

1- تعرض الجمهور للخطاب التحريضي في مواقع التواصل الاجتماعي
-الفيس بوك ويوتيوب

Exposing the public to the inflammatory speech on social media sites

Facebook and YouTube

خلود سلام صالح

khloodsalam@gmail.com

تاريخ القبول: 2021/2/15

تاريخ الاستلام: 2021/1/26

مستخلص البحث:

يهدف البحث المسمى «تعرض الجمهور للخطاب التحريضي في مواقع التواصل الاجتماعي -الفيس بوك ويوتيوب» الى التعرف على مدى تعرض الجمهور للخطاب التحريضي على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى فهمهم لهذا الخطاب وتصرفاتهم تجاهه.

واتبعت الباحثة المنهج المسحي، حيث رصدت مفهوم الخطاب التحريضي لدى عينة متنوعة متكونة من 60 شخصا تتراوح أعمارهم بين سن المراهقة وسن الكهولة ومن مختلف المستويات التعليمية.

كما رصدت سلوكهم اثناء تعرضهم للخطاب التحريضي ووجدت أن جلّ العينة تتصرف بشكل سلبي ولا يقومون باتخاذ مواقف إزاء ذلك الخطاب.

كلمات مفتاحية: الخطاب التحريضي، الجمهور، مواقع التواصل الاجتماعي

Abstract:

The research, which entitled "Exposing the public to the inflammatory speech on social media sites – Facebook and YouTube", aims to identify the extent of the public's exposure to the inflammatory speech on social media. In addition, how they understand and react toward the inflammatory speech. The researcher followed the survey approach, where she monitored the concept of inflammatory speech among a diverse sample of 60 persons ranging in age from teenagers to old ages, and from different educational levels.

It also monitored their behavior while they were exposed to inflammatory

speech, and found that the majority of the sample behave negatively and do not take positions about that speech.

Keywords: inflammatory speech; audience; social media

1. مقدمة:

يعيش العالم مرحلة انفجار المعلومات من خلال التطور الهائل في تكنولوجيا النشر الالكتروني والتدفق الكبير للبيانات وسرعة وسهولة الحصول عليها، الامر الذي جعل من الصعب إذا لم نقل من المستحيل السيطرة على المضامين التي يتم نشرها بين الناس بمختلف أعمارهم وتوجهاتهم وثقافتهم. ولعل من أبرز المشاكل التي نتجت عن الحرية المطلقة في صناعة وتلقي وتداول المحتوى هي مشكلة انتشار المحتوى المحرض على العنف والكراهية والذي تصل نتائجه الى القتل او التكتيل او حتى قيام الحروب الاهلية.

أولاً: مشكلة البحث:

ان المشكلة الرئيسية لهذا البحث هي محاولة إيجاد تعريف لخطاب الكراهية ومعرفة مدى فهم الجمهور للخطاب التحريضي ومدى تعرضهم له على مواقع التواصل الاجتماعي وبعد ذلك معرفة كيفية استجابتهم له.

ثانياً: أسئلة البحث

يحاول البحث الإجابة عن الأسئلة الرئيسية التالية:

1. ما مدى فهم الجمهور للخطاب التحريضي المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي؟ وهل تؤثر صفاتهم الديموغرافية على مدى الفهم؟
2. ما مدى تعرض الجمهور للخطاب التحريضي المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي؟ وهل يؤثر مستوى تعرضهم للمواقع المذكورة بشكل عام على تعرضهم للخطاب التحريضي؟
3. كيفية استجابة الجمهور عند تعرضهم للخطاب التحريضي المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي؟ وهل يؤثر استخدامهم للمواقع المذكورة على طريقة استجابتهم للخطاب التحريضي؟

ثالثاً : التعريف الإجرائي للمصطلحات

الخطاب التحريضي: التحريض هو دعوة الجمهور بشكل مباشر او غير مباشر للقيام بفعل ضد افراد او مجموعات وذلك باستخدام احدى طرائق العلانية.

مواقع التواصل الاجتماعي: هي منصات إلكترونية مفتوحة ومجانية تتيح لمستخدميها الحصول على المعلومات وصناعة ونشر وإعادة نشر المحتوى بشكل غير مفيد.

رابعاً: الدراسات السابقة

- دور المنصات الإعلامية الالكترونية في محاربة خطاب الكراهية، خلود سلام، بحث منشور في مجلة الدراسات الإعلامية بتاريخ 30/5/2020، برلين، ألمانيا.
- يهدف البحث الى التعرف على دور المنصات الاعلامية الالكترونية في مواجهة الفكر المتطرف

وخطاب الكراهية، كما يهدف البحث الى الكشف عما إذا كانت هناك فروق دالة إحصائياً فيما يتعلق بأراء أفراد العينة نحو دور المنصات الاعلامية الالكترونية في مواجهة خطاب الكراهية يعزى لمتغيري الاختصاص الأكاديمي ومستوى المشاركة.

واتبعت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، حيث رصدت دور المنصات الإعلامية الالكترونية في مواجهة خطاب الكراهية، وتوصل البحث الى نتائج مفادها أن هناك علاقة طردية بين متغيري الاختصاص الأكاديمي ومستوى المشاركة في ما يخص آراءهم حول مشكلة البحث.

- A Comparative Approach to Social Media Extreme Speech: Online Hate Speech as Media Commentary, International Journal of Communication 2019

من خلال استكشاف الدروس المستفادة من إثيوبيا وفنلندا. يفترض هذا البحث افتراضات حول بحوث الكلام الذي يحض على الكراهية عبر الإنترنت. أولاً، إن أفضل طريقة لفهم المفاهيم المثيرة للجدل مثل خطاب الكراهية عبر الإنترنت هي تحديد مدى قربها من تمثيل أو عكس مجموعة أساسية من الحقائق عبر الإنترنت أو في وسائل التواصل الاجتماعي. ثانياً، يتم التعبير عن عالم الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي على أنه كلام يحض على الكراهية بطريقة أو بأخرى وهي مشكلة متزايدة في بيئات الوسائط الرقمية العالمية.

2. الإطار النظري للبحث

تنتشر الخطابات التحريضية بشكل كبير في الفضاء الرقمي ولا يعي الكثيرون متى يعتبر سلوكهم داعياً للتحريض ومتى يعتبر في نطاق حرية التعبير عن آرائهم ومواقفهم. إن الخطاب التحريضي هو استثارة وتأجيج وصولاً إلى عداوة قاتلة، وقد تتخذة دولة ضد دولة، أو طائفة ضد طائفة، أو حزب ضد حزب، أو فرد ضد فرد، أو مسؤول ضد مسؤول. متسائلاً عن أخلاقيات المهنة، أي مهنة وخاصة مهنة الصحافة، عندما تتاح مواقع الإنترنت والتواصل الاجتماعي للتعليقات، فالمصيبة في التعليقات وليس في الخبر أحياناً. (مركز هي للسياسات العامة، ص8).

1.2 خطاب التحريض:

حددت الفقرة الثانية من المادة 20 من العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية الإطار العام للاستثناءات الواردة على حرية التعبير في هذا المجال عندما نصت على ضرورة أن يحظر القانون أية دعوة إلى الكراهية القومية أو العنصرية أو الدينية تشكل تحريضاً على التمييز أو العداوة أو العنف. (manual on hate speech, council of Europe) والخطاب التحريضي هو جزء من خطاب الكراهية الذي ظهر في الاعلام لأول مرة في الولايات المتحدة عام 1989 ليشمل المشكلات التي تتعلق بالخطاب العنصري المؤذي الذي كان محصناً بالقانون الأمريكي تحت بند حماية حرية التعبير (معهد الجزيرة للإعلام، دليل تجنب التمييز وخطاب الكراهية في الاعلام، ص7).

ويذكر في الدليل أعلاه أن الدراسات التي أجريت في كل من السويد وبلغاريا تثبت أن انتشار التغريدات التي تذكر المهاجرين في ما سمي بغرف الصدى echo chambers بوصفهم سبياً للفضى وخرق القوانين تسببت في زيادة الهجمات والحرائق في مخيمات وأماكن المهاجرين في تلك الدول. كما تمت محاكمة مجموعة من وسائل الاعلام التقليدية كإذاعة rtlm الرواندية بتأجيج الحرب الاهلية بين الأقليات. وفي لبنان تطورت خطابات التحريض من مجرد خطابات عنصرية ضد اللاجئين السوريين على منصات التواصل الاجتماعي الى احداث عنف ضد السوريين وكان للمسؤولين السياسيين دور في تأجيج تلك النزعات عبر ترويج بعضهم لخطابات عنصرية، كتغريدة وزير

الخارجية اللبنانية التي وضع بها اللاجئيين والفاستدين في لبنان في كفة واحدة.

ولا يوجد تعريف واضح لما يسمى بخطاب الكراهية في القانون الدولي، وقد عرفت منظمة المادة (19) كلمة الكراهية استناداً إلى مبادئ كامدن الخاصة بأنها "حالة ذهنية تتسم بانفعالات حادة وغير عقلانية من العداوة والمقت والاحتقار تجاه المجموعة أو الشخص المحرض ضده.

وعرفته منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونيسكو) بأنه «[...] عبارات تؤيد التحريض على الضرر (بخاصة التمييز أو العدائية أو العنف) حسب الهدف الذي تم تحديده وسط مجموعة اجتماعية أو ديموغرافية. فقد يشمل على سبيل المثال لا الحصر، الخطاب الذي يؤيد الأعمال العنيفة أو يهدد بارتكابها أو يشجعها». (اليونيسكو، «مكافحة خطاب الكراهية في الإنترنت» Countering Online Hate Speech، منشورات اليونيسكو، 2010، ص 10)

2, 2 مواقع التواصل الاجتماعي

عرف معجم مصطلحات المكتبات والمعلومات ODLTS تطبيقات التواصل الاجتماعي على الانترنت بأنها ((تلك الخدمات الالكترونية المتاحة على الويب والتي صممت بغرض تمكين اعضائها من انشاء حسابات شخصية accounts لهم سواء كانت تلك الحسابات لأشخاص او منظمات وتتم عملية الاتصال بين الافراد بغرض التواصل، التعاون، مشاركة المحتويات بينهم)).

(<http://www.abc-clio.com/odlis/searchodlis.aspx>)

بعد الفيس بوك من أشهر تطبيقات التواصل الاجتماعي على مستوى العالم وهو موقع للتفاعل الاجتماعي يعمل على تكوين الاصدقاء ويساعد على تبادل المعلومات والصور والملفات ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وامكانية المحادثة او الدردشة الفورية والانضمام الى مجموعات مختلفة. (احمد عبد الغفار بسيوني، الاعلام الرقمي الجديد، ص74).

اما اليوتيوب فهو أحد أشهر التطبيقات على شبكة الانترنت. تقوم فكرة التطبيق على امكانية مشاركة مقاطع الفيديو ليتمكن ملايين الاشخاص حول العالم من مشاهدتها وازافة التعليقات وتقييم ملف الفيديو من خلال اعطائه قيمة نسبية مكونة من خمس درجات تعبر عن اهمية ملف الفيديو من وجهة نظر المستخدمين. (سعد بن محارب المحارب، الاعلام الجديد في السعودية، ص113).

3. إجراءات البحث

1.3 منهج البحث:

ينتمي هذا البحث الى البحوث المسحية الميدانية ويستخدم المنهج المسحي الميداني للتعرف على الاتجاهات والآراء لمجموعة من الافراد حيال أنشطة معينة او حيال مؤسسات بعينها.

2.3 أدوات البحث:

تستخدم الباحثة اداتي الاستبانة والمقياس لمعرفة خصائص الجمهور والتعرف على آرائهم في ما يتعلق بموضوع البحث وتقسّم على الوجه التالي:

1. الاستبانة: وتحتوي على فئات (البيانات الشخصية - مدى الاستخدام)
2. المقياس: ويحتوي على فئات (مفهوم الخطاب التحريضي - التعرض للخطاب التحريضي وكيفية الاستجابة)

3.3 مجتمع البحث وعينته

يتمثل مجتمع البحث في الجمهور العراقي المتواجد على المنصات الالكترونية بمختلف أنواعها والذي يتعرض لمختلف أنواع الخطابات السلبية منها والايجابية ويتأثر بها. اما عينة البحث فتم اختيار العينة العمدية لعدم توفر البيانات التفصيلية حول مستخدمي المنصات تسمح باستخدام طرق أخرى.

4. إجابات العينة

تتلخص إجابات العينة في ما يلي:

4, 1 المعلومات الشخصية

تضمنت العينة 60 مشاركا اجابوا عن الاستبانة الالكترونية وكانت معلوماتهم كما موضح في الجداول التالية:

1. الفئة العمرية للعينة

توزعت الفئات العمرية للعينة بشكل متقارب بين الفئات الأربع.

2. النوع

كانت غالبية العينة من الاناث بتوزيع الثلثين مقبل الثلث من الذكور.

3. التحصيل الدراسي للعينة

يحمل ما يقارب نصف العينة شهادة عليا، ويرجع ذلك الى اهتمام هذه الفئة بشكل أكبر بإجابة هذا النوع من الاستبانات وبالتالي جاءت الاستجابات الاكبر من التجمعات الخاصة بحملة الشهادات العليا او طلبة الدراسات العليا.

4, 2 استخدام العينة لموقع فيسبوك

تم طرح اسئلة عن استخدام موقع فيسبوك على افراد العينة وكانت اجاباتهم على الشكل التالي:

1. هل يستخدم افراد العينة موقع فيسبوك؟

يستخدم غالبية افراد العينة موقع الفيسبوك بشكل دائم بنسبة اكثر من الثلثين، فيما يذكر موقع اليكسا ان متوسط الوقت الذي يقضيه الجمهور العراقي على موقع فيسبوك يبلغ 19 دقيقة في اليوم للأشهر الثلاثة الماضية.

(<https://www.alexa.com/siteinfo/facebook.com>)

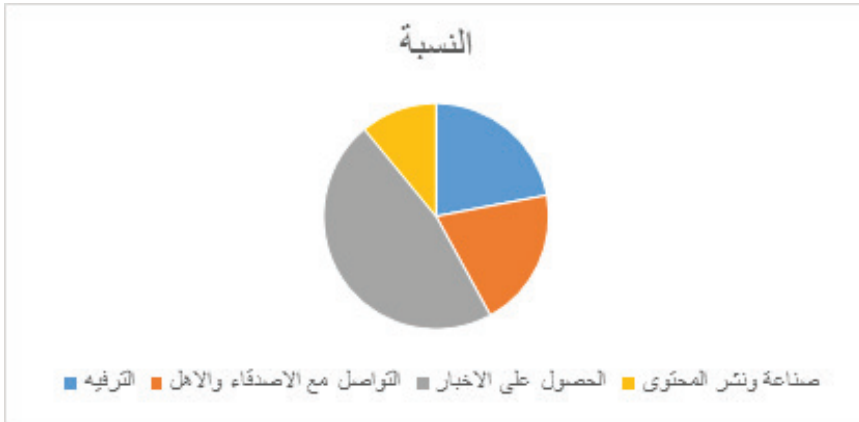
2. مدى استخدام العينة لموقع فيسبوك: يستخدم غالبية افراد العينة موقع الفيسبوك بشكل دائم بنسبة اكثر من الثلثين فيما يذكر موقع اليكسا ان متوسط الوقت الذي يقضيه الجمهور العراقي على موقع فيسبوك يبلغ 19 دقيقة في اليوم للأشهر الثلاث الماضية.

3. حجم الاستخدام: غالبية العينة تستخدم موقع الفيسبوك لمدة اقل من 4 ساعات وهو امر يتماشى مع احصاءات موقع اليكسا إذا ما اخذنا بنظر الاعتبار نسبة من لا يستخدمون الموقع نهائيا.

4. استخدامات افراد العينة لموقع فيسبوك: تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي مصدرا مهما

للحصول على الاخبار بالرغم من عدم موثوقيتها الا ان غالبية المستخدمين يحصلون على معلوماتهم عن طريقها. ويستخدم غالبية أفراد العينة موقع الفيسبوك لغرض الحصول على الاخبار تليها الترفيه والتواصل مع الاصدقاء والاهل.

الشكل 1: استخدامات العينة لموقع فيسبوك



5. رأي افراد العينة بخصوص احتواء موقع فيسبوك على الخطاب التحريضي: يتفق غالبية العينة مع احتواء موقع فيسبوك على خطاب تحريضي.

الشكل 2: رأي افراد العينة بخصوص احتواء موقع فيسبوك على الخطاب التحريضي



3, 4 استخدام العينة لموقع يوتيوب

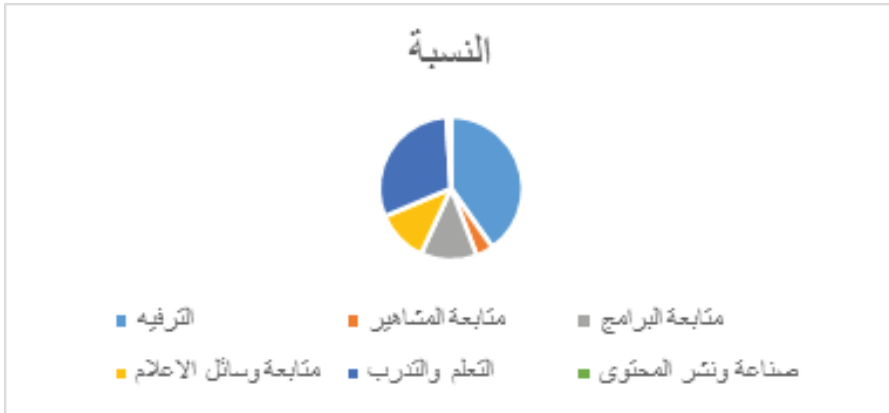
تم طرح اسئلة عن استخدام موقع يوتيوب على افراد العينة وكانت اجاباتهم على الشكل التالي:

1. مدى استخدام العينة لموقع يوتيوب: يستخدم ما يقارب نصف افراد العينة موقع اليوتيوب أحيانا بينما يستخدم أقل من نصفهم الموقع بشكل دائم.

2. ما هو حجم استخدامك لموقع يوتيوب؟ يستخدم نصف افراد العينة موقع اليوتيوب أقل من ساعة فيما يستخدمه ثلث العينة من ساعتين الى اربع ساعات.

3. ما هي استخداماتك لموقع يوتيوب؟ يغلب المحتوى الترفيهي على المحتوى الذي يتابعه افراد العينة، يليه المحتوى الخاص بالتعليم والتدريب فيما يكاد تغيب صناعة ونشر المحتوى عن الإجابات؛ مع ملاحظة أن الخيارات كانت متاحة بشكل متعدد للمبحوثين أي إن كل فرد من افراد العينة كان بإمكانه اختيار أكثر من محتوى، فمثلا قد يتابع الفرد المحتوى الترفيهي ويتابع أيضا بغرض التدريب والتعلم ويقوم بصناعة ونشر المحتوى.

الشكل 3: استخدامات العينة لموقع يوتيوب



4. هل تعتقد ان موقع يوتيوب يحتوي على خطاب تحريضي؟ يعتقد ثلثا العينة ان موقع اليوتيوب يحتوي على خطاب تحريضي.

الشكل 4: إجابات العينة حول سؤال: هل تعتقد ان موقع يوتيوب يحتوي على خطاب تحريضي؟

4, 4 مفهوم الخطاب التحريضي:

حددت الباحثة مجموعة من العبارات المقترحة لتعريف مفهوم الخطاب التحريضي ومدى فهم الجمهور لتعريف هذا الخطاب وجاءت غالبية إجابات المبحوثين متوافقة مع فهم الباحثة للخطاب التحريضي، وعلى الشكل التالي:

الجدول 1 إجابات العينة حول مفهوم الخطاب التحريضي

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا اوافق	محايد	اوافق	يشمل التحريض الدعوة الى إلحاق الضرر النفسي او الجسدي او المادي
0.669	2.72	1.6	24.6	73.8	
الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا اوافق	محايد	اوافق	لا تعتبر الدعوة الى المحاسبة القانونية خطابا تحريزيا
0.677	2.51	9.8	29.5	60.7	
الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا اوافق	محايد	اوافق	لا تعتبر الدعوة لمحاسبة المسؤولين في الدولة خطابا تحريزيا
0.675	2.56	13.1	18	68.9	
الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا اوافق	محايد	اوافق	يشمل الخطاب التحريضي التحريض ضد الدول التي تمتلك علاقات دبلوماسية مع دولتك
0.680	2.44	14.8	26.2	59	
الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا اوافق	محايد	اوافق	يشمل الخطاب التحريضي التحريض ضد الشعوب التي تختلف عنك في الدين أو القومية... إلخ
0.679	2.48	19.7	13.1	67.2	
الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا اوافق	محايد	اوافق	يشمل الخطاب التحريضي التحريض ضد المدنيين في الدول المعادية لبلدك
0.678	2.49	14.8	21.3	63.9	
الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا اوافق	محايد	اوافق	يشمل الخطاب التحريضي اتهام الافراد او الجماعات او المؤسسات بجرائم لم تثبت ادانتهم بها
0.674	2.61	6.6	26.2	67.2	

4, 5 التعرض للخطاب التحريضي:

قامت الباحثة بسؤال افراد العينة ما اذا كانوا قد تعرضوا باي شكل من الاشكال للخطاب التحريضي وكيف كانت استجابتهم في حال التعرض وكانت اجاباتهم على النحو التالي:

الجدول 2 تعرض العينة للخطاب التحريضي

لا	نعم			هل سبق وتعرضت لمنشور يحرض على طائفة او جنس او عرق؟
	19.7		80.3	
لا	نعم			هل سبق وتعرضت لمنشور يحرض على شخص او عائلة؟
	27.9		72.1	
لا	نعم			هل سبق وتعرضت لمنشور يحرض على مؤسسة او منظمة
	13.1		86.9	
لا	نعم			هل سبق وتعرضت لمنشور يحرض على دولة أخرى؟
	9.8		90.2	
لا	نعم			هل كان المنشور من قبل أحد اصدقائك؟
	55.7		44.3	
لا شيء	تبلغ	إلغاء صداقة	تعليق مضاد	تعليق موافق
59	13.1	6.6	19.7	1.6
لا	نعم			هل كان المنشور في صفحة تتابعها وتتوافق معها؟
	44.3		55.7	
لا شيء	تبلغ	إلغاء صداقة	تعليق مضاد	تعليق موافق
49.2	13.1	24.6	13.1	0
لا	نعم			هل كان المنشور في صفحة تتابعها ولا تتوافق معها؟
	36.1		63.9	

كيف كانت استجابتك؟		تعليق موافق	تعليق مضاد	الغاء صداقة	تبليغ	لا شيء
		0	13.1	14.8	18	54.1
هل سبق ونشرت منشورا يحرض على شخص او جهة تتعارض معها؟			نعم		لا	
		18		82		
هل سبق ونشرت منشور مناوئ للخطابات التحريضية؟			نعم		لا	
		24.6		75.4		
هل تعرضت لمنشور تحريضي ضدك او ضد احد افراد اسرتك؟			نعم		لا	
		26.2		73.8		
كيف كانت استجابتك؟		تبليغ	رد	تجاهل		
		13.1	6.6	80.3		

وعند سؤال افراد العينة ما إذا كانوا يذكرون اسماء مؤثرين على فيسبوك او يوتيوب ينشرون محتوى تحريزيا كانت من ضمن الإجابات الصفحات التابعة للأحزاب وصفحة الإعلامي احمد البشير وبعض الأسماء التي ترتني الباحثة عدم ذكرها في البحث. كما قامت بسؤالهم عن وسائل اعلام تنشر محتوى تحريزيا على فيسبوك او يوتيوب فكانت الإجابات تتلخص في القنوات التابعة للأحزاب والميليشيات والقنوات الموجهة بالإضافة الى الشرقية والجزيرة والعربية والمنار والميادين وسكاي نيوز. وهذه الإجابات لم تكن محددة من قبل الباحثة وانما كان السؤال من نوع الأسئلة ذات الإجابة المفتوحة.

5. الخاتمة:

5, 1 نتائج البحث:

1. ينتمي افراد العينة الى الفئات العمرية المختلفة من مرحلة المراهقة والشباب وصولا الى مرحلة الكهولة، وتحمل النسبة الأكبر منهم شهادات جامعية وشهادات عليا وهم من جمهور مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك واليوتيوب) فقد أجاب جلهم بأنهم يستخدمون تلك المواقع، كما ان غالبية افراد العينة يستخدمون الفيس بوك بشكل دائم ويستخدمون اليوتيوب أحيانا.
2. يستخدم نصف افراد العينة موقع الفيس بوك اقل من أربع ساعات ويتمحور استخدامهم له حول الحصول على الاخبار بالشكل الأساسي، ويأتي المحتوى الترفيهي ثانيا يليه التواصل مع الأصدقاء والاهل، أي إن غالبية العينة تعتبر موقع الفيس بوك مصدرا من مصادر الاخبار بالرغم من اعتقادهم أنه كموقع يحتوي على الخطاب التحريضي.
3. يستخدم أكثر من نصف العينة موقع اليوتيوب اقل من ساعة ويتمحور استخدامهم له حول الترفيه بالدرجة الأساس يليه غرض التعلم والتدرب فيما يتابع نسبة قليلة (اقل من 20 بالمئة) وسائل الاعلام على اليوتيوب. ويذكر ان غالبية افراد العينة يعتقدون ان اليوتيوب يحتوي على خطاب تحريضي.
4. لم تجب سوى نسبة قليلة جدا من العينة (اقل من 20 بالمئة بالنسبة للفيس بوك واقل من 2 بالمئة بالنسبة لليوتيوب). إنهم يستخدمون الفيس بوك واليوتيوب لصناعة المحتوى أي إن غالبية افراد العينة يتلقون المحتوى فقط.
5. اتفق أكثر من ثلثي العينة مع العبارات التالية التي تصف الخطاب التحريضي مما يشير الى فهم العينة لهذا المفهوم:

- يشمل التحريض الدعوة الى الحاق الضرر النفسي او الجسدي او المادي.
- لا تعتبر الدعوة الى المحاسبة القانونية خطابا تحريزيا.
- لا تعتبر الدعوة لمحاسبة المسؤولين في الدولة خطابا تحريزيا.
- يشمل الخطاب التحريضي التحريض ضد الدول التي تمتلك علاقات دبلوماسية مع دولتك.
- يشمل الخطاب التحريضي التحريض ضد الشعوب التي تختلف عنك في الدين او القومية... إلخ.
- يشمل الخطاب التحريضي التحريض ضد المدنيين في الدول المعادية لبلدك.
- يشمل الخطاب التحريضي اتهام الافراد او الجماعات او المؤسسات بجرائم لم تثبت ادانتهم بها.

6. كانت نسب عدم الاتفاق مع العبارات أعلاه قليلة تتراوح بين (2 الى 19) بالمئة فيما تذهب النسب الباقية الى الإجابات المحايدة.
7. تعرض 90 بالمئة من افراد العينة الى منشورات تحرض ضد دول أخرى و80 بالمئة منهم تعرضوا الى منشورات تحرض على طائفة او جنس او عرق، وتعرض ثلثا العينة لمنشورات تحرض على مؤسسة او منظمة او فرد او عائلة.
8. أجاب نصف افراد العينة انهم تعرضوا لمنشورات تحريضية منشورة من قبل اصدقائهم وكانت غالبية استجاباتهم سلبية أي انهم لم يقوموا بأي استجابة تذكر.
9. أجاب نصف افراد العينة بأنهم تعرضوا لمنشورات تحريضية منشورة على صفحات يتابعونها ويتوافقون معها وكانت غالبية استجاباتهم سلبية أي انهم لم يقوموا بأي استجابة تذكر.
10. أجاب ثلثا افراد العينة بأنهم تعرضوا لمنشورات تحريضية منشورة على صفحات يتابعونها ولا يتوافقون معها وكانت غالبية استجاباتهم سلبية أي انهم لم يقوموا بأي استجابة تذكر.
11. تعرض ثلث افراد العينة الى منشورات تحريضية ضدهم او ضد افراد عائلاتهم وكانت استجابات 80 بالمئة منهم تجاهلها.
12. يفضل افراد العينة عدم اتخاذ أي اجراء إزاء المنشورات التحريضية التي يتعرضون لها فيما أجاب ثلث افراد العينة انهم قاموا بنشر منشورات مناوئة للخطاب التحريضي. ويذكر ان 18 بالمئة من افراد العينة قد قاموا فعلا بنشر منشورات تحريضية عبر حساباتهم.

6. قائمة المراجع:

1. خلود سلام، دور المنصات الإعلامية محاربة خطاب الكراهية، بحث منشور في مجلة الدراسات الإعلامية بتاريخ 30/5/2020، برلين، ألمانيا
- . مركز هي للسياسات العامة 2015، التصدي لخطاب الكراهية عبر الانترنت، المملكة الأردنية2
http://admin.heya-program.net/Files/Pubs/Pub09262016062902_.pdf
3. معهد الجزيرة للاعلام، دليل تجنب التمييز وخطاب الكراهية في الاعلام، 2019،
<https://institute.aljazeera.net/sites/default/files/2019>
4. اليونيسكو، «مكافحة خطاب الكراهية في الإنترنت» Countering Online Hate Speech، منشورات اليونيسكو، 2010، ص <http://unesdoc.unesco.org/imag-es/0023/002332/233231e.pdf>، (تم الاطلاع عليه في 15 يوليو 2017) رابط التقرير بالعربية:
<http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002332/233231a.pdf>
5. احمد عبد الغفار بسيوني، الاعلام الرقمي الجديد، (الاسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، 2018).
6. سعد بن محارب المحارب، الاعلام الجديد في السعودية، (الكويت: جداول للنشر والتوزيع، 2011).
7. MATTI POHJONEN 2019, A Comparative Approach to Social Media