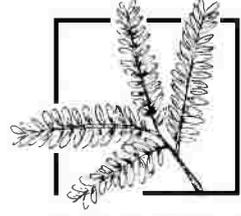




عاصمة عالمية للكتاب
2019
SHARJAH
WORLD BOOK
CAPITAL



عام التسامح
YEAR OF TOLERANCE

نحو تطوير آليات الخطاب الإعلامي الآمن المضاد للكراهية

«دراسة ميدانية»

د. محمد أحمد فياض

الملخص

تمثل هذه الدراسة محاولة علمية منهجية للوقوف على آليات تطوير الخطاب الإعلامي الآمن والمضاد للكراهية، حيث أوضحت مظاهر العنف والتطرف والعنصرية والكراهية بضاعة رائجة لوسائل الإعلام تُقدم على شكل أخبار وصور لجمهور عريض صار مهيباً لتقبل هذه القيم الخبيرة التي فرضت نفسها وبقوة على وسائل الإعلام. وما الخطاب الإعلامي القائم على الكراهية والعنف سوى نتاج لهذه الفلسفة القيمية الجديدة، ومن هنا تأتي إشكالية الدراسة.

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، عبر رصد الآليات المناسبة للخطاب الإعلامي العربي الآمن والمضاد للكراهية من وجهة نظر المبحوثين، والذين يمثلون أساتذة الإعلام أو العاملين في المؤسسات الإعلامية في دولة الإمارات العربية المتحدة، لذلك تم اختيار العينة العمدية القصدية (غير العشوائية) كعينة ممثلة لمجتمع البحث، وبلغت (124) مفردة، وتم جمع البيانات المتعلقة بالموضوع، ومن ثم تحليلها لغرض الوصول إلى النتائج المُفسرة للظاهرة المدروسة، وذلك من خلال استمارة الاستبيان. وتوصلت الدراسة إلى نتائج عديدة من أهمها:

• عميد كلية الإعلام – كلية الإمارات للتكنولوجيا – أبوظبي

- إن أكثر وسائل الاتصال تأثيراً في الجمهور من وجهة نظر الباحثين هي (مواقع الإنترنت) ونالت الترتيب الأول ونسبة مئوية قدرها 52.4% ، في حين جاءت (القنوات الفضائية) في المرتبة الثانية ونسبة 30.7%؛
- أظهرت الدراسة أن من أهم خطوات بناء الخطاب الآمن المضاد للكرهية من وجهة نظر الباحثين هي (المهنية والقدرات الذاتية) التي يتمتع بها القائم بالاتصال ونالت درجة مرتفعة جداً ونسبة مئوية قدرها 91.1%. فضلاً عن (القيم المجتمعية) و (تعدد الآراء والتوجهات) و(الحياد والموضوعية).

مقدمة :

أضحى الإعلام الجديد الفضاء الأكثر استقطاباً لشرائح كبيرة ومتنوعة من الأفراد والمجموعات عبر العالم، فالدراسات والأرقام الحديثة تكشف يوماً بعد يوم عن تزايد أعداد المتصفحين والمشاركين والمتابعين لهذا النوع من الإعلام، بل وتؤكد الارتباط الوثيق بين متطلبات الفرد الاجتماعية والنفسية والاقتصادية والثقافية.... إلخ.

وبهذا الفضاء اللامتناهي فتحت آفاق واسعة أمام وسائل الاتصال والإعلام، وشاع الخطاب المتنوع والمتحرر إلى أبعد مدى، وصار التنافس والتسابق بين المؤسسات الإعلامية الرصينة والمعروفة دولياً ليس له حدود، في ظل موجة انتشار وسائل الإعلام الجديدة، وتنافسها الكبير مع الوسائل التقليدية .

فوسائل الإعلام، بشقيها التقليدي والجديد، تمثل فاعلاً محورياً في صياغة عالم اليوم، الأمر الذي يجعل المتلقي أسيراً لخطابات غير تقليدية ولا تخضع لشروط الموضوعية وربما المصادقية، لذا صار مفهوم "المسؤولية الاجتماعية" مصطلحاً فضفاضاً بحاجة إلى إعادة تقييم وتعريف.

من المؤكد أن وسائل الإعلام المستتيرة والمتقيدة بالأخلاقيات والموضوعية، بما فيها شبكات التواصل الاجتماعي والإنترنت، تؤدي دوراً أساسياً في تعزيز المسؤولية من خلال نشر الأفكار والآراء. فضلاً عن وضع التشريعات المناسبة لوسائل الإعلام بما يتماشى والمعايير الدولية.⁽¹⁾

أولاً: الاطار المنهجي للدراسة :

مشكلة الدراسة وأهميتها :

أضحت مظاهر العنف والتطرف والعنصرية والكرهية بضاعة رائجة لوسائل الإعلام تُقدم على شكل أخبار وصور لجمهور عريض صار مهيباً لتقبل هذه القيم الخبرية التي فرضت نفسها

وبقوة على وسائل الإعلام. وما الخطاب الإعلامي القائم على الكراهية والعنف سوى نتاج لهذه الفلسفة القيمة الجديدة، ومن هنا تأتي إشكالية الدراسة.

وعليه... فإن مشكلة الدراسة هي الإجابة على التساؤل الرئيس التالي: ما الآليات والركائز الأساسية لبناء خطاب إعلامي آمن ومضاد للكرهية؟

أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة في محاولة تسليط الضوء على خطاب الكراهية السائد وبقوة في وسائل الإعلام، وأضحى من الظواهر الخطيرة التي تعاني منها المجتمعات الإنسانية وبقوة. الأمر الذي يدفع أهل الاختصاص في حقول الإعلام المتعددة إلى التفكير وبعمق بألية استرشادية واضحة وخاصة للمؤسسات الإعلامية نحو تطوير خطاب إعلامي آمن مضاد للكرهية.

أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة إلى الوقوف على آليات الخطاب الإعلامي الآمن والمضاد للكرهية، ومن هذا الهدف الرئيس انبثقت مجموعة من الأهداف الفرعية الآتية:

1. التعرف على خطوات بناء الخطاب الإعلامي الآمن والمضاد للكرهية من وجهة نظر الباحثين من أساتذة الإعلام والإعلاميين العاملين في المؤسسات الإعلامية بدولة الإمارات العربية المتحدة.
2. الوقوف على أهم المرتكزات الأساسية للخطاب الإعلامي الآمن والمضاد للكرهية من وجهة نظر الباحثين.
3. تقديم سلّم تصويري واضح لآلية الخطاب الإعلامي الآمن.

تساؤلات الدراسة :

1. ما طبيعة خطاب الكراهية السائد في وسائل الإعلام؟
2. ما ضوابط التغطية الإعلامية لدى بعض الوسائل الإعلامية في محاربة خطاب الكراهية؟
3. ما الوسائل الاتصالية المؤثرة في الجمهور في ظل شيوع خطاب الكراهية؟
4. ما الخطوات المنهجية السليمة التي تساعد في بناء خطاب إعلامي آمن مضاد للكرهية؟
5. ما المرتكزات الأساسية للخطاب الإعلامي الآمن المضاد للكرهية؟

منهج الدراسة :

اعتمد الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، عبر رصد الآليات المناسبة للخطاب الإعلامي العربي الآمن والمضاد للكراهية من وجهة نظر الباحثين، وجمع البيانات المتعلقة بالموضوع، ومن ثم تحليلها لغرض الوصول إلى النتائج المفسرة للظاهرة المدروسة، وذلك من خلال استمارة الاستبيان.

حدود الدراسة :

1. الحدود المكانية: تم إجراء الدراسة في دولة الإمارات العربية المتحدة (الجامعات والكليات التي تتضمن تخصص الإعلام والمؤسسات الإعلامية).
2. الحدود الزمنية: تم إنجاز العمل وتطبيق الدراسة في الربع الأول من العام الدراسي 2019/2018م.
3. الحدود البشرية: تمثلت بمدرسي الإعلام والإعلاميين من كلا الجنسين (إناث وذكور) في الجامعات والمؤسسات الإعلامية بدولة الإمارات وعددهم 124 مفردة.

الدراسات السابقة :

- 1 - دراسة ياس خضير البياتي 2017 : المسؤولية الاجتماعية والمهنية لوسائل الإعلام العربية في تحصين الشباب من التطرف والعنف⁽²⁾

هدف البحث إلى تحليل وتفكيك المشهد الإعلامي العربي برؤية اجتماعية، الهدف منها تقديم حلول تطبيقية لتأسيس نسق إعلامي عربي قادر على حماية الشاب العربي من التطرف والعنف، من خلال معالجة مشكلة واقع المجتمعات العربية وفهمها للمسؤولية الاجتماعية في ظل نشر الفوضى الخلاقة ومتتالية الهدم، وتأثيرها على المجتمع العربي، وتحليل واقع الإعلام العربي وبنية الاتصالات ومسؤوليته في إنتاج الطائفية والعنف، وخاصة في الفضائيات الدينية، ومدى التزام الإعلام بالمسؤولية الاجتماعية وبالمعايير المهنية والأخلاقية عند تغطية أحداث العنف والإرهاب.

وعالجت الدراسة نظريتين رئيسيتين تطرحان مدى تأثير التغطية الإعلامية للعنف والإرهاب على الرأي العام هما: نظرية العلاقة السببية بين الخطاب الإعلامي والعنف والإرهاب ونظرية الخطاب الإعلامي والعنف والإرهاب والعلاقات المتبادلة. وسلط الباحث في دراسته التحليلية الضوء على الإعلام العراقي كنموذج واقعي، وتوصلت الدراسة إلى ضرورة اتخاذ الحيطة والحذر

فيما يتعلق بنشر المعلومات التي تتناول أحداث العنف والإرهاب، والامتناع عن عرض أو وصف جرائم العنف والإرهاب بجميع أشكالها وصورها بطريقة تغري بارتكابها أو تطوي على إضفاء البطولة على مرتكبيها أو تبرير دوافعهم أو منح مرتكبيها والمحضين عليها أو المبررين لها فرصة استخدام البرامج والمواد الإعلامية منبراً لهم. وكذلك توسيع مساحة التغطية الإعلامية التي تشجع المشاركة الشعبية والإسهامات الطوعية من الأفراد ومنظمات المجتمع المدني في التصدي لظاهرة الإرهاب والتطرف والعنف وتوعية الناس بأخطارها.

2 - دراسة قبلان عبدة حرب 2017 : دو الإعلام الأمني في تحقيق الأمن الفكري - إذاعة أمن FM نموذجاً⁽³⁾

تتمثل مشكلة الدراسة بالمتغيرات الاجتماعية والاقتصادية الناتجة عن ازدياد عدد السكان والهجرات المتتالية في المجتمع الأردني نتيجة الظروف السياسية في دول الجوار والتطور التكنولوجي الذي أدى إلى ظهور أنماط جديدة من الجرائم في المجتمع الأردني، وبما أن المواطن الأردني شريك أساسي في العملية الأمنية فهو يقوم بدور تفاعلي، الأمر الذي أوجب دراسة دور إذاعة أمن FM كمحطة متخصصة في نشر الوعي الأمني بين الجماهير، وهدفت الدراسة إلى التعرف على علاقة الجمهور بإذاعة أمن FM ومعرفة الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية للإذاعة وعلاقتها بتحقيق الأمن الفكري.

واعتمدت الدراسة منهج المسح بالعينة، حيث تكوّن مجتمع الدراسة من أفراد المجتمع الأردني القاطنين في العاصمة عمّان، حيث تم اختيار عينة عشوائية مكونة من 320 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى عدّة نتائج منها: أن نسبة 57.8% من أفراد العينة يستمعون أحياناً لإذاعة أمن FM. وأن 76.5% من أفراد العينة المستمعين للإذاعة هدفهم الأول هو الحصول على معلومات تفيدهم حول القضايا الأمنية في الأردن.

3 - تحسين محمد أنيس شرادقة، 2016: دور وسائل الإعلام في مكافحة ظاهرة الإرهاب والتطرف - دراسة ميدانية⁽⁴⁾.

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في مكافحة ظاهرة الإرهاب والتطرف، وذلك من خلال تبصير الرأي العام العربي بأن الإرهاب يستهدف ترويع الأمنيين وسفك دماء الأبرياء، وتدمير المنشآت الحيوية، وتكوين رأي عام مناهض للغلو والتطرف بصورة المختلفة، واتبع الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث رصد دور

وسائل الإعلام في مكافحة ظاهرة الإرهاب والتطرف، من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في بعض الجامعات الأردنية، وتكونت عينة الدراسة من عينة قصدية مؤلفة من (25) عضو هيئة تدريس. وتوصلت إلى نتائج مفادها عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أعضاء هيئة التدريس وفقاً لمتغير المرتبة الأكاديمية نحو دور وسائل الإعلام في مكافحة ظاهرة الإرهاب والتطرف، ويمكن أن يعزى ذلك إلى الرؤية الفكرية الإسلامية التي ينطلق منها جميع أعضاء هيئة التدريس في سعيهم إلى نبذ العنف والتطرف والإرهاب، فضلاً عن رفضهم كل أشكال التدمير التي تجلب الخراب والهلاك للمجتمعات.

4 - دراسة بشرى حسين الحمداني، 2016: الإعلام العراقي ومسؤوليته الاجتماعية في تناول قضايا الارهاب⁽⁵⁾.

هدف البحث للتعرف على مدى اعتماد طلبة كلية الإعلام في الجامعة العراقية على وسائل الإعلام العراقية كمصادر للأخبار المتعلقة بالأحداث الإرهابية، ورصد المسؤولية الاجتماعية للإعلام العراقي في تناول قضايا الإرهاب وأثر ملكيتها على تغطيتها لتلك القضايا. واعتمد البحث على منهج المسح الذي يعد أحد المناهج الأساسية في البحوث الوصفية بشقيه الوصفي والتحليلي، وتم تحديد مجتمع البحث طلبة كلية الإعلام / الجامعة العراقية باستخدام الاستبيان بالمقابلة حيث بلغ إجمالي المبحوثين (150) مبحوث، وخلص البحث إلى انخفاض نسبة اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام العراقية للحصول على الأخبار المتعلقة بالأحداث الإرهابية بنسبة 14 %، وتصدرت مواقع الصحف الإلكترونية قائمة وسائل الإعلام التي يعتمد عليها المبحوثون في متابعة الأحداث الإرهابية.

التعقيب على الدراسات السابقة :

- بعد استعراض مجموعة من الدراسات السابقة، يمكن عرض أهم النقاط التي تم استخلاصها من هذه الدراسات، والتي أفادت الدراسة لارتباطها بموضوع البحث، وكالاتي:
- ركزت بعض الدراسات على المسؤولية الاجتماعية والمهنية لوسائل الإعلام في التصدي لخطاب الكراهية في المجتمع.
 - ركزت بعض الدراسات على طرق تناول وسائل الإعلام لقضايا الإرهاب وخطاب الكراهية.
 - قدمت بعضها نماذج من خطابات الكراهية ، ممثلة لزعماء وقادة ورجال دين وفكر وما

تظهره من بواطن الأمور.

- تركز دراستنا الحالية على كيفية بناء خطاب إعلامي آمن بعيد عن الكراهية، من خلال القيام باستبيان للوقوف على آراء نخبة ممثلة لأساتذة الإعلام وبعض العاملين في المؤسسات الإعلامية بدولة الإمارات العربية.

ثانياً: المفاهيم والمنطلقات الفكرية والنظرية للدراسة:

الخطاب بشكل عام وفي أي مجتمع هو مجمل القول والفعل، وهو الممارسة الاجتماعية، ويقوم الخطاب الإعلامي بنقل هذه الممارسة الاجتماعية إلى الجمهور من خلال الإعلام، الذي له تحيزاته المعلنة وغير المعلنة⁽⁶⁾. كما أن الخطاب ليس هو اللغة، فثمة اختلافات عميقة بين الخطاب والنص، وذلك رغم نشأتهما التقليديتين من الدراسات اللغوية، حيث إن الخطاب والنص يبحثان في البناء والوظيفة لوحدهما اللغة الكبرى، كما تطوراً في الوقت نفسه تقريباً، لذلك هناك من يعتبرهما متطابقين، لكن لاشك في وجود فروق كبيرة بينهما على مستوى المفاهيم والمناهج والوظائف، فالخطاب يركز على اللغة والمجتمع⁽⁷⁾.

وفي هذا يُعرف - فيركلاو - الخطاب بأنه « اللغة المستخدمة لتمثيل ممارسة اجتماعية محددة من وجهة نظر معينة»، وتنتمي الخطابات بصفة عامة إلى المعرفة، وإلى بناء المعرفة⁽⁸⁾. ولأن الإعلام مرتبط أساساً في منظومة المجتمع الإنساني، فإن الخطاب الناتج عنه يُعد صناعة أيديولوجية ثقافية تقف خلفها وسائط متعددة، تسهم في بلورته وتقديمه وتوزيعه وقياس تأثيره على الجمهور المتلقي.

وبناء على ذلك فإن مفهوم الخطاب الإعلامي هو «منتج لغوي إخباري منوع في إطار بنية اجتماعية ثقافية Socio-cultural structure محددة، وهو شكل من أشكال التواصل الفعالة في المجتمع، له قدرة كبيرة على التأثير في المتلقي وإعادة تشكيل وعيه ورسم رؤاه المستقبلية وبلورة رأيه، بحسب الوسائط التقنية التي يستعملها والمرتكزات المعرفية التي يصدر عنها»⁽⁹⁾.

وثمة تأثير متبادل بين الإعلام وإنتاج الخطاب وتداوله، حتى أنه من الصعب التمييز بينهما إلا لضرورات الدراسة ومحاولات الفهم، لأن صناعة الإعلام والقوانين والتقاليد المهنية في الإعلام تمثل أحد أشكال الممارسة الاجتماعية، أي الخطاب، كما أن الاتصال والإعلام كعملية لها جوانب سياسية واجتماعية وثقافية، يدخلان في صلب الممارسة الاجتماعية ويتأثران بالمناخ العام السائد والظروف المجتمعية. من هنا، أكد مانويل كاستلز «أن السلطة في مجتمع الشبكات

تقوم على السيطرة على الاتصال والإعلام، سواء كانت تلك السلطة للدولة أو الشركات الكبرى أو المنظمات من كل نوع»⁽¹⁰⁾.

كما يُعد خطاب الكراهية مصطلحاً شائعاً ومثيراً للجدل. ذلك أن العهود المتعددة الأطراف على غرار العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية (ICCPR) سعت من جهتها إلى التعريف بحدوده؛ في حين وضعت المسارات المتعددة، المتدخلين (كخطة عمل الرباط) من أجل توضيح أكبر لتعريف خطاب الكراهية واقتراح آليات ذلك. إلا أن خطاب الكراهية لازال يستعمل بشكل واسع في الخطاب اليومي كمصطلح عام وشامل، يخلط بين التهديدات المموسة لأن الأفراد والجماعات والحالات التي يعبر فيها الناس عن غضبهم من السلطة، فقط. أما وسطاء الإنترنت، أي المنظمات التي تؤدي دور الوسيط في التواصل على الإنترنت، كفيسبوك، والتويتر وغوغل، فقد قدمت تعريفاتها الخاصة لعبارة الخطاب المفعم بالكراهية، إذ تلزم عملاءها بمجموعة من القواعد وتجزير للشركات بأن تحد من بعض أشكال التعبير. أما الهيئات الوطنية والإقليمية فقد سعت إلى تعزيز استيعاب المفاهيم الراسخة أكثر في التقاليد المحلية؛ ويبدو أن الوصول إلى تعريف دولي مشترك يظل احتمالاً بعيداً. فالمصالح المشتركة من أجل تفادي العنف وحماية الكرامة الإنسانية جعلت من النقاش الدائر حول خطاب الكراهية لحظة وفرصة لمختلف المتدخلين والفاعلين من أجل الالتقاء بطرق جديدة والبحث على حلول محلية أصيلة⁽¹¹⁾.

والكلام عن التحريض بجميع أشكاله وخصوصاً التحريض الديني الذي يرتبط ارتباطاً مباشراً بالصراع المذهبي، قد أخذ هو الآخر حيزاً كبيراً، وذلك في ضوء الانتشار القوي لوسائل الإعلام التقليدية والثورة الرقمية التي جعلت من التواصل الاجتماعي الواجهة الاتصالية الأولى، وفي ضوء تفاقم الصراعات واستخدام هذه الوسائل التقليدية والحديثة التي تتطور سريعاً، في ممارسة القناعات والتخندق خلفها والتراشق بها والتعبير عنها⁽¹²⁾.

بيد أن تعريف خطاب التحريض وخطاب الكراهية ليس واضحاً أو دقيقاً، وإن كنا سنورد بعض التعريفات هنا، وذلك بسبب وجود ممارسات لفظية ورمزية كثيرة في الخطابين اللذين يتقاطعان في أحيان كثيرة.

فالمقصود بخطاب التحريض: « ذلك الخطاب الذي يسعى إلى التخويف، الحض على العنف والتحيز ضد شخص أو مجموعة أشخاص بناء على خصائص مختلفة: عرق، دين، جنس، إلخ... وهو بهذا المعنى مرادف لخطاب الكراهية الذي يتناقض مع مبادئ السلم الأهلي ويتسبب بتفكك

المجتمع وبنشوء مختلف أنواع النزاعات»⁽¹³⁾. وهناك بعض الممارسات المرتبطة بخطاب الكراهية والتحريض منها: مفهومًا التعصب والأحكام المسبقة.

حيث يعرف التعصب بأنه «موقف أو شعور أو اعتقاد يعبر عن خلاله فرد ما عن الازدراء تجاه أفراد آخرين أو تجاه جماعات بناء على خصائص كالعنصر، أو اللون أو الأصل القومي أو الجنس أو التوجه الجنسي أو العقيدة السياسية أو الدينية»⁽¹⁴⁾.

ويظهر التحامل المستند على الحكم المسبق عن طريق العمليات الذهنية وبشكل خاص من خلال ميل كل فرد نحو تصنيف الآخرين وتبسيط الواقع الاجتماعي المعقد ووضعه في إطار قوالب جاهزة. ولأن تصنيف الناس هو بحد ذاته عملية اختزالية ومقتربة بالميل إلى التقييم، فإنها تؤدي بالضرورة إلى إنتاج تصورات جاهزة وتعميمات غير دقيقة⁽¹⁵⁾، وتظهر الممارسات الاجتماعية، أن التعصب والأحكام المسبقة تدخل في أفعال التمييز، ومن السهل أن تشكل دافعاً لممارسات ذات دلالات واضحة كالعنصرية مثلاً.

إن الكلمات والصور التي يستخدمها المرسلون والصحافيون في نقل الحدث تؤدي دوراً أساسياً في مقاربة المتلقي للموضوع. فالكلمات المشحونة تثير الغرائز والعواطف، وهنا لا نعود لنتحدث عن سرد الأحداث، إنما عن نوع من الأحكام. كذلك صور الضحايا لا يعني فقط أن هناك ضحية يكثر الإعلام لها؛ بل إن المشهد يحمل كل الشحنة النفسية العنفي الذي يثير الغرائز على تعددها وبالتالي يدفع إلى التحريض على العنف وعلى العداوة أو على الكراهية، وعندما يستخدم الإعلام كل الوسائل الكلامية والسمعية والبصرية للتصدي للآخر ولتصويره بأشع الصور والهجوم عليه فإن الصراع يشتد أكثر وتشتد التعبئة وتتعمق الهوة بين الأطراف⁽¹⁶⁾.

وبحسب نص المادة 20 من العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية فإن خطاب الكراهية المحظور لا بد وأن يقترن بتحريض على الأعمال العدائية أو التمييز أو العنف. حيث تنص المادة على أنه: «تحظر بالقانون أية دعوة إلى الكراهية القومية أو العنصرية أو الدينية تشكل تحريضاً على التمييز أو العداوة أو العنف». والحماية في إطار هذه المادة تقتصر على الإنتماءات القومية والعنصرية والدينية⁽¹⁷⁾.

وظل خطاب الكراهية - كمفهوم - موضع جدل لكونه مفهوماً واسع النطاق ويسهل التلاعب به؛ ولذلك استعملت مفاهيم ضيقة من قبيل «خطاب خطر» و «خطاب الخوف» للتركيز على قدرة الخطاب على التسبب في الضرر والدفع إلى نتائج عنيفة. فإذا كان خطاب الكراهية موجوداً

في شكل معين أو تحت غطاء معين، في جميع المجتمعات، بما في ذلك تلك التي يكون فيها احتمال وقوع العنف محدوداً، فإن مفهوم الخطاب الخطير يروم إلى حصر الأعمال ذات الاحتمال العالي لتكون محفزة أو مضخمة للعنف المرتكب من قبل مجموعة ضد أخرى⁽¹⁸⁾.

إذن.. خطاب الكراهية: هو الخطاب المناوئ للآخر المختلف، خطاب يعتمد على التهويل والتضخيم، يوحد ويفرق في الوقت نفسه، من خلال تجسيد المُسمى، (نحن) و (هم)، سواء أكان خطاباً عنصرياً أم إثنيّاً أم عرقياً أم دينياً أم طائفيّاً أم قنوبياً.

ومن أسباب نشوء خطاب الكراهية، هي الصورة الخاطئة أو المنطبعة عن الآخر، والخوف من المنافسة، والتصور أن الآخر هو ضدك أو عدوك، وأساليب الثقافة العامة والتربية والتعليم؛ ومنها الكيفية التي نقرأ بها التاريخ، فكثير من الشعوب تبقى أسيرة لأحداث التاريخ، والإعلام، وغياب المعلومة، فضلاً عن الأحكام المسبقة⁽¹⁹⁾.

ويتسم خطاب الكراهية بعدة سمات منها: الاستقطاب، والتقليل أو التهريب من الطرف الآخر، وغالباً ما تعتمد لغة الخطاب على التشويه والتعبيرات غير اللائقة، وتميل إلى الشقاق على حساب الاتفاق، والاستهجان على حساب الاستحسان، والتهريب على حساب الترغيب، والقسوة والخشونة على حساب اللين وهي لغة متطرفة، لا تهدف إلى التوافق بل إلى الانتصار ولو على حساب الاعتبارات الاجتماعية والإنسانية، ففي الصراعات والنزاعات يختار أطراف الصراع أو النزاع بين غاياتهم الشخصية والغايات الاجتماعية.. وأخيراً فلغة الكراهية هي لغة انفعالية، ليس فيها مكان للعقل ولا فسحة للتثبت أو التحقق من الوقائع⁽²⁰⁾.

لذا.. فإن خطاب الكراهية ليس مذكوراً بشكل صريح في العديد من وثائق وعهود حقوق الإنسان الدولية، إلا أنه تتم الإحالة إليه بشكل غير مباشر من خلال بعض المبادئ المتعلقة بكرامة الإنسان وحرية التعبير. فمثلاً نجد الإعلان العالمي لحقوق الإنسان لعام 1948 الذي تمت صياغته كردّة فعل عن جرائم الحرب العالمية الثانية يحتوي على حق الحماية المتساوية تحت القانون في مادته السابعة التي تنص على أن: «كل الناس سواسية أمام القانون ولهم الحق في التمتع بحماية متكافئة عنه دون أية تفرقة، كما أن لهم جميعاً الحق في حماية متساوية ضد أي تمييز يخل بهذا الإعلان وضد أي تحريض على تمييز كهذا»⁽²¹⁾، كما أن الإعلان العالمي لحقوق الإنسان يذكر على أن لكل شخص الحق في حرية التعبير التي تشمل «لكل شخص الحق في حرية الرأي والتعبير، ويشمل هذا الحق حرية اعتناق الآراء دون أي تدخل، واستقاء الأنباء والأفكار

وتلقيها وإذاعتها بأية وسيلة كانت دون تقييد بالحدود الجغرافية،⁽²²⁾ فإذا جمعنا هاتين المادتين معاً يمكننا أن نصل إلى حقيقة مهمة هي أن لكل شخص الحق في حرية التعبير والحق في الحماية من التمييز. وبعبارة أخرى، لكل شخص الحق في أن يكون محمياً من خطاب الكراهية ما دام ذلك الخطاب يشمل أهدافاً تمييزية.

خطاب الكراهية في وسائل الإعلام: الواقع الدولي المعاصر:

تضع نظم الإعلام المنتشرة في بلدان العالم وكذلك وسائل الإعلام عادة، مجموعة من اللوائح والقوانين والتشريعات التي تحاول العمل وفقها، وتطالب الإعلاميين وكذلك الجمهور العام بضرورة الإلتزام بهذه اللوائح وعدم مخالفتها، خاصة فيما يخص خطاب العنف أو التحريض أو الكراهية أو التشهير أو التمييز.

وقامت مواقع التواصل الاجتماعي بتقديم تعريف خطاب الكراهية على مواقعها للحد من انتشاره ومنعه، فمن جانبه أكد موقع فيسبوك أن الكراهية هي: أي محتوى يشمل التعدي على أشخاص بناء على عرقهم ودينهم وجنسهم وانتمائهم الوطني وإعاقتهم أو مرضهم.

من جانب آخر، لم يقيم موقع تويتر بتقديم مفهوم واضح عن خطاب الكراهية، لكن الموقع يمنع نشر أي تهديدات صريحة ومباشرة بممارسة العنف تجاه الآخرين. أما موقع يوتيوب فيؤكد بصريح العبارة منع نشر خطاب الكراهية، حيث يذكر ذلك في قسم شروط الإستخدام، وقام موقع البحث الشهير جوجل بنشر التحذير ذاته⁽²³⁾.

وعلى الرغم من تلك التحذيرات والشروط فإن هناك العديد من المواقع الإلكترونية التي تروج لمثل هذا الخطاب، إضافة إلى حسابات في مواقع التواصل الاجتماعي، وأصبحت ظاهرة تهدد أمن واستقرار المجتمعات، فطبيعة الإنترنت المفتوحة والخالية من الرقابة المسبقة تسمح للجماعات المتطرفة فكرياً بأن تمارس تطرفها على المجتمع كما تسمح للأشخاص العنصريين والمتعصبين ببث أفكارهم وسهولة الوصول لجمهور مستهدف أو فئات معينة كالسياسيين والمجموعات العرقية والدينية والليبرالية وفئات شبابية لاسيما مع إمكانية التخفي وراء أسماء مستعارة مما يوفر لهم ضمان عدم المساءلة والحفاظ على السمعة والهوية.

ويجد الأشخاص المتطرفون والمتعصبون والذين يودون نشر خطاب الكراهية ورسائل الازدراء والتحقير في وسائل التواصل الاجتماعي والمدونات ومواقع الإنترنت العديد من السبل، منها، التعليق في مواقع الأخبار وعادة ما تكون تعليقات لا علاقة لها بالخبر نفسه. حتى بدأت العديد

من الصحف فرض الرقابة المسبقة على التعليقات وقامت صحف أخرى ومنها صحف في الولايات المتحدة بإلغاء تلك الخاصية بسبب الكراهية المنشورة. وهناك أيضاً مواقع نشر وترويج الصور ومقاطع الفيديو كاليوتيوب والانستغرام والتي يجد من خلالها الأشخاص المتطرفون ومن يود نشر خطاب الكراهية فرصة ذهبية لترويج أفكارهم أو التعليق على صور ومقاطع كل من يختلف معهم⁽²⁴⁾.

ويستخدم خطاب الكراهية من قبل المرشحين في الانتخابات في توجيه الناخبين وفي التشهير، ولكن أخطر ما يمكن استخدام خطاب الكراهية فيه هو الحض على العنف، لما له من تأثير مدمر على المجتمع أو التبرير لأعمال العنف، ولقد حفل التاريخ بحوادث تاريخية عديدة سببها خطاب الكراهية منها، قضية الراديو والتلفزيون الحر «دي ميل كولين» في رواندا، حيث قامت محطة الإذاعة بالتحريض على الإبادة الجماعية ضد بعض الأقوام، وبعدها تمت إدانة مسؤولي الإعلام ضمن المتورطين في التحريض أمام محكمة دولية بتهمة ارتكاب جرائم ضد الإنسانية عام 1998، وكذلك الحال في البوسنة والهرسك، إذ قامت وسائل الإعلام التابعة للأحزاب بدور كبير في التحريض على الحرب خاصة بعد ما نشرته عن الأصولية الإسلامية التي ترغب في زرع نفسها وسط أوروبا، لذا تقع على وسائل الإعلام مسؤولية كبرى في توجيهه أو إخماد خطاب الكراهية⁽²⁵⁾.

وفي السنوات الأخيرة شهدت العنصرية عبر الإنترنت نمواً سريعاً وجاداً في العديد من البلدان الأوروبية وغير الأوروبية، حيث أضحت ظاهرة عالمية مقلقة⁽²⁶⁾، ومما لا شك فيه أن العنصرية المتزايدة التي تتجسد في تعبيرات واضحة أو خفية، تستغل الظروف المواتية، مثل الأزمات المالية والاقتصادية، وزيادة الصراعات الاجتماعية، وصعود القضايا الشعبية في السياسة. ففي إيطاليا، على سبيل المثال، وثق المكتب الوطني الإيطالي لمكافحة التمييز، أن الشكاوى المتعلقة بالعنصرية على الإنترنت تزن 30.9% من مجموع الحالات التي تشمل وسائل الإعلام. وحدثت حالات مماثلة أيضاً في بلدان أوروبية أخرى مثل سلوفينيا وفنلندا والمجر والمملكة المتحدة⁽²⁷⁾.

وغالباً ما يتم إخفاء الادعاءات العنصرية تحت عناوين خفية ومُحوّرة. وفي الواقع، نشاهد حالياً أن هناك كميات هائلة من المحتويات العنصرية على شبكة الإنترنت في شكل تعصب عرضي أو استهداف للأفراد، وهي تهدف في الأساس، إلى تعزيز المواقف العنصرية بين الناس ودعم «تطبيع» العنصرية⁽²⁸⁾.

حيث تؤدي مواقع الإنترنت دوراً حاسماً في ما يسمى بتطبيع العنصرية: فالحركات العنصرية تدرك جيداً إمكانيات وسائل التواصل الاجتماعي في نشر رسائل خطاب الكراهية عن طريق إخفاء المصدر الحقيقي لهذه الرسائل وتشجيع تقاسم هذه المحتويات، بهدف نهائي هو التلاعب بمشاعر الناس وغضبهم وكذلك مخاوفهم.

لقد تقدّمت منظمات حقوق الإنسان في أوروبا والولايات المتحدة بالعديد من الدعوات لحظر خدمات الكراهية على مزودي خدمات الإنترنت، بيد أن القرارات دائماً ما تصطدم بالحجة القائلة بأن شبكات الإنترنت خدمة دولية، وإن مكافحة خطاب وصور الكراهية عبر وسائلها تتطلب تعاوناً دولياً، وفي عام 1996 أقدمت منظمة حكومية ألمانية (Jugendschutz.net) وأخرى هولندية غير حكومية (Stichting Magenta) على تفعيل برامج مكافحة الكراهية وخاصة مشاكل العنصرية ومعاداة السامية، والكراهية ضد المسلمين وغير ذلك من أشكال التمييز أو التحريض على الكراهية، ثم قاموا بتأسيس الشبكة الدولية الإلكترونية لمحاربة الكراهية (INACH) عام 2002، تقوم رؤيتها على العمل الجماعي ضد التمييز، وتعزيز قيم الكرامة والاحترام والمواطنة والمسؤولية، وتمكين مستخدمي الإنترنت من ممارسة حرية التعبير دون المساس بحقوق الآخرين. وقدمت الشبكة عدّة تقارير عن هذه الأوضاع في مختلف بلدان العالم، وبمرور الوقت أصبحت الشبكة تضم (18) منظمة متخصصة في أوروبا وأمريكا الشمالية بوصفها منظمة جامعة للخطوط الساخنة المتخصصة في المحتوى العنصري وخطاب الكراهية. وتقع على عاتق المجتمع الدولي مسؤولية التوجه من أجل مكافحة الأنشطة المعادية للمجتمع، غير أن سلّم الأولويات لهذه المنظمات الدولية عادة ما يجعلها في نأى عن تحمل وزر هذه القضايا، لذلك طالبت البلدان في العالم بتحمل مسؤولياتها القانونية والاجتماعية والأخلاقية وفهم الاحتياجات التي تتطلب تعاوناً جاداً من أجل معالجة الإساءات المترتبة عن استخدام الإنترنت، والوعي بالتهديدات والظواهر العنيفة المترتبة على خطاب الكراهية، غير أن التنفيذ عادة ما يصطدم بالعديد من العقبات التي تعرقل الجهود الدولية لمكافحة خطاب الكراهية ومنها، تعريف مفهوم الكراهية ذاته⁽²⁹⁾. كما سبق وأن أشرنا لذلك.

وفي الولايات المتحدة وتحت المادة الأولى من الدستور فإن خطاب الكراهية ومهما بلغت حدته مكفول تحت بند حرية التعبير إلا أنه إذا اشتمل خطاب الكراهية على تهديد صريح وواضح موجه إلى شخص أو جماعة أو جهة، فإن ذلك يتوقف من كونه خطاب كراهية ويتحول إلى جريمة. أما

في المملكة المتحدة فهناك نص قانوني صريح يجرم خطاب الكراهية والعنصرية. وفي دولة الكويت، لم يكتف المشرع بنصوص قانون الجزاء التي تجرم السب والقذف وما قد ينطوي تحت مظلتها الإزدراء وبث الفتنة وخطاب الكراهية، بل عمد بدوره إلى إصدار تشريع خاص بحماية الوحدة الوطنية، معتبراً إياه كذلك ضرورة ملحة وأصدر عملاً بذلك مرسوم قانون رقم 19 لسنة 2012 أثناء غياب مجلس الأمة⁽³⁰⁾.

ولا يقف الأمر عند حدود مواقع الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، فوسائل الإعلام التقليدية، باتت هي الأخرى تؤدي دوراً خطيراً في نشر خطاب الكراهية والتطرف، حتى داخل المجتمع الواحد، إما من خلال استغلال مفهوم الديمقراطية وحرية التعبير في النيل من الخصوم، أو لضعف منظومة القوانين الداعمة لمحاربة التطرف وخطاب الكراهية، خاصة في المجتمعات التي تعاني أساساً من سيطرة الأحزاب المتطرفة عنصرياً أو دينياً أو طائفياً أو أيديولوجياً، وهذه الأحزاب في العادة تمتلك صحفاً مطبوعة أو إلكترونية ومحطات إذاعية وقنوات تلفزيونية، وفي أحيان كثيرة تعد نفسها فوق القانون.

لقد أفرز عصر المعلومات نمطاً إعلامياً جديداً يختلف في مفهومه وسماته وخصائصه ووسائله عن الأنماط الإعلامية السابقة، كما يختلف في تأثيراته الإعلامية والسياسية والثقافية والتربوية الواسعة النطاق لدرجة أطلق بعضهم على عصرنا هذا اسم (عصر الإعلام)، ليس لأن الإعلام ظاهرة جديدة في تاريخ البشرية، بل لأن وسائله الحديثة قد بلغت غايات بعيدة في عمق الأثر وقوة التوجيه وشدة الخطورة أدت إلى تغييرات جوهرية في دور الإعلام وجعلت منه محوراً أساسياً في منظومة المجتمع، فتحن اليوم أمام إعلام جديد هو (إعلام عصر المعلومات)⁽³¹⁾. ولهذا نحن بأمس الحاجة إلى إعادة النظر بالموثوث النظري الاتصالي، لا طعناً به، بل من أجل الانطلاق من خلاله نحو آفاق رحبة تفتح المجال واسعاً لفهم طبيعة المنظومة الاتصالية الحديثة واقترانها بالتطور الإنساني وقيمه المستحدثة. الأمر الذي سيفتح مجالات متعددة لترسيخ قيم جديدة للخطاب الآمن بعيداً عن لغة الكراهية أو التطرف.

ثالثاً: الخطاب الإعلامي الآمن، متطلباته ومرتكزاته؛

إن ترسيخ قيم ثابتة لخطاب آمن ومعتدل لدى القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية، ليس بالأمر السهل، نتيجة معطيات عديدة منها، النظم الإعلامية واختلاف الأيديولوجيات وطبيعة التوجه وأنماط الجمهور المستهدف وملكية المؤسسة وغيرها، بيد أننا يمكن أن نتوقف عند

جملة من المتطلبات التي نراها فاعلة في بناء الخطاب الآمن، وكما يأتي:

1 - التخطيط وتعزيز المهنية والقدرات الذاتية للإعلاميين:

إن أغلب المعارف والمهارات الذاتية والمكتسبة التي يتحلى بها الإعلاميون العاملون في المؤسسات التقليدية ووسائلها المعروفة، تكاد تنطبق بشكل أو بآخر على الإعلاميين العاملين في المؤسسات الإعلامية الإلكترونية، وكذلك هي الحقوق المهنية والسياسية والاجتماعية والثقافية والمادية والمعنوية التي يطمح لها هؤلاء الإعلاميون من أجل تحقيق الذات أولاً وتحقيق أهداف المؤسسة التي ينضون تحت خيمتها ثانياً، بيد أن تطور وسائل الإعلام ومواثيق الشرف الإعلامية وأخلاقيات المهنة، جعلت أمام الإعلامي تحديات كبيرة، تتعلق بحرية التعبير وحرية الوصول إلى مصادر المعلومات، والحق في التواصل مع صانعي الحدث أو أطرافه، من خلال التفاعل الفوري مع الحدث وكتابة التقرير وتحريره وعدم السماح بالتلاعب في المضمون بحيث يمكن أن يتشوه أو يفقد صورته الحقيقية.

ومع التطور التكنولوجي أصبح لزاماً على الصحفي أن يجيد التعامل مع أجهزة الحاسوب وبرامجها المتنوعة، فضلاً عن مهارات التحرير والإلتزام بالقيم الإعلامية وأخلاقيات المهنة. وكلما طوّر الإعلامي من مهاراته وقدراته الذاتية أصبح أكثر قدرة في التعامل بمصداقية مع الحدث أو الخبر وصولاً إلى تسلق اللبنة الأولى في سلّم بناء خطاب إعلامي متوازن وآمن.

2 - استيعاب القيم المجتمعية المحيطة:

تؤدي القيم الاجتماعية دوراً كبيراً في إرساء دعائم المجتمعات واتزانها، إذ إن المجتمع إذا فقد قيمه فقد اتزانه، فالقيم الاجتماعية بالنسبة للمجتمع، كأعمدة البناء التي تحمله⁽³²⁾، والقيم هي معيار عام ضمني أو صريح فردي أو جماعي، تتخذ وفقاً له القرارات من قبل الأفراد أو الجماعة للحكم على السلوك الاجتماعي قبولاً أو رفضاً، وهي مقاييس اجتماعية خلقية أو جماعية تقررها الثقافة التي ينتمي إليها أفراد المجتمع وفقاً لتقاليد المجتمع واحتياجاته وأهدافه في الحياة⁽³³⁾. ومتى ما استوعب القائم بالاتصال أو المؤسسة الإعلامية القيم المجتمعية المحيطة بها، يصبح الطريق واضحاً في التماس بواحد بناءً وتحرير خطاب منضبط وعقلاني غير منفلت، لا يمس جوهر القيم الإنسانية أو الاجتماعية وفي الوقت نفسه لا يتجاوزها، حفاظاً على القيمة الجمالية للمجتمع والتي تعني إحساس الفرد أو اهتمامه بالنواحي الجمالية في المجتمع؛ مكوناته، وأديانه، واتجاهاته، وفلسفاته، ولغاته ولهجاته المتعددة، فلكوره المتنوع، ولا يمكن أن يعطي

القائم بالاتصال هذه القيمة الجمالية للجمهور المتلقي إن لم يكن قادراً على استيعابها والتعامل معها بكل احترام وشفافية.

3 - احترام تعدد الآراء والتوجهات الفكرية :

يُعد البعد المعنوي أو الاعتقادي العنصر الأساسي في وحدة الأمم واتجاهاتها، وذلك من خلال احترام المعتقدات الدينية للشعوب مع مراعاة حرية الأقليات في معتقداتها ، كما أن هذا البعد يتطلب احترام الفكر والابداع ، والحفاظ على العادات الحميدة والتقاليد الموروثة بالإضافة إلى القيم التي استقرت في الوجدان الجمعي، ودرج الناس على الإيمان بها.

كذلك فإن التعددية الفكرية هي اعتراف بأن العقل الإنساني ما زال يعمل ويجتهد، وهي في الوقت ذاته إقرار بأن الفكر الإنساني قائم على التنوع والديناميكية، وهي كذلك تأكيد على أن أحادية الفكر تمثل معوقاً للحركة الفكرية ومعطلاً لصيغ التقدم والتجديد، وهي بالضرورة تنعكس بكل مفاهيمها على التعدديات الأخرى ومن بينها التعددية السياسية. مثلما تقتضي التعددية الإعلامية أن تقوم وسائل الإعلام بإعطاء تمثيل متوازن للنظم والفلسفات والأطروحات الفكرية والفلسفية المختلفة⁽³⁴⁾.

ومن خلال متابعة الأدبيات المعاصرة التي تناولت مفهوم التعددية تكشف عن تباين واضح في الاتجاهات النظرية للمفهوم، غير أن هذا التعدد من شأنه أن يمثل ركيزة متنوعة للتعامل في الحياة العامة باعتبار أن حل مشاكل الإنسانية يجب أن يكون نتاج جهد بشري. فهناك من يرى، ك«روجيه لابوانت»، أن التعددية توجد حيثما يوجد تنوع أياً كان الشكل الذي يتخذه - ديني أو عقائدي أو فلسفي أو طبقي... إلخ - يتمسك به الفرد أو الجماعة. «وبهذه الصورة يتغير معنى التعددية بتغير الموضوع ذاته، ومن ثم تكون إيجابية مقبولة أو سلبية مرفوضة، وذلك بسبب اختلاف القيم أو الظروف الاجتماعية موضوع التنوع أو التعدد في كل حالة. فهي حين تتعلق باحترام المعتقدات الدينية أو الأخلاقية لا تضحى فقط مقبولة بل ويجب التأكيد عليها»⁽³⁵⁾. وهذا ما يجب مراعاته من قبل القائمين على الخطاب الإعلامي الآمن.

4 - المصدقية والحياد والموضوعية في الطرح الإعلامي :

المصدقية والموضوعية والحيادية والنزاهة هي المفاهيم الأقرب إلى قلوب الإعلاميين، والأشد غموضاً في خطابهم المهني، والأكثر عرضة للإهمال والتخلي في إنتاجهم الإعلامي، وكثيراً ما يسود الخطاب الإعلامي فضلاً عن الانحياز، الغموض أيضاً، وهو غموض يبدو أنه ناتج في أغلب الأحيان،

عن غموض في وعي هذه المفاهيم التي تُشكل الأسس الضرورية لأي إعلام فاعل، وفي ذلك يرى مايكل شادسن الأكاديمي الأمريكي في علم الاجتماع، أن الاعتقاد بالموضوعية هو إيمان بالوقائع، وانعدام الثقة بالقيم، والتزام بانفصال تلك الوقائع والقيم بعضها عن بعض. «وبالتالي لا يمكن إحالتها إلى الأيديولوجيا السائدة لدى جمع الأخبار والمعلومات وصياغتها، ولكن من خلال الاعتماد على شهود العيان وتسلسل الأحداث والتثبت من صحة الوقائع، عبر تعدد المصادر، والموازنة بين وجهات النظر، ثم التوافق مع السلطة الرابعة المستقلة عن الحكومة والإلتزام بمصالح الجماعات»⁽³⁶⁾.

أما فيما يخص المرتكزات الأساسية للخطاب الإعلامي الآمن، فيمكن تناول بعضها والتي تشكل دعائم مهمة تسند الخطاب الجديد وكما يأتي:

1 - تفعيل النظم والقوانين الإعلامية :

إن التنوع في النظم الإعلامية ينتج مزيداً من التعددية في إطار الملكية التي يجب أن تعكس تنوعاً واضحاً على المستوى الدولي، وبالتالي تأخذ الملكيات المختلفة لوسائل الإعلام دورها في توضيح الحقائق والمعلومات وتعرض لوجهات النظر المختلفة، فتظهر وسائل الصحافة والإعلام في مستوياتها المختلفة الخاصة بالحكومية والتعاونية والإلكترونية البديلة والمتخصصة، إلى جانب صحافة وإعلام المجتمعات المحلية. كما تظهر الصحافة والإعلام في مستويات متباينة من حيث حجمها فتظهر وسائل إعلامية صغيرة ومتوسطة وكبيرة، تتيح فرصة للجماعات والأقليات والتيارات الفكرية ومنظمات المجتمع المحلي للتعبير عن نفسها، وهذا ما يعبر عنه بتعددية المصادر الإعلامية⁽³⁷⁾.

فالظروف السياسية الدولية وما واكبتها من قواعد القانون الدولي لحقوق الإنسان، وقواعد القانون الدولي للإعلام، تؤكد على ضرورة لجم وسائل الإعلام وفرض بعض القيود عليها، إن هي خرجت عن الحدود المرسومة لحرية الرأي والتعبير كما هي محددة، أولاً في قواعد القانون الداخلي، ثم في قواعد الاتفاقية الدولية. والملاحظ أن منظمة المؤتمر الإسلامي والاتحاد الأوروبي قد تنبها لأهمية ما جاء به الجهاز الاتفاقي لحقوق الإنسان، كتقييدات على حرية الرأي والتعبير، إن هي تمادت في التعدي على الحياة الخصوصية للأفراد أو حاولت المساس بأمن الدول، أو بالنظام العام بمختلف مكوناته الاجتماعية والاقتصادية، أو عندما تتجرأ على إثارة وتشجيع العنصرية والكرهية بمختلف ضروبها. هذه القضايا نجدتها تتكرر بشكل متوال في سلسلة من التقارير الدولية، التي تستحضر المرجعيات القانونية الدولية ذات الصلة بموضوع حرية الإعلام، وحرية الرأي والتعبير.

ويلاحظ أن التقارير الخاصة بهذا الموضوع قد أجمعت على أهمية دور الإعلام في مناهضة خطاب الكراهية والتمييز الديني والعنصري، خاصة إعلان حقوق الإنسان لعام 1981، وقرار منع الإساءة إلى الأديان الصادر عن الأمم المتحدة في 2011 كما يقتضي طرح فكرة اتفاقية دولية لهذا الغرض، أو بروتوكول دولي ملحق باتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز. إن هذه القيود التي نصادفها في مختلف القوانين الداخلية للإعلام، والتي نجدها مجسدة في قواعد القانون الدولي، قد صارت قواعد أمر لا تجوز مخالفتها اتفاقاً. ومن المعلوم أن الدعوة إلى الكراهية الدينية، المرتبطة بالقذف والسب والإساءة إلى الإسلام والمسلمين بواسطة وسائل الإعلام الغربية، تدخل ضمن هذه الخانة، لأنها تمس في العمق الحرية الدينية، وتتبد كل ما له علاقة بالدعوة إلى عدم التمييز الديني والكراهية الدينية⁽³⁸⁾.

مثلاً لا يمكن الاستغناء عن تنظيم القوانين لوسائل الإعلام، فهناك حاجات مجتمعية وحاجات فردية وعامة يجب حمايتها بواسطة القوانين، ومن ثم هناك حاجة إلى جيل جديد من قوانين الإعلام، لكن يجب أن يتم إصدار هذه القوانين بعد دراسة جادة لحاجات المجتمع ومعطيات ثورة الاتصال، وأن تكفل هذه القوانين حرية الإعلام، حيث تسهم هذه الحرية في تطوير صناعة الإعلام والاتصال. فالوسائل الجديدة تقدم طرقاً جديدة في التقييد والمنع لم تكن موجودة في السابق، فقد ابتكرت الوسائل الجديدة طرقاً جديدة للحد من حرية التعبير، إذ لأول مرة أصبحت وسائل التقييد التكنولوجية وموجودة داخل الوسائل الإعلامية نفسها⁽³⁹⁾.

2 - المساواة ومحاربة الاستبداد والظلم:

يجسد مفهوم المساواة في النوع الاجتماعي والتنوع، الطريق السليمة لتوفير وخلق الظروف المواتية لتحقيق الاستقرار داخل المجتمعات الإنسانية. ولا تتحقق المساواة إلا عندما تُقدم التشريعات والقوانين التزامها وإيمانها بأن جميع الأشخاص لديهم كرامة و حقوق متساوية بالفطرة، ويُمنع التفرقة بين المواطنين على أسس عنصرية أو دينية أو مذهبية أو فكرية. فالمساواة تعني: المماثلة في القدر والقيمة، والمساواة بين اثنين تعني أن لهم الحقوق نفسها وعليهما الواجبات نفسها، ولا فرق بينهم، وعكس ذلك الظلم والاستبداد.

فالمساواة الاجتماعية من أهم المبادئ التي تنادي بها المنظمات الدولية ذات الاختصاص، وهي القاعدة التي تحفظ للبشر حقوقهم، فمن يريد التميز في ظل مجتمع تغيب فيه المساواة ويسوده التمييز الطبقي والتعصب العنصري لن يحقق مبتغاه، لأن مثل هذا المجتمع تُقتل فيه

المواهب وتضعف فيه القدرات، فالظلم الاجتماعي يؤثر تأثيراً كبيراً على سلوك وأخلاق أفراد المجتمع، والمجتمع الذي تغيب فيه المساواة الاجتماعية، ويعلوه الظلم ويسوده القهر والاستبداد لفئة دون أخرى، يُنشئ أفراداً يتسمون بالخنوع، والإستهتار واللامبالاة وعدم الإنتماء، لأنهم لم يحصلوا على حقوقهم ولم يتلقوا فرصتهم، الأمر الذي يؤدي إلى وأد مواهبهم وقدراتهم الشخصية. ومتى ما استطعنا بناء مجتمع سليم يقوم على مبدأ العدالة والمساواة ومحاربة الظلم والاستبداد، أمكن آنذاك أن نخلق بيئة تنويرية للجمهور، بحيث يصبح قادراً على التمييز بين خطاب الكراهية فينبذه وبين وخطاب المحبة الجامع والشامل، فيستسيغه ويتفاعل معه.

3 - تحسين الفرد والمجتمع:

التحصين هو أية عملية أو ممارسة أو تدخل يستهدف توفير الحماية والحصانة للفرد أو المجتمع ضد المخاطر أو الشرور أو التقليل من أثارها المحتملة أو عواقبها التي قد تؤدي إلى نتائج خطيرة، ومتى ما أدركت المجتمعات أهمية التحصين للمجتمع والفرد في مواجهة الأخطار، مثل الأفكار الهدامة والممارسات المضرة بالمجتمع فضلاً عن الكوارث الطبيعية والأمراض. لقد أحدثت العولة بشتى صورها وجميع أشكالها، وباختلاف آلياتها وقنواتها تغييراً جذرياً في أنماط التفكير في المجتمع، وذلك لأن تأثيرها تجاوز كل الحدود المحلية ليأخذ طابعا عالميا. ولقد أفرزت العولة الكثير من الأخطار والتداعيات التي تعد تهديداً للأمن الفكري للمجتمعات، وبات الأمن الفكري هاجساً قومياً ومطلباً وطنياً، ورؤية استراتيجية تستنفر جميع أفراد المجتمع أقصى جهودها وطاقاتها لتحصيلها، ويبقى تحقيق الأمن الفكري ليس قائماً عند حدود أجهزة الدولة السياسية ووحداتها الأمنية فقط، بل أصبح لزاماً على جميع المؤسسات المجتمعية بما فيها التربوية والتعليمية ضرورة تضافر الجهود وتكامل الأدوار لتحقيق مبادئ الأمن الفكري داخل المجتمع⁽⁴⁰⁾. لغرض تحصينه ضد الأفكار المنحرفة وخطاب الكراهية في عالم مفتوح أمام أفراد المجتمع، ومثلما وجبت طرق وأساليب التحصين الاجتماعي، ينبغي عدم التهاون في مواجهة الظواهر الهدامة والعمل على محاربتها بشى الوسائل، سواء من قبل المؤسسات الأمنية أو التربوية أو التعليمية أو الإعلامية أو الدينية أو منظمات المجتمع المدني، فضلاً عن القوانين والتشريعات التي يجب أن تكون رادعة لكل ما من شأنه أن يعكر صفو التعايش السلمي والاجتماعي داخل البلد الواحد. ومن خلال الأمن الفكري يمكن تحصين الشباب في مواجهة دعاة الغلو والتطرف والعنف خصوصاً إذا أدركنا أن نسبة كبيرة من الشباب يعاني فراغاً فكرياً وثقافياً، وإن بعضهم تلقى

العلم من مصادر مشبوهة، أو تم استغلالهم من قبل عناصر متطرفة، وجدت فيهم أرضاً خصبة لغرس الأفكار المتطرفة بسبب غياب الحصانة الفكرية اللازمة لديهم، فعملت على تلقينهم المبادئ والمعتقدات الخاطئة أو الهدامة، وفي النهاية أصبحوا أدوات للقتل والتدمير وتهديد أمن المجتمع وترويع أفرادهم.

4 - نشر ثقافة الحوار والشراكة :

إن تحقيق عملية الإصلاح الجذري لمنظومات الدول، لا يتم إلاّ بعقد اجتماعي بين الدولة ومواطنيها، يستند إلى حكم القانون وضمان التنافس العادل، وتمكين مختلف القوى السياسية والمدنية من التعبير عن آرائها ومصالحها ومطالبها من خلال قنوات شرعية مقبولة، تسمح لها بتنفيذ وتجسيد طموحاتها بشكل عادل ومتوازن لا يضر بمصالح الفئات الأخرى، وتحقيق المشاركة لجميع الفئات الاجتماعية دون تمييز على أساس الجنس أو العرق أو اللون أو الدين أو غيرها من الاختلافات التي يتم اعتمادها لإقصاء فئة داخل المجتمع من المشاركة في الحياة العامة والسياسية، وهو بذلك تأسيس لمفهوم المواطنة بمعناه العصري، كما هو متعارف عليه دولياً⁽⁴¹⁾.

كما أن الحوار يمكن أن يؤدي إلى رفع درجة التفاعل والتلاقح الإيجابي بين الحضارات التي تعتنى به، وهو فعل ثقافي رفيع يؤمن بالحق في الاختلاف إن لم يكن واجب الاختلاف، ويكرس التعددية، ويؤمن بالمساواة. وعليه فإن الحوار لا يدعو المغاير أو المختلف إلى مغادرة موقعه الثقافي أو السياسي، وإنما لاكتشاف المساحة المشتركة وبلورتها، والانطلاق منها مجدداً. على أن الباحثين يربطون أحياناً الحوار بالحضارات ويلحقونه حيناً آخر بالثقافات أسوة بالتصنيف الكلاسيكي، الذي يجعل من الحضارة تجسيداً وبلورة للثقافة⁽⁴²⁾.

رابعاً : إجراءات الدراسة الميدانية :

مجتمع الدراسة وعينتها :

مجتمع الدراسة هو كل أساتذة الإعلام أو العاملون في المؤسسات الإعلامية في دولة الإمارات العربية المتحدة، لذلك تم اختيار العينة العمدية القصدية (غير العشوائية) كعينة ممثلة لمجتمع البحث، وهذا النوع من العينات يتم اختياره على أساس حر من قبل الباحث وحسب طبيعة الظاهرة المدروسة، وقد بلغت العينة (124) مفردة، والجدول الآتي يوضح أهم الخصائص العامة لعينة الدراسة:

جدول رقم (1) خصائص العينة الديموغرافية

المتغير	مستويات المتغير	العدد	النسبة %
الجنس	ذكر	101	81.5
	أنثى	23	18.5
الجنسية	إماراتية	16	12.9
	عربية	108	87.1
جهة العمل	جامعة / كلية أو قسم إعلام	25	20.2
	مؤسسة إذاعية أو تلفزيونية	84	67.7
	مؤسسة صحفية أو دار نشر	15	12.1
التحصيل الدراسي	دكتوراه	32	25.8
	ماجستير	16	12.9
	بكالوريوس	58	46.8
	دبلوم	18	14.5

مبررات اختيار العينة :

تم اختيار العينة من أعضاء هيئة التدريس المتخصصين في مجال الإعلام وعلوم الاتصال وكذلك من الإعلاميين العاملين في المؤسسات الإعلامية (الصحافة والإذاعة والتلفزيون) في دولة الإمارات العربية المتحدة، للأسباب التالية:

- أن أساتذة الإعلام هم أكثر دراية من غيرهم فيما يخص نظريات الاتصال ومدى ارتباطها بالعمليات الاتصالية التي تجري في وسائل الإعلام من حيث النسق العام للخطاب الإعلامي للقائم بالاتصال وطرق مخاطبة الجمهور وكيفية التأثير فيه.
- أن العاملين في المؤسسات الإعلامية من صحفيين ومتخصصين هم أكثر دراية بواقع العمل الميداني الإعلامي والرسائل الإعلامية الموجهة للجمهور من حيث فلسفتها وأساليب تحريرها وصياغتها وأشكالها المتنوعة.

أداة الدراسة وقياسها :

تم الاعتماد على استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات من عينة الدراسة حيث تحتوي على جزأين: الأول: يبحث في خصائص أفراد العينة مثل: الجنس والجنسية وجهة العمل والتحصيل الدراسي. أما الجزء الثاني: فقد تركزت الأسئلة حول استطلاع آراء العينة المبحوثة من أساتذة الإعلام والعاملين في المؤسسات الإعلامية بخصوص الخطاب الآمن المضاد للكراهية وفق ثلاثة محاور رئيسية.

ولقياس صدق الاستبيان، تم استخدام الصدق الظاهري من خلال عرضه على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام والاتصال من الأساتذة العاملين في بعض كليات الإمارات، والذين أدخلوا بعض التعديلات التي التزم بها الباحث ليصبح الاستبيان صالحاً للتطبيق النهائي. أما قياس الثبات، جرى التأكد من ثبات الأداة باستخراج معامل الثبات، للأداة بصيغتها النهائية الكلية، ولكل بعد من أبعاد هذه الدراسة، وكانت النتائج كما موضحة في الجدول رقم (2).

جدول رقم (2) : يبين قيمة معامل الثبات للاتساق الداخلي للأداة ككل ولكل بعد من أبعاد الدراسة

المحاور	المتغير	عدد الفقرات	معامل الثبات Alpha
1	محور تأثير وسائل الاتصال على الجمهور	6	0.86
2	محور خطوات بناء الخطاب الآمن	7	0.79
3	المرتكزات الأساسية للخطاب الآمن	6	0.83
3-1	الأداة ككل	19	0.83

مفاتيح تصحيح المقياس :

جدول رقم (3) يوضح مفاتيح تصحيح المقياس

الدرجة	النسبة المئوية %
منخفضة	أقل من 50 %
متوسطة	من 50 % - أقل من 65 %
مرتفعة	من 65 % - أقل من 85 %
مرتفعة جداً	من 85 % فأكثر

نتائج الدراسة ومناقشتها :

جدول (4) يوضح أكثر وسائل الاتصال تأثيراً في الجمهور من وجهة نظر الباحثين

المرتبة	نسبة التأثير	التكرار	الوسيلة
الثانية	30.7	38	القنوات الفضائية
الثالثة	8.9	11	الإذاعات المسموعة
الأولى	52.4	65	مواقع الإنترنت
الرابعة	3.2	4	الصحف والمجلات المطبوعة
الخامسة	1.6	2	الملصقات الجدارية
الرابعة	3.2	4	الكتب
	% 100	124	المجموع

من الجدول السابق، يتضح أن (مواقع الإنترنت) حازت على المرتبة الأولى بعدها أكثر الوسائل تأثيراً في الجمهور ونسبة تأثير 52.4 % من وجهة نظر الباحثين، بينما جاءت (القنوات الفضائية) في المرتبة الثانية بواقع 30.7 %، وحلت (الإذاعات المسموعة) في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرها 8.9 %، في حين نالت (الصحف والمجلات المطبوعة) فضلاً عن (الكتب) المرتبة الرابعة بنسبة 3.2 %، وفي المرتبة الأخيرة حلت (الملصقات الجدارية) والتي لم تتل سوى 1.6 % من وجهة نظر الباحثين كأقل الوسائل تأثيراً في الجمهور المتلقي.

جدول رقم (5) يوضح خطوات بناء الخطاب الآمن المضاد للكراهية من وجهة نظر الباحثين

الدرجة	النسبة المئوية	التكرار	المتغير
مرتفعة جداً	91.1	113	المهنية والقدرات الذاتية
منخفضة	46.8	58	التربية النوعية
متوسطة	60.5	75	القيم المجتمعية
مرتفعة	70.2	87	تعدد الآراء والتوجهات
مرتفعة	74.2	92	الحياد والموضوعية
منخفضة	35.5	44	المصداقية
منخفضة	33.1	41	التخطيط

نلاحظ من الجدول السابق، ومن خلال المعطيات الواردة فيه، أن أهم خطوات بناء الخطاب الآمن المضاد للكراهية من وجهة نظر الباحثين، هي (المهنية والقدرات الذاتية) للقاءمين على الاتصال، حيث حاز هذا المطلب نسبة 91.1 % وبدرجة مرتفعة جداً، وجرى التأكيد من قبل الباحثين على (الحياد والموضوعية) بدرجة مرتفعة ونسبة 74.2 %، ونال متغير (تعدد الآراء والتوجهات) نسبة مرتفعة أيضاً ونسبة مئوية قدرها 70.2 %، في حين تحصل مطلب (القيم المجتمعية) على نسبة متوسطة قدرها 60.5 %، في المقابل لم تتل الفقرات (التربية النوعية) و(المصداقية) و (التخطيط) رضى الباحثين حيث نالت درجات تراتبية منخفضة، الأمر الذي يجعلنا نستبعدا من سُلّم بناء الخطاب الإعلامي الآمن المضاد للكراهية.

جدول رقم (6) يوضح المرتكزات الأساسية للخطاب الآمن المضاد للكراهية من وجهة نظر المبحوثين

الدرجة	النسبة المئوية	التكرار	المتغير
مرتفعة جداً	87.9	109	تفعيل النظم والقوانين
مرتفعة جداً	96.8	120	المساواة ومحاربة الظلم
منخفضة	45.2	56	تقنية المعلومات
مرتفعة	67.7	84	المواجهة والتحصين
مرتفعة	69.4	86	ثقافة الحوار والشراكة
منخفضة	33.9	42	الانفتاح على الآخرين

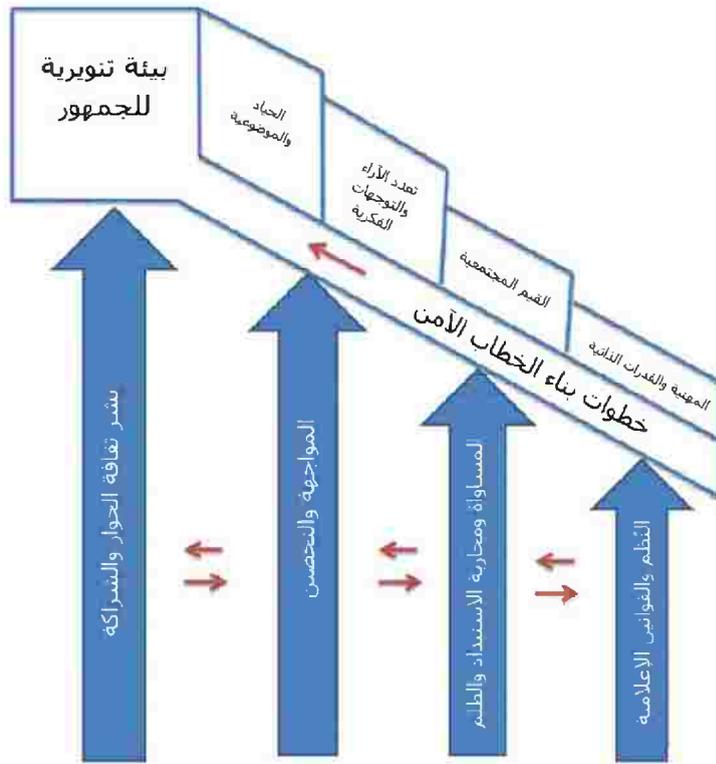
نلاحظ من الجدول السابق، ومن خلال المعطيات الواردة فيه، أن من أهم المرتكزات الأساسية للخطاب الآمن من وجهة نظر المبحوثين هما (المساواة ومحاربة الظلم) و (تفعيل النظم والقوانين) حيث نالتا درجة مرتفعة جداً ونسبة مئوية قدرها 96.8% و 87.9% على التوالي، وجاءت فقرة (ثقافة الحوار والشراكة) بدرجة مرتفعة أيضاً ونسبة 69.4%، في حين تحصل متغير (المواجهة والتحصين) على نسبة مئوية قدرها 67.7%، وفي المقابل لم ينل متغير (تقنية المعلومات) وكذلك (الانفتاح على الآخرين) على رضى المبحوثين وسجل نسب مئوية منخفضة، الأمر الذي يجعلنا نستبعدهما من المرتكزات الأساسية للخطاب الآمن المضاد للكراهية.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

1. إن أكثر وسائل الاتصال تأثيراً في الجمهور من وجهة نظر المبحوثين هي (مواقع الإنترنت) ونالت الترتيب الأول ونسبة مئوية قدرها 52.4%، في حين جاءت (القنوات الفضائية) في المرتبة الثانية ونسبة 30.7%.
2. أظهرت الدراسة أن من أهم خطوات بناء الخطاب الآمن المضاد للكراهية من وجهة نظر المبحوثين هي (المهنية والقدرات الذاتية) التي يتمتع بها القائم بالاتصال ونالت درجة مرتفعة جداً ونسبة مئوية قدرها 91.1%، فضلاً عن (القيم المجتمعية) و (تعدد الآراء والتوجهات) و (الحياد الموضوعية).

3. فيما يخص المرتكزات الأساسية للخطاب الآمن المضاد للكراهية من وجهة نظر الباحثين، تبين أن أكثر المرتكزات التي حظيت باهتمام الباحثين ونالت درجة مرتفعة جداً، هي (المساواة ومحاربة الظلم) و (تفعيل النظم والقوانين) ونالتا نسب مئوية هي 96.8% و 87.9% على التوالي.
4. من أهم المرتكزات الأساسية للخطاب الآمن والتي نالت قبولاً من قبل الباحثين هي (المواجهة والتحصين) و (ثقافة الحوار والشراكة).
5. من خلال المعطيات السابقة والمتعلقة بخطوات بناء الخطاب الآمن المضاد للكراهية والمرتكزات الأساسية للخطاب الآمن، قام الباحث بعرض رسم توضيحي لهذه الآليات، وكما هو موضح في الشكل رقم (1)



شكل رقم (1) سُلّم خطوات ومرتكزات الخطاب الإعلامي الآمن المضاد للكراهية من وجهة نظر الباحثين

التوصيات:

يوصي الباحث بما يأتي:

1. إن بناء خطاب إعلامي آمن ومضاد للكراهية يستوجب تفعيل آلية استراتيجية تبدأ من رأس الهرم سواء على مستوى وزارات أم هيئات الإعلام المسؤولة، تأخذ بنظر الاعتبار النظام الإعلامي السائد في البلد والتشريعات والقوانين التي تؤكد على أخلاقيات المهنة وترسخ قيم الفكر الناضج والقائم على مخاطبة العقول قبل العواطف.
2. ضرورة قيام المؤسسات الإعلامية بترسيخ قيم واضحة لطبيعة الخطاب الذي تنطلق منه هذه المؤسسات، بحيث لا تتعارض مع التشريعات والقوانين السائدة.
3. تنظيم ورش عمل وندوات مبتكرة للقائمين على الاتصال في المؤسسات الإعلامية، ترسخ القيم المهنية والقدرات الذاتية والانفتاح على الآخر من دون قيود أو خلافات عقائدية أو عنصرية أو فكرية.
4. احترام عقلية الجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية، من خلال نشر الرسالة القائمة على الحقائق والموضوعية من دون إسفاف أو تهريج أو انتقاص من الآخر.
5. تفعيل الدبلوماسية الشعبية لدى الجمهور العام الذي يستخدم وسائل التواصل الاجتماعي، من خلال إشعاره بأنه يمثل وطناً أو أمة في خطابه المنشور عبر هذه الوسائل، ويعكس صورة بلده بكل ما تحمله من قيم وأصالة وحضارة.
6. محاربة خطاب الكراهية وفق الأساليب العلمية التي تقوم على الإقناع وتبصير الجمهور بالحقائق، وعدم الانجراف وراء الفعل ورد الفعل.

الهوامش والمراجع:

1. الأمم المتحدة، الاتفاقية الدولية للقضاء على جميع أشكال التمييز العنصري (وثيقة)، سبتمبر 2013.
2. ياس خضير البياتي، المسؤولية الاجتماعية والمهنية لوسائل الإعلام العربية في تحصين الشباب من التطرف والعنف، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر الإعلامي المحكم: الإعلام بين خطاب الكراهية والأمن الفكري، جامعة الزرقاء، الأردن، مايو 2017.
3. قبلان عبدة حرب، دور الإعلام الأمني في تحقيق الأمن الفكري - إذاعة أمن FM نموذجاً، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر الإعلامي المحكم: الإعلام بين خطاب الكراهية والأمن الفكري، جامعة الزرقاء، الأردن، مايو 2017.

4. تحسين محمد أنيس شرادقة، دور وسائل الإعلام في مكافحة ظاهرة الإرهاب والتطرف - دراسة ميدانية، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي المحكم تحت عنوان: دور الشريعة والقانون والإعلام في مكافحة الإرهاب، جامعة الزرقاء، الأردن، مارس 2016.
5. بشرى حسين الحمداني، الإعلام العراقي ومسؤوليته الاجتماعية في تناول قضايا الإرهاب، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر العلمي المحكم الثاني: مستقبل الإعلام التقليدي والجديد في ضوء التحولات التقنية والاجتماعية والثقافية في الوطن العربي، جامعة البترا، الأردن، 2016.
6. محمد شومان، الخطاب الإعلامي وتزييف الواقع، جريدة الحياة، لندن، 20 أبريل 2016.
7. James W. Tankard, reappraising discourse analysis and applications for news studies, 1994.
8. Norman Fairclough, Media Discourse, London, Edward Arnold, 1995, pp53-56.
- إبرير بشير، الصورة في الخطاب الإعلامي - دراسة سيميائية في تفاعل الأنساق اللسانية والإيقونية، الملتقى الخامس السيميائية والنص الأدبي، الجزائر، جامعة بسكرة، نوفمبر 2008.
9. محمد شومان، مرجع سبق ذكره.
10. إغنيو كاكاياردون وآخرون، مكافحة خطاب الكراهية في الإنترنت، باريس، سلسلة منشورات منظمة اليونسكو، 2015، ص7.
11. مؤسسة مهارات (إعداد)، التحريض الديني وخطاب الكراهية، دراسة عن الإعلام اللبناني، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، بيروت، 2015، ص4.
12. المرجع السابق، ص8.
13. Cf. Concil of Europe, "All different, all equal": www.coe.int/ecri.
14. أناماريا ريفيرا، الأحكام المسبقة، ترجمة: حارث القرعاوي، 23، 2010/6/Reset Doc، www.resetdoc.org/story/00000021246/translate/Arabic
15. وللمزيد يمكن مراجعة كتاب:
Gordon Allport, the Nature of Prejudice. Cambridge, Perseus Publishing, New York, 1988.
16. مؤسسة مهارات، مرجع سابق، ص11.
17. معتز الفجيري، حدود التسامح مع خطابات الكراهية في سياقات مجتمعية مختلفة، مجلة راوق عربي، العدد (68)، القاهرة، مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، 2014، ص53.
18. إغنيو كاكاياردون وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص12.

19. صحيفة الرأي، ورشة عمل نحو إعلام خال من خطاب الكراهية، عمان، مركز الرأي للدراسات، 19 أكتوبر 2015.
20. محمد شومان، مرجع سبق ذكره.
21. الإعلان العالمي لحقوق الإنسان UDHR، المادة 7.
22. الإعلان العالمي لحقوق الإنسان UDHR، المادة 19.
23. جريدة القبس، الكويت، في 22 مارس 2016.
24. المرجع السابق.
25. محمد شومان، مرجع سبق ذكره.
26. Perry, B., and Olsson, P., "Cyberhate: the globalization of hate", Information & Communications Technology Law, 18(2), 2009, 185-199.
27. LIGHT ON project, JUST/FAC/AG/2699, co-financed by Fundamental Rights and Citizenship of the European Commission, 2012.
28. Capdevila, R., and Callaghan, J. E., "It's not racist. It's common sense. A critical analysis of political discourse around asylum and immigration in the UK," Journal of Community and Applied Meddaugh, 2008, P. M., and Kay, J., "Hate Speech or 'Reasonable ;16-Social Psychology, 18(1), 1 .268-Racism? The Other in Storm front," Journal of Mass Media Ethics, 24(4), 2009, 251
29. Raphael Cohen. Fighting Hate and Bigotry on the Internet. University of Hull- Cohen, UK. .Volume 3, Issue 3, 2011, Article 6. P17
30. جريدة القبس الكويتية، مرجع سبق ذكره.
31. سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الاول + العدد الثاني، 2010، ص437.
32. الجموعي مومن بكوش، القيم الاجتماعية، مقارنة نفسية - اجتماعية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد (8)، جامعة الوادي، سبتمبر 2014، ص72.
33. مصطفى سليم شاكر، قاموس الأنثروبولوجيا، الكويت، جامعة الكويت، 1981، ص113.
34. محمد نجيب الصرايرة، التعددية الإعلامية على الصعيد الدولي - نحو نموذج مطور، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر العلمي الثاني، مستقبل الإعلام التقليدي والجديد، عمان، جامعة البترا، ديسمبر 2016.

35. جابر سعيد عوض، مفهوم التعددية في الأدبيات المعاصرة: مراجعة نقدية، بحث مقدم لندوة التعددية الحزبية والطائفية والعرقية في العالم العربي، الكويت، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، 1993، ص 4-15.
36. إسماعيل الأمين، التلفزة المعاصرة، بيروت، شركة المطبوعات للنشر والتوزيع، 2015، ص 41-43.
37. محمد نجيب الصرايرة، مرجع سبق ذكره.
38. للمزيد حول هذا الموضوع، يمكن مراجعة: المضامين الإعلامية الغربية حول الإسلام في ضوء القانون الدولي، مقررات المؤتمر الإسلامي التاسع لوزراء الثقافة ” نحو ثقافة وسطية تنموية للنهوض بالمجتمعات الإسلامية“، سلطنة عُمان، 2015.
39. شريف درويش اللبان، الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، مجلة رؤى استراتيجية، القاهرة، يوليو 2014، ص 121.
40. أحمد كنعان، دور التربية في مواجهة العولمة وتحديات القرن الحادي والعشرين- تعزيز الهوية الحضارية والانتماء، ندوة العولمة وأولويات التربية، كلية التربية، جامعة الملك سعود، الرياض، أبريل 2004، ص 18.
41. سلمان بونعمان، فلسفة الثورات العربية، مقارنة تفسيرية لأنموذج انتقاضي جديد، بيروت، مركز نماء للبحوث والدراسات، 2012، ص 157.
42. للمزيد يمكن مراجعة: باسم علي خريسان، العولمة والتحدّي الثقافي، بيروت، دار الفكر العربي، 2001.

Towards the development of anti-hate media discourse mechanisms “A field study”

DR. MOHAMMED AHMED FYADH •

Abstract

This study represents a systematic scientific attempt to find out the mechanisms of developing a secure anti-hate media discourse. The manifestations of violence, extremism, racism and hatred have become a popular commodity for the media, presented as news and pictures to a wide audience ready to accept these news values that have imposed themselves strongly on the media. The media discourse based on hatred and violence is only the product of this new value philosophy, hence the problematic nature of the study.

The study adopted the analytical descriptive method by monitoring the appropriate mechanisms for the Arab media discourse which is safe and anti-hate from the point of view of the respondents, who represent the media professors or workers in the media organizations in the UAE. , which is (124) single, and collected data on the subject, then analyzed to reach the results of the explanation of the phenomenon studied, through the questionnaire.

The study reached several important results follows:

1 - The most influential means of communication in the public from the respondent's point is (Internet sites) and won the first ranking and a percentage of 52.4%, while satellite channels came in second place and by 30.7%.

2. The study showed that one of the most important steps to build a safe discourse against hatred from the respondent's point of view is the professional and self-abilities of the contact person, which achieved a very high degree and a percentage of 91.1%. As well as (social values) and (multiple opinions and directions) and (neutrality and objectivity).

• Dean, Faculty of Media & Public Relations - Emirates College of Technology- Abu Dhabi