

استراتيجيات خطاب الكراهية الموجه ضد مصر

"استراتيجيات خطاب الكراهية الموجه ضد مصر فى الفضائيات العربية

- دراسة تحليلية - "

الباحث/إسلام محمد عبد العاطي محمد

لدرجة الماجستير فى الآداب/ إعلام

شعبة العلاقات العامة/ الحملات الإقناعية / جامعة المنصورة

إشراف

د / هدى إبراهيم الدسوقي
مدرس العلاقات العامة
كلية الآداب - جامعة المنصورة

أ.د/ فؤادة عبد المنعم البكري
أستاذ العلاقات العامة المتفرغ
كلية الآداب - جامعة حلوان

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على استراتيجيات خطاب الكراهية الموجه ضد مصر فى الفضائيات العربية ، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي و التحليلي ، واستخدمت الدراسة اداة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات ، و تحدد مجتمع الدراسة التحليلية فى بعض البرامج المعروضة بالفضائيات العربية من خلال سحب عينة من البرامج التي تتناول خطاب الكراهية الموجه ضد مصر فى الفضائيات العربية وقد قام الباحث بتطبيق دراسته التحليلية على عينة قوامها (٣) برامج وهى (برنامج مع معتز المذاع على قناة الشرق، وبرنامج المسائية المذاع على قناة الجزيرة مباشر، وبرنامج بلا قيود المذاع على قناة BBC ARABIC " قناة دولية ناطقة بالعربية، وموجهة للشأن العربي").

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: -

- جاء (الفساد) فى مقدمة القضايا التي تضمنها خطاب الكراهية الموجه ضد مصر فى الفضائيات العربية بنسبة ٢٥.٣٪، ثم (الأمن) فى المرتبة الثانية بنسبة ١٨.٧٪، ثم (الحرية) فى المرتبة الثالثة بنسبة ١٤.٧٪، ثم (إزدراء الأديان وإهانة الرموز) فى المرتبة الرابعة بنسبة ٩.٣٪ ، ثم فى المرتبة ثم كل من (البطالة) (العمالة المصرية بالخارج) و

(ارتفاع الاسعار) و (الفقر) في المرتبة الخامسة بنسبة ٥.٣٪، ثم كل من (الرعاية الصحية) و(الدعم) في المرتبة السابعة بنسبة 4%، وأخيرا جاء (التعليم) بنسبة بلغت ٢.٨٪.

- جاء (الاستراتيجية التوجيهية) في مقدمة استراتيجيات توجيه الخطاب الإعلامي بالبرامج بنسبة ٣٣.٣٪، ثم كل من (الاستراتيجية التلميحية) و (الاستراتيجية الإقناعية) في المرتبة الثانية بنسبة ٢٧.١٪، وأخيرا جاء (الاستراتيجية التضامنية) بنسبة بلغت ١٢.٥٪.
- جاء (الانحياز وعدم الدقة والموضوعية) في مقدمة الأطروحات البارزة في خطاب الكراهية بالبرامج بنسبة ١٤.٥٪، ثم (التحريض ضد الأنظمة الحاكمة) في المرتبة الثانية بنسبة ١٢.٩٪، ثم (التحريض ضد الشخصيات المجتمعية) في المرتبة الثالثة بنسبة ١٢.٢٪، ثم كل من (دعوة للتمييز العنصري) و (التحريض ضد مؤسسات الدولة) في المرتبة الرابعة بنسبة ١١.٤٪، ثم (التحريض علي العداة والطعن في الوطنية) في المرتبة الخامسة بنسبة ٩.٩٪، ثم (الدعوات المتكررة للتظاهرات والإضرابات) في المرتبة السادسة بنسبة ٩.٢٪، ثم (إعادة بث المواد الإرهابية) في المرتبة السابعة بنسبة ٨.٤٪، ثم (بث الشائعات) في المرتبة الثامنة بنسبة ٦.٣٪، وأخيرا جاء (الدعوة للتحريض على العنف والإرهاب) بنسبة بلغت ٣.٨٪.

مقدمة

يعد خطاب الكراهية هو الخطاب الذي من شأنه التحريض على العنف أو التمييز أو العدوانية نحو أفراد أو جماعات أو مجتمعات أو دول، وأي محاولة من شأنها استثارة مشاعر الكره نحو الآخر بشكل ضمني أو غير ضمني، إن منتج خطاب الكراهية يسعى سعياً حثيثاً للتأثير في وعي المتلقين، حيث يمثل الوعي جملة من الأفكار والمعتقدات التي من شأنها أن تترجم في مرحلة متقدمة إلى أحد أنماط السلوك ، ويلاحظ أن الفئة المستهدفة من منتجي خطاب الكراهية بشكل أساسي هم الشباب الذين يسهل استقطابهم من خلال القنوات الفضائية، والتلاعب في معارفهم، والتأثير في المبادئ الراسخة بعقولهم من أجل تحويلهم لأداة يسهل تطويعها لخدمة مصالح أفراد أو جماعات أو دول.

من هنا جاءت أهمية استراتيجيات خطاب الكراهية الموجه ضد مصر في الفضائيات العربية، حيث إن الضرورة التي يفرضها الوضع الحالي تقتضي بالدولة المصرية والجهات

استراتيجيات خطاب الكراهية الموجه ضد مصر

المعنية الرسمية وغير الرسمية من وسائل الإعلام الكشف عن استراتيجيات خطاب الكراهية الموجه ضد مصر في الفضائيات العربية.

ويعرض الباحث محاور البحث في العناصر الآتية:

الدراسات السابقة:

تناول الباحث نماذج من الدراسات السابقة في حدود ما توصلت له، وتم تقسيمها إلى اتجاهين، ورتبت وفق الترتيب الزمني من الأحدث إلى الأقدم كما رتبت حسب وحدة الموضوع.

(١) الأول: دراسات تناولت خطاب الكراهية في الإعلام (بصفة عامة).

(٢) الثاني: دراسات تناولت دور الفضائيات العربية فيما يتعلق بالشأن المصري.

الاتجاه الأول: دراسات تناولت خطاب الكراهية في الإعلام (بصفة عامة):

١- دراسة: سامح محمد عبد الغني (٢٠٢٢) بعنوان: " استخدام الدعاة والأئمة لتطبيقات الهاتف المحمول للحد من خطاب الكراهية: قضية الإساءة للرسول - صلى الله عليه وسلم - أنموذجا "

هدفت الدراسة إلى الوقوف على الدور الذي تؤديه تطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم-؛ للكشف عن كيفية توظيف الدعاة والأئمة والوعاظ لهذه التطبيقات في هذا الإطار، ومدى إسهامها في الحد من خطاب الكراهية، اعتمادا على منهج المسح، من خلال دراسة وصفية استخدمت أدوات الاستقصاء والمقابلات المتعمقة؛ وتم تطبيقها على ٤٠٠ مفردة من الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى بالمؤسسات الدعوية المختلفة.

• توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها: حرص الباحثين على استخدام هذه التطبيقات في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- ، ، وقد جاءت تطبيقات ((التواصل الاجتماعي (فيس بوك- تويتر- واتس آب- إنستجرام- سناب شات)) في مقدمة التطبيقات التي يعتمد عليها الباحثون.

٢- دراسة : سلافة فاروق الزعبي (٢٠٢٢) بعنوان : " خطاب الكراهية الإعلامي لتنظيم الدولة الاسلامية "داعش": دراسة تحليل مضمون فيلم احراق الطيار الأردني معاذ الكساسبة وفيلم إعدام الأقباط المصريين في ليبيا "

هدفت الدراسة إلى إلقاء الضوء على خطاب الكراهية الإعلامي لتنظيم الدولة الاسلامية "داعش": دراسة تحليل مضمون فيلم احراق الطيار الأردني معاذ الكساسبة وفيلم إعدام الأقباط المصريين في ليبيا.

• استندت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي التحليلي لبعض الأفلام التي قام في إنتاجها هذا التنظيم، شكلا ومضمونا (حرق الطيار الأردني معاذ الكساسبة، إعدام الأقباط المصريين في ليبيا)، توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: أن استخدم التنظيم موضوع الإهانة والتحقير والجمع بين أكثر من موضوع في خطاب الكراهية المستخدم ، كما استهدف التنظيم في خطاب الكراهية المنشور مواطنو دول التحالف مستخدما الاستمالات الترهيبية الدينية بهدف تهديد دول التحالف.

٣- دراسة بسام عويضة (٢٠٢٢) بعنوان : " دور "الإسلام السياسي" بالفضائيات العربية في إنتاج خطاب الكراهية: قناة "الميادين" نموذجا: دراسة تحليلية، المجلة الجزائرية للاتصال "

تهدف الدراسة إلى فهم بنية ودور "الإسلام السياسي" في قناة "الميادين" الفضائية والذي يؤدي إلى إنتاج خطاب الكراهية والتحريض ضد الآخرين. وكذلك إلى إعادة بناء المجال الإعلامي عن المجال السياسي، سواء على مستوى اللفظ أو الدلالة المباشرة أو الدلالات المختزنة في النص والخطاب والصورة والمصطلح. المنهجية: ينتمى البحث إلى المنهج الوصفي التحليلي الذي يهدف إلى وصف دقيق لظاهرة أو موضوع؛ للتعرف على ظروفه وأبعاده وتحليل النتائج التي تم التوصل إليها وتفسيرها للإجابة على أسئلة محددة، ووصف الخصائص الدقيقة لظاهرة أو مجموعة من الظواهر التي يقوم الباحث بدراستها، وأيضا تعالج المواقف للوصول إلى استنتاجات مفيدة. النتائج: إن الاستنتاج الأساسي الذي وصلت إليه الدراسة، وجود تأثير مباشر بين السياسة والإعلام في فضائية "الميادين"، ووجود علاقة خفية

استراتيجيات خطاب الكراهية الموجه ضد مصر

بين أصحاب بعض المؤسسات الإعلامية وبعض الدول الإقليمية من خلال خطاب مبني على نظرية تؤدي إلى إنتاج معرفة في الشكل والمعنى، لخدمة سلطة سياسية وتحطيم سلطات، وإقناع الرأي العام بتصورات جديدة وإقصاء تصورات أخرى، والتصادم مع ثقافات معادية، دون أن تترك أي مجال أمام الرأي العام للنقد والسؤال.

٤- منصور عبدالله ناجي (٢٠٢٢) بعنوان : " اتجاهات النخبة الإعلامية نحو خطاب

الكراهية في تغطية الإعلام اليمني لأحداث الحرب: دراسة ميدانية، مجلة بحوث الاتصال سعت الدراسة إلى معرفة اتجاهات النخبة الإعلامية نحو أسباب وأساليب وآثار استخدام خطاب الكراهية في تغطية وسائل الإعلام اليمنية أحداث الحرب في اليمن؛ استخدم الباحث المنهج المسحي على عينة عشوائية مكونة من ١٢٩ مفردة، تمثل فئتان من النخبة الإعلامية اليمنية (أساتذة الإعلام بالجامعات اليمنية- الصحفيين/ات اليمنيين).

• توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج من أهمها: أن السبب الرئيسي في إنشاز خطاب الكراهية في الإعلام اليمني يعود إلى استخدام أطراف النزاع اليمني الإعلام كوسيلة للتحريض على العنف واستقطاب مقاتلين لقتال بعضهم، من خلال الإثارة وتلفيق الأكاذيب لتشويه والقضاء على الآخر. وكشفت نتائج الدراسة أن أكثر وسائل الإعلام الحزبية حظا على كراهية الآخر كانت تابعة لجماعة أنصار الله الحوثية بالمرتبة الأولى، تليها بالمرتبة الثانية والثالثة وسائل الإعلام التابعة لكلا من حزب الإصلاح والمجلس الانتقالي الجنوبي، وبينت أن مواقع التواصل الاجتماعي كانت من أخطر الوسائل المستخدمة للتحريض على الكراهية والعنف ضد الآخر.

• أشارت النتائج إلى أن التحريض الإعلامي على الكراهية قد أثر سلبا بدرجة كبيرة على التعايش السلمي والتماسك الاجتماعي، ومن الصعب التعافي السريع للمجتمع اليمني من آثاره السلبية حتى بعد توقف الحرب.

٥- دراسة **Benessir&others** بعنوان : " اكتشاف خطاب الكراهية باستخدام QRNN والمحولات "

هدفت الدراسة إلى اكتشاف خطاب الكراهية باستخدام QRNN والمحولات ، كما تقدم هذه الدراسة نظرة عامة مفصلة على النظام الذي قدمناه كجزء من المهام المشتركة

OSACT2022 على الحبيبات الدقيقة ، كما كشف كلام الكراهية على تويتر بالعربية ونتائجه وحدوده. يتم تقديمنا بمعامل صارم ، وذلك مع مشاركة نموذج متعدد المهام يتكون من طبقة مشتركة تحتوي على أحدث نماذج تمثيل النص السياقي مثل MARBERT و AraBERT و ARBERT وطبقات مهمة محددة تم ضبطها بدقة باستخدام الشبكات العصبية شبه المتكررة لكل مهمة فرعية ذات تدفق منخفض ، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها: أن MARBERT مضبوطة بدقة مع QRNN تتفوق على جميع النماذج المذكورة سابقا .

الاتجاه الثاني : دراسات تناولت دور الفضائيات العربية فيما يتعلق بالشأن المصري:

١- دراسة : أميرة الشاذلي (٢٠٢٣) بعنوان : " برامج المسابقات التلفزيونية المقدمة في القنوات الفضائية و دورها في بناء الوعي الفكري لدى الشباب المصري : دراسة ميدانية "

تهدف الدراسة الي التعرف علي برامج المسابقات التلفزيونية ودورها في بناء الوعي الفكري لدى الشباب المصري ، وتعد هذ الدراسة من الدراسات الوصفية و التي تسعى الى وصف دور برامج المسابقات التلفزيونية في بناء الوعي الفكري لدى الشباب المصري، اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاعلامي ، حيث تم اختيار المجتمع المصري كمجتمع للدراسة، وتم التطبيق على عينة عشوائية من الشباب من سن ١٨ - ٣٥ سنة وذلك على عينه قوامها ٤٥٠ مفردة من الذكور و الاناث ، وتم استخدام استمارة الإستبيان كأداة لجمع البيانات وتم توزيعها الكترونيا على الشباب في محافظات مختلفة.

• توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها: جاء مستوى مشاهدة برامج المسابقات التلفزيونية في القنوات الفضائية بنسبة متوسطة يتابع فيها المبحوثين برامج المسابقات و أشار ذلك الى تفاوت عدد الساعات التي يتابع فيها المبحوثين برامج المسابقات .

٢- دراسة رنا عبد البديع حسن زهران (٢٠٢٢) بعنوان : " صورة مؤتمرات ومنتديات الشباب العالمية والمحلية كما تعكسها القنوات الفضائية الإخبارية العربية ومدى إدراك الجمهور المصري لها - دراسة تطبيقية "

استراتيجيات خطاب الكراهية الموجه ضد مصر

تهدف الدراسة إلى رصد وتحليل المعالجة الإعلامية المقدمة في الفضائيات الإخبارية العربية، متمثلة في: قناة النيل للأخبار، وقناة إكسترا نيوز الإخبارية، وذلك في إطار نظرية الغرس الثقافي، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، التي استخدمت منهج المسح بالعينة من خلال تصميم استمارة تحليل مضمون حللت من خلالها الدراسة عدد ١١٠ أخبار تليفزيونية في قناة النيل للأخبار وقناة إكسترا نيوز الإخبارية، وكذلك استمارة استبيان لقياس مدى إدراك الجمهور المصري، طبقت على عينة عشوائية طبقية متناسبة مكونة من ٥٥٠ مفردة من محافظات (القاهرة- الشرقية- الإسكندرية- الإسماعيلية- قنا).

• توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، منها: وجود اختلافات واضحة بين القنوات الإخبارية عينة الدراسة فيما يتعلق بأهداف التغطية الإخبارية لأحداث وفعاليات مؤتمرات ومنتديات الشباب المحلية والعالمية؛ إذ أن قناة النيل للأخبار اهتمت في أغلب أخبارها بنقل الأحداث فقط، في حين أن قناة إكسترا نيوز اهتمت بالاستعانة بالخبراء والمتخصصين لتحليل الأخبار والتعليق عليها.

٣- دراسة : دينا يحيى زكى ابو زهره (٢٠٢٠) بعنوان : " العوامل المؤثرة على مصداقية المحتوى البرامجى للفضائيات العربية وتشكيل اهتمامات الجمهور " ، المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال

تهدف الدراسة الي التعرف علي العوامل المؤثرة على مصداقية المحتوى البرامجى للفضائيات العربية وتشكيل اهتمامات الجمهور ، تدخل هذه الدراسة في إطار البحوث الوصفية ، كما تستخدم الدراسة منهج المسح ، و تطبق الدراسة على عينة حصصية ممثلة للجمهور العربي من المتابعين للمحتوى البرامجى للفضائيات العربية عينة الدراسة قوامها ٤٠٠ مفردة من الدول العربية (مصر - الامارات - المغرب - لبنان - اليمن).

• تعتمد الدراسة الميدانية في هذه الدراسة على صحيفة الاستقصاء ، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها: ان معظم أفراد العينة يعتمدون على القنوات الفضائية العربية في الحصول على الأخبار والمعلومات الخاصة بالقضايا السياسية أحيانا، كما أن غالبية أفراد العينة لا يعتمدون على المحتوى البرامجى للفضائيات العربية لتشكيل اهتمامات

الباحث/إسلام محمد عبد العاطي محمد

الجمهور لتشكيل اهتماماتهم ، وايضاً البرامج الحوارية تصدرت نوعية البرامج التي يفضل المبحوثين متابعتها يليها البث المباشر ثم النشرات الإخبارية .

٤- دراسة منار صبري صابر حامد (٢٠٢٢) بعنوان : " دور البرامج الحوارية في الفضائيات العربية في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة واتجاهات الجمهور نحوها (دراسة تطبيقية) "

تهدف الدراسة الى التعرف وتسليط الضوء على دور البرامج الحوارية في الفضائيات العربية ومدى مساهمتها في تحقيق أهداف التنمية الاقتصادية المستدامة واتجاهات الجمهور نحوها .

• تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي، باستخدا استمارة تحليل محتوى لعينة من البرامج الحوارية ليتم إجراء الدراسة التحليلية عليها خلال الفترة الزمنية المخصصة ، وكذلك المسح الميداني لعينة المبحوثين، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها: إلى أن قضايا التنمية المستدامة بالبرنامج السعودي (سين)عينة الدراسة حيث جاء في أجندة برنامج سين أكثر موضوعات الأستدامة كانت الحفاظ على البيئة والتحول الرسمي بنسبة ١١.١ % و١٢.٢% على التوالي ، أما في البرامج المصرية المبادرة وكلمة أخيرة ومساء دي إ سي) تشابهت في أجندتها من حيث عرض سضايا التنمية المستدامة الخاصة بمبادرات الدولة ببناء الطرق والكباري ومبادرة تكافل وكرامة والمشروع القومي حياة كريمة وبناء المدن الجديدة والوحدات السكنية بنسبة ١٢% .

٥- سعد عبد القادر حميد (٢٠٢٢) بعنوان : " الإعلام العربي وصناعة الرأي العام: دراسة وصفية لأساليب ومسالك صناعة الرأي العام

هدف هذا البحث إلى تسليط الضوء على دور وسائل الإعلام العربي في تشكيل الرأي العام في المجتمعات العربية وتوجيهها نحو جانب معين، اعتمد الباحث المنهج الوصفي، شملت هذه الدراسة على بعض النظريات الاتصالية والإعلامية التي لها دور في تشكيل اتجاهات الأفراد وتشكيلها، كما تضمنت الدراسة الحديث عن الرأي العام وتكوينه. خلص

استراتيجيات خطاب الكراهية الموجه ضد مصر

الباحث إلى عدد من التوصيات منها ضرورة التركيز على دور القنوات الفضائية العربية منها والاجنبية في التأثير على الرأي العام ولا سيما في العالم العربي.

■ التعقيب على الدراسات السابقة:

• اتفقت الدراسات السابقة في استخدام منهج المسح الإعلامي بشقوية التحليلي والميداني كأداة لجمع البيانات ، واتفقت الدراسات في المحور الأول على أنها تناولت خطاب الكراهية في الإعلام ، بينما اتفقت دراسات المحور الثاني في أنها تناولت دور الفضائيات العربية في تشكيل الاتجاهات فيما يتعلق بالشأن المصري.

■ استفاد الباحث من الدراسات السابقة في :

- ١- تحديد وبلورة مشكلة الدراسة .
 - ٢- وضع أسئلة الدراسة .
 - ٣- اختيار المنهج والأدوات المستخدمة في الدراسة .
 - ٤- كيفية الحصول على المعلومات المناسبة والخاصة بالدراسة .
- ومن هنا جاءت أهمية الدراسة: في محدودية وندرة الدراسات التطبيقية التي تناولت استراتيجيات خطاب الكراهية الموجه ضد مصر في الفضائيات العربية.

مشكلة الدراسة:

نظرًا لتزايد أهمية الدور الذي تقدمه القنوات الفضائية في التعبير عن قضايا الجمهور، ونتيجة لتلاحق الأحداث الواقعة بالمنطقة العربية بشكل عام في السنوات القليلة الماضية ومصر على وجه الخصوص، وتزايد الدور الذي لعبه الشباب العربي فيما يتعلق بثورات الربيع العربي، فقد اتخذت البرامج الحوارية في بعض الفضائيات العربية أشكالاً جديدة في خطاب الجمهور تعتمد على الإثارة والمواجهة ونشر خطاب الكراهية والعنف الموجه ضد مصر حتى حظيت بنسبة مشاهدة عالية ، حيث تتعدد الأسباب التي تدفع بعض الفضائيات العربية إلى مناقشة خطاب الكراهية الموجه ضد مصر، ومنها:

- النزعة السياسية: حيث تستخدم بعض الفضائيات العربية خطاب الكراهية ضد مصر كأداة لتحقيق أهداف سياسية، من أجل التأثير على الرأي العام العربي وتوجيهه بطريقة معينة.

• الصراع الإعلامي: حيث تتنافس بعض الفضائيات العربية في تقديم المحتوى الإعلامي وجذب المشاهدين، ويستخدم بعضها خطاب الكراهية ضد مصر لتحقيق هذا الهدف.

• الخلافات الثقافية: يمكن أن تنشأ خلافات ثقافية ودينية بين بعض الدول العربية ومصر، وقد يستخدم بعض الفضائيات العربية خطاب الكراهية لتأجيج هذه الخلافات.

• الأحداث الجارية: من خلال استخدام خطاب الكراهية ضد مصر في الفضائيات العربية في سياق الأحداث الجارية، مثل الصراعات الإقليمية أو الأزمات السياسية.

• العلاقات الدبلوماسية: يمكن أن يؤدي الخلاف الدبلوماسي بين بعض الدول العربية ومصر إلى استخدام خطاب الكراهية ضد مصر في الفضائيات العربية.

يجب الإشارة إلى أن استخدام خطاب الكراهية في الإعلام لا يخدم سوى أجندات معينة ويساهم في تأجيج النزاعات وزعزعة الاستقرار في المنطقة، ويتعارض مع قيم الحوار والتسامح والاحترام المتبادل بين الثقافات ، مما قد يخلق العديد من التأثيرات السلبية التي قد تؤثر على الجمهور المصري خاصة من الشباب ، لذا تسعى هذه الدراسة لتحليل مضمون هذه البرامج الحوارية الأكثر مشاهدة على القنوات الفضائية العربية من قبل الشباب المصري، والتعرف على استراتيجيات خطاب الكراهية الموجه ضد مصر في الفضائيات العربية ، ومن هنا تحددت المشكلة البحثية.

أهداف الدراسة: سعت هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف أهمها:

- الكشف عن القضايا التي تضمنها خطاب الكراهية الموجه ضد مصر في الفضائيات العربية .

- الكشف عن الاستراتيجيات توجيه الخطاب الإعلامي في البرامج عينة الدراسة .

- التعرف على آليات وسائل الإعلام (القنوات الفضائية) في تنفيذ استراتيجيات خطاب الكراهية في البرامج عينة الدراسة .

- التعرف على الأطروحات البارزة في خطاب الكراهية في البرامج عينة الدراسة .

- التعرف على القوي الفاعلة في البرامج عينة الدراسة .

- التعرف على سمات الدور في البرامج عينة الدراسة .

استراتيجيات خطاب الكراهية الموجه ضد مصر

تساؤلات البحث: تتبلور تساؤلات الدراسة في مجموعة من الأسئلة أهمها:

- ١- ما القضايا التي تضمنها خطاب الكراهية الموجه ضد مصر في الفضائيات العربية ؟
- ٢- ما استراتيجيات توجيه الخطاب الإعلامي في البرامج عينة الدراسة ؟
- ٣- ما آليات وسائل الإعلام (القنوات الفضائية) في تنفيذ استراتيجيات خطاب الكراهية في البرامج عينة الدراسة ؟
- ٤- ما الأطروحات البارزة في خطاب الكراهية في البرامج عينة الدراسة ؟
- ٥- ما القوي الفاعلة في البرامج عينة الدراسة ؟
- ٦- ما سمات الدور في البرامج عينة الدراسة ؟

منهجية الدراسة وأدواتها البحثية

اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفي و التحليلي ، وتعتمد الدراسة على الأدوات البحثية الآتية:

- (١) استمارة تحليل المضمون: سيستخدم الباحث أيضًا استمارة تحليل المضمون، وهو أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في تحليل المواد والبرامج الإعلامية بهدف الوصول إلى استدلالات واستنتاجات صحيحة ومطابقة في حالة إعادة البحث أو التحليل

مجتمع الدراسة

تحدد مجتمع الدراسة في بعض البرامج المعروضة بالفضائيات العربية من خلال سحب عينة من البرامج التي تتناول خطاب الكراهية الموجه ضد مصر في الفضائيات العربية وقد قام الباحث بتطبيق دراسته التحليلية علي عينة قوامها (٣) برامج وهي (برنامج مع معتز المذاع على قناة الشرق، وبرنامج المسائية المذاع على قناة الجزيرة مباشر، وبرنامج بلا قيود المذاع على قناة BBC ARABIC " قناة دولية ناطقة بالعربية، وموجهة للشأن العربي") .

مبررات اختيار عينة الدراسة :

أبرزت أهم مؤشرات الدراسة الإستطلاعية أن أهم البرامج التي تقدمها في الفضائيات والتي تتمثل في (برنامج مع معتز المذاع على قناة الشرق، وبرنامج المسائية المذاع على قناة الجزيرة مباشر، وبرنامج بلا قيود المذاع على قناة BBC ARABIC " قناة دولية ناطقة

الباحث/إسلام محمد عبد العاطي محمد

بالعربية، وموجهة للشأن العربي"، وهي البرامج الأكثر مشاهدة من قبل الجمهور المصري من فئة الشباب وفقاً للمسح الشامل التي قام به الباحث.

والجدول التالي يبين أهم مؤشرات الدراسة الاستطلاعية التي قام بها الباحث:

جدول (١)

يوضح توزيع القنوات الفضائية العربية الأكثر مشاهدة من قبل الجمهور المصري

والتي تستخدم استراتيجيات خطاب الكراهية الموجه ضد مصر

القناة	التكرار	النسبة المئوية
مكملين	٦	٪١٥
الشرق	٩	٪٢٢,٥
BBC ARABIC	٧	٪١٧,٥
الجزيرة مباشر	١٢	٪٣٠
العربي	٢	٪٥
TRT عربي	٤	٪١٠
الإجمالي	٤٠	٪١٠٠

ووفقاً لمؤشرات الدراسة الاستطلاعية فقد جاءت قناة الجزيرة مباشر في المرتبة الأولى بنسبة ٣٢,٥٪، وجاءت قناة الشرق في المرتبة الثانية بنسبة ٢٥٪، وجاءت قناة BBC ARABIC " قناة دولية ناطقة بالعربية، وموجهة للشأن العربي"، في المرتبة الثالثة بنسبة ١٧,٥٪، وجاءت قناة مكملين في المرتبة الرابعة بنسبة ١٥٪، وجاءت قناة TRT عربي في المرتبة الخامسة بنسبة ١٠٪، وذلك من إجمالي عدد المبحوثين عينة الدراسة الاستطلاعية. كما ساعدت مؤشرات الدراسة الاستطلاعية الباحث في تحديده للبرامج الحوارية عينة الدراسة التحليلية وفقاً لنسبة مشاهدة كل برنامج، واستقر الباحث على اختيار ثلاثة برامج حوارية هي الأكثر مشاهدة وفقاً لاختيارات المبحوثين عينة الدراسة الاستطلاعية، وهي: برنامج مع معتز المذاع على قناة الشرق حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة مشاهدة ٣٠٪، وبرنامج المسائية الذي يُعرض على قناة الجزيرة مباشر حيث جاء في المرتبة الثانية بنسبة مشاهدة ٢٠٪، وأخيراً برنامج بلا قيود والذي يُعرض في قناة BBC ARABIC " قناة دولية ناطقة

استراتيجيات خطاب الكراهية الموجه ضد مصر
بالعربية، وموجهة للشأن العربي " بنسبة مشاهدة ١٠٪، والجدول التالي يبين أهم مؤشرات
الدراسة الاستطلاعية التي قام بها الباحث:

جدول (٢)

يوضح توزيع البرامج الأكثر مشاهدة من قبل الجمهور المصري على الفضائيات العربية

النسبة المئوية	التكرار	البرنامج
٢٥٪	١٠	المسائية
١٢,٥٪	٥	مصر النهاردة
٣٠٪	١٢	مع معتز
٧,٥٪	٣	بتوقيت مصر
٥٪	٢	ولنا وقفة
٢٠٪	٨	بلا قيود
١٠٠٪	٤٠	الإجمالي

ويحدد الباحث الحدود الزمنية للدراسة الحالية خلال الفترة من ٥ يونيو ٢٠١٧م وحتى ٥
يونيو ٢٠١٨م.

الإطار النظري للدراسة

نظرية تحليل الإطار الإعلامي : نظرًا لأن الاهتمام الرئيسي للدراسة يتركز على تحليل
استراتيجيات خطاب الكراهية الموجه ضد مصر في الفضائيات العربية واتجاهات الجمهور
المصري نحوها فقد تم اختيار نظرية الأطر الإعلامية من بين العديد من النظريات
الاتصالية للتأصيل العلمي لموضوع هذه الدراسة.

نتائج الدراسة

جدول رقم (١)

القضايا التي تضمنها خطاب الكراهية الموجه ضد مصر في الفضائيات العربية

الإجمالي		مع معتز قناة الشرق		المسائية قناة الجزيرة مباشر		بلا قيود BBC News		القضايا التي تضمنها خطاب الكراهية المضمون
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
25.3	١٩	25	٧	23.8	٥	26.9	٧	الفساد
18.7	١٤	21.4	٦	19	٤	15.4	٤	الأمن
14.7	١١	7.1	٢	19	٤	19.3	٥	الحرية
9.3	٧	٧,١	٢	14.3	٣	7.7	٢	إزدراء الأديان وإهانة الرموز
5.3	4	-	-	9.5	٢	٧,٧	٢	البطالة
٥,٣	٤	٧,١	٢	-	-	٧,٧	٢	العمالة المصرية بالخارج
٥,٣	٤	3.7	١	4.8	١	٧,٧	٢	ارتفاع الاسعار
٥,٣	٤	٧,١	٢	4.8	١	3.8	١	الفقر
4	٣	10.7	٣	-	-	-	-	الرعاية الصحية
4	٣	٧,١	٢	-	-	٣,٨	١	الدعم
2.8	٢	٣,٧	١	4.8	١	-	-	التعليم
١٠٠	75	١٠٠	28	١٠٠	21	١٠٠	26	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: جاء (الفساد) في مقدمة القضايا التي تضمنها خطاب الكراهية الموجه ضد مصر في الفضائيات العربية بنسبة ٢٤.٧٪، ثم (الأمن) في المرتبة الثانية بنسبة ١٨.٢٪، ثم (الحرية) في المرتبة الثالثة بنسبة ١٤.٣٪، ثم (إزدراء الأديان وإهانة الرموز) في المرتبة الرابعة بنسبة ٩.١٪، ثم (البطالة) في المرتبة الخامسة بنسبة ٧.٨٪، ثم كل من (العمالة المصرية بالخارج) و (ارتفاع الاسعار) و (الفقر) في المرتبة السادسة بنسبة ٥.٢٪، ثم كل من (الرعاية الصحية) و(الدعم) في المرتبة السابعة بنسبة ٣.٩٪، وأخيرا جاء (التعليم) بنسبة بلغت ٢.٥٪.

استراتيجيات خطاب الكراهية الموجه ضد مصر

تشير بيانات الجدول السابق الى، تناول قضايا الفساد، حيث تتعامل (البرامج عينة الدراسة)، مع قضايا الفساد، من وجهة نظر انتقاد الأوضاع الاجتماعية بالبلاد، وأن الفساد الإداري والسياسي أكبر قوة ضد النظام الاجتماعي في مصر ، واتهام النظام الحاكم بالفساد والظلم ، وهو ما يتم رصده على (البرامج عينة الدراسة)، طوال فترات التحليل. تعتمد (البرامج عينة الدراسة) بشكل شبه دائم على فساد الجيش والقوات المسلحة، بناءً على مزاعم نشرها المقاول محمد علي عبر مواقع التواصل المختلفة، الذي نشر سلسلة من فيديوهات تتهم الجيش والرئيس بإهدار المال العام. من خلال تشييد القصور الرئاسية والعديد من المشاريع الأخرى، وادعائه أن الجيش مدين له بمبلغ مالي ضخم. مقابل مجموعة من المشاريع التي نفذها شركة أملاك للمقاولات التي يملكها. وعلى أثر قامت الفضائيات بنشر مقاطع فيديو لأحد خطابات الرئيس الحالي التي يتحدث فيها عن محدودية إمكانات الدولة المصرية، حاولوا من خلالها بث شعور الإحباط، وفقدان الأمل للمشاهدين.

• **ويرجع الباحث الى مناقشة (قضايا الفساد) جاءت في المرتبة الأولى:** إلى تركيز القائمين على هذه (البرامج عينة الدراسة) لإبرازها، لتصوير مدى التدهور الذي وصلت إليه الدولة المصرية، بعد عزل الرئيس السابق/ محمد مرسي، وتصدير صورة ذهنية عند المشاهد، وما آلت إليه البلاد من أوضاع، تنعكس عليهم وأشعارهم بالإحباط نتيجة لما وصلت إليه البلاد. **وعدم الإشارة في طرحهم لقضايا الفساد** الى ما تبذله الدولة المصرية لمحاربة قضايا الفساد وإطلاق يد الأجهزة الرقابية على جميع مؤسسات الدولة لمحاربتها، وعدم الإشارة الى القبض على بعض الشخصيات العامة في قضايا فساد (محافظ المنوفية، رئيس جامعة دمنهور، نقل بعض القيادات القضائية الى وظيفة مدنية، سكرتير وزيرة الصحة... إلخ)

تُعتبر قضايا الامن، محور تركيز من قبل (البرامج عينة الدراسة) وتتعامل معها من زوايا مختلفة تمامًا ، إبراز الاحداث الإرهابية بسيناء وبعض المناطق المتفرقة بالبلاد، وكذا الحوادث الجنائية، والاعتقالات السياسية ، ومناقشة حالة المعتقلين السياسيين، وطريقة تعامل رجال الأمن معهم ، والإجراءات التعسفية التي تُتخذ ضد بعضهم ، والاختفاء القسري

الباحث/اسلام محمد عبد العاطي محمد

للآخرين ، والتعذيب والإذلال الذي عاناه المعتقلين في السجون ، وادعائهم أن هؤلاء الأشخاص ممن ينتمون الى جماعة الاخوان الارهابية ، وتعرضهم لجميع أساليب التعذيب ، وأن الشرطة وأجهزة الأمن تمارس بشكل روتيني عمليات التعذيب ، بما في ذلك الضرب والصعق بالصدمات الكهربائية والضغط على المعتقلين.

• **ويرجع الباحث الى مناقشة (قضايا الامن):** ويمكن تفسير ذلك أن هذه (البرامج عينة الدراسة) تُركز القضايا (السابق ذكرها) وتصويرها على أنها أصبحت ظاهرة داخل البلاد، لترسيخ صورة ذهنية عند المشاهد بتريدي الأوضاع الأمنية داخل البلاد وعدم الاطمئنان، **وعدم الإشارة في طرحهم لقضايا الامن** الى ما يبذله رجال القوات المسلحة ورجال هيئة الشرطة من تضحيات (استشهاد/ إصابات/ اعاقات) ونجاحات، من أجل تطهير جميع أراضي الدولة المصرية من البؤر الإرهابية والاجرامية، وأن جميع المحتجزين أو المسجونين داخل مراكز الإصلاح والتأهيل التابعة لوزارة الداخلية المصرية، جاءت بُناءً على قرارات النيابة العامة أو أحكام قضائية.

من هنا يمكن القول إن مبررات خطاب الكراهية عبر (البرامج عينة الدراسة) يتجسد في إثارة قضايا (الفساد والامن). لتكون البداية والشرارة لمعظم الأحداث الطائفية والحزبية لأنهم يشعرون أن هناك اضطهاد ضد فئة مُعينة، أو تميز فئة أخرى اقتصاديًا عن غيرها ، من خلال ابراز ما يتعرض لهم أعضاء جماعة الاخوان داخل مراكز الإصلاح والتأهيل (على خلاف الحقيقة) وكذا إظهار رواتب الجيش والشرطة وجميع عناصر جهاز الدولة.

ويري الباحث أن خطاب الكراهية يهدد التماسك الاجتماعي وينال من القيم المشتركة، ويمكن أن يكون نقطة الارتكاز التي ينطلق منها للعنف، مما يصيب قضية السلام والاستقرار والتنمية المستدامة والكرامة الإنسانية بانتكاسة، وفي العقود الأخيرة، كان خطاب الكراهية هو النذير بقرب وقوع الفظائع، بما في ذلك الفساد والأمن والحرية وازدراء الأديان وإهانة الرموز والبطالة والعمالة المصرية بالخارج وارتفاع الاسعار والفقر والرعاية الصحية والدعم والتعليم .

وتتفق هذه النتيجة مع عدد من الدراسات السابقة منها دراسة:

استراتيجيات خطاب الكراهية الموجه ضد مصر

صخر أحمد الخصاونة ، حيث توصلت نتائج الدراسة إلى أن لمواقع التواصل الاجتماعي دورا في نشر خطاب الكراهية، وأن انتشار خطاب الكراهية يثير الفتن بين مكونات المجتمع، بالإضافة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لوسائل التواصل الاجتماعي في انتشار خطاب الكراهية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين ، كما أنها اتفقت أيضاً مع دراسة منال عبد الرازق الوحش ، حيث أوضحت نتائج الدراسة ان أغلب خطابات الكراهية تركزت في مواضيع الشأن المحلي في فئات الأمن الداخلي والحوادث غير الجنائية والفساد والخدمات العامة والمجتمع المدني والقضايا الدينية وقضايا حقوق الإنسان والانتخابات والمشاركة السياسية، فيما لم يظهر خطاب الكراهية في مواضيع السياسة الخارجية أو القضاء.

٢. استراتيجيات توجيه الخطاب الإعلامي:

جدول رقم (٢)

استراتيجيات توجيه الخطاب الإعلامي

الإجمالي		مع معتز قناة الشرق		المسائية قناة الجزيرة مباشر		بلا قيود BBC News		الأستراتيجيات المضمون
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٣٣,٣	١٦	21.4	٣	42.9	٦	35	٧	الاستراتيجية التوجيهية
٢٧,١	١٣	٣٥,٧	٥	21.4	٣	25	٥	الاستراتيجية التلميحية
٢٧,١	١٣	28.6	٤	21.4	٣	30	٦	الاستراتيجية الإقناعية
١٢,٥	٦	14.3	٢	14.3	٢	10	٢	الاستراتيجية التضامنية
١٠٠	٤٨	١٠٠	14	١٠٠	14	١٠٠	20	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: جاء (الاستراتيجية التوجيهية) في مقدمة استراتيجيات توجيه الخطاب الإعلامي بالبرامج بنسبة ٣٣.٣٪، ثم كل من (الاستراتيجية التلميحية) و (الاستراتيجية الإقناعية) في المرتبة الثانية بنسبة ٢٧.١٪، وأخيرا جاء (الاستراتيجية التضامنية) بنسبة بلغت ١٢.٥٪.

تشير بيانات الجدول السابق إلى، تركيز (البرامج عينة الدراسة) على الاستراتيجية التوجيهية (جاءت في المرتبة الأولى) في خطابها، لأنها نوع من التأثير بالمتلقي، تشمل تغيير قناعاته، وتعزيزها، بهدف تسليمه لصاحب الخطاب والانقياد له، فالخطاب في الاستراتيجية

الباحث/إسلام محمد عبد العاطي محمد

التوجيهية يُعد ضغطاً وتدخلاً، ولو بدرجات متفاوتة على المتلقي، فمنتج الخطاب يولي عنايته فيها لتبليغ قصده وتحقيق هدفه الخطابى، كما أنه يفرض سلطته وإضعافاً مجموعة من القيود على المتلقي، للامتثال لأوامره ونواهيه، بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

وجاءت الاستراتيجية التلميحية (في المرتبة الثانية) في تركيز (البرامج عينة الدراسة) في خطابها، لأنها تلجأ في حالات كثيرة إلى أساليب التعبير الضمني والإيحاء والتلميح أكثر من التعبير الصريح، آخذاً بمبدأ المواربة والالتواء، من خلال اجتناب الخطاب المباشر والصريح. وترتكز في الخطاب الإعلامي للقنوات محل الدراسة على آليات متنوعة من التضليل والإيحاءات والمغالطات والسخرية والتهكم أو يتم استخدام أسلوب التهكم والسخرية ونشر الشائعات.

ويرى الباحث أن هناك حاجة إلى مواجهة الكراهية بشكل شامل وفي ظل الاحترام الكامل لحرية الرأي والتعبير، مع العمل بالتعاون مع الجهات المعنية بالدولة، بما في ذلك منظمات المجتمع المدني ووسائل الإعلام وشركات التكنولوجيا ومنصات التواصل الاجتماعي، لتوضيح وتوعية المواطنين من خطورة الاستراتيجيات التي تستخدمها وسائل الاعلام المناهضة للدولة المصرية، في معالجتها للقضايا التي تخص الشأن المصري. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة :

سامح محمد عبد الغني ، حيث توصلت الدراسة إلى حرص الباحثين على استخدام هذه التطبيقات في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول - صلى الله عليه وسلم - ، في ظل محدودية التواصل الدعوي المباشر مع الجمهور ، كما أنها اتفقت أيضاً مع دراسة (Wilhelm & Ziegler) ، حيث توصلت الدراسة لنتائج حول أساليب الكراهية ونوع الضحية ، والمبررات والسمات الظاهرة من خلال التعليقات والتنبؤ بسلوك الكراهية المحتمل، وكانت أبرز تلك الكلمات المستخدمة: التشهير، الدعوة للعنف، تحريض، شائعة، مؤامرة.

٣. آليات وسائل الإعلام (القنوات الفضائية) في تنفيذ استراتيجيات خطاب الكراهية:

جدول رقم (٣)

آليات وسائل الإعلام (القنوات الفضائية) في تنفيذ استراتيجيات خطاب الكراهية

استراتيجيات خطاب الكراهية الموجه ضد مصر

الإجمالي		مع معنز قناة الشرق		المسائية قناة الجزيرة مباشر		بلا قيود BBC News		آليات وسائل الإعلام المضمون
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٤٦,٧	٢١	٤٣,٨	٧	٤٣,٨	٧	43.8	٧	فورية المتابعة الإعلامية
٤٦,٧	٢١	٤٣,٨	٧	٤٣,٨	٧	٤٣,٨	٧	سياسة استعمال الصورة الذهنية
٦,٦	٣	١٢,٤	٢	12.4	٢	12.4	٢	نظرية التجزيئية بوصفها شكل للاتصال
١٠٠	٤٥	١٠٠	16	١٠٠	16	١٠٠	16	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: جاء كل من (فورية المتابعة الإعلامية) و (سياسة استعمال الصورة الذهنية) في مقدمة آليات وسائل الإعلام (القنوات الفضائية) في تنفيذ استراتيجيات خطاب الكراهية بالبرامج بنسبة ٤٦.٧٪، ثم (نظرية التجزيئية بوصفها شكل للاتصال) في المرتبة الثانية والأخيرة بنسبة ٦.٦٪.

تشير بيانات الجدول السابق الى، تركيز (البرامج عينة الدراسة) على استخدام آلية فورية المتابعة الاعلامية (جاءت في المرتبة الأولى) في خطابها، لأنها تركز على أهمية المتابعة الفورية للأخبار، دون الاهتمام بالتفاصيل، ومن ثم فتح المجال أمام تدفق سيل كبير من المعلومات التي تتسم بالتسارع، مما يجعل المتلقي في حالة ذهول، وردة فعله متأخرة أو معدومة، وتكمن خطورتها في كون المتلقي لا يملك الوقت الكافي للتحليل، وللتعامل مع الأحداث وتسجيل المواقف، ويساعد هذا الطابع الآني اللحظي على تزايد قوة التضليل (للقنوات مجتمع الدراسة).

وجاء استخدام آلية سياسة استعمال الصورة الذهنية (في المرتبة الثانية) في تركيز (البرامج عينة الدراسة) في خطابها، لأنها تُسهم في تشكيل الصورة الذهنية من خلال ما تبثه من موضوعات اخبارية، ومضامين مختلفة، فتأثيرها يعتمد بذلك على سعة الانتشار والإبهار، في بث الصورة لتكون أكثر إبهاراً مما يجعل المشاهد يختصر المشهد بالصورة التي يراها، ويوجد عدة أساليب تسهم في تكوين الصورة الذهنية لدى الأفراد الأكثر اعتماداً على وسائل الاعلام، أهمها: شخصنة الموقف والأحداث، اضافة الطابع الدرامي على المواقف

الباحث/إسلام محمد عبد العاطي محمد

والأحداث، تجزئة المواقف والأحداث، ترميز المواقف والأحداث، وتلجأ إلى تلوين الحدث نفسه وتحريفه من أجل مصلحتها، وتتجاهل حقائق أخرى، وتلجأ إلى تلوين الحدث نفسه من أجل أن يُعرض ويفسر لمصلحة الوضع القائم، وتلوين الخبر هو تعمد إبراز وجه خاص منه وإخفاء وجه، ويؤدي هذا التلوين بدوره إلى تكوين صورة ذهنية خاطئة عن الأحداث في أذهان المتلقين.

ويري الباحث أن تقوم الجهات المعنية بالدولة، بتوعية الناس حتى نجعلهم يدركون كيف يمكن للسياسيين استخدام الكراهية لتقسيم المجتمع ومن ثمة علينا تعزيز القدرة على التحمل والاعتراض على هذا الأساليب ، وذلك لمواجهة آليات وسائل الإعلام في القنوات الفضائية لتنفيذ استراتيجيات خطاب الكراهية مثل فورية المتابعة الإعلامية وسياسة استعمال الصورة الذهنية ونظرية التجزئية بوصفها شكل للاتصال .

وتتفق هذه النتيجة مع منها دراسة :

سلافة فاروق الزعبي ، حيث توصلت الدراسة إلى أن التنظيم اعتمد في خطاب الكراهية المنشور في المواد الفيلمية الأطر السياسية قاصدا قادة التنظيم والضحايا، استخدم التنظيم موضوع الإهانة والتحقير والجمع بين أكثر من موضوع في خطاب الكراهية المستخدم ، كما استهدف التنظيم في خطاب الكراهية المنشور مواطنو دول التحالف مستخدما الاستمالات الترهيبية الدينية بهدف تهديد دول التحالف .

٤ . الأطروحات البارزة في خطاب الكراهية :

جدول رقم (٤)

الأطروحات البارزة في خطاب الكراهية

الإجمالي	مع معتز قناة الشرق	المسائية قناة الجزيرة مباشر	بلا قيود BBC News	الأطروحات المضمون
----------	-----------------------	-----------------------------------	-------------------------	----------------------

استراتيجيات خطاب الكراهية الموجه ضد مصر

ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
٦	13	٧	17.1	٦	13.6	١٩	١٤,٥	الانحياز وعدم الدقة والموضوعية
٧	15.2	٤	9.8	٦	١٣,٦	١٧	١٢,٩	التحريض ضد الأنظمة الحاكمة
٦	13	٥	12.2	٥	11.4	١٦	١٢,٢	التحريض ضد الشخصيات المجتمعية
٥	10.9	٣	7.3	٧	15.9	١٥	١١,٤	دعوة للتمييز العنصري
٥	10.9	٥	١٢,٢	٥	١١,٤	١٥	١١,٤	التحريض ضد مؤسسات الدولة
٦	١٣	٤	٩,٨	٣	6.8	١٣	٩,٩	التحريض علي العدا والظعن في الوطنية
٤	8.7	٤	٩,٨	٤	9.2	١٢	٩,٢	الدعوات المتكررة للتظاهرات والإضرابات
٤	8.7	٤	٩,٨	٣	٦,٨	١١	٨,٤	إعادة بث المواد الإرهابية
٢	4.4	٤	٩,٨	٢	4.5	٨	٦,٣	بث الشائعات
١	2.2	١	2.2	٣	٦,٨	٥	٣,٨	الدعوة للتحريض على العنف والإرهاب
46	١٠٠	41	١٠٠	44	١٠٠	١٣١	١٠٠	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: جاء (الانحياز وعدم الدقة والموضوعية) في مقدمة الأطروحات البارزة في خطاب الكراهية بالبرامج بنسبة ١٤.٥٪، ثم (التحريض ضد الأنظمة الحاكمة) في المرتبة الثانية بنسبة ١٢.٩٪، ثم (التحريض ضد الشخصيات المجتمعية) في المرتبة الثالثة بنسبة ١٢.٢٪، ثم كل من (دعوة للتمييز العنصري) و (التحريض ضد مؤسسات الدولة) في المرتبة الرابعة بنسبة ١١.٤٪، ثم (التحريض علي العدا والظعن في الوطنية) في المرتبة الخامسة بنسبة ٩.٩٪، ثم (الدعوات المتكررة للتظاهرات والإضرابات)

الباحث/إسلام محمد عبد العاطي محمد

في المرتبة السادسة بنسبة ٩.٢٪، ثم (إعادة بث المواد الإرهابية) في المرتبة السابعة بنسبة ٨.٤٪، ثم (بث الشائعات) في المرتبة الثامنة بنسبة ٦.٣٪، وأخيراً جاء (الدعوة للتحريض على العنف والإرهاب) بنسبة بلغت ٣.٨٪.

تشير بيانات الجدول السابق الى، تركيز (البرامج عينة الدراسة) على: الانحياز وعدم الدقة والموضوعية، وكذا التحريض ضد الأنظمة الحاكمة، في القضايا التي تتناولها فيما يتعلق بالشأن المصري، ويرجع الباحث ذلك الى:

١- الانحياز السياسي: لمواقف سياسية معينة تجاه الحكومة المصرية، مما يؤدي إلى تقديم وجهة نظر محددة وعدم الدقة والموضوعية والتحريض ضد نظام الحكم.

٢- الرغبة في جذب المشاهدين: نظراً لأن أغلبية مشاهدي (القنوات مجتمع الدراسة) من المعارضة وجماعة الاخوان، يمكن أن يكون لدى (القنوات مجتمع الدراسة) رغبة في جذب عدد أكبر من متابعيها، وقد يراها بعضهم أنها تتحقق من خلال تقديم محتوى يتناسب مع مواقفهم السياسية أو الدينية.

٣- الانتماء الأيديولوجي: يمكن أن يكون الانتماء الأيديولوجي لدى (القنوات مجتمع الدراسة) هو السبب وراء عدم الدقة والتحريض وعدم الموضوعية ضد الحكومة المصرية، حيث يريدون دعم مواقفهم الأيديولوجية بشكل عام.

٤- الصراعات الإقليمية: يمكن أن تؤثر الصراعات الإقليمية على موقف (القنوات مجتمع الدراسة) تجاه الحكومة المصرية، حيث قد يرغب بعضهم في دعم بلدان أخرى في المنطقة أو العالم الإسلامي، وبالتالي يقومون بتقديم وجهات نظر تتناسب مع هذه الصراعات.

٥- الضغوط الخارجية: يمكن أن توجه الفضائيات العربية ضد الحكومة المصرية بسبب الضغوط الخارجية، وبالتالي يقومون بتقديم محتوى يتناسب مع المواقف الخارجية.

ويري الباحث أن البعض يستخدم حقه في حرية التعبير للترويج لمعلومات خاطئة حول مجموعة ما ولإثارة عدم الثقة وسوء التفاهم، وذلك من شأنه أن يؤدي إلى التمييز والعنف، وقد يحصد هذا الخطاب شعبية كبيرة، فهو يقدم عادة تفسيرات وحلول بسيطة لمشاكل معقدة، أي يمنح الناس هدفاً سهلاً لإلقاء اللوم عليه والشعور بالخوف منه.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة:

استراتيجيات خطاب الكراهية الموجه ضد مصر

منصور عبدالله ناجي ، حيث كشفت نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي كانت من أخطر الوسائل المستخدمة للتحريض على الكراهية والعنف ضد الآخر ، كما ان التحريض الإعلامي على الكراهية قد أثر سلبا بدرجة كبيرة على التعايش السلمي والتماسك الاجتماعي، ومن الصعب التعافي السريع المجتمع اليمني من أثاره السلبية حتى بعد توقف الحرب .

٥. الاستمالات الإقناعية:

جدول رقم (٥)

الاستمالات الإقناعية

الإجمالي		مع معترز قناة الشرق		المسائية قناة الجزيرة مباشر		بلا قيود BBC News		الاستمالات الإقناعية المضمون
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٥٨,٨	٢٠	77.8	٧	58.3	٧	46.2	٦	عاطفية
٤١,٢	١٤	٢٢,٢	٢	٤١,٧	٥	٥٣,٨	٧	المنطقية
١٠٠	٣٤	١٠٠	9	١٠٠	12	١٠٠	13	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: جاءت (الاستمالات العاطفية) في مقدمة الاستمالات الإقناعية بالبرامج بنسبة ٥٨.٨٪، ثم (الاستمالات المنطقية) في المرتبة الثانية بنسبة ٤١.٢٪.

تشير بيانات الجدول السابق الى، تركيز (البرامج عينة الدراسة) على: الاستمالات

العاطفية، في خطابها الإعلامي فيما يتعلق الشأن المصري، ويرجع الباحث ذلك الى:

١. الأحداث الإرهابية: قد تكون الأحداث الإرهابية التي تشهدها مصر، حيث يمكن أن تؤثر هذه الأحداث على المشاعر لدى الجمهور وتحفيزهم على التفاعل معها، بما يخدم توجهات ومصالح (القنوات مجتمع الدراسة).

٢. الحساسية الدينية والثقافية: يمكن أن تكون الحساسية الدينية أو الثقافية، حيث يمكن أن يؤثر الجانب العاطفي على المشاعر لدى الجمهور ويجعلهم يشعرون بأنهم يتعرضون للظلم أو الاضطهاد، وهو هدف تسعى إليه (القنوات مجتمع الدراسة).

٣. الرغبة في التأثير على المشاهدين: تسعي (القنوات مجتمع الدراسة) من خلال برامجها في التأثير على المشاهدين وتوجيههم واستمالتهم إلى اتخاذ مواقف محددة، تتماشى مع وجهة نظرهم نحو القضايا التي تهم المعارضة وجماعة الاخوان، ويرجع ذلك لتأثير الجانب العاطفي على قرارات المشاهدين بشكل أكبر من الجانب المنطقي.

٤. الرغبة في جذب المشاهدين: حيث تركز (القنوات مجتمع الدراسة) على الاستمالات العاطفية لجذب العديد المؤيدين والمنتهمون لوجهات نظرهم، من اجل اظهار أن لهم مؤيدون داخل كثيرون داخل مصر.

٥. السياسة التحريية (للقنوات مجتمع الدراسة): يمكن أن تكون سبباً في التركيز على الاستمالات العاطفية في برامجها، من خلال معالجة قضايا وموضوعات تتماشى وسياسة الفناة التحريية، واستخدام الاستمالات العاطفية في معالجتها، من أجل خدمة أهدافها ومصالحها.

ويري الباحث أن خطاب الكراهية يعتمد علي مشاعر قوية وغير عقلانية من الازدراء والعداوة أو البغض ولغة انفعالية من السب والقذف والإهانة والهزاء والتحامل لا تعتمد على الحجج والبراهين الموضوعية بل تقوم على تأجيج المشاعر والعواطف تجاه المستهدفين بالخطاب ، وإثارته وتوجيهها بما ينشئ سلوك وثقافة مبنية على العنصرية والتمييز إزاء من وجه الخطاب ضدهم مما يؤدي إلى انقسامات مجتمعية وسياسية حادة وخطر وشيك لوقوع التمييز أو العدائية أو العنف ضد الأشخاص المنتهمون لهذه المجموعات وهنا تكمن خطورة هذا الخطاب خاصة إذا توفرت له المنصات الإعلامية والبيئة المهيئة له. ورغم أن رسائل الكراهية لا تسفر كلها عن ارتكاب جرائم فعلاً بدافع الكراهية إلا أن تلك الجرائم قليلاً ما تحدث دون حالة مسبقة من وصم الفئات المستهدفة ونزع الطابع الإنساني عنها والتحريض الذي يغذيه التحيز الديني أو العنصري.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة :

بشرى داود سبع السنجري، حيث توصلت نتائج الدراسة الي إن استخدام القنوات آليات انتقاء المعلومات التي تتغذى على كتب كتبها أصحابها في أزمنة الصراعات المذهبية ،

استراتيجيات خطاب الكراهية الموجه ضد مصر

بهدف تصدير هذه النفسية المتأزمة إلى الجمهور العريض من عامة الناس ، من أجل أن تجعل الخلاف المذهبي على رأس اهتمامات البسطاء .

٦. مسارات البرهنة المنطقية:

جدول رقم (٦)

مسارات البرهنة المنطقية

الإجمالي		مع معتز قناة الشرق		المسائية قناة الجزيرة مباشر		بلا قيود BBC News		مسارات البرهنة المنطقية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	المضمون
٤٤,٤	١٢	42.9	٣	70	٧	20	٢	الشواهد
٢٥,٩	٧	14.2	١	10	١	50	٥	ذكر الإيجابيات والسلبيات
١٤,٨	٤	42.9	٣	10	١	-	-	الأدلة
١١,٢	٣	-	-	-	-	30	٣	عرض وجهتي النظر
٣,٧	١	-	-	10	١	-	-	البيانات الرسمية
١٠٠	٢٧	١٠٠	7	١٠٠	10	١٠٠	10	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: جاء (الشواهد) في مقدمة مسارات البرهنة المنطقية بالبرامج بنسبة ٤٤.٤٪، ثم (ذكر الإيجابيات والسلبيات) في المرتبة الثانية بنسبة ٢٥.٩٪، ثم (الأدلة) في المرتبة الثالثة بنسبة ١٤.٨٪، ثم (عرض وجهتي النظر) في المرتبة الرابعة بنسبة ١١.٢٪، وأخيرا جاء (البيانات الرسمية) بنسبة بلغت ٣.٧٪.

تشير بيانات الجدول السابق الى، تركيز (البرامج عينة الدراسة) على: (الشواهد، ذكر الإيجابيات والسلبيات) في مسارات البرهنة المنطقية في خطابها الإعلامي فيما يتعلق بالشأن المصري، ويرجع الباحث ذلك الى:

١. محاولة في تقديم صورة حقيقية، لتوضيح الأمور والاثبات بالحقائق والأدلة بشكل دقيق وموثوق، وبما يخدم وجهة نظرهم ويتمشى مع أهدافهم وتوجهاتهم.
٢. تسليط الضوء على النواحي الإيجابية والسلبية للقضايا، وتوضيح الخيارات المتاحة والتحليل الدقيق للوضع، لإثبات موضوعيتهم في تناولهم للقضايا المطروحة للنقاش.

الباحث/إسلام محمد عبد العاطي محمد

٣. لإثبات مصداقيتهم وادعائهم بتجنب الانحياز لأي جانب، لزيادة ثقة المشاهدين فيهم ومصداقية المعلومات التي ينشرونها.

٤. الاتزان في التغطية الإعلامية، لاعتبار الجانب المنطقي والموضوعي مكماً للجانب العاطفي والشعبي في الخطاب الإعلامي، وبالتالي تحقيق التوازن في التغطية، وبما يخدم أهدافهم وتوجهاتهم.

٥. الرغبة في تقديم وجهات نظر مدروسة ومنطقية للمشاهدين، حيث تُعد هذه الطريقة من الطرق الفعالة لإيصال الرسائل والأفكار بشكل واضح ودقيق، ولإثبات الموضوعية والحيادية في تناولها للموضوعات والقضايا التي تخص الشأن المصري (على خلاف الحقيقة).

ويرى الباحث أن خطاب الكراهية يراعي للاختلافات الاجتماعية والثقافية والنفسية بين المخاطبين، كما كان يعتمد على مسارات البرهنة المنطقية أكثر من العاطفية، وهذا يتناسب مع طبيعة خطاب الكراهية الذي يخضع للقوانين والاعتبارات الدولية بشكل كبير .

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة :

(Miskolci & Rigova) ، حيث أظهرت النتائج أن وجود تعليقات مدافعة عن أو مؤيدة لموقف العجر في سلوفاكيا تشجع الآخرين الذين لديهم نفس الاتجاه نحو المشاركة في النقاش والإبداء برأيهم في التعليقات .

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة :

إرادة زيدان الجبوري، حيث توصلت نتائج الدراسة الي إن البرامج الخاضعة للدراسة عن هيمنة النبرة النقدية والدعائية على مسار الرسائل الاتصالية للبرامج مجال الدراسة وافتقار معديها ومقدميها إلى المهنية، أما درجة الكراهية فقد كانت من النوع الثاني والثالث أي المتوسط والخفيف إذ شاع استعمال الاختزال والشخصنة .

مراجع البحث

استراتيجيات خطاب الكراهية الموجه ضد مصر

- ١- سامح محمد عبدالغني . " استخدام الدعاة والأئمة لتطبيقات الهاتف المحمول للحد من خطاب الكراهية: قضية الإساءة للرسول - صلى الله عليه وسلم - أنموذجاً " دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد (٦٢) ، ٢٠٢٢ .
- ٢- سلافة فاروق الزعبي، خطاب الكراهية الإعلامي لتنظيم الدولة الاسلامية "داعش": دراسة تحليل مضمون فيلم احراق الطيار الأردني معاذ الكساسبة وفيلم إعدام الأقباط المصريين في ليبيا، مجلة ربحان للنشر العلمي، العدد (٢٠) ٢٠٢٢ .
- ٣- بسام عويضة، دور "الإسلام السياسي" بالفضائيات العربية في إنتاج خطاب الكراهية: قناة "الميادين" نموذجا: دراسة تحليلية، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد (٢٤)، ٢٠٢٢ .
- ٤- منصور عبدالله ناجي . " اتجاهات النخبة الإعلامية نحو خطاب الكراهية في تغطية الإعلام اليمني لأحداث الحرب: دراسة ميدانية " ، مجلة بحوث الاتصال، العدد (١١) ٢٠٢٢ .
- ٥- أميرة عبدالفتاح عبدالمعطي مصطفى الشاذلي : " برامج المسابقات التلفزيونية المقدمة في القنوات الفضائية و دورها في بناء الوعي الفكري لدى الشباب المصري : دراسة ميدانية " ، مجلة بحوث كلية الآداب ، المجلد ٣٤ ، العدد ١٣٣ (٣٠ إبريل/نيسان ٢٠٢٣ .
- ٦- رنا عبد البديع حسن زهران : " صورة مؤتمرات ومنتديات الشباب العالمية والمحلية كما تعكسها القنوات الفضائية الإخبارية العربية ومدى إدراك الجمهور المصري لها - دراسة تطبيقية " ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد (٦٠) ١ ، يناير ٢٠٢٢ .
- ٧- دينا يحيا زكى ابو زهره : " العوامل المؤثرة على مصداقية المحتوى البرامجي للفضائيات العربية وتشكيل اهتمامات الجمهور " ، المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال " ، العدد (٨) ٨ ، يوليو ٢٠٢٠ .
- ٨- منار صبري صابر حامد : " دور البرامج الحوارية في الفضائيات العربية في تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة واتجاهات الجمهور نحوها (دراسة تطبيقية) " ، رسالة ماجستير_ غير منشورة ، جامعة المنصورة ، كلية الآداب ، قسم الإعلام ، شعبة الإذاعة ، ٢٠٢٢ .

٩- سعد عبدالقادر حميد . " الإعلام العربي وصناعة الرأي العام: دراسة وصفية لأساليب ومسالك صناعة الرأي العام " ، مجلة الأطروحة للعلوم الإنسانية، العدد(١) ٢٠٢٢، ص ص ٣١٩ - ٣٤٢.

10- Benessir, M. A., Rhouma, M., Haddad, H., & Fourati, C. (2022, June). iCompass at Arabic Hate Speech 2022: Detect Hate Speech Using QRNN and Transformers. In Proceedinsg of the 5th Workshop on Open-Source Arabic Corpora and Processing Tools with Shared Tasks on Qur'an QA and Fine-Grained Hate Speech Detection (pp. 176-180).