دور الإعلام في مواجهة خطاب الكراهية وبناء مجتمع التسامح

إرشادات للقائمين بالاتصال والرسالة الإعلامية والهيئات المنظمة للعمل الإعلامي مع مقترح مقرر دراسي للطلاب

د. رامي عطا صديق

أستاذ مساعد الصحافة
بالمعهد الدولي العالي للإعلام أكاديمية الشروق

د. فاطمة شعبان أبو الحسن

أستاذ مساعد الإذاعة والتليفزيون
بالمعهد الدولي العالي للإعلام أكاديمية الشروق

مقدمة:

يُعد موضوع مواجهة خطاب الكراهية واحدًا من الموضوعات الرئيسة والقضايا الأساسية التي برزت في الإعلام العربي في الآونة الأخيرة، فقد أصبح حاضرًا بشكل يومي في بعض المواد الإعلامية، المكتوبة والمسموعة والمرئية، والمواد المتداولة على شبكات التواصل الاجتماعي، وشكل هذا الأمر خرقًا واضحًا لمواثيق الشرف الإعلامية (سكاي لاين الدولية، 2019، ص 4).

حيث تجمع الكثير من الدراسات الاجتماعية والإعلامية على أن موضوع العنف وخطابات الكراهية والتحريض من الموضوعات بالغة الحساسية، وهو أمر مطروح ومتداول في مختلف بلدان العالم، ولا يكاد يخلو منه أي بلد أو مجتمع معاصر، لكنه يتفاوت من مكان لآخر ومن بلد لآخر، وأن الكراهية كسلوك هو أحد مظاهر السلوك الشخصي لبعض الأفراد في معظم المجتمعات (عمران، 2019، ص 198).

وقد أصبح خطاب الكراهية أكثر وضوحًا وانتشارًا خلال فترات الاضطرابات السياسية أو الاقتصادية وفي المجتمعات التي تمر بمرحلة انتقالية لتوافر مقومات البيئة الحاضنة للكراهية، مثل الاستقطاب والاختلالات المجتمعية والطائفية، وعادة ما تكون المرأة أو المنتمون إلى الأقليات القومية والإثنية والدينية واللغوية هم المستهدفون منها، ويترتب عليه إصابة هذه الفئات بالضرر، كما يزداد تهميشها وربما ممارسة العنف ضدها (أبو سكين. 2021. خطاب الكراهية وحقوق الإنسان. https://hrightsstudies.sis.gov.eg/).

على هذا النحو بات عالمنا المعاصر يُعاني من انتشار خطاب الكراهية بين بعض أتباع الأديان وأتباع الثقافات المختلفة بشكل واضح ومتزايد. يكتشف ذلك كل من يتابع حالة الحوار بين الناس بعضهم بعضًا، في وسائل الإعلام وفي غيرها من شبكات التواصل الاجتماعي، من حيث الإساءة للرموز الدينية وتوجيه النقد للعقيدة/ العقائد وغيرها من أمور لاهوتية وإيمانية، فضلًا عن الإساءة لمختلفي الثقافة أو المختلفين في النوع الاجتماعي، أو اللون، أو التوجهات الفكرية والسياسية والانتماءات الضيقة، مثل الانتماء الحزبي والانتماء الرياضي، وهي أمور يمارسها البعض أحيانًا تحت دعوى حرية الرأي والتعبير، وإن كانت تؤدي بدورها إلى غياب السلام وتهديد حالة الأمن وزعزعة استقرار المجتمع.

ويُلاحظ المتابع المدقق للكثير من فعاليات المجال العام كيف أن الاختلاف، قد أصبح في بعض الأحيان سببًا من أسباب الخلاف وإفساد العلاقة بين مكونات المجتمع الواحد، كما أصبح سببًا لممارسة العنف اللفظي، وإعمال الإهانة والإساءة وممارسة حالة من الاستعلاء والتعالي والتحريض ضد الآخر المختلف، ومن ثم تبادل الاتهامات وتنامي حالة التعصب والتطرف، وبالإجمال تصدير خطاب الكراهية (Hate speech) الذي يمارس التمييز وينكر حق الاختلاف ويرفض الآخر، ويعمل على نفيه واستبعاده.

إن بعض أشكال الكراهية والحض على استخدامها في الإعلام، يرتبط بخصائص المجتمع، ثم بالظروف والأزمات والحروب والتناحر، ما يُشكل مناخًا خصبًا للتعاطي مع ذلك الخطاب، خاصة مع وجود جهات مستفيدة من تلك الصراعات التي يفرزها هذا الخطاب (عمران، 2019، ص 198).

ويتجلى الأمر بوضوح عند متابعة المناقشة والحوار في بعض وسائل الإعلام، كما يتجلى أيضًا بين بعض مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، التي تقل فيها الرقابة الذاتية، ولا يعي بعض مستخدميها مبدأ المسئولية الاجتماعية (Social Responsibility) والحرية المسئولة (Responsible Freedom)، في ظل غياب التربية الإعلامية، فضلًا عن ممارسات الحياة اليومية في الشارع وجهات العمل والمؤسسات العامة، ما أدى إلى ظهور جرائم جديدة على المجتمع وتنامي بعض الجرائم عن ذي قبل (عطا. 2019. مواجهة خطاب الكراهية.. حاجة وضرورة؛ عطا. 2020. تجارب في مواجهة خطاب الكراهية).

لقد ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي (Social Media)، في نشر خطاب الكراهية، حيث استغلت جماعات الكراهية هذه المنصات شر استغلال لنشر خطاباتها بدون أي ضوابط وبنسب غير مسبوقة. إذ يمكن أن تسهم جماعات الكراهية في شن هجمات على المجموعات المهمشة وإشعال فتيل حوادث العنف الجماعية، وذلك من خلال استخدام أشد الصور النمطية تطرفًا وضررًا وإثارة ونشرًا للشائعات، ومن حلال نشر معلومات خاطئة أو دعم جهود التجنيد في صفوف جماعات الكراهية أو الجماعات المتطرفة (https://www.kaiciid.org/ar).

وإذا كان خطاب الكراهية يُهدد حالة الأمن والسلام المجتمعي، فإن كثيرين قد توقفوا أمام تلك الظاهرة، فمن جانبه وصف الأمين العام للأمم المتحدة أنطونيو غوتيريش خطاب الكراهية باعتباره «نار سارية في الهشيم.. تجتاح جميع أنحاء العالم في مسيرة زاحفة»، و»إننا نعتبر خطاب الكراهية

هجومًا على التسامح والإدماج والتنوع، وسهمًا مُسددًا إلى صميم القواعد والمبادئ التي نعتمدها فيما يتعلق بحقوق الإنسان. وبشكل عام يقوّض خطاب الكراهية التماسك الاجتماعي وينال من القيم المشتركة، ويمكن أن يكون نقطة الارتكاز التي ينطلق منها العنف، مما يصيب قضية السلام والاستقرار والتنمية المستدامة والكرامة الإنسانية بانتكاسة» (https://www.un.org).

وإذا كان الخطاب الإعلامي يُمثل محورًا مهمًا في بناء المجتمعات وتشكيل الرأي والقناعات لدى الجمهور، باعتباره أداة تدفع الجمهور نحو تبني فكرة تقدمها الجهة القائمة بالاتصال (منظمة سكاي لاين الدولية. 2019. ص 4)، فقد كان من المهم تناول دور الإعلام في بناء ثقافة التسامح ومواجهة خطاب الكراهية، ومن هنا يتناول هذا البحث سمات ومظاهر خطاب الكراهية، والبحث في أسبابه وجذوره، ومن جانب آخر سمات وخصائص خطاب التسامح، ويركز البحث في الجانب الأكبر منه على الآليات الخاصة بدور الإعلاميين في دعم وترسيخ ثقافة التسامح في المجتمع المصري.

كما يقدم البحث تصورًا أوليًا لمقرر دراسي، يدعم خطاب التسامح ويواجه خطاب الكراهية، يدرسه طلاب الصحافة والإعلام في كليات ومعاهد وأقسام الإعلام بالجامعات المصرية، من أجل ممارسة صحفية وإعلامية أفضل حالًا، تُساهم بدورها في عملية التنمية المُستدامة وبناء وعي الإنسان المصري.

تراث الدراسات السابقة:

يُشير التراث العلمي في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية، مصريًا وعربيًا وأجنبيًا، إلى أن ثمة عددًا غير قليل من البحوث والدراسات، بالإضافة إلى عدد من الأوراق البحثية والمقالات العلمية، التي تناولت موضوع خطاب الكراهية، والآليات الخاصة بمواجهة هذا الخطاب عبر دعم وترسيخ قيمة التسامح، ويمكننا الإشارة إلى بعض تلك الدراسات على النحو التالي:

المحور الأول– دراسات حول خطاب الكراهية:

دراسة سلافة فاروق (2022) استهدفت إلقاء الضوء على كيفية تعامل إعلام «تنظيم الدولة الإسلامية» من خلال وسائل الإعلام المرئية والمسموعة وشبكات التواصل الاجتماعي لنشر خطاب الكراهية والرعب لتغيير فكر ومفهوم الرأي في تحقيق الحشد الشعبي، وتحليل مضمون فيلم إحراق الطيار الأردني معاذ الكساسبة وفيلم إعدام الأقباط المصريين في ليبيا. توصلت الدراسة إلى أن رسائل الذبح التي يبثها التنظيم كانت موجهة إلى المسلمين كافة بأن التنظيم كان يطبق الشريعة الإسلامية، وأن التنظيم اعتمد في خطاب الكراهية المنشور في المواد الفيلمية الأطر السياسية قاصدًا قادة التنظيم والضحايا، واستخدم التنظيم موضوع الإهانة والتحقير والجمع بين أكثر من موضوع في خطاب الكراهية المستخدم، كما استهدف التنظيم في خطابه مواطني دول التحالف مُستخدمًا الاستمالات الترهيبية الدينية بهدف تهديد دول التحالف.

دراسة «Djamila Mohdeb وآخرون» (2022) اهتمت بالكشف عن الخطاب العربي المعادي للاجئين/ المهاجرين على وسائل التواصل الاجتماعي، عبر التحقيق في ثمانية أسئلة بحثية تتعلق

بتحليل وكشف خطاب الكراهية في اللهجة العربية الجزائرية، الذي استهدف اللاجئين الأفارقة والمهاجرين غير الشرعيين على منصة التواصل الاجتماعي «يوتيوب» الجزائرية. وكشف تحليل البيانات أن هناك زيادة تدريجية متواضعة في عدد التعليقات البغيضة ضد اللاجئين/ المهاجرين على YouTube منذ عام 2014، وارتفاع حاد في عام 2017 وتراجع حاد في السنوات اللاحقة حتى عام 2021.

دراسة بلال عبيد ومراد ميلود (2021)، استهدفت التعرف على منشورات صفحة «Kabylie News» على «فيسبوك»، والتي تتعلق بحرية الرأي والتعبير وخطاب الكراهية، من حيث الشكل والمضمون، والتعرف على تركيبة المضامين ونوعيتها وطبيعة أساليب النشر والقيم المتضمنة في الأخبار، والكشف عن مدى التفاعل مع منشورات الصفحة على فيسبوك. توصلت الدراسة إلى أن معظم منشورات الصفحة تنشر باللغة العربية، ومعظم موضوعاتها ذات طابع سياسي وأيديولوجي، وتنوعت أهداف منشورات الصفحة بين الإخبار والتذكير والإعلان، كما وظفت الاستمالات الإقناعية بدرجة كبيرة لمنح مصداقية وصدى قوي للرسالة والمحتوى الإعلامي، وتشهد الصفحة تفاعلية كبيرة من طرف متابعيها عبر موقع فيسبوك.

دراسة إيمان محمد (2020) استهدفت استكشاف خطابات الكراهية الدينية الزائفة على شبكة «فيسبوك»، بالتطبيق على ممارسات عينة من صفحات مقارنة الأديان، في ضوء نموذج الخطوات الخمس لتطوير الكراهية الجماعية المعروف بمسمى «بناء فضيلة الشر»، بالتطبيق على صفحتي «أم زكريا الأثرية» و«المسيحية ضد العقل»، وتحليل أنماط الكراهية الدينية والبنية الإقناعية لهذا الخطاب الزائف. رغم انخفاض الكثافة العددية لمنشورات خطاب الكراهية في عينة الدراسة، إلا أنها شديدة الخطورة من الناحية الكيفية لما تضمنته من تلاعب وتزييف وتحريض، وتبني هذه الصفحات لغة عنصرية مميزة وممارسة أدوار سياسية مختبئة أسفل أهدافها المعلنة في مقارنة الأديان، وتمثلت أنماط الكراهية في إظهار التفوق والسخرية وإلقاء اللوم والازدراء والتحقير ونزع الإنسانية والدعاء بالسوء.

دراسة وسام نصر (2020) تناولت حدثين مهمين لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دورًا بارزًا في تضخيمهما والتركيز على أبعاد معينة مع التجاهل المتعمد لحقائق وأبعاد أخرى لتحقيق أهداف مقصودة تصب في اتجاه إثارة الفتن وبث الصراعات الطائفية. توصلت الدراسة إلى تصدير موقع التواصل الاجتماعي «تويتر» خطاب كراهية بين المسلمين والأقباط خلال فترة التحليل، حيث تعددت الأهداف التي سعت التغريدات المثيرة للكراهية لتحقيقها، حيث جاءت التغريدات التي تستهدف بشكل أساسي «التأثير على المشاعر والاتجاهات بما يخلق روحًا معادية للطرف الآخر»، تلاه الهدف الخاص بـ «تقديم آراء ووجهات نظر تثير الكراهية بين الأقباط والمسلمين». احتوت نسبة لا يُستهان بها من التغريدات على ألفاظ لا أخلاقية تتنافى مع قيم وأخلاقيات المجتمع المصري، وبعضها يخرج عن حدود الأدب والحياء وتتعارض مع القيم الدينية الإسلامية والمسيحية.

دراسة «Perry وآخرون» (2020) انطلقت من أنه تتزايد جرائم الكراهية ضد الجماعات المنشقة في تركيا، وقد يكون لخطاب الكراهية السياسية تأثير مثير على هذا الاتجاه. واهتمت بدراسة

الاتجاهات السياسية ثم فحص خطاب الكراهية ضد حركة «جولن» وجرائم الكراهية التي يرتكبها الناس العاديون من خلال مقابلات واستطلاعات شبه منظمة مع الضحايا. توصلت الدراسة إلى أن ارتفاع خطاب الكراهية السياسية الذي يستهدف مجموعة معينة يؤدي إلى ارتفاع مماثل في جرائم الكراهية المرتكبة ضدهم، والتي كانت آثارها، وأنه تم التغاضي عنها إلى حد كبير في الأدبيات الحالية في السياق التركي.

دراسة "Jena Jendrowski" (2019) أوضحت أن منصات الوسائط الاجتماعية مثلTwitter توحد الأفراد ذوي الاهتمامات المشتركة عبر الفضاء، لتشكيل مجتمعات عبر الإنترنت، ولكن يمكن أن يكون لها أيضًا جانب شنيع، حيث يتم نشر خطاب الكراهية بين المجموعات المتباينة، على الرغم من قوانين «تويتر» التي تحظر نشر رسائل تحض على العنف والكراهية والتمييز. سعت هذه الدراسة إلى فهم ديناميكيات خطاب الكراهية على تويتر، ومن بين نتائجها أن مجموعات الكراهية عبر الإنترنت مرتبطة بشبكات حسابات متصلة جيدًا.

دراسة محمد عبد الرزاق (2019) سعت للكشف عن الدور الذي تؤديه صفحات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة ببعض الجماعات الإرهابية على الإنترنت في ترويج خطاب الكراهية والتطرف بين طوائف الجمهور العراقي. توصلت الدراسة التحليلية إلى تصدر الموضوعات الدينية مقدمة الموضوعات التي تضمنت خطاب الكراهية والعنف، وتبين استخدام التنظيمات الإرهابية للتقنيات عالية الجودة في إخراج معظم إصداراتها الرقمية. وتوصلت الدراسة الميدانية إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي قدمت فرصًا غير مسبوقة لتوسيع آفاق التواصل وحرية التعبير بين طوائف الشعب العراقي، ومن جانب آخر ساعدت على انتشار خطاب الكراهية، وخلق حالات متعددة من الاستقطاب، وانتشار محتوى لغوي مليء باستخدام كثيف لمفردات التطرف والكره والحقد.

دراسة إبراهيم الصديق (2018) هدفت لمناقشة الخطاب الإعلامي الليبي وكيفية تعامله مع الظروف السياسية والاجتماعية التي تمر بها البلاد. توصلت الدراسة إلى أن الخطاب الإعلامي الليبي في القنوات الفضائية خطاب إعلامي غير نزيه، فهو إعلام غير شفاف ولا يعتمد على الموضوعية، عمل المال السياسي غير المسئول والذي يقوم بتمويل وسائل الإعلام خارج الوطن على تفتيت الوطن من الداخل.

دراسة إرادة زيدان (2018) استهدفت فحص خطاب وسائل الإعلام العراقية من حيث وجود الكراهية عبر الإجابة عن تساؤلين رئيسين يتعلق أولهما بنبرة خطاب وسائل الإعلام، وثانيهما بدرجة الكراهية في الرسائل التي تنتجها تلك الوسائل. وكشفت نتائج التحليل عن هيمنة النبرة النقدية والدعائية على مسار الرسائل الاتصالية للبرامج مجال البحث، وافتقار معديها ومقدميها إلى المهنية. أما درجة الكراهية فقد كانت من النوع الثاني والثالث أي المتوسط والخفيف إذ شاع استعمال القولبات والاختزال والشخصنة.

المحور الثاني– دراسات حول آليات مواجهة خطاب الكراهية:

دراسة دعاء عبد الحكم (2019) استهدفت التعرف على أبعاد فاعلية الخطاب الإعلامي الأزهري في مكافحة التعصب الديني وتعزيز ثقافة التسامح، ومظاهر انعكاس أيديولوجية الفكر الأزهري

على تصورات الخطاب في حالتي التسامح والتعصب من قبل الآخر، وباستخدام التحليل الكيفي للخطاب في إطار عدد من المداخل النظرية هي نظرية تحليل الخطاب متعدد الأساليب ومنهج تحليل الخطاب الاجتماعي الإدراكي لفان ديك. خلصت الدراسة إلى أن أهم أبعاد فاعلية الخطاب هي إيجابية تصوراته نحو مبادرات التسامح الديني سواء وجهت من غير المسلمين أو من المسلمين، وشمولية تناوله لعناصر قضية التعصب الديني سواء في طرحه لأسبابه ومظاهره ونتائجه أو وسائل مكافحته، وموضوعية لغة الخطاب ومجافاتها للاستقطاب أو التناول التعميمي الذي ينظر إلى غير المسلمين على أنهم نسخ متماثلة، حيث رسم الخطاب صورة واقعية للآخر تتضمن تنوع التكوين الداخلي.

دراسة محمد أحمد (2019) اهتمت بالتعرف على آليات تطوير الخطاب الإعلامي الآمن والمضاد للكراهية. توصلت الدراسة إلى أن أكثر وسائل الاتصال تأثيرًا في الجمهور هي مواقع الإنترنت، وجاءت القنوات الفضائية في المرتبة الثانية. وأظهرت الدراسة أن من أهم خطوات بناء الخطاب الآمن المضاد للكراهية هي المهنية والقدرات الذاتية التي يتمتع بها القائم بالاتصال، فضلًا عن القيم المجتمعية وتعدد الآراء والتوجهات والحياد والموضوعية. وتتمثل المرتكزات الأساسية للخطاب الآمن المضاد للكراهية في: المساواة ومحاربة الظلم وتفعيل النظم والقوانين، والمرتكزات الأساسية للخطاب الآمن: المواجهة والتحصين وثقافة الحوار والشراكة.

دراسة «Collins Udanor وآخرون» (2019) أوضحت أن خطاب الكراهية أصبح في الآونة الأخيرة تطورًا مزعجًا، وأن له معان مختلفة لأناس مختلفين في ثقافات مختلفة، حيث يوفر إخفاء الهوية وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي أرضًا خصبة لخطاب الكراهية ويجعل مكافحته تبدو وكأنها معركة خاسرة. ولكن ما قد يشكل خطابًا يحض على الكراهية في مجتمع محايد ثقافيًا أو دينيًا قد لا يُنظر إليه على هذا النحو في مجتمع مستقطب متعدد الثقافات والأعراق والأديان مثل نيجيريا. واهتمت الدراسة بالتحقق من مدى وجود خطاب الكراهية في منصات التواصل الاجتماعي مثل «تويتر»، وإلى أي درجة مسموح خطاب الكراهية إن وجد؟.

دراسة «Erik Brorson» (2018) ذهبت إلى أنه نظرًا للانفجار الهائل في حجم وسائل التواصل الاجتماعي، فإن حجم خطاب الكراهية آخذ في الازدياد أيضًا، وأنه لمكافحة هذه المشكلة بكفاءة، فإننا نحتاج إلى نماذج تعلم آلي موثوقة وقابلة للتطوير، من خلال إستراتيجية جديدة للنمذجة شبه الخاضعة للإشراف، حيث يتم تدريبها أولًا على البيانات المتاحة مجانًا من المجتمعات البغيضة، ثم يتم ضبطها لتصنيف التغريدات التي تحض على الكراهية من مجموعات البيانات المشروحة من مصادر جماعية.

تعليق عام على الدراسات السابقة:

تنوعت الدراسات السابقة بين دراسات ميدانية من حيث دراسة الجمهور، ودراسات أخرى تحليلية للمضمون الإعلامي ومحتوى وسائل الإعلام، وذلك في أكثر من دولة وأكثر من مجتمع، كما تنوعت تلك الدراسات في مداخلها بين مدخل إعلامي، وقانوني، وسياسي، واجتماعي، ولغوي، وتكنولوجي،

وجغرافي، ما يكشف عن تعدد الوجوه الخاصة بخطاب الكراهية، وسبل مواجهته، باعتباره يشكل ظاهرة مجتمعية، علاجها لا بد وأن يأتي من خلال إستراتيجية متكاملة تأخذ بعين الاعتبار الأبعاد المختلفة لتلك الظاهرة.

ومن الملاحظ أن هذه الدراسات رصدت بوضوح آليات خطاب الكراهية، كما قدمت الكثير من التوصيات والاقتراحات الخاصة بدور الإعلام، وغيره من مؤسسات المجتمع، في مواجهة هذا الخطاب، بالإضافة إلى دعم وترسيخ منظومة القيم الإيجابية.

مدى الاستفادة من الدراسات السابقة:

أفادت البحوث والدراسات السابقة الدراسة الحالية على أكثر من مستوى:

أولًا– على المستوى المنهجي والإجرائي: من حيث تحديد المشكلة البحثية على نحو واضح، واختيار الأدوات المناسبة للدراسة، ومن ذلك تصميم استمارة استطلاع الرأي، واستمارة المقابلات المتعمقة.

ثانيًا– على المستوى الفكري والمعرفي: من حيث التعرف على مفهوم خطاب الكراهية، وسماته وخصائصه، ودور القوانين والمواثيق الدولية والإقليمية في تجريم هذا الخطاب، ومن جانب آخر توضيح المقصود بمفهوم التسامح، كما أن بعض الدراسات اهتم بإبراز دور الإعلام في مواجهة خطاب الكراهية وترسيخ ثقافة التسامح.

مشكلة الدراسة:

يُعد خطاب الكراهية المتواجد والمنتشر في عدد من وسائل الإعلام، التقليدية والحديثة، فضلًا عن شبكات التواصل الاجتماعي، واحدًا من بين المشكلات المتزايدة والمتنامية، على المستوى الوطني والإقليمي والدولي، حتى بات الأمر يمثل تحديًا كبيرًا يواجه المجتمع المصري، والمجتمعات العربية، والمجتمع العالمي في الوقت الراهن، وهو يسبب مشكلات أخرى تتعلق باختلال منظومة القيم ووقوع بعض الممارسات المجتمعية غير المناسبة مثل رفض الآخر والإهانة والإقصاء والعنف، إلى غيرها من سلوكيات، تعتمد على المغالاة في التصنيف والتركيز على المقارنات الاجتماعية، ما يضر بالعلاقة بين المواطنين بعضهم بعضًا، وبين المجتمعات والدول أيضًا.

من هنا تتحدد مشكلة هذه الدراسة وتتبلور حول الحاجة إلى العمل على مواجهة خطاب الكراهية، ومناهضة ممارسات التمييز والتعصب، وتأكيد دور الإعلام، بوسائله المختلفة والمتنوعة، في دعم وترسيخ ثقافة التسامح.

أهمية الدراسة:

تنطلق أهمية الدراسة الحالية من مجموعة من الأسباب على النحو التالي:

أولًا– على مستوى المجتمع:

– خطورة خطاب الكراهية على استقرار المجتمع/ المجتمعات، وتأثيره على أمن المجتمع وسلامته، بما ينتجه من آثار سلبية، حيث بات خطاب الكراهية يستشري في المجتمع المصري بشكل واضح وجلي، كما أصبح يمثل تحديًا أمام جهود التنمية.

– أهمية ثقافة التسامح بالنسبة للمجتمع/ المجتمعات، من حيث تحقيق قيم أخرى إيجابية منها التعايش المشترك والتعاون البنّاء والسلام الإيجابي وغيرها، ما يحقق أهداف الدولة وتطلعات المواطنين ويُساهم في عملية التنمية المستدامة.

ثانيًا– على مستوى الجماعة الصحفية/ الإعلامية:

– تأكيد دور الإعلام، التقليدي والحديث، في بناء وتنمية المجتمع، ومن ثم دعوة الصحفيين والإعلاميين للمساهمة في عملية التنوير ومؤازرة جهود التنمية المستدامة، من خلال نشر القيم الإيجابية وفي مقدمتها قيمة التسامح، ومن جانب آخر مواجهة خطاب الكراهية والتحريض والتعصب.

– الدفاع عن أخلاقيات مهنة الصحافة والإعلام، التي أكدتها الدساتير والقوانين المحلية والإقليمية والدولية، وغيرها من مواثيق الشرف المهنية ومدونات السلوك.

– أن المجتمع المصري يزخر بالتعددية والتنوع على أكثر من مستوى، من حيث: الدين– النوع الاجتماعي– اللون– المستوى الاقتصادي الاجتماعي– الانتماء الفكري والأيديولوجي.. إلخ، ما يتطلب دورًا أكبر للإعلام والإعلاميين في دعم وترسيخ ثقافة التسامح بين مختلف مكونات الجماعة الوطنية المصرية، ومن جانب آخر مواجهة خطاب الكراهية وتبعياته.

أهداف الدراسة:

تستهدف الدراسة الحالية– وبشكل أساسي– إبراز دور الإعلام في مواجهة خطاب الكراهية وبناء مجتمع التسامح.

وثمة مجموعة من الأهداف الفرعية:

– تحديد مفهوم خطاب الكراهية، وممارساته وسماته وخصائصه، في وسائل الإعلام.

– رصد أسباب خطاب الكراهية وتبين مدى تأثير المحيط الاجتماعي في تكريسه.

– التعرف على الآثار الناجمة عن انتشار خطاب الكراهية على المجتمع ومنظومة القيم.

– التعرف على ممارسات الإعلام الخاصة ببناء ثقافة التسامح.

– التوصل إلى آليات خاصة بدعم خطاب التسامح ومواجهة خطاب الكراهية من خلال: الهيئات المنظمة للعمل الإعلامي، والقائمين بالاتصال، ومضمون الرسالة الإعلامية.

– اقتراح مقرر دراسي، يتم تدريسه لطلاب الإعلام من مختلف التخصصات، يعنى بدور الإعلام في مواجهة خطاب الكراهية ودعم ثقافة التسامح.

تساؤلات الدراسة وفروضها:

تتمثل تساؤلات الدراسة في النقاط التالية:

– ما مفهوم خطاب الكراهية؟ وما أبرز ممارساته وسماته وخصائصه؟

- لماذا يتواجد خطاب الكراهية في بعض المضامين والرسائل الإعلامية؟
- هل هناك تأثير للمحيط الاجتماعي الخاص بالإعلاميين في تكريس خطاب الكراهية؟ وكيف؟
- ما الآثار الناجمة عن انتشار خطاب الكراهية عبر وسائل الإعلام على المجتمع ومنظومة القيم؟ وما آليات دعم خطاب التسامح ومواجهة خطاب الكراهية؟
- ما دور الإعلام في مواجهة خطاب الكراهية وبناء مجتمع التسامح؟
- هل من الممكن اقتراح مقرر دراسي يدرسه طلاب الإعلام يختص بمواجهة خطاب الكراهية وبناء مجتمع التسامح؟ ما المفاهيم والمعارف والمعلومات؟ وما المهارات المهنية والذهنية والعامة التي من المتوقع أن يتضمنها هذا المقرر؟

وتتحدد فروض الدراسة في التالي:

- **الفرض الأول:** يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لإدراك الإعلاميين لممارسات خطاب الكراهية في وسائل الإعلام على إدراكهم لآليات دعم خطاب التسامح وضمان الالتزام به في ضوء متغير الاتجاه نحو التصنيف الاجتماعي وبناء الهوية.
- **الفرض الثاني:** يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاتجاه الإعلاميين نحو خطاب التسامح على إدراكهم لآليات دعم خطاب التسامح وضمان الالتزام به في ضوء متغير الاتجاه نحو التصنيف الاجتماعي وبناء الهوية.
- **الفرض الثالث:** توجد اختلافات بين المبحوثين في كل من: اتجاه المبحوثين نحو ممارسات خطاب الكراهية وإدراكهم لتأثير المحيط الاجتماعي في تكريس خطاب الكراهية واتجاههم نحو ممارسات خطاب التسامح، وإدراكهم لآليات دعم خطاب التسامح، وذلك وفقًا لاتجاه المبحوثين نحو التصنيف الاجتماعي وبناء الهوية.

الإطار النظري للدراسة:

تستفيد هذه الدراسة من الإطار الفكري الخاص بالنظرية الاجتماعية الخاصة بالعلاقات بين الجماعات، وهي تشمل بدورها عدة نظريات، تركز بالأساس على الواقع/ المحيط الاجتماعي المؤثر، والعلاقة بين مكونات المجتمع وأطرافه.

هناك نظرية «**التصنيف الاجتماعي**» التي تعالج بشكل رئيس مفهوم الإدراك، لا سيما إدراك الآخر كنظرة كل جماعة أو قومية أو حتى أمة حيال الأخرى، وكيف أن هذا الإدراك يتأثر بالعمليات السيكولوجية التي قد تشوهه، وهي بالتالي تؤثر على عملية التفاعل الاجتماعي، وبشكل عام فإن عملية التصنيف تُعتبر عملية مفيدة في حياتنا الاجتماعية، لأنها تساعدنا على تبسيط تفاعلاتنا اليومية مع البيئة الاجتماعية والفيزيقية المعقدة، وكذلك تبسيط المهام العقلية، «لكنها تُعد أيضًا عملية خطيرة لأنها تؤدي بسهولة إلى التصنيف الفئوي المبالغ فيه، والتعميم، والحكم المسبق على الآخرين» (زايد، 2006، ص 40).

ومن بين نظريات العلاقات مع الآخرين، التي تؤثر على عملية التفاعل الاجتماعي ونظرة الأنا

للآخر، تبرز نظرية «**المقارنة الاجتماعية**» مع الآخرين، وهي نظرية تعالج المحكات التي نوجدها للتعرف على ذواتنا، والعمليات النفسية التي تتدخل وتفرض على كل جماعة أن تختار جماعة بعينها للمقارنة معها كإطار مرجعي، وتطرح هذه النظرية أفكارًا تتعلق بالهوية الاجتماعية والإبداع الاجتماعي والتغيير الاجتماعي. وهناك نظرية «**الأفكار النمطية**»، حيث الصور والأفكار والمعتقدات عن الآخرين، وقد تؤدي إلى تشويه الواقع (زايد، 2006).

الإطار المنهجي للدراسة:

نوع الدراسة:

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية التحليلية، التي تصف ظاهرة خطاب الكراهية في الصحافة وغيرها من وسائل الإعلام، ومن جانب آخر تحلل الأسباب والنتائج.

مناهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على **أسلوب المسح الإعلامي** في جمع البيانات، من خلال مسح مجتمع الإعلاميين العاملين في عدد من وسائل الإعلام، القومية والحزبية والخاصة، بهدف الحصول على إجابات دقيقة عن موضوع الدراسة، التي تُسهم في الإجابة عن تساؤلاتها للتوصل إلى نتائج مفسرة، لها دلالتها الإحصائية، وذلك لقياس آراء واتجاهات القائمين بالاتصال نحو خطاب الكراهية وآليات دعم وترسيخ ثقافة التسامح في المجتمع المصري.

كما تعتمد الدراسة على **المنهج المقارن** بهدف المقارنة بين استجابات المبحوثين في وسائل الإعلام، وكذلك المشاركين في المقابلات المتعمقة، للكشف عن أوجه الاتفاق والاختلاف فيما بينهم.

أداة جمع البيانات وأسلوب المعالجة:

تم جمع بيانات هذه الدراسة من خلال «**صحيفة الاستقصاء**» التي تم تصميمها، وتوزيع أسئلتها على محاور الدراسة وفقًا لتساؤلات البحث.

بالإضافة إلى أداة «**المقابلات المتعمقة**» مع عدد من أساتذة وخبراء الصحافة والإعلام، والمجتمع المدني من المُتخصصين في مجالات دعم المواطنة والتسامح والحوار، ومواجهة خطاب الكراهية والتعصب والعنف.

الإطار الإجرائي للدراسة:

عينة الدراسة:

تم اختيار عينة الدراسة الميدانية وفقًا لأسلوب العينة الحصصية، حيث تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها «100» إعلامي من العاملين بالصحافة والإذاعة والتليفزيون والمواقع الصحفية الإلكترونية، وقد تم مراعاة طبيعة ملكية الوسيلة الإعلامية (قومية وحزبية وخاصة). وتوضح بيانات الجدول التالي توزيع العينة حسب متغيرات النوع وطبيعة العمل والمؤسسة الإعلامية التابع لها وسنوات الخبرة:

جدول رقم (1)
توزيع العينة حسب البيانات العامة للإعلاميين

		العدد
النوع	ذكر	٥٥
	أنثى	٤٥
طبيعة العمل	الصحافة	٧٤
	الإذاعة أو التليفزيون	٢٦
المؤسسة (الصحفية/الإعلامية) التابع لها	صحيفة قومية	١٨
	صحيفة حزبية	٧
	صحيفة خاصة	٤٩
	محطة إذاعية أو قناة تليفزيونية قومية	١٨
	محطة إذاعية أو قناة تليفزيونية خاصة	٨
عدد سنوات الخبرة	من سنة إلى خمس سنوات	٢١
	من ست سنوات إلى عشر سنوات	١٢
	أكثر من عشر سنوات	٦٧
الإجمالي		١٠٠

بالإضافة إلى إجراء عدد من المقابلات المتعمقة، مع مجموعة من المهتمين والمعنيين، من خبراء الصحافة والإعلام والمجتمع المدني.

إجراءات الصدق للدراسة:

يُقصد بالصدق اتفاق المحكمين على أن أداة القياس صالحة لتحقيق أهداف الدراسة، ويطلق عليه الصدق الظاهري، ومن ثم قام الباحثان بالتحقق من صدق استمارة الاستبيان من خلال تحكيمها من عدد من الأساتذة والخبراء المتخصصين في مجالي المواطنة والإعلام، وأجريت بعض التغييرات اللازمة على الاستمارة بناءً على توجيهاتهم لوضع استمارة الاستبيان في صورتها النهائية.

وقد تم تطبيق الاستمارة ميدانيًا **بأسلوب المقابلة الشخصية**، وبعد المراجعة المكتبية لاستمارات البحث واستبعاد غير الصالح منها للتطبيق والمعالجة الكمية تم تفريغ البيانات باستخدام برنامج (SPSS)، والاعتماد على حساب التكرارات واستخراج الجداول البسيطة، واستخدام المتوسط الحسابي والوزن النسبي، بالإضافة إلى المعاملات الإحصائية المتمثلة في اختبار ثبات ألفا كرونباخ وتحليل الانحدار الخطي وتحليل التباين أحادي الاتجاه (ANOVA) والاختبار البعدي (أقل فرق معنوي) «LSD»، للتوصل إلى نتائج الدراسة العامة والتفصيلية.

مقاييس الدراسة:

استفادت الدراسة الحالية من الإطار النظري والدراسات السابقة في إعداد مقاييس الدراسة، على النحو التالي:

1. مقياس اتجاه الإعلاميين نحو ممارسات خطاب الكراهية من وجهة نظرهم، وكانت قيمة ألفا كرونباخ للمقياس (α= 0.908)، ومعامل الصدق الذاتي للمقياس (√α= 0.953). ويتكون هذا المقياس من خمس مستويات على النحو التالي:

أ. **اتجاه الإعلاميين نحو معنى خطاب الكراهية في وسائل الإعلام،** وكانت قيمة ألفا كرونباخ للمقياس (α= 0.768)، ومعامل الصدق الذاتي للمقياس (√α= 0.876).

ب. **اتجاه الإعلاميين نحو خصائص وسمات خطاب الكراهية في وسائل الإعلام،** وكانت قيمة ألفا كرونباخ للمقياس (α= 0.816)، ومعامل الصدق الذاتي للمقياس (√α= 0.903).

ت. **مقياس أثر انتشار خطاب الكراهية على المجتمع ومنظومة القيم،** وكانت قيمة ألفا كرونباخ للمقياس (α= 0.912)، ومعامل الصدق الذاتي للمقياس (√α= 0.955).

ث. **مقياس ممارسات دعم خطاب الكراهية في وسائل الإعلام،** وكانت قيمة ألفا كرونباخ للمقياس (α= 0.716)، ومعامل الصدق الذاتي للمقياس (√α= 0.846).

ج. **مقياس أسباب وجود خطاب الكراهية في المضامين الصحفية والإذاعية والتليفزيونية،** وكانت قيمة ألفا كرونباخ للمقياس (α= 0.752)، ومعامل الصدق الذاتي للمقياس (√α= 0.867).

2. مقياس إدراك تأثير المحيط الاجتماعي في تكريس خطاب الكراهية، وكانت قيمة ألفا كرونباخ للمقياس (α= 0.801)، ومعامل الصدق الذاتي للمقياس (√α= 0.895).

3. مقياس الاتجاه نحو خطاب التسامح، وكانت قيمة ألفا كرونباخ للمقياس (α= 0.969)، ومعامل الصدق الذاتي للمقياس (√α= 0.984).

4. مقياس ادراك آليات دعم خطاب التسامح وضمان الالتزام به، وكانت قيمة ألفا كرونباخ للمقياس (α= 0.952)، ومعامل الصدق الذاتي للمقياس (√α= 0.976). ويتكون هذا المقياس من ثلاثة مستويات على النحو التالي:

أ. **مقياس آليات دعم خطاب التسامح،** وكانت قيمة ألفا كرونباخ للمقياس (α= 0.929)، ومعامل الصدق الذاتي للمقياس (√α= 0.964).

ب. **مقياس آليات ضمان التزام المعالجة الإعلامية بثقافة التسامح وتجنب خطاب الكراهية،** وكانت قيمة ألفا كرونباخ للمقياس (α= 0.909)، ومعامل الصدق الذاتي للمقياس (√α= 0.953).

ت. **مقياس آليات مُساهمة الرسالة الإعلامية في نشر قيمة التسامح،** وكانت قيمة ألفا كرونباخ للمقياس (α= 0.921)، ومعامل الصدق الذاتي للمقياس (√α= 0.96).

5. مقياس دور وسائل الإعلام في دعم خطاب التسامح، وكانت قيمة ألفا كرونباخ للمقياس (α= 0.95)، ومعامل الصدق الذاتي للمقياس (√α= 0.975).

6. مقياس إرشادات ضمان معالجة إعلامية مهنية، وكانت قيمة ألفا كرونباخ للمقياس (α=

0.873)، ومعامل الصدق الذاتي للمقياس ($\alpha= 0.934\sqrt{2}$).

7. مقياس الاتجاه نحو التصنيف الاجتماعي وبناء الهوية، وكانت قيمة ألفا كرونباخ للمقياس ($\alpha= 0.983$)، ومعامل الصدق الذاتي للمقياس ($\alpha= 0.991\sqrt{2}$).

خطاب الكراهية وجهود بناء مجتمع التسامح:

مفهوم خطاب الكراهية:

واقع الأمر أنه لا يوجد تعريف قانوني دقيق مُتفق عليه لمفهوم خطاب الكراهية، وإن كانت الاجتهادات المتعلقة بالتعريفات المطروحة من جانب بعض المؤسسات والباحثين تجمعها مساحة مشتركة من الأفكار والسمات والخصائص التي تُميز خطاب الكراهية، الذي يختلف بطبيعة الحال عن النقاش العام وحرية الرأي والتعبير وحق النقد.

وقد أدى غياب هذا التعريف إلى حالة من التخبط بين حرية الرأي والتعبير من جهة، وما يُعتبر خطاب كراهية من جهة أخرى، «وهو ما يؤدي في أغلب الأحوال إلى تطبيق هذا المفهوم بطريقة خاطئة تؤدي إلى فرض قيود عديدة على حرية التعبير» (شرادقة، وآخرون، 2017، ص 575).

على أية حال فإن هناك اجتهادات غير قليلة اهتمت بتعريف خطاب الكراهية ومحاولة ضبط المصطلح..

حسب مركز «كايسيد» العالمي للحوار بين أتباع الأديان والثقافات فإن خطاب الكراهية يُعَرَّف عمومًا على أنه «أنماط مختلفة من أنماط التعبير العام التي تنشر الكراهية أو التمييز أو العداوة أو تحرض عليها أو تروج لها أو تبررها ضد شخص أو مجموعة، على أساس من يكونون، بمعنى آخر، بناءً على الدين أو الأصل العرقي أو الجنسية أو اللون أو النسب أو الجنس أو أي عامل هوية آخر»، وأنه «ما لم نتصدَّ لهذا الخطاب، فإنَّه يمكن أن يؤدي إلى وقوع أعمال عنف وجرائمَ كراهية ضد الجماعات المُهمَّشة. ومع أن بعض التصريحات قد لا تحرض على العنف مباشرةً، فإنها يمكن أن تنشر بذور التعصب والغضب التي تؤدي إلى إضفاء الشرعية على أعمال الكراهية» (https://www.kaiciid.org).

وحسب «منظمة سكاي لاين الدولية» (Sky Line International) فإن خطاب الكراهية هو «كل خطاب دوني مبني على العنف اللفظي يهدف إلى القتل المعنوي للآخر وإقصائه من خلال الدعوة للقتل والعنف وصولًا إلى الشتم والسب والقذف والإهانة والتمييز والعنصرية والتعصب الفكري والاستعلاء. ويشكل عادة خطاب الكراهية أداة مهمة لتحفيز المشاعر وإثارتها وتوجيهها في اتجاه معين بما ينشء سلوكًا وثقافة مبنية على العنصرية والتمييز ضد من وجه الخطاب ضدهم، ومن هنا تكمن خطورة هذا الخطاب خاصة إذا توفرت منصات إعلامية وبيئة مهيئة لهذا النوع» (سكاي لاين الدولية. 2019. ص 5).

وترى «إستراتيجية الأمم المتحدة لمكافحة خطاب الكراهية»، التي صدرت عام 2019، أن خطابات الكراهية «أي نوع من التواصل، الشفهي أو الكتابي أو السلوكي، الذي يهاجم أو يستخدم لغة ازدرائية أو تمييزية بالإشارة إلى شخص أو مجموعة على أساس الهوية، وبعبارة أخرى، على

أساس الدين أو الانتماء الإثني أو الجنسية أو العرق أو اللون أو الأصل أو نوع الجنس أو أحد العوامل الأخرى المحددة للهوية».

وقد اجتهد عدد من الباحثين في وضع تعريفات لخطاب الكراهية، حيث يرى «فيصل عبد العزيز» أن خطاب الكراهية هو «كل كلام يثير مشاعر الكره نحو مكون أو أكثر من مكونات المجتمع، وينادي ضمنًا بإقصاء أفراده إما بالطرد أو الإفناء أو بتقليص الحقوق أو اغتيال الشخصية، ومعاملتهم كمواطنين من درجة أقل. كما يحوي هذا الخطاب ضمنًا أو علنًا نظرة استعلائية كأساس يُمكّن أصحابه من الشعور بالتميز والاستحواذ وامتلاك الحقيقة والحقوق، وقد يتجاوز هذا الخطاب الحدود الجغرافية للبلد الواحد ليمتد إلى بلدان أخرى» (عبد العزيز، 2017، ص 168).

وتذهب «ندى عمران» إلى أن خطاب الكراهية يُشير إلى «المشاعر الصارخة من الازدراء والبغض تجاه مجموعة مستهدفة، وهو كل فعل من شأنه إثارة النعرات الطائفية والدينية والدعوة للعنف والتحريض عليه بحق أشخاص أو مجموعات، مما يلحق ضررًا بسمعته أو ماله أو يعرض حياته للخطر». (عمران، ندى. 2019، ص 17).

ويتبنى «محمد عبد الرزاق» التعريف التالي: «خطاب الكراهية وصف مجموعة واسعة من خطابات أو كلمات مسيئة، من الكراهية والتحريض على العنصرية والعرقية والدينية والجنسية، وصولًا إلى السباب والتشهير، مرورًا بأشكال التحيز المتفاقمة، لذا يمكن بسهولة التحدث عن خطابات الكراهية لأنها متعددة الأوجه ويأتي استخدام المفرد في الدلالة إليها أي خطاب الكراهية بسبب السمة المشتركة الخاصة بها وهي التحريض على الكراهية أو الحث على الكراهية والعنف» (مصطاف، 2019م، ص 30).

وعند «سارة يسن» فإنه خطاب الكراهية الرقمي يُقصد به المحتوى الذي يتم تناوله وتداوله عبر الفيس بوك ويهدف إلى بث الكراهية نحو فئة أو قضايا معينة من طرف إلى طرف آخر ويتسم غالبًا بالكذب والتضليل (يسن، 2020، ص 30).

وتربط «وسام نصر» بين خطاب الكراهية والتحريض، حيث تذهب إلى أن خطاب الكراهية بشكل عام هو «بث الكراهية والتحريض على النزاعات والصراعات الطائفية والإقليمية، والتحريض على إنكار وجود الآخر وإنسانيته، وتهميشه، ونشر الفتنة واستخدام أساليب الفزع، واستخدام الكلمات النابية والصوت العالي ضد طائفة دينية أو عرقية، والحض على العنف واتهام الطرف الآخر بالخيانة والفساد» (نصر، 2020، ص 1).

ويستخدم الباحثان هنا مصطلح «خطاب الكراهية» (Hate Speech) باعتباره خطابًا، يتم التعبير عنه بشكل مكتوب أو مرئي أو مسموع أو إلكتروني، يتضمن اتجاهات سلبية ضد شخص/ فرد آخر أو ضد مجموعة/ مجموعات أخرى، سواء كانت دينية أو إثنية أو أيديولوجية أو أيًا كانت، حيث ينطوي هذا الخطاب على التحريض، وقد يتضمن دعوات وممارسات سلبية أخرى مثل الاستعلاء والإهانة والإقصاء والرفض والنبذ والتحيز والتعصب والازدراء، وغيرها، وقد يصل خطاب الكراهية إلى حد الدعوة إلى ممارسة العنف ضد الآخر المختلف.

وهناك اجتهادات كثيرة حول تعريف مصطلح التسامح (Tolerance)، من جانب المؤسسات

والأفراد، التي تتفق في كثير من المبادئ والأفكار، فمن جانبها أعلنت منظمة الأمم المتحدة (UN) التزامها بالعمل على دعم التسامح من خلال تعزيز التفاهم المتبادل بين الثقافات والشعوب. وتكمن ضرورة هذا الالتزام في جوهر ميثاق الأمم المتحدة، وفي الإعلان العالمي لحقوق الإنسان كذلك. وفي عام 1996، دعت الجمعية العامة الدول الأعضاء إلى الاحتفال باليوم الدولي للتسامح في 16 تشرين الثاني/ نوفمبر، من خلال أنشطة ملائمة توجه نحو كل من المؤسسات التعليمية وعامة الجمهور) القرار 95/51، المؤرخ 12 كانون الأول/ ديسمبر). وجاء ذلك الإجراء في أعقاب إعلان الجمعية العامة في 1993م سنة 1995م بوصفها سنة الأمم المتحدة للتسامح. وفي المؤتمر العام لليونسكو (UNESCO) في 16 تشرين الثاني/نوفمبر 1995، اعتمدت الدول الأعضاء إعلان المبادئ بشأن التسامح وخطة عمل متابعة سنة الأمم المتحدة للتسامح (https://www.un.org/ar/observances/tolerance-day).

وكان مما جاء في المادة الأولى من هذا الإعلان: «إن التسامح يعني الاحترام والقبول والتقدير للتنوع الثري لثقافات عالمنا ولأشكال التعبير وللصفات الإنسانية لدينا. ويتعزز هذا التسامح بالمعرفة والانفتاح والاتصال وحرية الفكر والضمير والمعتقد. وأنه الوئام في سياق الاختلاف، وهو ليس واجبًا أخلاقيًا فحسب، وإنما هو واجب سياسي وقانوني أيضًا، والتسامح، هو الفضيلة التي تيسر قيام السلام، يسهم في إحلال ثقافة السلام محل ثقافة الحرب. (http://hrlibrary.umn.edu/arab/tolerance.html).

ويرى الباحثان أن قيمة التسامح تعني القدرة على احترام الآخر وقبوله، والإيمان بالحق في الاختلاف، وهي ترتبط بمبدأ المواطنة وقيم التعددية والتنوع، والقدرة على التعايش المشترك والإيجابي، والتعاون البناء، بما يحقق الخير العام.

أشكال ونماذج من خطاب الكراهية:

تشهد وسائل الإعلام، وغيرها من مواقع التواصل الاجتماعي، بعض المعالجات والممارسات الخاصة بإنتاج خطاب الكراهية. حيث يتخذ خطاب الكراهية في وسائل الإعلام، عدة أشكال، منها مثلًا: الدعوة للقتل والعنف، والتمييز والعنصرية، والتحريض، والوصم، والشتم (سكاي لاين الدولية، 2019، ص 6).

وقد شهد المجتمع المصري خلال السنوات الأخيرة الماضية عددًا من المواقف والأحداث التي تجلى فيها خطاب الكراهية بوضوح، من خلال محتوى بعض وسائل الإعلام، وبعض شبكات التواصل الاجتماعي أيضًا، من ذلك مثلًا:

- الشماتة عند وفاة بعض الشخصيات العامة لاختلافات سياسية، مثل وفاة الإعلامي وائل الإبراشي في 9 يناير 2022، ووفاة المستشارة تهاني الجبالي أيضًا في نفس اليوم، وقد انتقد كثيرون هذه الحالة، ومن ذلك أن دار الإفتاء المصرية انتقدت الشامتين في الموت، ومن يتمنون العذاب لمن مات، وأن ذلك ليس من صفات المؤمنين ولا من سمات ذوي الأخلاق الكريمة.
- إهانة الإعلامي تامر أمين لأهل الصعيد، في برنامجه «آخر النهار»، فبراير 2021، حيث اتهم

أهل الصعيد بأنهم السبب الرئيس في مشكلة الزيادة السكانية، وأنهم يهتمون بكثرة إنجاب الأطفال لينفقوا على الآباء والأمهات، وتشغيل البنات خادمات في القاهرة، ما أثار غضب الكثيرين، وإن عاد أمين واعتذر للمشاهدين ولأهل الصعيد.

– إهانة الدكتور مبروك عطية لشخص السيد المسيح، 2022، وسط حالة من غضب المسيحيين، واستياء غيرهم من المسلمين، ثم اعتذاره وتراجعه عن هذه التصريحات.

– خطابات القس السابق زكريا بطرس ضد الدين الإسلامي والنبي محمد (ص)، من خلال قنوات فضائية تُبث من خارج مصر، ما أثار حالة من الجدل.

– حادث قتل فتاة جامعة المنصورة، 2022، على يد زميل لها في الجامعة. حيث أساء البعض لها وخاض في سلوكها الشخصي، لكونها غير محجبة ولأنها تعمل «موديل»، وتسعى للعمل في مجال الفن.

– دعوة البعض إلى عدم الترحم على الراحلين من المختلفين في الانتماء الديني، وعدم تهنئة المختلفين في الانتماء الديني بمناسبة بعض الأعياد والمناسبات الدينية، ومدى إمكانية الصداقة بين المختلفين دينيًا.. وهي ممارسات تتكرر بين الحين والآخر، وتشهد جدلًا في وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي.

جهود مواجهة خطاب الكراهية ودعم ثقافة التسامح:

شهد المجتمع الدولي، وعبر سنوات طويلة، عدة جهود قانونية عملت على تجريم خطاب الكراهية، ومناهضة التمييز، ومن جانب آخر العمل على ترسيخ مبادئ التسامح والمساواة واحترام التعددية والتنوع وقبول الاختلاف..، في إطار من احترام حرية الرأي والتعبير، حيث تجسدت تلك الجهود في إعلان بعض القوانين والمواثيق، الدولية والإقليمية، بالإضافة إلى الدساتير والقوانين المحلية/ الوطنية.

– **من المواثيق الدولية/ العالمية:** الإعلان العالمي لحقوق الإنسان (1948)، الاتفاقية الدولية للقضاء على جميع أشكال التمييز العنصري (1965)، العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية (1966)، قرار مجلس الأمن رقم «1624» لعام 2005، مبادىء كامدن حول حرية التعبير والمساواة (إبريل 2009)، وثيقة الأخوة الإنسانية (2019).

– **ومن المواثيق الإقليمية:** الاتفاقية الأوربية لحقوق الإنسان (1950)، الاتفاقية الأمريكية لحقوق الإنسان (1969)، الميثاق الإفريقي لحقوق الإنسان والشعوب (1981)، مدونة سلوك الاتحاد الأوروبي لمكافحة خطابات الكراهية على الإنترنت، الميثاق العربي لحقوق الإنسان (2004)، إعلان حرية الإعلام في العالم العربي (2004)، خطة عمل الرباط (2012)، وثيقة مكة المكرمة (2019).

– وفي إطار الجهود الوطنية يؤكد الدستور المصري، الصادر عام 2014 وتعديلاته التالية، الكثير من الحقوق والحريات، مع بعض الضوابط والمسئوليات، ويمكن هنا الرجوع للمواد (51– 53– 64– 65– 67). كما يؤكد ميثاق الشرف الصحفي في مصر، 1998، على حرية الرأي

والتعبير، وفي الوقت ذاته رفض ممارسات الكراهية بكافة أشكالها وصورها، من تمييز وعنصرية وتعصب.

على هذا النحو فإن ثمة فرقًا واضحًا واختلافًا كبيرًا بين حرية الرأي والتعبير من جهة، وممارسة خطاب الكراهية من جهة أخرى، ذلك أن حرية الرأي والتعبير لا تعني الانفلات، ولا تعني حرية إهانة الآخرين أو التعالي عليهم، كما لا تعني الحض على الكراهية والتحريض على العنف، وغيرها من أشكال الإساءة، ويجب ألا تصل إلى حد إعمال الكراهية والتحريض على العنف ورفض الآخر وإقصائه وتشويهه، وغيرها من ممارسات سلبية.

وقد تأسست عدة كيانات ومبادرات، حكومية وغير حكومية، اختصت بدعم وترسيخ ثقافة التسامح ومواجهة خطاب الكراهية، على المستوى المصري والعربي والدولي.

نتائج الدراسة الميدانية والمقابلات المتعمقة:

للإجابة عن تساؤلات الدراسة الميدانية تم تقسيمها إلى محاور على النحو التالي:

المحور الأول: إدراك الإعلاميين لممارسات خطاب الكراهية في وسائل الإعلام

استهدفت الدراسة الميدانية التعرف على إدراك الإعلاميين عينة الدراسة لممارسات خطاب الكراهية في وسائل الإعلام من خلال التعرف على: معنى خطاب الكراهية، وسمات وخصائص هذا الخطاب في وسائل الإعلام، بالإضافة إلى أسباب وجود خطاب الكراهية في وسائل الإعلام، والممارسات التي تقوم بها وسائل الإعلام لدعم هذا الخطاب، كذلك التعرف على مدى تأثير المحيط الاجتماعي على تكريس خطاب الكراهية، والآثار الناجمة عن انتشار خطاب الكراهية على المجتمع ومنظومة القيم.

تبين من نتائج الدراسة الميدانية أن أغلب الإعلاميين (86%) يوافقون على أن خطاب الكراهية في وسائل الإعلام يعني «النظرة الدونية للآخرين والتعالي عليهم بسبب الاختلاف في اللون أو الدين أو المذهب الديني أو الجنس أو العمر أو المستوى الاقتصادي- الاجتماعي»، يليه في الترتيب الثاني «التقليل من شأن الآخرين»، ثم في الترتيب الثالث كل من «رفض قيم الآخرين وعاداتهم وتقاليدهم»، و»عدم القبول بالاختلاف مع الآخرين»، وفي المرتبة الأخيرة جاء «توجيه اتهامات للآخرين». وبشكل عام فإن درجة موافقة الإعلاميين- عينة الدراسة- على تعريفات خطاب الكراهية في وسائل الإعلام جاءت مرتفعة (متوسط حسابي= 21.76، وزن نسبي= 90.7%).

وفيما يتعلق **بسمات وخصائص خطاب الكراهية** جاءت اتجاهات الإعلاميين نحو ممارسات خطاب الكراهية في وسائل الإعلام مرتفعة (متوسط حسابي= 38.1، وزن نسبي= 84.7%)، فقد تبين من إجابات المبحوثين عينة الدراسة أن «افتقاد التوازن في المعالجة الصحفية/ الإعلامية» يأتي في المرتبة الأولى، حيث يرى 86% من المبحوثين أنه يتوافر بدرجة كبيرة، يليه في الترتيب الثاني كل من: «تشويه الحقائق أو تكذيبها»، و»الاهتمام بالإثارة وجذب الانتباه»، و»سطحية المعالجة الصحفية/ الإعلامية». وبصفة عامة فإننا نخلص من ذلك إلى ارتفاع وعي الإعلاميين عينة الدراسة بدور وطبيعة وشكل المعالجة الإعلامية على إنتاج خطاب الكراهية.

وقد عبر المشاركون في المقابلات المتعمقة، التي أجراها الباحثان، عن سمات وخصائص خطاب

الكراهية فيما تقدمه وسائل الإعلام في بعض رسائلها، حيث يرى الكاتب الصحفي **علاء ثابت** أن اعتماد أسلوب إثارة نزعات التعصب، أحد أبرز خصائص خطاب الكراهية، في بعض وسائل الإعلام المصرية، وهو أمر يبدأ بتبني وجهة نظر واحدة، والدفاع عنها، والترويج لها، في مقابل تسفيه وجهة النظر الأخرى، والحط من شأنها، ويمكن ملاحظة ذلك بوضوح، في كثير من البرامج الرياضية على الفضائيات الخاصة، التي تزكي روح التعصب، بالترويج لفريق بعينه، في مقابل تسفيه الجهود التي تبذلها فرق أخرى، وتجاهل ما قد تحققه من إنجازات، ما يؤدي في النهاية، إلى موجات من الكراهية بين جماهير هذه الفرق، التي تشعر دائمًا بالمظلومية. والأمر ينصرف إلى كثير من نواح الحياة، عبر تعميق الاختلاف، سواء كان سياسيًا، أو فكريًا، وعدم قبول الآخر، بل أن كثيرًا من وسائل الإعلام، قد تلجأ إلى اتهام من يخالف الرأي العام السائد، بالخيانة والعمالة، ما يؤصل لفكرة الكراهية.

وأشار الدكتور **سامح فوزي** إلى أنه «تتعدد سمات الكراهية التي تقدمها وسائل الإعلام في خطاباتها، لا سيما على الصعيد الإلكتروني مثل المساجلات الدينية، أو نشر مواد تثير حفيظة جماعة دينية بعينها مثل عدم التهنئة في الأعياد، أو استضافة تعليقات من قراء تحض على الكراهية والتنابذ بالمعتقدات، بالإضافة إلى نشر أخبار تبدو في ظاهرها عادية أو عامة ولكن في باطنها تنكأ جراحًا دينية مثل الاحتفاء المبالغ به في الأخبار التي تتناول حالات تحول الأجانب إلى الإسلام. ورغم أن المسألة تبدو عادية، إلا أن إثارة الموضوع بقدر واسع من الاهتمام يعطي انطباعًا بأن المسألة تتجاوز ذلك»، كما أن «هناك وسائل إعلام تنشر خطابات تعادي الإسلام أو تنال من معتقداته أو تشوه رموزه، وهي في النهاية تصب في نفس الغايات، وهي نشر خطابات الكراهية».

ويرى **طاهر فاروق زيد** أن أول بند من بنود الكراهية هو إعلاء قيمة الأنا على حساب قيم التعايش والتماسك والحوار بين أطياف المجتمع الواحد، لذا فإن أول سلم في تحقيق قيم التعايش هو كسر الأنا والبعد عن الاستعلاء، وعدم ادعاء امتلاك الحقيقة المطلقة. وأضافت **هبة صلاح** أن الثقافة بها تنمر في بعض الأحيان، مثل تنمر على فتاه بشعر «كيرلي»، أو للون بشرتها السمراء، كما أن اللغة المستخدمة في بعض المواد الإعلامية ترسخ عدم الرضا، وبالتالي تنتج خطابًا تمييزيًا عنصريًا في بعض الأحيان. وأكد **عماد خليل** أن بعض وسائل الإعلام تعمل على نشر خطاب الكراهية خاصة في الموضوعات الدينية أو الرياضية وإهانة باقي البشر، ويستخدم في ذلك البرامج التليفزيونية والمسلسلات.

أما **يوسف إدوارد** فيرى أن من سمات خطاب الكراهية: استخدام بعض المفردات التي شأنها الإساءة إلى الآخر بأي صورة وفي أي اتجاه، عدم الالتزام باستخدام المفردات الصحيحة التي تخص الآخر مثل مسميات دينية عرقية.. إلخ، التعبيرات التي تحمل تمييزًا لطرف دون الآخر مثل الدعاء في اتجاه واحد، وتجاهل مناسبات الآخر (احتفال- تهنئة- عزاء).

وترى الدكتورة **حنان أبو سكين** أن خطاب الكراهية يتسم بعدم العقلانية والازدراء والعداوة أو البغض وكذلك لغة انفعالية من السب والقذف والإهانة والهجاء والتحامل، وهو خطاب لا يعتمد على الحجج والبراهين الموضوعية، بل يقوم على تأجيج المشاعر والعواطف تجاه المستهدفين بالخطاب،

ومن بين أشكال الكراهية العنف ضد المرأة حيث ظهر ذلك بخصوص مقتل فتاة المنصورة، وأنه صاحب ذلك خطاب غير متزن وغير موضوعي يبث كراهية ضد النساء بشكل عام.

وفيما يتعلق **بأسباب وجود خطاب الكراهية** في بعض المضامين الصحفية والإذاعية والتليفزيونية، تبين أن «إرضاء أطرف معينة داخل المجتمع (تيارات فكرية- أحزاب سياسية ..)» جاء في الترتيب الأول، حيث يرى 91% من المبحوثين أنه يتوفر بدرجة كبيرة في المضامين الإعلامية المختلفة، يليه في الترتيب الثاني «تحقيق الربح المادي والشهرة والانتشار»، يليه في الترتيب الثالث «غياب الوعي بالقوانين التي تُجرّم خطاب الكراهية». بينما جاء في الترتيب الأخير كل من: «إرضاء مالك الوسيلة الإعلامية» و»مراعاة السياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية». وبصفة عامة جاءت اتجاهات الإعلاميين عينة الدراسة مرتفعة إلى حد ما نحو أسباب وجود خطاب الكراهية في المضامين الصحفية والإذاعية والتليفزيونية (متوسط حسابي= 26.4، وزن نسبي= 82.5%).

ومن جهتهم عبر المشاركون في المقابلات المتعمقة عن تعدد أسباب خطاب الكراهية، حيث يحددها **كارم محمود** في الأسباب التالية: النزعة الشعبوية عند بعض الزعماء وقادة الرأي، ذلك أن بعض وسائل الإعلام، التقليدية والحديثة، تهرع وتهرول نحو النماذج الشعبوية لجذب المزيد من القراء والمشاهدين، وكذلك انعزال الإعلام عن مشكلات الناس الحقيقية، ومناقشة قضايا أخرى، مثل حديث عمرو أديب عن البيض الأورجانيك وسخرية تامر أمين من أهل الصعيد، كذلك فإن الصراعات السياسية بين الأحزاب والقوى السياسية الموجودة في المجتمع تساعد على انتشار خطاب الكراهية، ومن الأسباب الاجتماعية التي تساعد أيضًا على إنتاج خطاب الكراهية التدين الزائف والشكلي عند البعض حيث يتم التركيز على المظهر دون العمق.

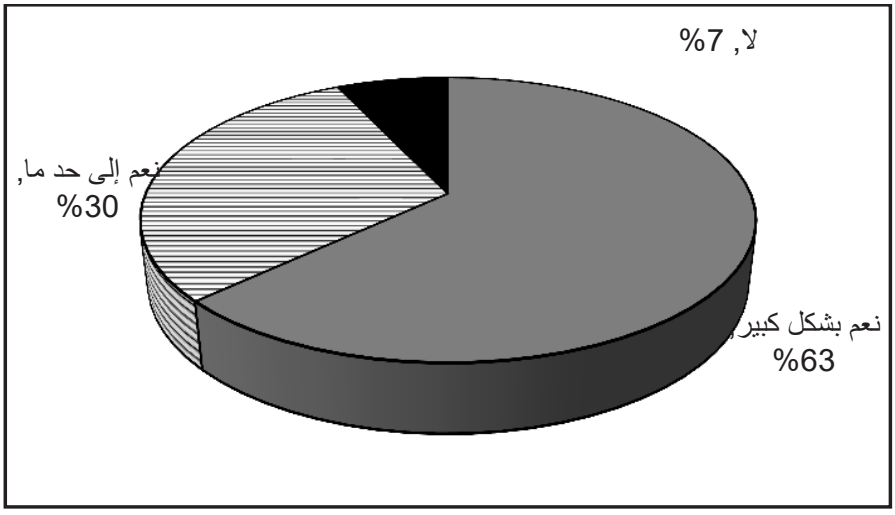
وأضاف الدكتور **طارق أبو هشيمة** أن النظرة الأحادية في الإعلام تكون داعمة لخطاب الكراهية، ما يؤدي إلى تعزيز وتدعيم خطاب معنوي تمييزي، الأمر الذي يخلق حالة عداء بين الناس بعضهم بعضًا، كما أن الساحة الإعلامية تتسع حاليًا- وللأسف- لقليلي الخبرة، ما يؤثر على القدرة على تقديم خطاب رشيد مُستنير، أيضًا: اختلال معايير النجاح، وتراجع الدراما الهادفة، وغياب البرامج الجادة التي تجذب الجمهور، بالإضافة إلى قلة مقالات الرأي الرصينة والقوية في صفحات الصحف، حيث يتساءل: أين كبار الكتاب؟

وحول دور مواقع التواصل الاجتماعي (Social Media) في نشر خطاب الكراهية أشارت **هبة صلاح** إلى تحول الإعلام الرقمي إلى إعلام الـ (reach) وإعلام الـ (trend)، من حيث البحث عن مرور المستخدمين الذين يبحثون عن موضوعات بعينها ومن ثم ازدياد القراء والمشاهدات، كما أكد **طاهر فاروق زيد** أن عدم الاهتمام بتسليط الضوء على النماذج الناجحة، والتركيز على الـ (Trend)، بهدف الإثارة وزيادة المشاهدات، يساعد على نشر خطاب الكراهية. ويرى **فهمي عبد القوي** أن عدم الوعي وعدم الفهم يؤديان إلى غياب التسامح وممارسة خطاب الكراهية، وأن دور مؤسسات المجتمع هو تصحيح المفاهيم الخاطئة والمغلوطة.

كما هدفت الدراسة الميدانية للتعرف على الممارسات التي تقوم بها وسائل الإعلام لنشر خطاب الكراهية من وجهة نظر الإعلاميين عينة الدراسة، حيث كان اتجاه الإعلاميين نحو الممارسات

المختلفة مرتفعًا (متوسط حسابي= 20.5، وزن نسبي= 85.4%)، فقد جاء في الترتيب الأول «غياب الحوار العقلاني والموضوعي» حيث يرى 96% من الإعلاميين عينة الدراسة أنه موجود بدرجة كبيرة في وسائل الإعلام، يليه في الترتيب الثاني «نشر العنف المجتمعي: اللفظي والسلوكي»، ويليه في الترتيب الثالث «تهويل العنف والمشكلات الاجتماعية».

وفيما يتعلق بتأثير المحيط الاجتماعي للقائمين بالاتصال على تكريس خطاب الكراهية في ممارساتهم الإعلامية، تبين من نتائج الدراسة أن 63% من الإعلاميين عينة الدراسة يرون أن للمحيط الاجتماعي دورًا كبيرًا في ذلك، و30% من الإعلاميين أنه إلى حد ما يمكن القول بوجود هذا الدور، بينما يرفض 7% فحسب من الإعلاميين أن يكون للمحيط الاجتماعي دور في تكريس خطاب الكراهية، وهو ما تبينه بيانات الشكل التالي:



شكل رقم (1)، دور المحيط الاجتماعي في تكريس خطاب الكراهية

اتضح من نتائج الدراسة الميدانية أن اتجاه الإعلاميين نحو الأسباب التي تؤدي إلى تأثير المحيط الاجتماعي في تكريس خطاب الكراهية كان متوسطًا (متوسط حسابي= 19.5، وزن نسبي= 78%)، حيث وافق 90% من المبحوثين على أنه «يتأثر الشخص بسلوكيات مجتمعه ويتفاعل معها ويؤثر بدوره على المجتمع بتكريس هذه السلوكيات»، وفي الترتيب الثاني جاء «ما يشاهده الفرد في محيطه الاجتماعي ينعكس على أفعاله أيضًا من خلال التفاوتات الاجتماعية»، بينما جاء في الترتيب الأخير «الشخص الذي يتعرض للكراهية بمختلف أنواعها في محيطه الاجتماعي تصبح من طبيعته نشر مثل تلك الخطابات شأنه شأن أفراد مجتمعه».

وقد اتفق الإعلاميون والخبراء المشاركون في المقابلات المتعمقة- وبشكل عام- على تأثير المحيط الاجتماعي والبيئة المحيطة بالصحفيين والإعلاميين في إنتاج خطاب الكراهية، حيث يرى

علاء ثابت أن المحيط الاجتماعي يلعب دورًا في إنتاج خطاب الكراهية، إذ قد يركن كثير من الإعلاميين والصحفيين، إلى تبني وجهة النظر السائدة، من باب إيثار السلامة، والابتعاد عن مناقشة الرأي الآخر بالحجة والمنطق، وهو ما يؤدي إلى تأصيل فكرة خطاب الكراهية، عندما يشعر أصحاب الرأي الآخر، أنهم يغردون خارج السرب، وأن ما يطرحونه من أفكار، غير جديرة بالمناقشة أو حتى الالتفات إليها.

ويؤكد الدكتور **سامح فوزي** صعوبة فصل الإعلامي عن واقعه الاجتماعي الذي يشكل وعيه، فالإعلاميون القادمون من بيئات اجتماعية محافظة أو متشددة أو لديها موقف سلبي من حقوق المرأة أو ما شابه، سوف يصدر عنها تلقائيًا معالجات إعلامية تعكس الثقافة الاجتماعية التي تربى فيها الإعلامي وجدانيًا، وهو ما أكده **كارم محمود والدكتور طارق أبو هشيمة** من أن التربية والتنشئة والمجتمع المحيط بالإضافة إلى الضغوط الاجتماعية تؤثر في تكوين أي شخص، كما تؤثر على ممارسات الصحفيين والإعلاميين، وبالتالي ينعكس ذلك على إنتاجه للخطاب الإعلامي الذي قد يتسم بالكراهية.

وأضافت **هبة صلاح** تأثير التعليم والثقافة العلمية على الإعلاميين فيما يقدمونه من مواد صحفيه وإعلامية، حيث ترى أن الصحفي أو الإعلامي يفسر الأحداث والوقائع حسب خلفيته وتعاليمه الثقافية، ما ينعكس على الخطاب الثقافي والإعلامي الذي يقدمه.

وأشار **فهمي عبد القوي** إلى وجود مجموعة من المؤثرات الاجتماعية والثقافية والدينية والوعي الجمعي والفكري، وضرب مثالا بالخطيب «عبدالله رشدي»، الذي يسيء للدين ولا يفيده، ولا دخل لجامعة الأزهر، فالأمر نابع من الشخص ذاته ومحيطه الاجتماعي.

ويرى **عماد خليل**، ومن خلال تجارب سابقة، أن بعض أبناء الصعيد في نقابة الصحفيين نفسها يميزون ضد أبناء الدلتا والوجه البحري، والعكس يحدث أيضًا، حيث يكون التمييز من منطلق انتماء جغرافي، لذا فإن هناك فرقًا واضحًا بين الصحفي الذي نشأ في بيئة تتسم بالتسامح مع المختلف دينيًا أو فكريًا، عكس الصحفي أو الإعلامي الذي نشأ في بيئة لا تسمح بالتسامح، وغالبًا ينعكس الأمر على كتاباته وأدائه الإعلامي بشكل عام.

ويشير **يوسف إدوارد** إلى تأثر الجميع بثقافة الشارع والعامة بجانب ضحالة وعي الإعلامي نفسه وإدراكه المتأخر لقيمة الالتزام بالمعايير المهنية، بالإضافة إلى عدم الحيادية في كثير من كل الأحوال. كما تؤكد الدكتورة **حنان أبو سكين** تأثير المحيط الاجتماعي، لو نشأ في بيئة فيها تمييز ضد المختلف عنه طبعًا يؤثر ذلك على إنتاجه للخطاب.

وتبين من الدراسة الميدانية أن أسباب عدم تأثير المحيط الاجتماعي في تكريس خطاب الكراهية، كما رأي بعض المبحوثين، قد جاءت على النحو التالي: في الترتيب الأول «لأن الفرد الذي تلقى تربية حسنة لن ينشر الكراهية حتى لو بلغ من المجتمع أقصى درجات الكراهية»، وفي الترتيب الثاني «ليس بالضرورة أن يكون الشخص قد تعرض مُسبقًا لمواقف ظالمة وعنيفة جعلت منه شخصًا ينشر خطاب الكراهية»، بينما جاء في الترتيب الثالث والأخير «قد يكون الشخص تعرض لسبب نفسي جعله شخصًا عنيفًا راغبًا في أذية الآخرين بخطابات الكراهية».

وخلصت الدراسة الميدانية إلى أن اتجاه الإعلاميين كان مرتفعًا نحو الآثار الناجمة عن انتشار خطاب الكراهية على المجتمع ومنظومة القيم (متوسط حسابي= 59.1، وزن نسبي= 84.4%)، حيث جاء في الترتيب الأول «إثارة الفتن والفرقة والتناحر بين مكونات المجتمع، وتقسيم المجتمع إلى جماعات متصارعة، ومن ثم تهديد وحدة المجتمع وتماسكه»، حيث وافق جميع الإعلاميين عينة الدراسة على هذه العبارة ما عدا شخص واحد، وفي الترتيب الثاني «انتشار التطرف بين الشباب»، وفي الترتيب الثالث «يضعف التسامح بين الناس ويسود التطرف». بينما في الترتيب الأخير «ابتعاد المستثمرين المحليين والأجانب».

وقد ألقى بعض الخبراء الضوء على آثار انتشار خطاب الكراهية على المجتمع، حيث أكدت **هبة صلاح** أن الإعلام سلاح ذو حدين، من حيث نشر الوعي وتصحيح المفاهيم، أو التضليل ونشر السلبيات وبث السم في العسل؛ فالإعلام قد يرفع وعي الأمة أو يدمرها. وأضاف **كارم محمود** أن الإعلام قد يؤدي إلى تعميق الانقسامات والتسبب في شروخ وربما في انقسامات على أساس ديني أو عقدي أو فئوي أو اجتماعي أو غيرها، ومن الآثار التي لمسناها من انتشار خطاب الكراهية حالة الشماتة في وفاة الشخصيات العامة مثل بعض الرموز السياسية أو الإعلامية أو الفكرية مثل وفاة المستشارة تهاني الجبالي والإعلامي وائل الإبراشي والدكتور سيد القمني، وهو ما يتنافى مع ثقافة المصريين باعتبارهم شعبًا مُتدينًا.

وأشار الدكتور **طارق أبو هشيمة** إلى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي «Social Media»، في إنتاج خطاب الكراهية حيث تقوم تلك الوسائل بتقديم المعلومة وتحليلها، وتقدم ما لا تقدمه وسائل الإعلام التقليدية، إلا أنه يغلب على هذا الطرح في كثير من الأحيان العنف أو أنه ينحى في مسار تعزيز ثقافة الانقسام داخل المجتمع، خاصه الفئة غير القادرة على الفرز والاختيار والانتقاء. وضرب مثالًا على ذلك بحادث استشهاد الصحفية والإعلامية الفلسطينية شيرين أبو عاقلة مراسلة قناة (الجزيرة) (2022م)، حيث تم نقل الحدث، مع عدم ترحيب البعض بالترحم عليها لأنها مسيحية.

المحور الثاني: الإعلام ودعم ثقافة التسامح

استهدفت الدراسة الميدانية التعرف على سمات خطاب التسامح في وسائل الإعلام، وتأثير ذلك الخطاب على المجتمع ومنظومة القيم، بالإضافة إلى الممارسات التي تقوم بها وسائل الإعلام لدعم ثقافة التسامح. حيث تبين من الدراسة الميدانية انخفاض اتجاه الإعلاميين عينة الدراسة نحو سمات خطاب التسامح في وسائل الإعلام (متوسط حسابي= 34، وزن نسبي= 68%)، حيث جاء في الترتيب الأول «النظرة للآخرين تقوم على المساواة رغم الاختلاف في الدين أو المذهب أو الجنس أو اللون أو العمر أو الانتماء الفكري والأيديولوجي» بمتوسط حسابي قدره 3.5 درجة ووزن نسبي 71%، وفي الترتيب الثاني «القبول بالاختلاف مع الآخرين» بمتوسط حسابي قدره 3.48 درجة ووزن نسبي 69.6%، وفي الترتيب الثالث «التركيز على الوسطية وقيم التسامح والسلام وقبول الآخر ومحاربة الفكر المتطرف والتكفيري» بمتوسط حسابي قدره 3.44 ووزن نسبي 68.8%، بينما

في الترتيب الأخير جاء كل من «القدرة على احتواء الآخرين ودعم مشاركتهم في الشؤون العامة» والاهتمام بالرد الفوري على الشائعات» بمتوسط حسابي قدره 3.3 ووزن نسبي 66%. ما يعني أن الإعلاميين– عينة الدراسة– وإن كانوا يرون انتشار الممارسات الخاصة بإنتاج خطاب الكراهية كما تبين من المحور الأول، فإنهم يؤكدون أيضًا أن سمات خطاب التسامح غير متوفرة بالقدر الكافي في مضامين الصحف وغيرها من المحطات الإذاعية والقنوات التليفزيونية، فضلًا عن ممارسات الصحفيين والإعلاميين، ومن ثم فإن الالتزام بسمات وممارسات خطاب التسامح من شأنه أن يدعم تلك الثقافة ويدعمها في المجتمع.

كما توصلت الدراسة الميدانية إلى انخفاض اتجاه الإعلاميين عينة الدراسة نحو أثر خطاب التسامح على المجتمع ومنظومة القيم (متوسط حسابي= 37.4، وزن نسبي= 68%)، حيث جاء في الترتيب الأول «شعور الشباب بالانتماء للوطن» بمتوسط قدره 3.6 درجة ووزن نسبي 72%، وفي الترتيب الثاني «انتشار العمل التطوعي وتعظيم قيمة العطاء» بوزن نسبي قدره 3.57 درجة ووزن نسبي 71.4%، وفي الترتيب الثالث «تسود المحبة ويعم السلام بين المواطنين بعضهم بعضًا» بمتوسط حسابي قدره 3.55 درجة ووزن نسبي 71%. بينما في الترتيب الأخير «قد يعتبره البعض ضعفًا وسلبية» بمتوسط حسابي قدره 2.85 ووزن نسبي 57%. وترتبط هذه النتيجة بما سبق التوصل إليه، حيث تبين من وجهة نظر الإعلاميين عينة الدراسة ضعف تأثير الخطاب التسامح الموجود في وسائل الإعلام على المجتمع ومنظومة القيم؛ نتيجة لعدم توافر سمات التسامح بالقدر الكافي في مضامين الصحف وغيرها من المحطات الإذاعية والقنوات التليفزيونية.

وفيما يتعلق بالممارسات الإعلامية لدعم خطاب التسامح كان اتجاه الإعلاميين نحوها مرتفعًا (متوسط حسابي= 27.6، وزن نسبي= 86.3%)، فقد جاء في الترتيب الأول «المساهمة في عملية الحوار الموضوعي»، حيث أكد 68% من الإعلاميين عينة الدراسة ضرورة قيام وسائل الإعلام بهذا الدور، وفي الترتيب الثاني جاء «التأكيد على مبدأ المواطنة الذي يقوم على المشاركة والمساواة بين المواطنين»، حيث يرى 54% من المبحوثين ضرورة توفر هذه الممارسة بدرجة كبيرة في وسائل الإعلام. بينما جاء في الترتيب الأخير «التخفيف من العنف المجتمعي: اللفظي والسلوكي».

في هذا الإطار يقدم الخبراء بعض الأفكار والمقترحات من أجل تأكيد دور الإعلام في دعم ثقافة التسامح. يؤكد **علاء ثابت** الدور الإعلامي الكبير في دعم وترسيخ ثقافة التسامح، وذلك عبر فتح المجال العام لنقاش حقيقي وموضوعي لمختلف الأفكار، إذ يعد الحوار هو الوسيلة الوحيدة، للتصدي لخطاب الكراهية، ودعم ثقافة التسامح مع الآخر، وقبول ما يطرحه من أفكار. ويشير الدكتور **سامح فوزي** إلى عدة وسائل لدعم ثقافة التسامح، منها: نشر الروايات الإخبارية التي تدعم التسامح، حتى وإن بدت بسيطة وتلقائية بنفس القدر الذي تنشر به وسائل الإعلام قضايا العنف الطائفي، وتعميق المعرفة المتبادلة بين أهل الأديان من خلال وسائل الإعلام، ما يسهل عملية التواصل، ويعزز الاحترام المتبادل. ويرى **كارم محمود** أنه لدعم ثقافة التسامح «لابد من مدونة سلوك «Stylebook» بمعنى مدونة مهنية داخل كل وسيلة إعلامية تركز على ضبط المصطلحات المستخدمة في وسائل الإعلام الخاصة بالمسائل والأمور الدينية والفئوية، والابتعاد عن استخدام

العبارات التي تحث على التعصب والعنف والتطرف والتشدد ونبذها، وتدريب الصحفيين والإعلاميين وتأهيلهم من خلال ورش عمل على كيفية تقديم رسالة إعلامية تدعم التسامح ونبذ التعصب، ونبذ التمييز والكراهية بشكل واضح وصريح، وتوضيح وتفسير البنود الموجودة في القوانين ومواثيق الشرف الصحفية والإعلامية، من خلال مدونات خاصة لنشر التسامح ومواجهة خطاب الكراهية».

ويؤكد الدكتور **طارق أبو هشيمة** ضرورة وجود الرأي والرأي الآخر، ورفض الأحادية في التفكير، وتحقيق الموضوعية، ورفض الاستعلاء والتعالي وإقصاء الآخر، بالإضافة إلى اهتمام الإعلام بالتعبير عن اهتمامات الناس ورغباتهم ومشكلاتهم وقضاياهم الحقيقية، مع ضرورة الواقعية في الطرح واختيار القضايا المُهمة، ودعم النقد الفني الراقي الذي يرتقي بأذواق الجمهور.

وأشارت **هبة صلاح** إلى أهمية اللجوء للمتخصصين وأصحاب الكفاءات وأصحاب العلم، والرجوع إلى لجان الأزهر الشريف ودار الإفتاء المصرية لأخذ الرأي من أهله.

وأوضح **طاهر فاروق زيد** أهمية مواجهة خطاب التطرف، ومنه خطاب الإسلاموفوبيا، ومواجهة خطاب التطرف والعنف المضاد، حتى لا ندور في حلقة مفرغة، وتطوير المؤشر اللفظي للسماحة، وضرورة إفراد المساحة المتخصصة لمن لهم بعد بيئي وثقافي وتوعوي، لمواجهة العنف الديني والتشدد والتطرف، وذلك للمساعدة والدعم والحوار بعيدًا عن التسلط والاستبداد، حيث دعا إلى ضرورة اتباع إستراتيجية الآخر القريب، ووجه النقد للإعلام الذي يمارس أحيانًا التجاهل والاستبعاد والإقصاء، وكأن الآخر هو عدو.

وعقّب **فهمي عبد القوي** بقوله إن التعامل الأمني والقانوني ليسا كافيين، إذ لا بد من نشر الوعي في المجتمع وتعديل المفاهيم من خلال الإعلام وغيره من وسائل التواصل الاجتماعي، فالمسألة ليست «فهلوة» بل لا بد من الإعلام القائم على الموضوعية في الطرح بعيدًا عن الشخصنة وبعيدًا عن الإثارة، ومعرفة احتياجات المجتمع وطرح القضايا التي تهم الناس.

ويضيف **عماد خليل** أهمية استخدام القوالب الإعلامية المختلفة، وتسليط الضوء على النماذج المتسامحة التي تسعى لذلك كما تفعل الهيئة القبطية الإنجيلية للخدمات الاجتماعية، وفي المقابل نشر فاتورة التمييز والكوارث التى تتسبب فيها.

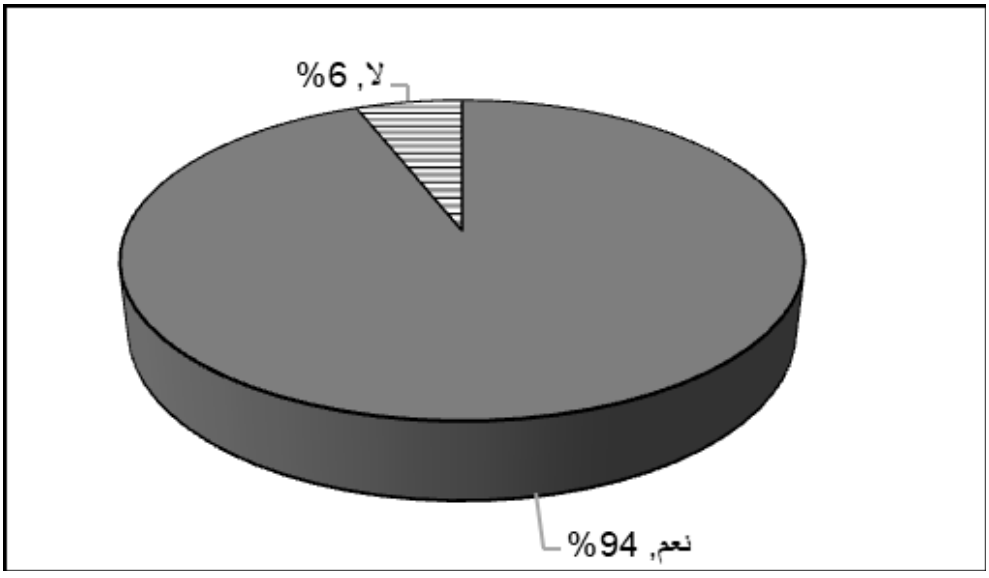
ويرى **يوسف إدوارد** أن لوسائل الإعلام دورًا في دعم ثقافة التسامح من خلال تناول متوازن وصحي لجميح الأحداث المجتمعية بدون الوقوع في فخ الطائفية والتمييز والتطرف، ما يُساهم في تفريغ المجتمع من أسباب الاشتباك القائم على الكراهية، بجانب رفع وعي ممثلي وسائل الإعلام من خلال التدريبات بهدف البناء المعرفي المباشر، مع الاهتمام بتبادل الخبرات لبناء منظومة الثقافة العامة.

وتؤكد الدكتورة **حنان أبو سكين** دور الإعلام في دعم ثقافة التسامح من خلال أن يبتعد الإعلامي عن خطاب الكراهية، ويحترم جميع المواطنين ويقدم معالجة موضوعية، وتكون مرجعيته المواطنة والقيم المدنية في الدستور وقيم حقوق المواطنة وليس الانتماءات الضيقة، والتأكيد على مفهوم التسامح، وأنه يجب أن يكون التسامح مع القيم الموجودة في الدستور والقيم المدنية..، فالإعلام لن يدعم التسامح إلا إذا كان مهنيًا وموضوعيًا، كما دعت وسائل الإعلام وجهات الإنتاج الدرامي لأن

تركز على الجانب الطبيعي للحياة وكوننا نسيج واحد لا فرق بين مسلم ومسيحي، بصورة طبيعية، وبالتالي يترسخ في ذهن المتلقي أن هذه هي الصورة الطبيعية للمجتمع. وأن مشكلة مواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في غياب الرقابة الكافية، ومن الممكن أن تغذي خطاب الكراهية وتأجيج الفتن، موضحة أنه ليس مطلوبًا التسامح مع الأفكار الهدامة مثل المثلية وغيرها من القيم المماثلة والأفعال المتعلقة بجرائم الحرب والاحتلال الإسرائيلي.

المحور الثالث: إرشادات وضوابط للقائمين بالاتصال والهيئات المنظمة للعمل الصحفي والإعلامي والرسالة الإعلامية

هدفت الدراسة الميدانية للتعرف على بعض الإرشادات والضوابط للقائمين بالاتصال والهيئات المنظمة للعمل الصحفي والإذاعي والتليفزيوني والرسالة الإعلامية، حيث وافق 94% من الإعلاميين عينة الدراسة على ضرورة وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي للإعلاميين، وهو ما توضحه بيانات الشكل التالي:



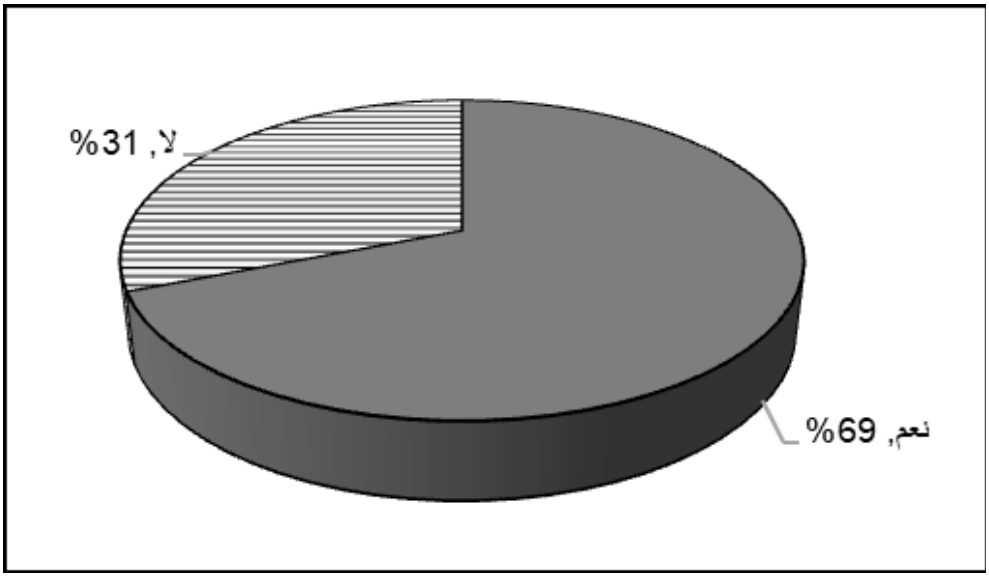
شكل رقم (2)، الموافقة على وجود مدونة أخلاقية ومهنية

يرى الإعلاميون ضرورة وجود مدونة أخلاقية ومهنية للحد من انتشار خطاب الكراهية في وسائل الإعلام، وذلك لأسباب متنوعة منها ضبط الأداء المهني، الصحفي والإعلامي، وإمكانية محاسبة الإعلاميين، أو فضح الممارسات غير المناسبة والكشف عن التجاوزات، من خلال وجود وثيقة يلتزم بها العاملون في الحقل الإعلامي ويمكن الرجوع إليها، كما يرى بعض الإعلاميين ضرورة وجود هذه المدونة، لتكون بمثابة دليل استرشادي يمكن من خلاله تحديد القيم والمبادىء والمعايير التي

يجب أن يلتزم بها الجميع، ووضع آليات لمحاسبة من يخالفها، وكذلك لدعم روح المواطنة وتعزيز ثقافة الاختلاف واحترام الآخر، وحب الخير للجميع، وعدم الانسياق وراء الشائعات، والتوعية بكيفية إدارة حوار سلمي دون إيذاء أي من الأطراف، والحد من نشر ثقافة الكراهية والتمييز، ويرى البعض أن ثقافة المجتمع الإعلامي لم تعزز بالقدر الكافي من الوعي بأهمية وخطورة الرسالة الإعلامية لذا تظهر أهمية وجود مثل هذه المدونات لتعزيز الحيادية والتوازن ومنع التهويل، كما رأى عدد آخر من الإعلاميين ضرورة وجودة مدونة أخلاقية ومهنية للتصدي لخطاب الكراهية وضمان سلامة المجتمع وأمنه والحفاظ على وحدته وتماسكه، بالإضافة إلى حماية المواطنين من أي انتهاك، وكذلك كسب ثقة الجمهور وتجنب الأخبار المغلوطة والخلل المعلوماتي، ما يتطلب تفعيل الدور الرقابي على العاملين في الإعلام، من خلال آليات الثواب والعقاب.

بينما من أسباب رفض الإعلاميين لوجود مدونة أخلاقية ومهنية أنه يوجد ميثاق شرف صحفي وإعلامي بالفعل، يكفي لتحقيق ذلك لو التزم به الصحفيون والإعلاميون، وهناك من يرى أن الأخلاق والمهنية موجودة بشكل طبيعي وليست بوضع ضوابط، وأن أغلب الإعلاميين لن يلتزموا بتلك المدونة.

كما تبين من الدراسة الميدانية أن 69% من الإعلاميين عينة الدراسة يرون أنه من الصعوبة بمكان اتفاق المؤسسات الإعلامية على وجود مدونة أخلاقية ومهنية للحد من انتشار خطاب الكراهية في وسائل الإعلام، وهو ما توضحه بيانات الشكل التالي:



شكل رقم (3)، اتفاق المؤسسات الإعلامية على وجود مدونة أخلاقية ومهنية

كما هدفت الدراسة الميدانية للتعرف على مدى موافقة الإعلاميين عينة الدراسة على آليات دعم خطاب التسامح، حيث تبين ارتفاع درجة موافقتهم على هذه الآليات (متوسط حسابي= 54.6، وزن

نسبي= 91%)، فقد وافق أغلب الإعلاميين عينة الدراسة في الترتيب الأول على ضرورة كل من «الالتزام بمواثيق الشرف الصحفية والإعلامية» و«مراعاة أخلاقيات نشر الصورة»، وفي الترتيب الثاني ضرورة مراعاة كل من «تطبيق المعايير المهنية في المعالجات الصحفية والإعلامية (مثل: الدقة– النزاهة– الحياد– الموضوعية) «وعدم التسرع في نشر الأحكام»، بينما جاء في الترتيب الأخير كل من «حضور تدريبات في مجال دعم خطاب التسامح ومواجهة خطاب الكراهية»، و«توضيح المصطلحات المستخدمة» و«تسليط الضوء على المؤسسات المعنية بالحوار والتسامح ومواجهة خطاب الكراهية».

كما تبين من الدراسة الميدانية ارتفاع موافقة الإعلاميين على الآليات المقترحة لضمان التزام المعالجة الإعلامية بثقافة التسامح وتجنب خطاب الكراهية (متوسط حسابي= 50.03، وزن نسبي= 91%)، حيث جاء في الترتيب الأول «تنمية الخلفية المعلوماتية للإعلاميين»، وفي الترتيب الثاني جاء كل من «تطوير البنود الموجودة فعلًا في ميثاق الشرف الصحفي» و«الدعوة إلى تفعيل القانون وأن يكون الجميع تحت مظلته على قدم المساواة». بينما جاء في الترتيب الأخير «تفعيل التقارير الدورية الصادرة من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام أو ما يوازيه في هذا الشأن».

كما تبين من الدراسة ارتفاع درجة موافقة الإعلاميين على الإرشادات والمعايير لضمان معالجة إعلامية مهنية (متوسط حسابي= 40.21، وزن نسبي= 89.4%)، حيث جاء في الترتيب الأول «تدريب الصحفيين والإعلاميين من مختلف المؤسسات على معالجات صحفية وإعلامية تلتزم بمنظومة القيم الإيجابية»، وفي الترتيب الثاني «التعاون مع منظمات المجتمع المدني المعنية بنشر التسامح ومواجهة الكراهية»، بينما جاء في الترتيب الأخير «تطبيق سياسة العقاب (خصم مادي، توجيه اللوم، توجيه الإنذار)».

وقدم الخبراء بعض النصائح والإرشادات للصحفيين والإعلاميين، من أجل مزيد من الفاعلية في دعم وترسيخ ثقافة التسامح في المجتمع. أشار **علاء ثابت** إلى أنه يتعين على المشتغلين بالحقل الإعلامي بشكل عام، الإيمان بفكرة التعددية الفكرية، ودعم هذه الفكرة في الرسائل الإعلامية المختلفة، إذ تلعب وسائل الإعلام على تنوعها دورًا كبيرًا في فتح المجال العام، بمزيد من النقاش الجاد، لمختلف الأفكار.

وتنصح الدكتورة **حنان أبو سكين** الإعلاميين بأن يؤدوا دورهم بمهنية وموضوعية دون تحيزات. وأشار الدكتور **سامح فوزي** إلى أهمية توسيع المدارك من خلال التدريب، والقراءة، والمشاركة الواسعة ما يجعل هناك تنمية ثقافية تتجاوز الموروثات الثقافية التي نشأ الإعلامي في رحابها، من خلال المؤسسات النقابية والأهلية. كما أكد الدكتور **طارق أبو هشيمة** ضرورة تأهيل الإعلاميين، فمن الملاحظ أن عناصر «داعش» الإرهابية عندها احترافية في إنتاج المحتوى المكتوب وإنتاج فيديوهات واستخدام منصات إعلامية باحترافية، بالإضافة إلى استعانتهم بمخرجين عالميين لا ينتمون لهم، بهدف إرسال رسائل تخويف وإرهاب الناس، وفي المقابل فإن الرسالة الإعلامية الموجهة ضد داعش تتسم أحيانًا بالسطحية والسذاجة، ما يفقدها التأثير المطلوب.

وطالبت **هبة صلاح** بضرورة الاطلاع على ثقافة الآخر والاتفاق على مفهوم الإنسانية، فما

لا أرضاه على نفسي لا أرضاه على غيري، فالاختلاف سنة الحياة، كذلك ضرورة الابتعاد عن التجارة بالأخبار غير الموضوعية، والبعد عن المبالغة والتهويل، واحترام عقليات الناس والحد من زيادة الجهل، فالصحفي هو صوت التسامح (Tolerance) بالقلم والصورة والفيديو ليعكس الحالة المصرية الجميلة القائمة على التعايش والسلام، وأكدت أن الصحفي قد يوجه الرأي أو الكلمة من الناحية الإيجابية أو الناحية السلبية، ومن ثم يحتاج إلى القراءة في الأديان كلها حتى يكون قادرًا على إنتاج مواد صحفية جيدة.

وطالب **فهمي عبد القوي** بعدم إطلاق الأحكام العامة وعدم التساهل في وصف الأشياء، والاهتمام بتوفير حلول واقتراحات، وعدم الاكتفاء بتصدير المشكلة. وأكد **طاهر فاروق زيد** ضرورة التشبيك مع مؤسسات المجتمع الدينية والثقافية والفنية والتعليمية. وينصح **عماد خليل** الإعلاميين بالتدريب والسعى لنشر الإيجابيات، وأن يحملون دائمًا رسالة المحبة والعيش المشترك، وأن الوطن واحد يتسع للجميع، وعلى المنظمات والمؤسسات منع التمييز داخلها.

وأشار **يوسف إدوارد** إلى أهمية الاطلاع والتجربة والخبرة، فجميع الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية ينقصها الخبرة في مجال «التعددية الدينية» على سبيل المثال، بجانب أهمية المعرفة العميقة بالمحتوى الخاص بالآخر الديني، هناك معاناة مع الإعلامي في استخدام مفردات دينية أو رأي ديني أو متابعة فعاليات دينية باحترافية.

وبالنسبة للهيئات المنظمة للعمل الصحفي والإعلامي فقد اتفق الدكتور **سامح فوزي وكارم محمود** على ضرورة تدريب الإعلاميين وإعداد المدونات الاخلاقية والمهنية التي تحض على المهنية والموضوعية خاصة عند تناول الشأن الديني، بعيدًا عن استخدام لغة الإثارة بوعي أو بدون وعي، ويؤكد **كارم محمود** أهمية تعظيم دور نقابة الصحفيين خاصة أن الجهد الحالي فردي وغير منظم وغير مؤسسي، مُشيرًا إلى ضرورة تنظيم ورش تدريبية للصحفيين تتضمن موضوع التسامح للمتقدمين الجُدد لعضوية النقابة، بالإضافة إلى الدورات التي تعقدها النقابة الخاصة بالكتابة الإعلامية واللغة العربية والتشريعات الإعلامية، كما أكد ضرورة تضمين منهج خاص بالمواطنة وحقوق الإنسان، وتخصيص جائزة خاصة بدعم التسامح.

ويرى **علاء ثابت** أنه يتعين على الهيئات المنظمة للعمل الصحفي والإعلامي، أن تعمل على خلق تلك المساحة المطلوبة من الحرية، عبر دعم حق مختلف وسائل الإعلام، في الحصول على المعلومات من مصادرها الأصلية، وحماية الصحفيين والإعلاميين، أثناء ممارستهم لعملهم، انطلاقًا من إيمان راسخ، بدور الصحافة والإعلام في صياغة الرأي العام، وقبول الآخر المختلف فكريًا، بدلًا من تبني سياسة الصوت الواحد والرأي الواحد.

ونوه الدكتور **طارق أبو هشيمة** إلى ضرورة ضبط مواقع التواصل الاجتماعي من خلال إعداد ميثاق شرف مهني لهذه المواقع، موضحًا أن دور الأمن ينحصر في رد فعل للمنشور على شبكات التواصل الاجتماعي، خاصة أنه في بعض الأحيان يتجه الاهتمام إلى الـ (Trend) وغيره، والخطاب السياسي يستجيب لما يُنشر على مواقع التواصل الاجتماعي، والهيئات المنظمة للعمل الصحفي والإعلامي دورها غير فعال بشكل كاف، لذا هناك ضرورة ملحة لتفعيل آليات المتابعة

وتطبيق القوانين والتشريعات، مؤكدًا ضرورة الرقابة مع المعاقبة.

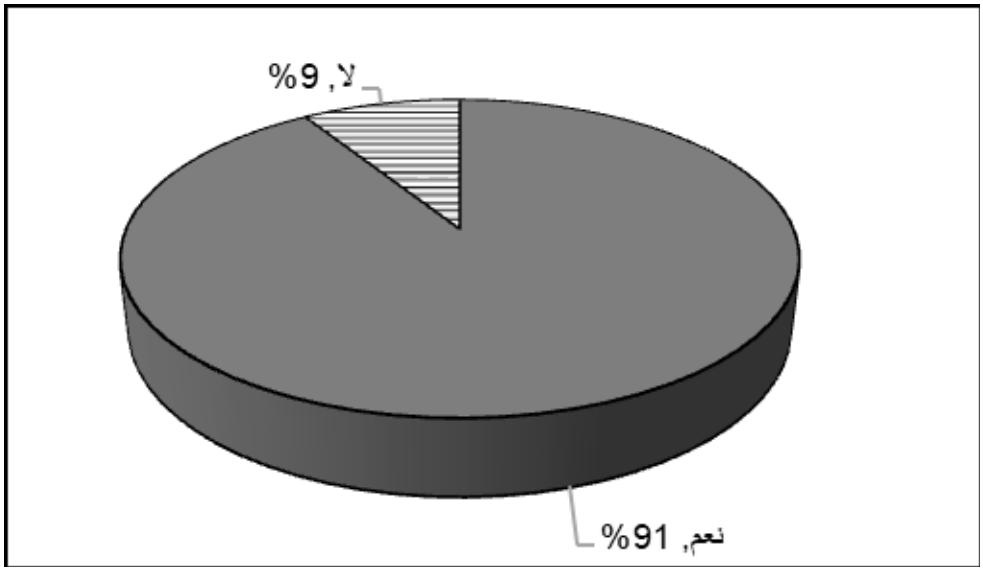
وثمنت **هبة صلاح** دور المؤسسات والهيئات المعنية بالإعلام، ودعت إلى تأسيس لجان لضبط الخطاب الإعلامي خاصة الأخبار الحاسمة في المجتمع، من خلال تشكيل لجان تضم رجال الدين والإعلاميين وأساتذة علم النفس وعلم الاجتماع والناشطين في مجال الحوار.

كما هدفت الدراسة الميدانية للتعرف على العناصر المطلوب توافرها في الرسالة الإعلامية للمساهمة في نشر قيمة التسامح، حيث تبين ارتفاع درجة موافقة الإعلاميين على ضرورة توافر العناصر المقترحة (متوسط حسابي= 44.5، وزن نسبي= 92.7%)، وجاء في الترتيب الأول «الإسناد إلى مصدر موثوق» بمتوسط حسابي قدره 3.83 درجة ووزن نسبي 95.8%، وفي الترتيب الثاني كل من «عدم ترديد الشائعات والمعلومات غير المؤكدة» و»عدم إصدار أحكام مسبقة» بمتوسط حسابي قدره 3.78 درجة ووزن نسبي 94.5%، وفي الترتيب الأخير جاء «تهذيب المصطلحات المستخدمة» بمتوسط حسابي قدره 3.57 ووزن نسبي 89.3%.

في هذا الإطار يرى الدكتور **سامح فوزي** ضرورة التأكيد على محتوى يحض على التسامح، ويبتعد عن سياسة التعظيم، من خلال نشر الحقائق. ويرى الدكتور **طارق أبو هشيمة** ضرورة تطوير المحتوى لمواجهة السطحية، ذلك أن طريقة المعالجة وطرح القضية، مهم جدًا، حيث يتأثر جمهور المشاهدين والقراء بطرق المعالجة، وأن الإعلام يحتاج إلى الالتزام بمعالجة موضوعية وصادقة للواقع والنماذج الإعلامية والناجحة بالنسبة للمرأة، وضرورة مراجعة الخطاب الإعلامي الذي يختص بالمرأة والشباب والأطفال وكل الشرائح. ونوه **طاهر فاروق زيد** إلى أهمية الإعلام القائم على الموضوعية في الطرح بعيدًا عن الشخصنة وبعيدًا عن الإثارة، ومعرفة احتياجات المجتمع وطرح القضايا التي تهم الناس.

المحور الرابع: منهج دراسي للطلاب حول الإعلام والتسامح

استهدفت الدراسة الميدانية التعرف على مدى موافقة الإعلاميين عينة الدراسة على إقرار منهج دراسي خاص بدور الإعلام في بناء مجتمع التسامح ومواجهة خطاب الكراهية يتم تدريسه لطلاب الإعلام بكليات ومعاهد وأقسام الإعلام في الجامعات المصرية، بالإضافة إلى التعرف على أهداف هذا المقرر والمهارات والمعارف التي يجب على دارسي الإعلام اكتسابها من خلال دراسة هذا المقرر. وقد تبين من الدراسة الميدانية ارتفاع نسبة موافقة الإعلاميين عينة الدراسة على هذا المقرر بنسبة 91%، وهو ما توضحه بيانات الشكل التالي:



شكل رقم (4)، الموافقة على إقرار مقرر دراسي

وتبين من الدراسة الميدانية أن من أسباب موافقة الإعلاميين على إقرار هذا المقرر: الرغبة في تعزيز ثقافة التسامح ومواجهة خطاب الكراهية، ما يُساهم في استقرار المجتمعات الإنسانية، وترسيخ المفاهيم الأساسية لأهمية دور الإعلام في مواجهة خطاب الكراهية، وبناء وعي الطلاب وتبصيرهم بهذه القضية مبكرًا، وتوعيتهم بأهمية الموضوعية والمهنية وقيم التسامح واحترام الآخر والتعايش مع الاختلاف والالتزام بالحقوق والواجبات، والتصدي لخطاب الكراهية من خلال جيل من الإعلاميين والصحفيين لديهم القدرة على بناء مجتمع التسامح، يلتزمون بالتقاليد ومواثيق الشرف الصحفية والإعلامية، وتدريبهم على كيفية إعداد موضوعات إعلامية وصحفية تساهم في تحقيق مبدأ التسامح، كذلك الرغبة في تنشئة الطلاب على مفاهيم إعلام السلام والمواطنة ونبذ خطاب الكراهية عند الأجيال الشابة، فهؤلاء الطلاب الدارسون للإعلام هم أمل الوطن في تغيير الخطاب الإعلامي وتفعيل متطلبات التسامح ونشر قيم قبول الآخر والتعايش والمواطنة.

بينما من أسباب عدم موافقة الإعلاميين عينة الدراسة على إقرار هذا المقرر: صعوبة التأكد من هوية وخبرات أساتذة الإعلام ودرجة وعي الدولة للتنبه واحتضان هذه القضية، وقد لا يُطبق عمليًا، وهناك من يرى أننا بحاجة إلى ثقافة عامة وميثاق شرف بعيدًا عن المناهج الدراسية، ومن يرى أن المسابقات والأشكال العملية هي أساليب أفضل لتعميق ثقافة الحوار، وأن المقررات الدراسية لا تمتلك نفس أثر التجربة العملية، وأن هذا الأمر هو دور المجلس الأعلى للإعلام والنقابات ومنظمات المجتمع المدني من حيث الحث على التسامح، وأن الواقع في العمل غير الدراسة، وأنه يمكن لأعضاء هيئة التدريس تخصيص جزء من المحاضرة للمناقشة مع الطلاب عن الموضوع

بشكل عام، لأن الطلاب سوف يتعرضون للصدمة بعد ذلك على أرض الواقع.

وقد اتفق أغلب الخبراء على أهمية إقرار مقرر دراسي يختص بتعريف الطلاب بدور الإعلام في دعم وترسيخ ثقافة التسامح ومواجهة خطاب الكراهية. يؤكد **علاء ثابت** ضرورة إقرار مثل هذا المقرر الدراسي على طلاب الإعلام، من أجل خلق جيل جديد، يُقدّر الحرية، ويؤمن بحرية الرأي والتعبير، والتعددية الفكرية، ونبذ التعصب الفكري، الذي يؤدي دائمًا إلى سيادة خطاب الكراهية، والحقيقة أن كثيرًا من المناهج الدراسية لطلاب الإعلام كافية، لكن الأمر يتطلب مزيدًا من التدريبات العملية على هذا النسق من الأفكار، وهو ما يتعين أن يتجلى في مشروعات التخرج لطلاب السنوات النهائية.

ويرى **كارم محمود** ضرورة اهتمام هذا المقرر بدعم التسامح ومواجهة خطاب الكراهية، وغير ذلك من مبادئ وقيم إيجابية، على أن يشمل المنهج الدراسي كل الموضوعات ذات الصلة ويكون فيه جزء عن المواطنة وحقوق الإنسان. ويذهب **طارق أبو هشيمة** إلى أهمية تدريس هذا المقرر في المراحل الأولى، مثل السنة الدراسية الأولى أو الثانية، بعد دراسة مداخل الصحافة والإذاعة والتليفزيون والعلاقات العامة والإعلان.

وأشارت **هبة صلاح** إلى ضرورة أن يتضمن المقرر الدراسي ضبطًا للمصطلحات التي ترسخ الكراهية والعنصرية، وعرض بعض النماذج. ودعا **طاهر فاروق زيد** للاستفادة من تجارب الأمم الأخرى، والرسائل الجامعية خاصة كليات التربية في إعداد هذا المقرر. ويرى **عماد خليل** أنه من الضروري تعليم طلاب الصحافة والإعلام أن الاختلاف ثراء، وأنه لا يوجد ميزة إلا بالعمل.

أهداف المقرر الدراسي:

أشار **كارم محمود** إلى أن من أهداف المقرر تصحيح المفاهيم الاجتماعية والفكرية والدينية المتوارثة بسبب التنشئة، وتصحيح طرق التفكير، مما ينعكس على السلوكيات والعمل المهني. وأضاف **فهمي عبد القوي** ضرورة أن يتضمن المقرر الهوية والآخر القريب والمشترك بينهما، ثم المفاهيم الفرعية، ومنها: التصور لدور العبادة بالنسبة للأغيار دينيًا.

مهارات المقرر الدراسي:

أشار **كارم محمود** إلى ضرورة وجود نماذج تطبيقية لأنواع مختلفة من التعصب وأمثلة وتدريبات عملية، وكيفية كتابة الخبر وصياغة العناوين. وأكد الدكتور **سامح فوزي** ضرورة تحليل الخطابات والنصوص الإعلامية التي تم تداولها بالفعل، وذلك حتى يتسنى لدارسي الإعلام الخروج بدروس مستفادة، وتطوير نماذج مهنية وأخلاقية في الإعلام. وأكد الدكتور **طارق أبو هشيمة** أهمية الجانب الميداني من خلال زيارات المدارس ومراكز الشباب والساحات الشعبية، بالإضافة إلى تدريب الطلاب على استشعار خطاب الكراهية، والاهتمام بالكشف عن خطاب الكراهية مع تقديم رؤى للعلاج، وتدريب الطلاب على كيفية مواجهة خطاب الكراهية، ودعم قيمة التسامح، نحو: المرأة والطفل والمهمشين وغيرهم، من حيث السلوكيات والتقاليد.

أما الدكتورة **حنان أبو سكين** وإن كانت لا تؤيد مقترح مقرر دراسي يختص بهذا الشأن، حيث

ترى أنه غير مطلوب من المؤسسات الأكاديمية تعريف الطلاب ثقافة المواطنة وكيف يواجه العنف، لكنها ترى أن الاقتراح الأنسب أن يكون هذا الموضوع في بحث التخرج، فلا يتخرج طالب/ ة الإعلام إلا بعد إعداد بحث تطبيقي، فمثلًا يأخذ دراسة حالة أو مشروعًا أو برنامجًا يرسخ ثقافة المواطنة، فالمشكلة ليست في الجانب النظري، وإنما تكمن المشكلة في التطبيق والمبادرات والممارسات التي تدعم العلاقة بين عناصر المجتمع المختلفة.

المحور الخامس: اختبار فروض الدراسة

استهدفت الدراسة الميدانية اختبار الفروض التالية:

الفرض الأول يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لإدراك الإعلاميين لممارسات خطاب الكراهية في وسائل الإعلام على إدراكهم لآليات دعم خطاب التسامح وضمان الالتزام به في ضوء متغير الاتجاه نحو التصنيف الاجتماعي وبناء الهوية.

جدول رقم (2)

تحليل الانحدار الخطي لاختبار تأثير ادراك المبحوثين لممارسات خطاب الكراهية على إدراكهم لآليات دعم خطاب التسامح وضمان الالتزام به في ضوء الاتجاه نحو التصنيف الاجتماعي وبناء الهوية

المتغير المستقل	تحليل الانحدار الخطي البسيط					تفصيل الانحدار الخطي البسيط تبعا للمتغيرات الوسيطة					
	R	R^2	F المحسوبة	مستوى الدلالة	β	المتغيرات الوسيطة		R	R^2	β	F المحسوبة	مستوى الدلالة
ادراك المبحوثين لممارسات خطاب الكراهية	٠,٤٢٣	٠,١٧٩	٢١,٣٦٢	٠,٠٠٠	٠,٤٢٣	الاتجاه نحو التصنيف الاجتماعي وبناء الهوية	سلبي مبرر للتصنيف	٠,١٨٩	٠,٠٣٦	٠,١٨٩	٠,٨١٨	٠,٣٧٦
							متحفظ ومحايد	٠,٧٢٦	٠,٥٢٧	٠,٧٢٦	٢٣,٣٥٩	٠,٠٠٠
							إيجابي رافض للتصنيف	٠,٢١٤	٠,٠٤٦	٠,٢١٤	٢,٤٥٤	٠,١٢٣

تبين من بيانات الجدول رقم (2) وجود أثر ذو دلالة إحصائية لإدراك الإعلاميين عينة الدراسة لممارسات خطاب الكراهية على إدراكهم لآليات دعم خطاب التسامح وضمان الالتزام به في وسائل الإعلام، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (R=0.423)، عند مستوى معنوية أقل من 0.01، وبلغ معامل التحديد (R^2=0.179)، وهذا يعني أن ما قيمته 17.9% من التغيرات التي تحدث في إدراك الإعلاميين لآليات دعم خطاب التسامح وضمان الالتزام به ناتج عن التغيير في إدراكهم لممارسات خطاب الكراهية في وسائل الإعلام، كما بلغت قيمة التأثير (β=0.423)، بمعنى أن الزيادة بدرجة واحدة في إدراك الإعلاميين عينة الدراسة لممارسات خطاب الكراهية في وسائل الإعلام يؤدي إلى زيادة في إدراكهم لآليات دعم خطاب التسامح وضمان الالتزام به بنسبة 42.3%، ويؤكد معنوية هذا التأثير قيمة (F) المحسوبة التي بلغت (21.362)، وهي دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.01.

كما تبين أن تأثير إدراك المبحوثين لممارسات خطاب الكراهية في وسائل الإعلام لدى ذوي الاتجاه المتحفظ والمحايد مقارنة بذوي الاتجاه الإيجابي الرافض للتصنيف الاجتماعي السلبي وبناء هوية سلبية وذوي الاتجاه السلبي المبرر للتصنيف الاجتماعي السلبي؛ حيث يبلغ (R^2=0.527) لدى ذوي الاتجاه المحافظ والمحايد، مقابل (R^2=0.046) لدى ذوي الاتجاه الإيجابي الرافض للتصنيف

الاجتماعي السلبي وبناء هوية سلبية، ويبلغ قيمة (R^2=0.036) لدى ذوي الاتجاه السلبي المبرر للتصنيف الاجتماعى السلبي.

نستخلص مما سبق أن هناك تأثيرًا لإدراك الإعلاميين عينة الدراسة لممارسات خطاب الكراهية على إدراكهم لآليات دعم خطاب التسامح وضمان الالتزام به في وسائل الإعلام، ويزداد هذه التأثير لدى الإعلاميين ذوي الاتجاه المتحفظ والمحايد.

الفرض الثاني: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاتجاه الإعلاميين نحو خطاب التسامح على إدراكهم لآليات دعم خطاب التسامح وضمان الالتزام به في ضوء متغير الاتجاه نحو التصنيف الاجتماعي وبناء الهوية.

جدول رقم (3)

تحليل الانحدار الخطي لاختبار تأثير اتجاه المبحوثين نحو خطاب التسامح على إدراكهم لآليات دعم خطاب التسامح وضمان الالتزام به في ضوء الاتجاه نحو التصنيف الاجتماعي وبناء الهوية

المتغير المستقل	تحليل الانحدار الخطي البسيط					تفصيل الانحدار الخطي البسيط تبعا للمتغيرات الوسيطة						
	R	R^2	F المحسوبة	مستوى الدلالة	β	المتغيرات الوسيطة		R	R^2	β	F المحسوبة	مستوى الدلالة
اتجاه المبحوثين نحو خطاب التسامح	٠,٢٤٨	٠,٠٦١	٦,٤١٨	٠,٠١٣	٠,٢٤٨	الاتجاه نحو التصنيف الاجتماعي وبناء الهوية	سلبي مبرر للتصنيف	٠,١٣٧	٠,٠١٩	٠,١٣٧	٠,٤٢٤	٠,٥٢٢
							متحفظ ومحايد	٠,٣٧٨	٠,١٤٣	٠,٣٧٨	٣,٤٩٥	٠,٠٧٦
							إيجابي رافض للتصنيف	٠,٣٢	٠,١٠٢	٠,٣٢	٥,٨١٦	٠,٠٢

تبين من بيانات الجدول رقم (3) وجود أثر ذي دلالة إحصائية لاتجاه الإعلاميين عينة الدراسة نحو خطاب التسامح على إدراكهم لآليات دعم خطاب التسامح وضمان الالتزام به في وسائل الإعلام، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (R=0.248)، عند مستوى معنوية أقل من 0.05، كما بلغ معامل التحديد (R^2=0.061)، وهذا يعني أن ما قيمته 6.1% من التغيرات التي تحدث في اتجاه الإعلاميين لآليات دعم خطاب التسامح وضمان الالتزام به ناتج عن التغيير في اتجاههم نحو خطاب التسامح، كما بلغت قيمة التأثير (β=0.248)، بمعنى أن الزيادة بدرجة واحدة في اتجاه الإعلاميين عينة الدراسة نحو خطاب التسامح يؤدي إلى زيادة في إدراكهم لآليات دعم خطاب التسامح وضمان الالتزام به بنسبة 24.8%، ويؤكد معنوية هذا التأثير قيمة (F) المحسوبة التي بلغت (6.418)، وهي دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05.

كما تبين أن تأثير اتجاه المبحوثين نحو خطاب التسامح لدى ذوي الاتجاه الايجابي الرافض للتصنيف الاجتماعى السلبي وبناء هوية سلبية، مقارنة بذوي الاتجاه المتحفظ والمحايد وذوي الاتجاه السلبي المبرر للتصنيف الاجتماعي السلبي؛ حيث يبلغ (R^2=0.102) لدى ذوي الاتجاه الإيجابي الرافض للتصنيف الاجتماعي السلبي وبناء هوية سلبية، مقابل (R^2=0.143) لدى ذوي الاتجاه المحافظ والمحايد، ويبلغ قيمة (R^2=0.019) لدى ذوي الاتجاه السلبي المبرر للتصنيف الاجتماعي السلبي.

نستخلص مما سبق أن هناك تأثيرًا لاتجاه الإعلاميين عينة الدراسة نحو خطاب التسامح على

إدراكهم لآليات دعم خطاب التسامح وضمان الالتزام به في وسائل الإعلام، ويزداد هذه التأثير لدى الإعلاميين ذوي الاتجاه الإيجابي الرافض للتصنيف الاجتماعي السلبي وبناء هوية سلبية.

الفرض الثالث: توجد اختلافات بين المبحوثين في كل من: اتجاه المبحوثين نحو ممارسات خطاب الكراهية وإدراكهم لتأثير المحيط الاجتماعي في تكريس خطاب الكراهية واتجاههم نحو ممارسات خطاب التسامح، وإدراكهم لآليات دعم خطاب التسامح وذلك وفقًا لاتجاه المبحوثين نحو التصنيف الاجتماعي وبناء الهوية.

لاختبار صحة الفرض السابق سيتم تقسيمه إلى أربعة فروض فرعية على النحو التالي:

الفرض الفرعي الأول: توجد اختلافات بين المبحوثين في اتجاههم نحو ممارسات خطاب الكراهية وفقًا لاتجاه المبحوثين نحو التصنيف الاجتماعي وبناء الهوية.

جدول رقم (4)

الاختلافات بين المبحوثين في اتجاهاتهم نحو ممارسات خطاب الكراهية وفقا لاتجاههم نحو التصنيف الاجتماعي وبناء الهوية

	الاتجاه نحو التصنيف الاجتماعي وبناء الهوية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
الاتجاه نحو ممارسات خطاب الكراهية	سلبي مبرر للتصنيف	٢٤	١٤٤.٢٥	١٢.٦٠٢	٦.٧١٤	٠.٠٠٢
	متحفظ ومحايد	٢٣	١٣٠.٩١	١٤.٨٣٢		
	إيجابي رافض للتصنيف	٥٣	١٤٠.٩١	١٢.٧٢٥		
	الإجمالي	١٠٠	١٣٩.٤١	١٣.٩٤٦		

يتبين من الجدول السابق وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية بين الإعلاميين عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو ممارسات الخطاب الكراهية، حيث تبين من تطبيق اختبار التباين أحادي الاتجاه (ANOVA) أن قيمة ف (6.714)، وهي دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0.01، وباستخدام الاختبار البعدي «أقل فرق معنوي» اتضح (LSD) أن الفروق كانت لصالح كل من الإعلاميين ذوي الاتجاه الإيجابي الرافض للتصنيف الاجتماعي السلبي والهوية السلبية وذوي الاتجاه السلبي المبرر للتصنيف الاجتماعي السلبي والهوية السلبية مقارنة بذوي الاتجاه المتحفظ والمحايد، أي أن كلا من ذوي الاتجاه الإيجابي الرافض للتصنيف وذوي الاتجاه السلبي المبرر للتصنيف لديهم إدراك عالي لممارسات خطاب الكراهية في وسائل الإعلام بخلاف ذوي الاتجاه المتحفظ والمحايد.

الفرض الفرعي الثاني: توجد اختلافات بين المبحوثين في إدراكهم لتأثير المحيط الاجتماعي في تكريس خطاب الكراهية وفقًا لاتجاه المبحوثين نحو التصنيف الاجتماعي وبناء الهوية.

جدول رقم (5)

الاختلافات بين المبحوثين في إدراكهم لتأثير خطاب الكراهية على المجتمع ومنظومة القيم وفقا لاتجاههم نحو التصنيف الاجتماعي وبناء الهوية

	الاتجاه نحو التصنيف الاجتماعي وبناء الهوية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
إدراك تأثير المحيط الاجتماعي في تكريس خطاب الكراهية	سلبي مبرر للتصنيف	٢٤	٢١.٢١	١١.٦١٧	٥٠.٠٣٦	٠.٠٠٠
	متحفظ ومحايد	٢٣	٣٥.٩٦	١٠.٥٤٢		
	إيجابي رافض للتصنيف	٥٣	٤٥.٢٨	٨.٥٣٦		
	الإجمالي	١٠٠	٣٧.٣٦	١٣.٨٤٣		

يتبين من الجدول السابق وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية بين الإعلاميين عينة الدراسة في ادراكهم لتأثير المحيط الاجتماعي في تكريس خطاب الكراهية، حيث تبين من تطبيق اختبار التباين أحادي الاتجاه (ANOVA) أن قيمة ف (50.036)، وهي دالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من 0.01، وباستخدام الاختبار البعدي «أقل فرق معنوي» (LSD) أن الفروق كانت لصالح كل من الإعلاميين ذوي الاتجاه الإيجابي الرافض للتصنيف الاجتماعي السلبي والهوية السلبية وذوي الاتجاه المتحفظ والمحايد مقارنة بذوي الاتجاه السلبي المبرر للتصنيف الاجتماعي السلبي والهوية السلبية، أي أن كلا من ذوي الاتجاه الإيجابي الرافض للتصنيف وذوي الاتجاه المتحفظ والمحايد لديهم إدراك عالي لتأثير المحيط الاجتماعي في تكريس خطاب الكراهية بخلاف ذوي الاتجاه السلبي المبرر للتصنيف.

الفرض الفرعي الثالث: توجد اختلافات بين المبحوثين في اتجاههم نحو خطاب التسامح وفقًا لاتجاه المبحوثين نحو التصنيف الاجتماعي وبناء الهوية.

جدول رقم (6)

الاختلافات بين المبحوثين في اتجاههم نحو خطاب التسامح وفقا لاتجاههم نحو التصنيف الاجتماعي وبناء الهوية

	الاتجاه نحو التصنيف الاجتماعي وبناء الهوية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
الاتجاه نحو خطاب التسامح	سلبي مبرر للتصنيف	٢٤	٢٩.٤٢	٣.٤٧٦	٤.٩٨٩	٠.٠٠٩
	متحفظ ومحايد	٢٣	٢٤.٥٧	٥.٤٣٤		
	إيجابي رافض للتصنيف	٥٣	٢٨	٦.١٧٤		
	الإجمالي	١٠٠	٢٧.٥٥	٥.٦٩٣		

يتبين من الجدول السابق وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية بين الإعلاميين عينة الدراسة في اتجاههم نحو خطاب التسامح، حيث تبين من تطبيق اختبار التباين أحادي الاتجاه (ANOVA) أن قيمة ف (4.989)، وهي دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 0.01، وباستخدام الاختبار البعدي «أقل فرق معنوي» (LSD) أن الفروق كانت لصالح كل من الإعلاميين ذوي الاتجاه الإيجابي الرافض للتصنيف الاجتماعي السلبي والهوية السلبية وذوي الاتجاه السلبي المبرر للتصنيف الاجتماعي السلبي والهوية السلبية مقارنة بذوي الاتجاه المتحفظ والمحايد، أي أن كلا من ذوي الاتجاه الإيجابي الرافض للتصنيف وذوي الاتجاه السلبي المبرر للتصنيف كان اتجاههم أكثر إيجابية نحو خطاب التسامح بخلاف ذوي الاتجاه المتحفظ والمحايد.

الفرض الفرعي الرابع: توجد اختلافات بين المبحوثين في إدراكهم لآليات دعم خطاب التسامح وفقًا لاتجاه المبحوثين نحو التصنيف الاجتماعي وبناء الهوية.

جدول رقم (7)

الاختلافات بين المبحوثين في إدراكهم لآليات دعم خطاب التسامح وضمان الالتزام به وفقا لاتجاههم نحو التصنيف الاجتماعي وبناء الهوية

	الاتجاه نحو التصنيف الاجتماعي وبناء الهوية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
إدراك آليات دعم خطاب التسامح وضمان الالتزام به	سلبي مبرر للتصنيف	٢٤	١٤٨.٤٢	١٢.٢٠١	٤.٨٧١	٠.٠١
	متحفظ ومحايد	٢٣	١٤١.٥٧	١٩.١٩٥		
	إيجابي رافض للتصنيف	٥٣	١٥٢.٧	١٢.٧٢١		
	الإجمالي	١٠٠	١٤٩.١١	١٤.٨٨٩		

يتبين من الجدول السابق وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية بين الإعلاميين عينة الدراسة في إدراكهم لآليات دعم خطاب التسامح وضمان الالتزام به، حيث تبين من تطبيق اختبار التباين أحادي الاتجاه (ANOVA) أن قيمة ف (4.871)، وهي دالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من 0.05، وباستخدام الاختبار البعدي «أقل فرق معنوي» (LSD) أن الفروق كانت لصالح الإعلاميين ذوي الاتجاه الإيجابي الرافض للتصنيف الاجتماعي السلبي مقارنة بذوي الاتجاه المتحفظ والمحايد، أي أن الإعلاميين ذوي الاتجاه الإيجابي الرافض للتصنيف وذوي الاتجاه السلبي المبرر للتصنيف كانوا الأكثر إدراكًا لآليات دعم خطاب التسامح بخلاف ذوي الاتجاه المتحفظ والمحايد وذوي الاتجاه السلبي المبرر للتصنيف الاجتماعي السلبي.

نخلص مما سبق بقبول الفرض الثالث حيث تبين وجود اختلافات بين المبحوثين في كل من: اتجاه المبحوثين نحو ممارسات خطاب الكراهية وإدراكهم لتأثير المحيط الاجتماعي في تكريس خطاب الكراهية واتجاههم نحو ممارسات خطاب التسامح، وإدراكهم لآليات دعم خطاب التسامح،

فقد كان الإعلاميون عينة الدراسة ذوي الاتجاه الإيجابي الرافض للتصنيف الاجتماعي السلبي والهوية السلبية هم الأكثر إدراكًا لممارسات خطاب الكراهية في وسائل الإعلام وتأثير المحيط الاجتماعي في تكريس خطاب الكراهية والاتجاه نحو خطاب التسامح وآليات دعم خطاب التسامح، بينما ذوي الاتجاه السلبي المبرر للتصنيف الاجتماعي السلبي كانوا الأكثر إدراكًا لممارسات خطاب الكراهية وخطاب التسامح، أما ذوي الاتجاه المتحفظ والمحايد كان أكثر إدراكًا لتأثير المحيط الاجتماعي في تكريس خطاب الكراهية.

خاتمة الدراسة:

لقد استشعر الصحفيون والإعلاميون خطورة انتشار خطاب الكراهية من خلال بعض ما تنشره وسائل الإعلام، التقليدية والحديثة على السواء، فضلًا عن شبكات التواصل الاجتماعي، الأمر الذي يتطلب العمل على تأكيد دور الإعلام، بوسائله المختلفة، في مواجهة خطاب الكراهية، ومن جهة أخرى العمل على بناء مجتمع التسامح، الذي تترسخ فيه مجموعة من القيم الإيجابية مثل تأكيد مبدأ المواطنة الذي يقوم على المشاركة والمساواة في الحقوق والواجبات دون تفرقة أو تمييز، واحترام الآخر وقبوله، والإيمان بالتعددية والتنوع، والدعوة للتعايش المشترك والتعاون البناء والسلام الإيجابي، وغيرها من منظومة القيم الإيجابية.

وقد أوضحت الدراسة أن خطاب الكراهية يعني النظرة الدونية للآخرين والتعالي عليهم بسبب الاختلاف في اللون أو المذهب الديني، أو الجنس أو العمر أو المستوى الاجتماعي والاقتصادي، ما يربط خطاب الكراهية بممارسات التمييز، وهو يتجلى في توجيه اتهامات للآخرين وترديد عبارات سلبية عنهم، وإقصاء الآخرين من الخطاب الإعلامي وعدم الترحيب بهم، والتقليل من شأنهم، ورفض قيم الآخرين وعاداتهم وتقاليدهم، وكراهية الخير للمختلفين، وعدم الترحيب بالاختلاف.

ومن خلال الدراسة الميدانية، والمقابلات المتعمقة، توصلت الدراسة إلى أن هناك مجموعتين من الأسباب الخاصة بإنتاج خطاب الكراهية، تتمثل المجموعة الأولى في التأثيرات الخارجية ومنها: مراعاة السياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية، والرغبة في إرضاء مالك الوسيلة الإعلامية، وإرضاء أطرف معينة داخل المجتمع (تيارات فكرية– أحزاب سياسية..)، بينما تتركز المجموعة الثانية حول العوامل الذاتية ومنها: الرغبة في تحقيق الربح المادي والشهرة والانتشار، وغياب الوعي بخطاب الكراهية، وغياب الوعي بالقوانين التي تُجرّم خطاب الكراهية، وعدم الاطلاع على مواثيق الشرف الصحفية والإعلامية، وعرض ثقافة المجتمع بدون معالجة.

وأكدت الدراسة تأثير المحيط الاجتماعي، بشكل أو بآخر، على إنتاج خطاب الكراهية، ربما نتيجة المغالاة في التصنيف الاجتماعي وبناء الهوية السلبية عن الآخرين، وفي المقابل الإيمان بضرورة دعم وترسيخ ثقافة التسامح، ما يتطلب تعاون الإعلام مع غيره من مؤسسات التنشئة الاجتماعية في إطار إستراتيجية عامة تستهدف دعم وترسيخ ثقافة التسامح.

ومن أجل تفعيل دور الإعلام في مواجهة خطاب الكراهية، وبناء مجتمع التسامح، تقدم الدراسة مجموعة من الاقتراحات لكل من:

أولًا– الهيئات المنظمة للعمل الصحفي والإعلامي: (المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام، والهيئة الوطنية للإعلام، والهيئة الوطنية للصحافة، ونقابة الصحفيين ونقابة الإعلاميين، والمؤسسات الصحفية والإعلامية)

– تدريب الصحفيين والإعلاميين على معالجات صحفية وإعلامية تلتزم بمنظومة القيم الإيجابية.
– متابعة ممارسات الصحافة ومختلف وسائل الإعلام فيما يتعلق بخطاب التسامح وخطاب الكراهية.
– إصدار تقارير متابعة دورية ترصد الممارسات الصحفية والإعلامية.
– إعداد مواثيق شرف نوعية ومدونات سلوك، خاصة بدعم وترسيخ خطاب التسامح، يلتزم بها الصحفيون والإعلاميون.
– تطبيق سياسة الثواب (منح ومكافآت، ترقيات، شغل مناصب قيادية).
– تطبيق سياسة العقاب (خصم مادي، توجيه اللوم، توجيه الإنذار).
– التعاون مع المؤسسات الحكومية، وغيرها من منظمات المجتمع المدني، المعنية بنشر التسامح ومواجهة الكراهية.
– التعاون مع كليات ومعاهد وأقسام الإعلام من أجل إقرار منهج دراسي يرسخ ثقافة التسامح ويواجه خطاب الكراهية.

ثانيًا– الإعلاميين/ القائمين بالاتصال

– تغليب المصلحة الوطنية العليا.
– العناية بالقراءة والبحث والمتابعة والاطلاع.
– حضور تدريبات في مجال دعم خطاب التسامح ومواجهة خطاب الكراهية.
– الالتزام بمواثيق الشرف الصحفية والإعلامية.
– تطبيق المعايير المهنية المتفق عليها في المعالجات الصحفية والإعلامية.
– ألا يكون السبق الصحفي– الإعلامي على حساب دقة المعلومات.
– تنويع المصادر التي يعتمد عليها الصحفيون والإعلاميون في إعداد وتقديم موضوعاتهم.
– توضيح المصطلحات المستخدمة.
– عدم التسرع في إطلاق الأحكام.
– مراعاة أخلاقيات نشر الصورة.
– إنتاج محتوى يحض على التسامح، وتسليط الضوء على المؤسسات المعنية بالحوار والتسامح ومواجهة خطاب الكراهية.
– الوعي بالقوانين التي تحض على الكراهية والعقوبات المقررة في هذا الشأن.

ثالثًا: الرسالة الإعلامية (المحتوى/ المضمون)

– الوضوح والبعد عن الغموض.

- الدقة والمصداقية، والإسناد إلى مصدر موثوق به.
- عدم التهوين وعدم التهويل.
- تهذيب المصطلحات.
- تجنب الشائعات والمعلومات غير المؤكدة.
- إبراز التعددية والتنوع الموجودة في المجتمع.
- تجنب التعميم.
- احترام الحق في الخصوصية.
- أن تعرض الرسالة مختلف وجهات النظر.

مقرر ومنهج دراسي:

تقترح الدراسة إقرار مقرر/ منهج دراسي يختص بدور الإعلام في مواجهة خطاب الكراهية ودعم مجتمع التسامح، أو على أقل تقدير إدراج هذا الموضوع ضمن المقررات الخاصة بمناقشة دور الإعلام في معالجة قضايا المجتمع، بهدف إكساب الطلاب معارف ومعلومات ومهارات ذهنية ومهنية وعامة.

وختامًا، فإن دورًا كبيرًا نتوقعه وننتظره من الإعلام في مجال دعم وترسيخ ثقافة التسامح، في مواجهة خطاب الكراهية، الأمر الذي يتطلب العمل في اتجاهين رئيسين:

- **الاتجاه الرأسي:** من خلال القائم بالاتصال والمضمون والجهات المنظمة للعمل الصحفي والإعلامي في مصر، من حيث التوعية والتدريب والتعليم والتثقيف والتنظيم الذاتي.
- **الاتجاه الأفقي:** من خلال التشبيك مع مختلف مؤسسات التنشئة الاجتماعية، حيث المؤسسات الدينية والتعليمية والثقافية والفنية والتشريعية ومنظمات المجتمع المدني، من أجل تنسيق الجهود الخاصة ببناء الوعي وترسيخ القيم الإيجابية بين المواطنين.

هوامش الدراسة:

اولا : العربية

أبو سكين، حنان كمال. (2021م). «المهددات غير التقليدية للأمن: خطاب الكراهية نموذجًا». **المجلة العربية للعلوم السياسية**، الجمعية العربية للعلوم السياسية، مج «18» ع «3»، 28-48. رابط: http://search.mandumah.com/Record/1177059

أبو سكين، حنان. (2021م). «**خطاب الكراهية وحقوق الإنسان**». موقع الهيئة العامة للاستعلامات. رابط: https://hrightsstudies.sis.gov.eg/

أحرير، إبراهيم الصديق. (أكتوبر 2018م). «الخطاب الإعلامي الليبي ودوره في صنع الكراهية». **مجلة البيان العلمية**، ليبيا: جامعة سرت. رابط: http://search.mandumah.com/Record/1041156

الجبوري، إرادة زيدان. (2018م). «خطاب الكراهية في وسائل الإعلام العراقية». **حوليات آداب عين شمس**، جامعة عين شمس، مج «46»، 283-307. رابط: http://search.mandumah.com/Record/956020

حسني، إيمان محمد. (2020م). «خطاب الكراهية الدينية الزائفة على شبكة الفيسبوك: دراسة تطبيقية في الاستراتيجية والبنية الإقناعية». **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، جامعة الأهرام الكندية، ع «30»، 176-221. رابط: http://search.mandumah.com/Record/1083517

رضوان، علاء. (1 أغسطس 2022م). «متى يصمت كل مبروك عطية؟.. القانون يواجه العابثين بالقضايا الحساسة.. المشرع وضع قانوني العقوبات وتقنية المعلومات لمواجهة الجريمة.. والعقوبة تصل لـ 5 سنوات حبس و100 ألف جنيه غرامة». **موقع برلماني**. رابط: https://www.parlmany.com

رمضان، بسام. (9 يناير 2022م). «بعد وفاة وائل الإبراشي وتهاني الجبالي.. دار الإفتاء ترد على الشامتين في الموتى». **بوابة (المصري اليوم)**. رابط: https://www.almasryalyoum.com/news/details/2500647

زايد، أحمد. (2006م). «**سيكولوجية العلاقات بين الجماعات: قضايا في الهوية الاجتماعية وتصنيف الذات**». سلسلة: عالم المعرفة، الكويت، ع «326».

الزعبي، سلافة فاروق. (فبراير 2022م). «خطاب الكراهية الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية (داعش): دراسة تحليل مضمون فيلم إحراق الطيار الأردني معاذ الكساسبة وفيلم إعدام الأقباط المصريين في ليبيا». **مجلة ريحان للنشر الإعلامي**، مركز فكر للدراسات والتطوير، ع «20»، 434-449. رابط: http://search.mandumah.com/Record/1239816

سحاري، مصطفى، ونبيح، أمينة. (2017م). «مواقع التواصل الاجتماعي وصناعة خطاب الكراهية في الجزائر: دراسة وصفية لعدة نماذج عبر صفحات الفايسبوك». **المؤتمر الإعلامي الدولي: الإعلام بين خطاب الكراهية والأمن الفكري**. الزرقاء: جامعة الزرقاء، كلية الصحافة والإعلام. رابط: http://search.mandumah.com/Record/917082

السرحان، فيصل أحمد عبد العزيز. (2017م). «الإعلام الجديد وخطاب الكراهية: إستراتيجيات المواجهة». **المؤتمر الإعلامي الدولي: الإعلام بين خطاب الكراهية والأمن الفكري**، الزرقاء: جامعة الزرقاء، كلية الصحافة والإعلام، 165-183. رابط: http://search.mandumah.com/Record/917026

شرادقة، تحسين محمد أنيس حسن، فريحات، راشيد، زهير، والمناصير، محمد. (2017م). «سيكولوجية الصورة النمطية وتأثيرها على المتلقي بين خطاب الكراهية والأمن الفكري». **المؤتمر الإعلامي الدولي: الإعلام بين خطاب الكراهية والأمن الفكري**. الزرقاء: جامعة الزرقاء، كلية الصحافة والإعلام، 271-586. رابط: http://search.mandumah.com/Record/917084

صديق، رامي عطا. (19 ديسمبر 2020م). **تجارب في مواجهة خطاب الكراهية**. جريدة (الأهرام).

صديق، رامي عطا. (9 نوفمبر 2019م). **مواجهة خطاب الكراهية.. حاجة وضرورة**. جريدة (الأهرام).

الصغير، عبد المولى ضو. (2018م). «مساهمة الفضائيات الليبية في نبذ خطاب الكراهية والتعصب ونشر ثقافة التسامح في ظل التحولات الراهنة من خلال المسئولية الاجتماعية والمهنية». **المؤتمر العلمي الأول: إستراتيجية الإعلام في ظل التحولات المجتمعية الراهنة للمجتمع الليبي والعربي**. سرت: جامعة سرت، كلية الآداب، قسم الإعلام، 99 -130. رابط: http://search.mandumah.com/Record/1143606

طه، محمد. (20 فبراير 2021م). «أصداء «إهانة تامر أمين للصعايدة».. طلبات إحاطة ووقف عن العمل ومطالب اعتذار». **بوابة (المصري اليوم)**. رابط: https://www.almasryalyoum.com/news/details/2263604

عبد اللطيف، دعاء عبد الحكم. (2019م). «فاعلية الخطاب الإعلامي الأزهري في مكافحة التعصب الديني وتعزيز التسامح: دراسة تحليلية». **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ج: «51»، 895-972. رابط: http://search.mandumah.com/Record/1092341

عبد المطلب، إسراء. (3 أغسطس 2022م). «خاضوا بشرفها وصوروا جثتها داخل المشرحة.. القصة الكاملة لمأساة نيرة أشرف طالبة المنصورة». **موقع (صدى البلد)**. رابط: https://www.elbalad.news/5383155

عبيد، بلال، وميلود، مراد. (2021م). «حرية الرأي والتعبير عبر فايسبوك وخطاب الكراهية: دراسة تحليلية على عينة من منشورات صفحة «News Kabylie"». **مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية**، المركز الجامعي أحمد زبانة غليزان- مخبر الدراسات الاجتماعية والنفسية والانثروبولوجية، مج «7»، ع «2»، 692-709. رابط: http://search.mandumah.com/Record/1213256

عمران، ندى. (2019م). «خطاب الكراهية في الصحافة العراقية». **رسالة دكتوراه**. العراق- بغداد: جامعة بغداد، كلية الإعلام، قسم الصحافة.

فياض، محمد أحمد. (خريف 2019م). «محاربة خطاب الكراهية وتعزيز الأمن الفكري في وسائل الإعلام: تطوير نموذج اتصالي». **المؤتمر الإعلامي الدولي: الإعلام بين خطاب الكراهية والأمن الفكري**، الزرقاء: جامعة الزرقاء- كلية الصحافة والإعلام، 223-242. رابط: http://search.mandumah.com/Record/917038

فياض، محمد أحمد. (خريف 2019م). «نحو تطوير آليات الخطاب الإعلامي الآمن المضاد للكراهية». **مجلة شؤون اجتماعية**، جمعية الاجتماعيين في الشارقة، مج «36»، ع «143». رابط: http://search.mandumah.com/Record/1023998

محمد، الزين تيراب إسماعيل. (يونيو 2022م). «خطاب الكراهية بين الأديان السماوية والمواثيق الدولية: دراسة مقارنة». **مجلة القلزم للدراسات السياسية والقانونية**، مركز بحوث ودراسات دول حوض البحر الأحمر وجامعة البليدة، ع «12»، 81-94. رابط: http://search.mandumah.com\Record\1274673

مصطاف، محمد عبد الرزاق. (2019م). «دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترويج خطاب الكراهية بين طوائف الجمهور العراقي»، **رسالة ماجستير**. مصر: جامعة الزقازيق، كلية الآداب، قسم الإعلام.

منظمة سكاي لاين الدولية. (إبريل 2019م). سكاي لاين الدولية ترصد خطاب التحريض والكراهية في الإعلام العربي.

موقع (BBC NEWS عربي). (14 نوفمبر 2021م). «زكريا بطرس: جدل وتساؤلات في مصر بعد إعادة نشر فيديوهات «مسيئةللإسلام»،موقع(bbc).رابط:https://www.bbc.com/arabic/trending-59283168

نصر، وسام. (2020م). «دور مواقع التدوين المصغر «تويتر» في نشر خطاب الكراهية وإثارة الفتن الطائفية: أحداث الكنائس المصرية 2017 نموذجًا». **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون**، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ع «19»، 1-56. رابط: http://search.mandumah.com/Record/1126988

يسن، سارة أحمد. (2020م). «خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودوره في الحشد والتعبئة السياسية للرأي العام في إطار نظرية الصراع»، **رسالة دكتوراه**. مصر: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة.

ثانيًا: الأجنبية

Brorson, E. (2018). "Classifying hate speech using fine-tuned language models". **Master degree**, Uppsala Universitet (Sweden).

Jendrowski, J. (2019). "Networks of incivility on twitter: The Changing Geography of hate speech in a new social media Landscape". **Master of Science**. The faculty of the Graduate School of the University at Buffalo, USA, The State University of New York.

Lynch, J., McGoldrick, A. (2005). **Peace Journalism**, Hawthorn Press. UK.

Marsters, A. (2019). "When hate speech leads to hateful actions: A corpus and discourse analytic approach to linguistic threat assessment of hate speech". **PH. D in Linguistics**, Georgetown University, USA, Washington DC.

Mohdeb, D. et al. (2022). "Evaluating transfer learning approach for detecting Arabic anti-refugee/migrant speech on social media". **Aslib Journal of Information Management**,74(6), 1077-1088. Link: https://doi.org/10.1108/AJIM-10-2021-0293

Perry et al. (2020). "Planting hate speech to harvest hatred: How does political hate speech fuel hate crimes in Turkey?", **International Journal for Crime, Justice and Social Democracy**, 9(4), Link:
https://www.crimejusticejournal.com

Udanor, C. Anyanwu, C. (2019). "Combating the challenges of social media hate speech in a polarized society: A twitter ego lexalytics approach". **Data Technologies and Applications**, 53(4), Link: https://www.researchgate.net/publication/335809934

ثالثًا: مواقع إلكترونية:

- موقع الأمم المتحدة: https://www.un.org
- موقع كايسيد: https://www.kaiciid.org
- موقع مكتبة حقوق الإنسان: http://hrlibrary.umn.edu/arab/tolerance.html
- موقع مصراوي: https://www.masrawy.com

تحكيم استمارة استطلاع الرأي:

استعان الباحثان في تحكيم الاستمارة بكل من:

1. أ.د. محمد سعد: أستاذ الصحافة بقسم الإعلام كلية الآداب- جامعة المنيا.
2. د. يسري مصطفى: كاتب وباحث ومدرب، متخصص في مجالات التنمية ودعم المواطنة والحوار والنوع الاجتماعي.
3. د. حنان كمال أبو سكين: أستاذ العلوم السياسية المساعد بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية.
4. د. طارق أبو هشيمة: مدير المؤشر العالمي للفتوى بدار الإفتاء المصرية.
5. د. محمد ثروت: كاتب صحفي وباحث، مدير تحرير جريدة وموقع (اليوم السابع)، متخصص في الحوار بين

الأديان.
6. أ. سميرة لوقا: مديرة قطاع الحوار بالهيئة القبطية الإنجيلية للخدمات الاجتماعية، عضوة المجلس القومي لحقوق الإنسان.

المقابلات المتمعقة:

أجرى الباحثان مقابلات مُتعمقة مع كل من:

1. د. حنان كمال أبو سكين: أستاذ العلوم السياسية المساعد بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، الاثنين 5 سبتمبر 2022م.
2. د. سامح فوزي: كاتب وباحث، كبير باحثين بمكتبة الإسكندرية، 15 أغسطس 2022م.
3. د. طارق أبو هشيمة: مدير المؤشر العالمي للفتوى بدار الإفتاء المصرية، 26 مايو 2022م.
4. أ. طاهر فاروق زيد: مدير إدارة «حوار» بدار الإفتاء المصرية، 26 مايو 2022.
5. أ. علاء ثابت: رئيس تحرير جريدة (الأهرام)، عضو مجلس نقابة الصحفيين سابقًا، الجمعة 26 أغسطس 2022م.
6. أ. عماد خليل: صحفي بجريدة (المصري اليوم)، وعضو مجلس النواب، 4 سبتمبر 2022م.
7. أ. فهمي عبد القوي: عضو إدارة «حوار» بدار الإفتاء المصرية، 26 مايو 2022م.
8. أ. كارم محمود: كاتب صحفي، عضو مجلس نقابة الصحفيين سابقًا، وكان مسئولًا عن لجنة التشريعات بها، الاثنين 28 مارس 2022م.
9. أ. هبة صلاح: كاتبة وباحثة، تعمل مترجمة بدار الإفتاء المصرية، ومؤسسة مبادرة «أصواتهن للسلام»، 26 مايو 2022م.
10. أ. يوسف إدوارد: المنسق الإعلامي للهيئة القبطية الإنجيلية للخدمات الاجتماعية، 3 سبتمبر 2022م.