

Abstract :

A new phenomenon has recently spread, communication technology and new media, specifically social networking sites has contributed to its spread, which is the digital influencers or as they are known as new content makers, who have become a reference for their followers in various fields, given the ease of use of these sites and their availability to everyone compared to their economic cost Many individuals have turned to playing the role of influencer, regardless of the type of content they produce, to establish themselves as new opinion leaders with an unlimited number of followers and fans.

Based on this idea, the possibility of this segment is evident in playing an active role in the face of hate speech, either from the side of its manufacture and work to stoke it in society, or to work to suppress it and spread a culture of tolerance and dialogue, given that this is due to the background of this group, and accordingly this study is based on presenting

A theoretical view of the relationship of digital influencers to hate speech.

Keywords: hate speech, digital influencers, social networking sites.

1. مقدمة:

ساهم التطور التكنولوجي الذي نعيشه اليوم في إحداث العديد من التغيرات والتحويلات التي مست مختلف نواحي المجتمع ، وخصوصا ما تعلق بالوسائط الإتصالية الحديثة التي باتت تستقطب الأفراد بشكل لافت للنظر ، حيث أصبحنا نشهد إرتحال الأفراد إلى العالم الافتراضي الذي يعرف تناميا مستمرا من خلال ما ينتجه من مجتمعات إفتراضية توازي وتحاكي المجتمعات الواقعية .

هذا التحول الذي أحدثه العالم الرقمي فرض العديد من الأدوار والوظائف التي عادة ما كانت إمتدادا لوظائف وأدوار موجودة أساسا في العالم الواقعي ، إلا أن الخصائص التي يتميز بها هذا العالم أجبرت تلك الأدوار والوظائف على التكيف والتأقلم مع هذه البيئة ومواطنيها فسبقا وضمن المجال الطبيعي عرف قادة الرأي على أنهم مرجعية الأفراد في تكوين آراءهم وتوجهاتهم نظرا لما يمتلكونه من قوة تأثير، خاصة كونهم يلتزمون بالمعايير الإجتماعية للنظام الإجتماعي كما ذكر روجرز (Rogers) ، ولذلك يتوجه

العديد إليهم لطلب النصح والمشورة ، خاصة وأنهم توسطوا العلاقة التي تجمع بين مصادر المعلومة (وسائل الإعلام) والأفراد.

غير أن ما توفره تكنولوجيا الإتصال جعلت من هذا الدور متاح للجميع ، ضمن ما يعرف بمؤثري مواقع التواصل الاجتماعي ، فالملاحظ اليوم أن الفضاءات الرقمية تعج بصناع المحتوى بغض النظر عن المجالات التي ينشطون فيها ، أو المحتوى الذي يقدمونه بعيدا عن الرقابة والضوابط التي تحكم النظام الاجتماعي ، وهذا ما أدى الى إزدياد عدد متابعيهم .

فسيطرة هذه الشريحة على متببعيها ، وبمساهمة مزايا مواقع التواصل الاجتماعي ، يفصح عن علاقة معقدة بين هذه الفئة وخطاب الكراهية الذي أصبحت خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على تغذيته، فالمؤثر الرقمي له معتقدات وثقافة معينة ، إضافة إلى التجارب التي شكلت نظريته الخاصة للواقع المعاش، والتي من المفروض أن تتحكم في طريقة صناعته للمحتوى الخاص به بوعي أو من غير وعي منه ، ومن المحتمل أن تتضمن محتويات ما ينتجه ويشاركه مع جمهوره ما يحرض على العدا ، أو الكره ، أو التمييز أو حتى العنف الرمزي كأدنى نوع من أنواع الكراهية ، وغير بعيد عن ذلك يمكن أن تكون هناك جهات تقوم بإستغلال هذه الفئة لتمرير رسائلهم الخاصة من خلال المحتوى الذي يقدمونه ، وهذا ما سيسفر عن نتائج أسوأ في العالم الواقعي . و على النقيض من ذلك من المحتمل أن تكون كل هذه المتغيرات حافزا لمواجهة هذا الخطاب ومحاربة سياسة التفرقة والعنف.

و إنطلاقا من هذا الإستهلال نحاول من خلال هذه الورقة البحثية الوصول إلى توضيح وشرح يوضح :

علاقة المؤثرين الرقميين عبر مواقع التواصل الاجتماعي بخطاب الكراهية .

وقد إرتأينا تقسيم الورقة البحثية إلى ثلاثة أقسام :

1- خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

2- المؤثرون الرقميون كقادة للرأي العام .

3- علاقة المؤثرين الرقميين عبر مواقع التواصل الاجتماعي بخطاب الكراهية .

1- خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي :

عملت مواقع التواصل الاجتماعي على التسريع من إنتشار وتيرة خطاب الكراهية ضمن الفضاءات الافتراضية ، مما خلف العديد من الإنعكاسات في المجتمعات على أرض الواقع، منها ما وصل الى القتل والإبادة كأعلى درجات للكراهية والعنف .

1.1 مفهوم خطاب الكراهية :

يحمل مصطلح خطاب الكراهية العديد من المدلولات ، فالخطاب أشكال وأنماط متنوعة ، والكراهية لها درجات وأنواع مختلفة ، ولأجل ذلك حددت مبادئ كادمن (Cadmen) التي وضحتها منظمة المادة (19) ، بالإشتراك مع العديد من خبراء الإعلام في العالم مفهوما له ، حيث تنص على أن: " الكراهية هي حالة ذهنية تتسم بانفعالات حادة وغير عقلانية من العداء والمقت والإحتقار تجاه المجموعة أو الشخص المحرض ضده " .

بمعنى أن ما يتم تداوله من خطابات للكراهية في الحقيقة هو ترجمة لحالة ذهنية لشخص معين ، لكنه نجح في تصدير تلك الحالة لأفراد آخرين من المجتمع من خلال عدة منافذ وسبل .

وحسب منهجية مرصد الإعلام في شمال إفريقيا والشرق الأوسط يعتبر خطاب الكراهية : " كل خطاب مكتوب أو مسموع أو مرئي يهدف إلى القتل الرمزي للآخر وإقصاءه ، ويتجلى ذلك من أبشع مظهر وهو الدعوة للقتل والعنف ، الى الشتم والسب ، القذف والإساءة والإهانة والوصم والتمييز " (مرصد الاعلام، 2015، صفحة 6). أي أن خطاب الكراهية يشتمل على أبسط تعبير أو تهमيش أو إساءة، والتي قد يعتبرها البعض كمزاح ، وصولا الى أبشع صوره المتمثلة في القتل ، وهذا الأمر هو إمتداد لوضع لطالما كان قديما ، فلهجاء عرف عند العرب وكثيرا ما قامت النزاعات بسبب ما ينشأ من أشعار الهجاء التي تعدد مساوئ الغير وتحرض ضدهم ، وغالبا ما كان لذلك آثار وخيمة . أما في عصر مواقع التواصل الاجتماعي فقد برز خطاب الكراهية في شكل جديد بالموازاة مع ما توفره هذه الوسائط من مزايا مختلفة (كتابة ، صوت ، فيديو ، كاريكاتور ،).

وعليه يسعنا القول أن خطاب الكراهية مبدأه نابع من فرد أو جماعة، فهو يظهر نتيجة للمشاعر السلبية اتجاه شخص آخر أو جماعة معينة أو موقف ما، فيعبر عن تلك المشاعر بكلمات وتعبير محملة بالبغض والعداء، وبالمقابل يتوقع أن يكون هناك أشخاص يتفقون مع ما عبر عنه هذا الشخص أو الجماعة، فيتم التأييد، ومنه يساهمون في تأجيج هذا الخطاب الذي يمكن أن يترجم إلى العديد من الإنفعالات الرمزية أو الفعلية.

ومن مسببات خطاب الكراهية كما يرى البعض أن مختلف العقد والمشاكل التاريخية عادة ما تكون هي السبب وراء مثل هذه الظواهر، والتي ما إن تغيب حتى يحدث مبرر لظهورها مجدداً (الطائي، 2020، صفحة 41)، كما أن الاختلافات العرقية أو الدينية أو الجنسية أو حتى في اللون هي التي تكون دافعا محركا لمثل هذه الخطابات، ما يعني أن خطابات الكراهية اليوم جزء منها ما هو إلا إعادة خلق وترجمة لمشاكل قديمة. والواقع يوضح ذلك.

2.1 ردود الفعل ازاء خطاب الكراهية :

أكد المبدأ 12 الفقرة (1) من مبادئ كادمن (Cadmen) على وجوب تبني جميع الدول تشريعا يمنع أي دعوة للكراهية، بحيث أوجب أن توضح الأنظمة القانونية الوطنية بشكل صريح، وعبر تعبير رسمي مايلي :

1- كلمة الكراهية أو العداء تشير إلى مشاعر قوية، وغير عقلانية من الإزدراء أو البغض تجاه المجموعة المستهدفة.

2- كلمة دعوى تعني وجود نية لترويج البغض للفئة المستهدفة وبطريقة علنية.

3- كلمة تحريض تشير إلى التصريحات حول المجموعات القومية أو العرقية أو الدينية، التي تؤدي الى خطر وشيك لوقوع التمييز أو العدائية أو العنف ضد أشخاص ينتمون الى هذه المجموعات.

4 - أن الترويج الإيجابي لهوية مجموعة معينة لا يشكل خطابا للكراهية.

5- على الدول أن تمنع الإنكار أو التغاضي عن جرائم الإبادة الجماعية، والجرائم ضد الإنسانية، وجرائم الحرب فقط عندما تشكل هذه التصريحات خطاب كراهية على النحو الموضح في المبدأ 12/1.

6- على الدول أن تمنع إنتقاد أو مناقشة الأفكار والمعتقدات أو الأيديولوجيات أو الديانات أو المؤسسات الدينية ، إلا عندما يشكل ذلك خطاب كراهية الموضح في المبدأ 12/1.

7- على الدول أن تضمن أن الأشخاص الذين تكبدوا أضرار حقيقية نتيجة لخطاب الكراهية كما هو محدد في المبدأ 12/1 لهم الحق في الإنتصاف الفعال بما في ذلك التعويض المدني عن الأضرار .

8- على الدول أن تعيد النظر بإطارها القانوني لضمان أي ضوابط تتعلق بخطاب الكراهية تراعي ما هو مذكور أعلاه. (زهرة، 2014، الصفحات 60-61)

أما من ناحية المشرع الجزائري فقد إهتم بخطاب الكراهية حديثا ، وإن صح القول عقب حراك ففري 2019 . حيث نصت المادة 2 من قانون 05/20 على أن: " خطاب الكراهية هو جميع أشكال التعبير التي تنشر وتشجع أو تبرر التمييز ، وكذلك تلك التي تضمن الإزدراء أو الإهانة أو العداء أو البغض أو الغش الموجه الى شخص أو مجموعة أشخاص، على أساس الجنس أو العرق أو اللون أو النسب أو الاصل القومي أو الاثني أو اللغة أو الإلتواء الجغرافي أو الإعاقة أو الحالة الصحية " (لعبيدي، 2020، صفحة 33)، وقد جاء هذا التحرك القانوني ردا على السجلات التي وقعت في الحراك والتي كانت تحاول الإطاحة بالوحدة الوطنية.

3.1 خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

نقل التحول الكبير الذي عرفته وسائل الاتصال خطاب الكراهية إلى العالم الافتراضي، خاصة وأن خوارزميات مواقع التواصل الاجتماعي تغذي هذا الخطاب ، ولأجل ذلك هناك العديد من النقاط التي تميز خطاب الكراهية في صيغته الرقمية عن غيره وتمثل هذه المميزات في ما يلي :

- تحظى رسائل الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بسرعة الإنتشار والتداول ، خاصة مع الميزات التي تتمتع بها هذه المواقع والتي تسرع من إنتشار هذه الخطابات .

- خاصية الأرشيف التي تتميز بها مواقع التواصل الاجتماعي تسمح بأن تترابط داخلها خطابات

الكراهية ، وقد عبر آندر أوبدر (AnderObder) الرئيس المدير العام لمعهد الوقاية من

الكراهية على الانترنت : "كلما طال بقاء محتوى من المحتويات على الانترنت ، كلما زادت خطورة

الضرر الذي يمكن أن يمس الضحايا ، وزاد من تقوية مرتكبيه ، فإذا ازلت محتوى معين في مرحلة مبكرة يمكنك ان تحد من تعرض الضحايا " .

- إمكانية نقل وتكرار خطاب الكراهية ، حيث أن خاصية التلاقي والإندماج التكنولوجي التي تحصل بين المنصات وبفعل النصوص التشعبية ، فإنه حتى ولو تم حذف مادة الكراهية في موقع ما ، فإنها ستكون لا تزال موجودة على موقع آخر ، مما يؤدي إلى تواصل الضرر ونواصل إنتشارها .
- الهويات الزائفة ، والتي تشكل تحديا أمام التعامل مع خطاب الكراهية على الأنترنت ، وباعتبار أن مواقع التواصل الاجتماعي من بين الوسائط التي خرجت من عباءة الانترنيت، وتسمح بظهور الهويات الافتراضية التي لا يعرف عنها إلا ما سمحت به أن يعرف ، وهذا ما يخولها إلى التصرف وفق ما تراه مناسباً بعيداً عن الرقابة والسلطة المجتمعية ، فالفرد أكيد سيعبر عن كرهه وبغضه لما يريد ما دام لن يعرفه أحد ، وهذا ما ساهم في تغلغل خطاب الكراهية في هذه الفضاءات .
- هذا النوع من خطاب الكراهية يستدعي تكييف الترسنة القانونية ، والتي من المفترض ان تأخذ بعين الاعتبار نسبة التفاعل وطبيعتها ، خاصة وان الفضاء الافتراضي يجعل من خطابات الكراهية عابرة للحدود ويصعب التحكم بها ، لذلك لا بد بالنظر للأمر بروية وحكمة . (أغنينو، 2015، صفحة 13.14)

إن الخصائص التي تتمتع بها مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في إعادة إحياء مظاهر الحقد والكره السائدة منذ القدم ، لكنها تجعل حدتها أكثر نتيجة الإمكانيات التي تتيحها ، وهذا ما يضع السلطات الوصية في موقف صعب في تعاملها مع هذا النوع الرقمي من خطابات الكراهية.

4-1 مشاهد من خطابات الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

هناك العديد من القضايا التي أثّرت عبر العالم، والتي كان سببها إنتشار خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، خاصة بعد التصاعد المستمر في عدد مستخدمي الأنترنت بالعالم حيث أنه من بين 7.83 مليار نسمة من إجمالي سكان العالم نجد 4.66 مليار نسمة مستخدم للأنترنت ، وما يقدر 4.20 مليار نسمة مستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي حسب تقرير(Data Reportal)

لشهر جانفي 2021 (data reportal.com , 2021)) ، وهذا ما يعكس الأهمية التي تكتسبها هذه المواقع، خاصة و أن عدد مستهلكيها فاق نصف سكان العالم، وهذا ما جعل من هذه المواقع محركا لعدد القضايا التي هزت العالم بأسره .

1-4-1 بورما و قضية الابداء الجماعية لمسلمي الروهنجا :

ما حصل لمسلمي الروهنجا ببورما قضية أشعلت الرأي العام وخاصة سنتي 2016 و 2017 حيث شهدت هذه الفئة خلال هاتين السنتين موجة عنف شديدة من طرف البوذيين الذين ورثو الحقد والكراهية من الإستعمار البريطاني لهذه الفئة ، فقد قامت القوات الأمنية والميليشيات البوذية في سنة 2017 بهجمات مسلحة على المدنيين في مدن وقرى "أراكان" ، وذلك في أعقاب قيام جيش تحرير "أراكان" بهجوم متزامن على 24 مركز لشرطة الحدود شمال "أراكان" قتل خلاله 12 فرد منها ، حيث أسفرت العمليات الإنتقامية عن مقتل وجرح الآلاف من الروهنجا وتشريد مئات الآلاف منهم ، فبينما أشارت مصادر رسمية إلى مقتل 370 شخص بداية أعمال العنف و لجوء 40 ألف منهم إلى "بنغالديش" ، فإن المجلس الأوروبي للروهنجا أكد أن ما بين 2000 و 3000 من الروهنجا قتلوا جراء عمليات التطهير العرقي تلك، فضلا عن حرق نحو 62 قرية وتدمير 948 دار للروهنجا ما بين 08/ 25 و 09/14 2017 بحسب منظمة هيومنرايتس وتشج. (Dr. Hameed Faris, 2019).

هذا الظلم دفع بالأقلية المضطهدة من الروهنجا، لرفع دعوة ضد شركة فايسبوك تطالب بتعويض قدر بحوالي 150 مليون جنيه إسترليني ، متهمين هذه الشركة أنها ساهمت في تغذية الإبادة الجماعية التي تعرضت لها الأقلية في "ميانمار" عام 2017 ، وذلك من خلال نشر الكراهية ضدهم ، فالخوارزميات الفايسبوكية بثت وضخمت خطاب الكراهية ضد هذه الفئة التي عوملت بعنصرية . وعلى الرغم من إعتراف الشركة بأوجه القصور في مراقبة المحتوى المناهض للروهنجا إلا أنها فشلت في توفير مشرفين قادرين على فهم وقراءة لغات بورما وكذلك فهم المشهد المشحون في "ميانمار" (ياسمين سعد ، 2021)

هذا المشهد يوحي بخطورة هذه المواقع ،ودورها في إحداث الكوارث في العالم الواقعي فالجيش الميانماري أطلق حملة فايسبوكية تحمل إسم " الأرض المحروقة " بغية طرد سكان الروهنجا ، وبالفعل تم ذلك و طرد ما يقارب 750 ألف من الأهالي المسلمين.

والدعوى في حد ذاتها أكدت أن الفيسبوك ما زال غير قادر على وقف نشر المعلومات المضللة إلى الآن، لأن خوارزمية الفيسبوك غير قادرة على قراءة لغة "ميانمار" المحلية ، وقد تم الاعتراف بمخالفاته ضد الروهنجا في نهاية عام 2018 .

1-4-2 الهند وتطرف الهندوس ضد المسلمين :

يواصل الهندوس المتطرفين من خلال تجمعاتهم الدينية في شمال الهند إلى التنديد بالمسلمين والدعوة لقتلهم من خلال العديد من التصريحات والتنديدات التي يقومون بها ، ومن بين الخطابات فيديو تم تداوله قامت بتسجيله امرأة (بوجا شكون باندي زعيمة هندو ماهاسابها) تخاطب حشدا من الهندوس وتشجعهم على قتل المسلمين في مؤتمر عام عقد شمال الهند ، ليس فقط هذا بل حتى السياسيين دخلوا معترك هذه الخطابات ،وقد تمت الدعوة إلى تطهير الهند كما حدث في "ميانمار" ، إضافة إلى الإعلاميين ،حيث أن رئيس أحد القنوات الإعلامية والمدعو (سوريش شافانك)، ظهر بأحد التسجيلات وهو يتعهد بتحويل الهند إلى الدولة الهندوسية الأولى. وهتف قائلا "سوف نحارب حتى الرمح الأخير، وسنجعل الهند أمة هندوسية، لتظل كذلك إلى الأبد. سوف نقاتل ونموت إذا لزم الأمر، وسنقتل كذلك". ثم قام بنشر مقطع فيديو على [تويتر](https://www.noonpost.com/content/42750) لقسمه حتى يشاهده متابعوه الذين يبلغ عددهم النصف مليون(2021, <https://www.noonpost.com/content/42750>).

مثل هكذا تصريحات جعلت مسلمي الهند يعانون من تبعاتها نظير ما لحق بهم من عنف وعنصرية في أيام حياتهم العادية .

1-4-3ألمانيا و سويسرا ...حملة مكافحة منشورات الكراهية:

قامت الشرطة الألمانية بحملة لمكافحة منشورات الكراهية في الأنترنت ، والتي تعتبر مثل هذه الخطابات جرائم جنائية يمكن للقانون أن يعاقب مرتكبيها بالسجن لمدة تصل إلى خمس (05) سنوات ،

وقد جاءت هذه الحملة بعد إغتيال المسؤول المحلي لمدينة كاسل (فالتر لويكه) و الهجوم على الكنيس اليهودي في مدينة "هاله"، وقد تم إصدار بيان لهذا الشأن يظهر فيه أنه يمكن للتطرف عبر الأنترنت أن يتحول إلى عنف جسدي ، وقد تم رصد سنة 2020 ما يقارب 2607 حالة من خطاب الكراهية وبنسبة زيادة تقدر بـ 71.7% مقارنة بالعام المنصرم (<https://www.dw.com>، 2021) .

و الواضح أن العمل الإجرامي الذي أودى بحياة المسؤول من مقاطعة كاسل، كانت بداياته عبر الأنترنت أي أنه تم الترويج لخطابات كراهية ضده عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، مما سمح بتحول تلك الخطابات إلى جريمة حقيقية أودت بحياة انسان .

أما بالنسبة لسويسرا هي الأخرى لم تبقى مكتوفة الأيدي أمام التصاعد الكبير لخطابات الكراهية عبر الأنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي ، حيث أطلقت منصة للإبلاغ عن خطاب العنصرية على الأنترنت ، وهذا ما أكدته اللجنة الفدرالية لمكافحة العنصرية في 2021/11/30 وتقوم المنصة بتبسيط عملية الإبلاغ عن خطاب الكراهية والعنصرية على الأنترنت ، أين توفر هذه المنصة التجريبية إمكانية الإبلاغ على أي محتوى عنصري من خلال النقر فقط. (<https://www.swissinfo.com>، 2021) .

الملاحظ من خلال هذه الأحداث والوقائع أن خطابات الكراهية الزاحفة إلى العالمي الرقمي في الحقيقة ما هي إلا إمتداد وتمثل لما هو موجود بالواقع ، كما أن المشاكل والأزمات القديمة هي التي بلورت نوعا جديدا من خطاب الكراهية ، ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي والأشخاص الذين يصنعون تلك الخطابات في إنتشارها إلى أكبر عدد ممكن .

وقد عبرت الباحثة " **benesch susan** " على أن خطابات الكراهية تأخذ مجرى القبول لدى

الأفراد إنطلاقا من عدة اعتبارات هي :

- سلوك وشعبية المتحدث او الصانع المحتوى .
- الوضعية العاطفية للجسمهـور .
- محتوى الخطاب ذاته كدعوى للتحرك .

- السياق التاريخي والاجتماعي الذي تقع فيه العمل الناتج عن الخطاب .
- الوسائل المستعملة لنشر الخطاب والتي عادة ما تدخل فيها اللغة المستعملة كطرف فاعل (اغنيو كاكيا ياردون واخرون، 2015، صفحة 12).
- ومن خلال هذه النقاط المذكورة نلمس مدى أهمية دور المؤثرين الرقميين في قضية خطاب الكراهية باعتبار أن لهم القدرة على التسويق للأفكار والإقناع بإتباع أساليب مختلفة .

2- المؤثرون الرقميون كقادة للرأي العام .

لقد ساعدت الأنترنت على ظهور العديد من قادة الرأي الذين يسعون للتأثير في أكبر عدد من الأفراد كل حسب مجاله ، فالיום قادة الرأي ليسوا مجبرين على توسط العلاقة بين الأفراد ووسائل الإعلام التقليدية كالسابق ، بل على العكس حيث أصبحت العلاقة مباشرة مع الأفراد من خلال الإعتماد على المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما أنتج مؤثرين رقميين .

2-1 مفهوم المؤثرين الرقميين :

كلمة مؤثر أو مؤثرة تدل على التأثير ، أي شخص بإمكانه التأثير في غيره نظرا لقدرته على ذلك ، والكلمة وظفت قديما في القرن الثالث عشر (13) ككلمة لاتينية "**influenzia**" سلطوية تحمل معنى سلبي متعلق بالحث على الحروب والكوارث في التاريخ الانساني .

أما بول لازارسفيلد (**lazarsfeld**) فكان أول من سك مصطلح قادة الرأي من خلال عمله حول آثار وسائل الإعلام على المجتمع وطور كلمة مؤثر سنة 1940 ، أين أكد أن هناك أشخاص يؤثرون على قرارات الأفراد من أجل الإنتخابات بفعل الروابط التي تجمعهم .

وفي تسعينيات القرن الماضي 1990 إستخدم الاسم مع بعض المدونين، حيث إصطلح عليهم مدونوا التأثير ، و بعدها تمت تسميتهم بالمؤثرين .

والمؤثر هو شخص له القدرة على التأثير في أتباعه من خلال تغيير سلوكهم عن طريق إعتماده على جسر الكتروني لتمرير محتواه قد يكون أحد المواقع الاجتماعية أو المدونات ، فالمهم أنه يبقى على إتصال

بمتابعيه ليعرف آرائهم وردود أفعالهم إزاء ما يقدمه من محتوى . أي أن المؤثر ليس بالضرورة شخص من المشاهير والأشخاص المعروفين ، بل بالإمكان لأي شخص أن يصبح مؤثرا مادام مالكا للتقنية وللأسلوب الذي يحاور به جمهوره .

وعليه المؤثرون هم أشخاص عاديون، إستطاعوا إمتلاك قدرة التأثير في متابعيهم وقد ساعدتهم الوسائط الإتصالية على ذلك ، مما جعلهم يكتسبون أهمية لدى متتبعيهم ، بنحو يجعل من المتابعين والمعجبين ينساقون وراء ما يقدمونه، ويقبلون إيجابا على المحتوى الذي يقومون بتقديمه لهم ، و حتى يكون الفرد مؤثرا لابد عليه أن يمتلك بعضا من المميزات والخصائص والتي منها :

- **خاصية التأثير :** ليس كل فرد يستطيع التأثير بالأخر لذلك المؤثر الرقمي لديه القدرة على التأثير في معجبيه بطريقة تقديمه للمحتوى ، مما يجعل هؤلاء المعجبين دائمي الوفاء لمتابعة المؤثر فأفكاره تلقى الإستحسان من جمهوره .
- **الحضور :** إن المؤثر الرقمي لابد له ان يكون دائم الحضور والإتصال مع جمهوره حتى يتسنى له معرفة ميولاتهم ، و ما لذي يرغبون به حتى يتجاوب معهم ويوفر ما يطلبونه .
- **جمعه لأكبر شبكة إجتماعية :** المؤثر ينجح بالمعجبين والمتتبعين ،لذلك لا بد عليه أن ينجح في جمع أكبر شبكة إجتماعية ممكنة .
- **الإهتمام بما يريده المتتبعين والمعجبين ،** وتقديم محتوى يتماشى مع ميولاتهم، لضمان إستدامته وكسب ولاء جمهوره .

هذه الخصائص من شأنها أن تجعل من المؤثر أكثر حضورا ومتابعة من طرف جمهوره ، ونظرا لما يتمتع به هؤلاء من شهرة أصبحت اليوم العديد من العلامات التجارية تعتمد على هؤلاء حتى تتمكن من كسب متتبعين هؤلاء المثرين مقابل جزاء مادي ، وهذا ما زاد في عدد المؤثرين ، ناهيك عن المقابل المادي الذي يحصلون عليه من طرف المؤسسات المسؤولة عن مواقع التواصل الاجتماعي .

2-2 أنواع المؤثرين :

- هناك عدد من التصنيفات الخاصة بالمؤثرين الرقميين ، فنجد من يصنفهم على حسب عدد المعجبين والمتابعين ، أو على حسب المجال الذي ينشطون فيه ، وهناك من يتبنى تصنيفات أخرى :
- التصنيف على حسب عدد المتابعين : هذا التصنيف يضم أربعة تقسيمات :
 - المؤثر الفتي : والذي يتراوح عدد متابعيه ما بين 10.000 الى 100.000 متابع .
 - المؤثر المتوسط : جمهوره محصور بين 100.000 الى 500.000 متابع .
 - المؤثر الضخم : متابعوه عددهم من 500.000 الى 2 مليون متابع .
 - المؤثر النجم : عدد متابعيه يفوق 2 مليون متابع (gulberti, 2019) .
- أما جيم ياري (Jim Barry) يرى أن المؤثرين أربعة أنواع :

- المعلمون: وهم المؤثرون الذين يعلمون المستخدمين الآخرين الأشياء المفيدة وينقلون خبراتهم لغيرهم .
- المدربون: وهم المؤثرون الذين يعلمون ويدربون غيرهم ويعتمدون في الأساس على التجريب والمشاركة.
- الترفيهيون: وهم المؤثرون الذين يقومون ببث المضامين الترفيهية والخفيفة ويعتمدون على الأسلوب الكوميدي الخفيف.
- الكارزميون: وهم المؤثرون الذين لديهم شخصية محبوبة لدى قطاع كبير من المستخدمين ويعتمدون على بث الطاقة الإيجابية والإلهام وروح الإبداع (محمد مصطفى رفعت، 2019، الصفحات 218-219).

2-3 جاذبية المؤثرين الرقميين :

الانتشار الواسع الذي حققه المؤثرون الرقميون عبر مختلف المنصات الرقمية وتحديدًا مواقع التواصل الاجتماعي ، مربطه إقبال الأفراد على ما يقدمونه من محتوى ، فالفرد بطبيعته إجتماعي ودائم البحث عن ما يمكن أن يشبهه ، لذلك تتولد ثقة بين المؤثر ومتابعيه كونه يغطي حاجة معينة لديهم ، فالمؤثر يحركه الشغف إزاء أمور مختلفة يشارك الناس بها من خلال تقديمه لمحتوى ما ، وهذا ما يزيد من شعبيتهم ورغبتهم في مواصلة عطائهم .

ففكرة الشغف التي تحرك المؤثر ، حتى وإن كان المقصد منها في الأخير تحقيق الربح المادي ، فإن المتابعين يستهلكون مختلف المحتويات التي يقدمها هؤلاء ، مما يحدث تأثيرا واضحا في السلوك الإنساني للشخص المتابع ، وهنا تكمن نقطة القوة لدى المؤثر ، فتقديمه لمحتوى يهم متابعيه وبطريقة جذابة تجعله يغير ويبلور السلوك . وقد يكون الجانب التجاري خيرا دليلا على ذلك ، فتجربة المؤثر لمنتج ما وتعبيره عن رضاه عنه يدفع بالمتابعين لتبني ذلك المنتج من دون أدنى تردد.

فماذا لو كان ما يقدمه هذا المؤثر أو المؤثرة هو محتوى يحمل بخطاب الكراهية ، أو على العكس ماذا لو كان ما يقدمه هذا المؤثر هو رسالة للتسامح والحوار ؟

3- علاقة المؤثرين الرقميين بخطاب الكراهية :

بما أن المؤثرين الرقميين هم بمثابة قادة للرأي العام الإلكتروني ، والذي عادة ما يترجم إلى أرض الواقع ، ومن الطبيعي أن يؤثروا في متابعيهم ومعجبيهم ، خاصة إذا كانت لهم الصورة المثلى لدى جماهيرهم ويحضون بولائهم وإهتمامهم ، ولذلك نستطيع إبراز العلاقة بين المؤثرين الرقميين وخطاب الكراهية في ثلاثة صور :

3-1 الصورة الأولى : المؤثرين الرقميين وتأجيج خطاب الكراهية :

ساهم العديد من المؤثرين الرقميين في نشر خطابات الكراهية عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي ، من فايسبوك ويوتيوب وتويتر وحتى الانستغرام ، وذلك بواسطة المحتوى الذي يمررون من خلاله رسائل الكراهية بمختلف أشكاله ، فالقدرة التي يتميز بها هؤلاء المؤثرين في جذب متابعيهم وكسب تأييدهم ، هي نفسها التي ستؤثر في نقلهم للخطابات المشحونة بالعداء والتمييز والكراهية ، فكما شرحنا سابقا أن العديد من الجرائم التي هزت العالم كان سببها الشحن الإلكتروني للمشاعر السلبية إزاء بعض الشخصيات ، أو الأقليات ، ومن بين الأمثلة التي تؤكد تورط المؤثرين في تأجيج خطابات الكراهية نذكر بعض النماذج الحية :

- **العنصرية و قضية سندس القطان:** والتي أثارت ضجة بالكويت، إزاء إهانتها وإزدراءها للعمالة الفلسطينية بالكويت ، للإشارة فان **القطان** مؤثرة كويتية بمجال الجمال ، و يبلغ عدد متابعيها 2.3 مليون متابع ، وكانت قد وجهت إنتقادا للعقد الموقع بين دولة الكويت والفلبين بخصوص العاملات في البيوت ، لكن ما قامت به من خلال الفيديو الذي نشرته إعتبر عنصرية مما أدى الى ردود فعل متعددة إزاء هذا التصريح الذي قامت به (<https://jamalouki.net>، 2018).

وفي الحقيقة إن ما صرحت به **القطان** إعتبر غير مسؤول إجتماعيا ، ففي الوقت الذي يحاول العالم الوصول إلى المساواة بين مختلف الأجناس يصدر ما يؤكد العكس ، وما يوضح أن المؤثرين الرقميين لا يتمتعون بأية مسؤولية إجتماعية إزاء ما يصنعونه من محتوى ، كما أنهم لا يلقون بالا لما يقومون بنشره عبر منافذهم الإلكترونية .

- **التمييز بين الطوائف في قضية الداعية وسيم يوسف:** قد يبدو من السخيف أن يتهم داعية بإثارة ونشر الكراهية ، حيث قدم محامون بيان لمحكمة الجنايات ، وضحو من خلاله ن الداعية **وسيم يوسف** يرتكب أعمال من شأنها إحداث شكل من اشكال التمييز بين الجماعات على أساس الطوائف من خلال مواقع التواصل الإجتماعي (موفق محمد ، 2020) ، وللإشارة فان الداعية له أكثر من 4 قنوات على يوتيوب وله متابعين من مختلف أنحاء العالم .

- **الكراهية ضمن قضية حفيظ دراجي:** المعلق الجزائري إتهم في الآونة الأخيرة بتصعيد خطاب الكراهية ضد دولة المغرب ، خاصة بعدما عبر وزير خارجية إسرائيل في زيارته إلى المغرب عن قلقه إزاء التقارب الإستراتيجي الجزائري الإيراني ، وقد غرد دراجي عبر حسابه على تويتر بخصوص الأمر، مما أثار حفيظة الجماهير المغربية ، كون المعني تجاوز الحدود. (الاخبارية، 2021).

وبعد **حفيظ دراجي** مؤثرا ذو مكانة رفيعة ، خاصة وأن عدد متابعيه عبر الفيسبوك فاق 8 مليون متابع ، أما على التويتر فقد فاق 2 مليون متابع ، هذه القضية أحدثت ضجة كبيرة بين شعبي البلدين ، ولعل كرة القدم كانت السبب في تصعيد خطاب الكراهية بين الجارتين عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، والذي تورطت فيه مختلف الشرائح من سياسيين وإعلاميين من كلا الطرفين .

قضية دراجي مع خطاب الكراهية إستمرت بعد تعرضه لموجة إنتقادات واسعة، نظير بعض الكلمات التي وجهها للمنتخب التونسي في كأس العرب 2021، ليكون مرة أخرى في فقص الإتهام كمحرض على الكراهية ، وذلك بعدما أثار حفيظة الشعب التونسي من خلال صورة نشرها على موقعه فايسبوك الذي إعتبر الصورة رسالة إزدراء وكراهية .

وللإشارة فان هناك عددا من الصحفيين الذين إرتبطت أسمائهم بخطاب الكراهية على غرار حفيظ دراجي ، رضوى الشربيني، فاطمة الزهراء رجمي

وكثيرة القضايا التي حفلت بها مواقع التواصل الاجتماعي ، والتي كانت محملة بكل أنواع الكراهية ، ففي الجزائر مثلا وفي الآونة الاخيرة التي شهدت حراكا شعبيا متناميا ، عجت مواقع التواصل الاجتماعي بخطابات الكراهية ضد السلطة في البلاد ، والتي قادها مجموعة من المؤثرين ، والتي يعتقد أن هناك أطراف أجنبية هي التي كانت وراء ذلك ، حيث كان الهدف منها هو تفتيت الوحدة الوطنية .

كما أن تطورات الوضع الصحي في البلاد ، وقضية نقص الأكسجين هي الأخرى خلفت مشهدا مشابها ، فرغم أن هؤلاء قد يكون هدفهم هو الوصول لحلول ولمساعدة الغير إلا أن طريقة مطالبتهم بذلك كانت محملة بمختلف الكلمات التي تهين وتحرض ضد المسؤولين .

وعليه يمكن القول أن المؤثرين الرقميين تسببوا في إثارة عدد من القضايا المتعلقة بالكراهية والإهانة والعنصرية إزاء الأجناس أو الديانات أو الأقليات أو بعض الشخصيات ، . كما أن القول أن المؤثرين هم المسؤولين عن ما يقدمونه من محتوى محمل بخطاب الكراهية، قد لا يكون صائبا في كل الاحيان خاصة إذا كانت القضايا تمس بالأمن الوطني .

2-3 الصورة الثانية : المؤثرين الرقميين وموقف الحياء

وفي صورة أخرى نجد المؤثرين الرقميين كشريحة لا علاقة لها بما يعرف بخطاب الكراهية ، بل هدفهم هو تقديم محتوى يليي إهتمامات وتطلعات جمهورهم ، وهذا ما نلمسه عند المؤثرين المدربين أو المعلمين ، الذين يسعون لتدريب خبرات معينة لجمهورهم ، حيث يكمن شغفهم في إفادة الجمهور بالمعرفة لا غير، ومن أمثلة هؤلاء نجد إبراهيم عادل لتعليم اللغة الانجليزية ، خالد الجابري الرحالة القطري

3-3/ الصورة الثالثة : المؤثرين الرقميين ومحاربة خطاب الكراهية ونشر ثقافة التسامح والحوار .

من بين الصور الجميلة والملفتة للانتباه، ما قام به مؤثرون لبنانيون من مختلف أطياف المجتمع المسلمين والسنة والشيعية والطائفتين العلوية والاسماعيلية ، والمسيحيون و الدرزية و حى البهائيين والبوذيين والهندوس ، و في محاولة لتهدئة الأوضاع السياسية والطائفية بين السكان في لبنان، ونظرا لشعبيتهم ، وكذا إقبال الشعب اللبناني على التكنولوجيا . قام هؤلاء بتنظيم حملة لنشر التسامح والحوار . فعلى حسب موقع (داتا ريبورتال) فإن إجمالي سكان لبنان يبلغ 6.8 مليون نسمة ، منهم 4 مليون نسمة ناشط على مواقع التواصل الاجتماعي .

وقد تم إطلاق المشروع مع مطلع سنة 2021، بحكم أن انفجار مرفأ بيروت سبب صدمة للجميع ، وقد تحدث المؤثرون عن كافة القضايا السياسية بداية من الإخوان المسلمين وحزب الله وحتى تيار المردة المسيحي فضلا عن الحديث عن القضايا المتعلقة بالمساواة بين الجنسين والتوجهات الجنسية، (جنيفر هولسين ، رزان سلمان، 2021).

أي أن هذا المشروع جاء بوعي ومسؤولية إجتماعية من المؤثرين اللبنانيين عبر مواقع التواصل الإجتماعي ، الذين يتمتعون بشعبية لدى معجبيهم ، بغرض التصدي للصراعات وخطابات الكراهية ، وتحديدًا وأن لبنان يعيش بها مزيج من الأعراق والديانات ، وهو ما يجعلها بؤرة للتوتر ولإنتشار خطابات الكراهية .

والجانب الإيجابي من هذا المشروع ، إنه بمجرد إتخاذ فكرة كهذه فقد تم قطع أشواط من المهمة . لأن الحوار والتسامح بدأ طريقه بداية من هاته الفئة ، وبما أن لها شعبية وتحظى بمتابعة واسعة فالنتيجة ستكون مرضية لهم .

و عن الجزائر قد يكون أحسن مثال عن مساهمة المؤثرين في نشر التسامح وثقافة الحوار، هو ما نادى به معظم مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي بعد العمل البشع الذي حدث مع إندلاع الحرائق بالجزائر ، والتنكيل بجثة أحد المتطوعين لإخماد الحرائق بمنطقة القبائل ،والذي راح ضحية ضمن مساعي إرهابية

لتأجيج الوضع بالجزائر وإثارة الفتنة حيث أبدى مختلف مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي وعيا إجتماعيا لبث روح التسامح بين الشعب الجزائري ، وكذا نشر الإخاء والمساعدة والظهور بمظهر الشخص الواحد. وهناك العديد من المؤثرين المنادون بنشر التسامح وثقافة الحوار عبر العالم بأسره دون تخصيص بلد واحد على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي (أحمد الشقيري ، أحمد عمارة ، أبو فلة ، بدر العيسى.....)

خاتمة :

يعتبر خطاب الكراهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مجرد إمتداد لما هو موجود على أرض الواقع ، غير أن مواقع التواصل الاجتماعي إستطاعت أن تلبسه ثوب الإستمرارية والإنتشار من خلال طريقة عمل خورزمياتها ، كما أن ظاهرة المؤثرين والتي كانت موجودة منذ القدم ، إستطاعت مواقع التواصل الاجتماعي أن تكون منبرا لأي شخص قادرا على تكوين شبكة إجتماعية تضم العديد من المتابعين لقاء ما يقدمه لهم من محتوى والتأثير فيهم .

هذه الشريحة من المؤثرين الرقميين يمكن إعتبارها طرفا فاعلا ومنتجا لخطابات الكراهية التي تعج بها مواقع التواصل الاجتماعي عبر مختلف أنحاء العالم، والتي كانت السبب وراء العديد من الأعمال الاجرامية ، فإمكانية تحول الافتراضي إلى واقعي جعلت العالم يعاني من تبعات تلك الممارسات الرقمية لصنع المحتوى . ومن جهة أخرى يمكن لهذه الشريحة أن تكون داعية لمحاربة هذه الظاهرة من خلال نشر ثقافة التسامح والحوار وإغراق المجتمع بمختلف المشاعر الإيجابية .

توصيات :

من خلال ما تم التطرق إليه في هذه الورقة البحثية خرجنا بمجموعة من التوصيات والتي نرى أنها جد ضرورية لمواجهة مثل هذه الخطابات ، وتداعياتها على أرض الواقع :

- العمل على تحديد معنى خطاب الكراهية في البنود القانونية ، من خلال إعطاء تعريف واضح وجامع ولملم لكل ما قد يعتبر بمثابة خطاب للكراهية ، مع الأخذ بعين الإعتبار الوسيلة المستخدمة في نشره ، دون الإخلال والمساس بحرية الرأي والتعبير .

- تنصيب خلايا رصد رقمية يتم من خلالها مراقبة ممارسات الفضاء الافتراضي للوصول إلى الأشخاص الذين يحاولون بث مثل هذه الخطابات وتأجيحها، والعمل على معاقبتهم إستنادا إلى القانون الخاص بمثل هذه الحالات .
- التأكيد على التربية الإعلامية دائما من خلال التربية والتوعية، ولأجل ذلك لابد للسلطات المعنية أن تتخذ إجراء إدراج مثل هكذا مقاييس لإحتواء الوضع، وعدم التوغل في لعبة الكراهية التي توصل الى ما لا يحمد عقباه .
- العمل على تشجيع المبادرات والحملات المناهضة لخطاب الكراهية ، والمؤيدة لخطاب التسامح والود ، من خلال إشراك مختلف الفاعلين في المجتمع .
- العمل على كسب المؤثرين وفق استراتيجية تمكن من تجنيدهم لمواجهة خطاب الكراهية وحثهم على نشر خطاب التسامح .
- ومن واجب الإعلام أن يقوم بدور كبير في هذه القضية من خلال العمل على كبح هذا النوع من الخطابات وإغراق المجتمع بقيم التسامح وثقافة الحوار .

- قائمة المراجع :

- <https://jamalouki.net> . (2018 ,06 25). تاريخ الاسترداد 27 01 ,2022 ، من [/https://jamalouki.net](https://jamalouki.net)
- [data reportal.com](https://datareportal.com) . (2021 ,01). تاريخ الاسترداد 25 01 ,2022 ، من <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>

gina gulberti (24 10, 2019). *launchmetrics*. تاريخ الاسترداد 27 01, 2022، من 4 types d'Influenceurs et les objectifs que vous pouvez atteindre grâce à chacun: <https://www.launchmetrics.com/fr/ressources/blog/types-influenceurs>

A Tragedy Islamic (2019). Hasan Dr. Hameed Faris Attitude & Minority of Ar-Rawhinja in Myanmar *Tikrit Journal For Political of International Organizations Sciences*, 238-201.

<https://www.dw.com> (01 12, 2021). <https://www.dw.com> تاريخ الاسترداد 25 01, 2022، من <https://www.dw.com/ar>

<https://www.noonpost.com/content/42750> (25 12, 2021). <https://www.noonpost.com/content/42750> تاريخ الاسترداد 25 01, 2022، من <https://www.noonpost.com/content/42750>

<https://www.swissinfo.com> (01 12, 2021). <https://www.swissinfo.com> تاريخ الاسترداد 25 01, 2022، من <https://www.swissinfo.com>

اغينيو كاكا ياردون وآخرون. (2015). مكافحة خطاب الكراهية في الانترنت. اليونسكو : منظمة الامم المتحدة للتربية والعلم والثقافة اليونسكو .

الازهر لعبيدي. (2020). جرائم التمييز وخطاب الكراهية في التشريع الجزائري قراءة في لبقانون رقم 05/20 المتعلق بالوقاية من التمييز وخطاب الكراهية ومكافحتها على ضوء الاتفاقيات الدولية لحقوق الانسان. مجلة البحوث القانونية والسياسية، 27-66.

العين الاخبارية. (18 08 ,2021). <https://al-ain.com>. تاريخ الاسترداد 01 01 ,2022 من <https://al-ain.com/article/algeria-morocco-sports-commentator>

جنبفر هولسين ، رزان سلمان. (14 12 ,2021). <https://ar.qantara.de/content>. تاريخ الاسترداد 27 01 ,2022، من مؤثرو لبنان في مواجهة الطائفية وخطاب الكراهية : <https://ar.qantara.de/node/46244>

حسني وليد زهرة. (2014). *ابي اكرهك... خطاب الكراهية والطائفية في اعلام الربيع العربي*. الاردن: مركز حماية وحرية الصحفيين.

شيماء الهواري. (03 04 ,2019). *مركز عدل لحقوق الإنسان*. تاريخ الاسترداد 01 02 ,2022، من <https://adelhr.org/>: <https://adelhr.org/portal/5637>

في شمال افريقيا والشرق الأوسط مرصد الاعلام. (2015). *مشروع رصد خطابات الحقد والكراهية بالصحافة المكتوبة الاردنية والجزائرية والمغربية والليبية*. مرصد الاعلام في شمال افريقيا والشرق الاوسط. كاكاباردون أغنينو. (2015). *مكافحة خطاب الكراهية في الانترنت*. اليونسكو: منظمة الامم المتحدة للتربية والعلم والثقافة.

محمد مصطفى رفعت. (2019). *الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة (الإصدار 1)*. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

مصطفى حميد كاظم الطائي. (2020). *النظريات المفسرة للعنف وخطاب الكراهية في وسائل الاعلام*. *المجلة الجزائرية للاتصال*, 19 (02)، 34.52.

موفق محمد . (20 02 ,2020). <https://www.albayan.ae>. تاريخ الاسترداد 27 01 ,2022، من <https://www.albayan.ae/>:

[https://www.albayan.ae/across-the-uae/accidents/2020-02-](https://www.albayan.ae/across-the-uae/accidents/2020-02-20-1.3783275)

[20-1.3783275](https://www.albayan.ae/across-the-uae/accidents/2020-02-20-1.3783275)

ياسمين سعد . (27 12 , 2021) . <https://www.shorouknews.com> . تاريخ

الاسترداد 25 01 , 2022 ، من

<https://www.shorouknews.com/news/view.aspx?cdate=0712>

[id=319d5145-f79e-41e4-8818-01d683f9cdd2&2021](https://www.shorouknews.com/news/view.aspx?cdate=0712)