحتجاجات واعتصامات عام ٢٠١١ في الصحافة العمانية الصادرة باللغة العربية، "**رسالة ماجستير غير منشورة**" ، (جامعة السلطان قابوس: كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، ٢٠١٤).

١٠-محمد أسيداه، حافيظ إسماعيل: الإراغة في التواصل السياسي "آليات الحوار واستراتيجية الحجاج والمغالطة"، **مجلة علامات**، العدد ٢٧، (المغرب: ٢٠٠٧).

١١-أحمد علي سليمان، من مظاهر الاختراق الإعلامي، **مجلة الأزهر**، مجمع البحوث الإسلامية، يناير -فبراير ٢٠١٦.

١٢- توين فان دايك، **الخطاب والسلطة**، ترجمة عماد عبد اللطيف، (القاهرة: المركز القومي للترجمة، ٢٠١٤) ط١.

١٣- سليمان بن خلف القرطبي، **الحدود في الأصول**، (بيروت: دار المكتبة العلمية، ٢٠٠٣) ط١.

١٤- نورمان فيركلاف، **تحليل الخطاب السياسي**، ترجمة عبد الفتاح عمورة(دمشق، دار الفرقد، ٢٠١٦)، ط١.

١٥- رامي عزمي عبد الرحمن يونس، **تحليل لغة الخبر السياسي في الخطاب الإعلامي المكتوب**، (القاهرة: دار المعتز للتوزيع والنشر، ٢٠١٢).

Abstract

the study amis at Monitoring hate speech in press speech during the Mohamed Mahmoud crisis of 2011. It's based on the critical approach to speech analysis. To validate the results of the critical analysis of the communication, quantitative analysis was used to calculate the magnitude of iterations and ratios. This study was based on the survey methodology using a letter analysis form for both (Al-Ahram - Freedom and justice- Al- Rahma),The findings were that the newspaper that gave the most hate speech in this political crisis was journal of freedom and justice. The Al-Ahram newspaper equalled the Al-Rahma newspaper in second place in providing hate speech. The most common type of hate speech in the three newspapers was verbal violence (38.36%). The second was sectarian speech (33.87%). It ranked third in the racial discrimination speech (20.40%). The inflammatory speech ranked last (7.34%). The use of slanderous words and phrases is also published in the study papers, and the negative role of the study newspapers has prevailed towards the perception of actors.