

## المسؤولية الاجتماعية للتلفزيون في نشر ثقافة التسامح ونبذ الكراهية دراسة تطبيقية على عينة من المجتمع الاماراتي (2019-2020)

مصطفى الطائي<sup>1</sup>، علاء الرواشدة<sup>2</sup>

### ملخص

هدف البحث إلى التعرف على المسؤولية الاجتماعية للتلفزيون في نشر ثقافة التسامح ونبذ الكراهية مستخدماً الاستبيان لجمع المعلومات من عينة عشوائية متعدد المراحل بلغ حجمها 200 مبحوث، واستخدمت الأساليب الإحصائية المناسبة لمعالجة الأسئلة، وتوصل البحث إلى عدد من النتائج أهمها: أن (51.5%) من عينة الدراسة يعتقدون بأهمية دور التلفزيون في نشر ثقافة التسامح، ونبذ العنف وخطاب الكراهية، مقابل (21.5%) يعتقدون بأن التلفزيون يحرض على العنف والكراهية ولا يسهم في نشر ثقافة التسامح، وكان هناك (27%) لا يعلمون عن هذا الدور للتلفزيون. وأن (44.5%) من المبحوثين يقرون بأهمية تأثير التلفزيون بنشر خطاب العنف والكراهية. إن غالبية عينة ابحوثنا يرجحوا دور التلفزيون على الوسائل الأخرى من حيث الأهمية في مجال نشر ثقافة التسامح. أما في مجال المسؤولية التي تترتب على نشر خطاب الكراهية والعنف في المجتمع الدولي الحديث، ويحمل (85%) من عينة الدراسة المسؤولية للقائمين على إدارة القنوات التلفزيونية، مقابل (15%) لا يحملون جهة معينة المسؤولية، لاعتقادهم بتعدد أسباب العنف الكراهية، وعدم اقتصرها على برامج التلفزيون. وأوضحت النتائج أن (42.5%) من أفراد عينة الدراسة يحملون القنوات الإعلامية الأجنبية غير المسلمة المسؤولية عن التحريض على العنف والكراهية، مقابل (28.5%) يرون بأن القنوات الإعلامية المسلمة هي من يحرض على العنف والكراهية، وأشار (29%) من عينة الدراسة إلى ان القنوات العربية تحرض على العنف والكراهية مما يدل على أن غالبية أفراد العينة يحملون مسؤولية نشر ثقافة العنف والكراهية إلى القنوات التلفزيونية الأجنبية، ولا سيما الولايات المتحدة الأمريكية التي تعد من أكثر دول العالم إنتاجاً لأفلام الاثارة والعنف والخيال والجريمة التي تترك آثار سلبية في نفوس الأطفال والشباب بمختلف انحاء العالم.

**الكلمات الدالة:** ثقافة التسامح، خطاب الكراهية، دور التلفزيون، المسؤولية الاجتماعية.

### المقدمة

تعد المؤسسات الإعلامية من أكبر المؤسسات الاجتماعية والثقافية تأثيراً في نشر ثقافة التسامح ومحاربة التطرف أو العكس، فالمؤسسات الإعلامية أصبحت أكثر وسائل التواصل البشري تأثيراً في صناعة الثقافة، وتشكيل الوعي، وتحديد توجهات البشر في مختلف المجتمعات، وذلك بحكم قدراتها الواسعة والمؤثرة في نشر المعلومات بكل أشكالها إلى جماهير واسعة من الناس بسرعة فائقة، من خلال البرامج الإخبارية والترفيهية والتسويقية والدينية والثقافية المختلفة، ولكي تحقق وسائل الإعلام دورها المنشود في نشر قيم التسامح ومكافحة التطرف، فلا بد من استنادها لاستراتيجية شاملة وبعيدة المدى تحدد من خلالها مجموعة أهداف تعمل جميع الأطراف الإعلامية والمجتمعية على تحقيقها بشكل مشترك، وقد دلت الدراسات على أن وسائل الإعلام تلعب دوراً مهماً في تشكيل الرأي العام وفي التنشئة الاجتماعية وفي غرس القيم الثقافية ونشر الوعي بالآخر، وبالتالي فهي محرك رئيس لتعزيز قيم التسامح ومحاربة التطرف.

ويتناول البحث المسؤولية الاجتماعية للقائمين على إدارة التلفزيون، في نشر ثقافة التسامح ونبذ الكراهية في كل مكان من العالم، باعتبار التلفزيون وسيلة اتصال اجتماعية مازالت تحتفظ ببريقها وقوة تأثيرها، على الرغم من ظهور العديد من وسائل الاتصال الرقمي المنافسة، فالتلفزيون أداة اتصال عامة تنتشر في المجتمعات الحديثة كافة، لها آثار إيجابية وسلبية على الصغير والكبير، تم توظيفها بحسب أهداف وتوجهات القائمين على إدارتها في كل مكان من العالم. ونظراً لأهمية ثقافة التسامح والمحبة والتعاون

<sup>1</sup>جامعة عجمان، الإمارات. <sup>2</sup>جامعة عجمان، الإمارات جامعة البلقاء التطبيقية، الأردن. تاريخ استلام البحث 2019/12/9، وتاريخ قبوله 2020/5/13.

بين الأفراد والمجتمعات ومخاطر خطاب العنف والكراهية، سيركز البحث على المسؤولية الاجتماعية التي تترتب على المؤسسات التي تدير التلفزيون على المستوى الدولي، وتستخدمه أداة لنشر خطاب الكراهية وتجاهل نشر ثقافة التسامح، باعتبار التلفزيون من أفضل الوسائل التي تجتمع حولها الأسرة في المجتمعات على اختلاف مستويات تقدمها، سيما وان وسائل الاتصال المرئية والمسموعة أدوات تقنية مركبة الوظيفة، يمكن استخدامها لإحداث آثار ضارة ومدمرة، ويمكن توظيفها لخدمة المجتمعات وتقديمها، وإشاعة الامن والاستقرار فيها، إذا تحمل القائمون على التلفزيون المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية اتجاه المجتمعات الإنسانية الحديثة.

**مشكلة البحث:** جاء الإحساس بمشكلة البحث وتشخيصها، من مشاهدة العديد من البرامج التي تبثها القنوات التلفزيونية العربية والناطقة بالعربية والأجنبية، من أخبار وبرامج إخبارية إلى أفلام ومسلسلات وبرامج منوعة، وما تنشره من أفكار ونماذج سلوكية تثير الفتن والحقد والكراهية بين الأفراد والمجتمعات، وما نتج عن ذلك من شيوع ظواهر الكراهية في العديد من المجتمعات، نتيجة لنشر بعض القنوات الإعلامية خطاب مؤثر، يحث على العنف الكراهية والتفرقة والتمييز والشعبوية والطائفية والعرقية وإثارة الحساسيات الإنسانية، وبسبب ذلك الخطاب تطورت تلك الظواهر غير الإنسانية إلى صدامات مسلحة وحروب أهلية ومشكلات معوقة للتنمية والاستقرار في مختلف المجتمعات.

**أهمية البحث:** تستند أهمية البحث إلى الأسباب والمبررات الآتية:

- أ. التشعب والتعقيد الذي وصلت إليه ظواهر العنف والتطرف والكراهية على المستوى الدولي.
- ب. ارتباط مشكلات العنف والتطرف والكراهية بتقنيات الاتصال الرقمي وما بلغته من تطور مكن المستخدم من تصنيع وتضخيم وتسطيح وافتعال الأحداث، لأفئاع الجمهور بصحتها ونشرها آتياً في مختلف أنحاء العالم.
- ت. سعي العديد من الدول والأجهزة والمؤسسات الدولية والإقليمية إلى استثمار هذه المشكلة وتوظيفها في خططها الاستراتيجية، لتحقيق أهدافها ومصالحها على حساب المجتمعات الفقيرة والنامية.

**أهداف البحث:** تتلخص أهداف البحث بالنقاط الآتية:

- أ. التعرف على طبيعة الآثار التي تتركها برامج التلفزيون على الأفراد والمجتمعات.
- ب. التوصل إلى معرفة أنواع الآثار التي تتركها برامج التلفزيون في المجتمعات الحديثة.
- ت. الوقوف على دور القائمين على إدارة التلفزيون في الحد من خطاب العنف والكراهية.
- ث. البحث في المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية للقائمين على إدارة التلفزيون في تبني ثقافة التسامح.
- ج. التوصل إلى نتائج وتوصيات تدعو إلى تشكيل قوى ضغط، لإلزام الدول والمؤسسات الإعلامية المسموعة والمرئية إلى تحمل المسؤولية الأخلاقية والقانونية، لاستبدال خطاب العنف والكراهية بخطاب التسامح والمحبة والتعاون بين الفئات الاجتماعية في المجتمع الواحد، والتقارب والتعاون بين المجتمعات في المجتمع الدولي.

**تساؤلات البحث:** يسعى البحث للتوصل إلى إجابات علمية من التراث العلمي والتطبيق الميداني للتساؤلات الآتية:

- أ. ماذا تعني بثقافة التسامح، وما أهمية نشر هذه الثقافة في المجتمعات الحديثة؟
- ب. ما المقصود بخطاب العنف والكراهية وماهي مخاطرة على المجتمعات الإنسانية؟
- ت. ما أهمية القوى التأثيرية للبرامج التلفزيونية في الحد من خطاب الكراهية؟
- ث. ما دور القوى التأثيرية للبرامج التلفزيونية في نشر ثقافة التسامح بين الأفراد والمجتمعات؟
- ج. هل هناك مسؤولية اجتماعية وأخلاقية للقائمين على إدارة التلفزيون في الحد من خطاب العنف والكراهية؟
- ح. هل يتحمل القائمون على إدارة التلفزيون مسؤولية اجتماعية وأخلاقية عن المخاطر الناتجة من نشر خطاب العنف والكراهية؟
- خ. ما النتائج والتوصيات التي يمكن توظيفها في حملات إعلامية لتشكيل قوى ضغط تلزم المؤسسات الإعلامية باستبدال خطاب العنف والكراهية بخطاب التسامح والتعاون بين المجتمعات؟

**حدود البحث:** يلتزم البحث بالحدود الآتية:

- أ. **الحدود الموضوعية:** تم تحديدها بـ: " المسؤولية الاجتماعية للتلفزيون في الحد من خطاب الكراهية (دراسة تطبيقية على عينة من المجتمع الاماراتي 2019-2020) "
- ب. **الحدود الزمنية:** يلتزم البحث بالسقف الزمني الذي حدده لإنجازه بكافة إجراءاته النظرية والتطبيقية من الشهر الخامس 2019 إلى الشهر العاشر من العام 2019-2020م.
- ت. **الحدود الجغرافية أو المكانية:** توصف هذه الحدود بالموقع الجغرافي لمجتمع البحث، الذي أجريت فيه الدراسة الميدانية،

وتم سحب عينتها منه. وهو مجتمع الإمارات العربية المتحدة المعروف بحدوده الجغرافية واحتضانه لأكثر من (200) جنسية معظمهم من العرب.

## الإطار النظري والدراسات السابقة

### الجزور الفكرية للتسامح:

1. **مدخل إلى تحديد مفهوم التسامح:** يعتبر التسامح من الفضائل الغريزية الفطرية للكائن البشري، تعمل البيئة الاجتماعية على تعزيزها وتحويلها إلى سلوك مكتسب وممارسة حياتية على أرض الواقع، إذ يمكن للبيئة الاجتماعية أن تضعفها ليحل محلها بواعث الكبر والانانية والسلوك العدائي، عن طريق الحث بوسائل التأثير، وكان من أهم عوامل ترسيخ قيم التسامح والفضائل الإنسانية الأخرى، الديانات السماوية وما جاء به الرسل والانبياء، وبما أن الوطن العربي كان مهبط الديانات والرسل والانبياء، أضحت التسامح من القيم العربية والإسلامية، التي تعود جذورها التاريخية إلى آلاف السنين. فضلاً عن أنها من القيم الإنسانية الموجودة بكافة الديانات السماوية والكتب المقدسة، وتعرف قيمة التسامح: بمقدرة الفرد أو الجماعة على التنازل عن أية حقوق مادية أو معنوية طوعية دون ضغط أو اكراه.

و قياساً على مقولات ماكس فيبر يعتبر التسامح فعل عقلائي رشيد، يؤدي إلى انتشار الفضيلة والمحبة والتعاون بين الأفراد والمجتمعات. ويوصف التسامح: بالتساهل، والحلم، والعفو والصفح عن أخطاء الآخرين وتجاوزاتهم. والتسامح مشتق من: التساهل والتعاون واللين والمسامحة، والعفو عن الأخطاء والهفوات والزلات بين الأفراد والمجتمعات (<https://mawdoo3.com>) وبذلك فان التسامح يعني: نقاء النفس والتسامي والارتقاء والترفع والسماحة والاستقامة، بما يعكس جمال الروح، ومثالية السلوك والأخلاق الحميدة، التي تورث المحبة والتماسك الاجتماعي، للعيش بأمن وسلام.

إلا أن التسامح والعفو ينبغي أن يتزامن ويتلازم مع القوة والإمكانية والمقدرة على العقاب والمعاملة بالمثل. لأن التسامح والعفو والصفح من دون قوة وقدرة وإمكانية على الرد والمعاملة بالمثل، يفسر على أنه ضعف وعجز وعدم المقدرة على المعاملة بالمثل واسترجاع الحقوق.

### 2. التسامح في الفكر الإسلامي:

تعتبر الشريعة الإسلامية عن منظومة أخلاقية متكاملة، تجسد التسامح والاستقامة والعدل والمساواة بين الأفراد والجماعات والمجتمعات، دون تمييز أو تفرقة أو تعريض، تصلح لكل زمان ومكان. فالشريعة الإسلامية تنص على التسامح والرفق والإحسان والإيثار، كما في قوله تعالى: ((ويؤثرون على أنفسهم ولو كان بهم خصاصة)) (9) الحشر. وتدعو الشريعة إلى اللين في القول والرفق وجمال المنطق وحسن القول والفعل والألفة والأمانة والتعاضد والعفة والترفع عن الصغائر، وتدعو إلى التقيد التام بهذه القيم الأخلاقية بالقول والعمل.

وتجدر الإشارة إلى أن التسامح في الإسلام ليس تعبيراً عن ضعف وتفرقة بالحقوق وتخلي عن المسؤولية، وإنما تعبير عن الالتزام بالمبادئ والقيم السامية، والنظر إلى العنف والتطرف والغلظة على أنها دليل ضعف تضر بالعلاقات الاجتماعية، التي ينبغي أن تبنى على الألفة والمحبة والتكافل والتعاون والتكامل.

حيث قال الله سبحانه وتعالى "خُذِ الْعَفْوَ وَأْمُرْ بِالْعُرْفِ وَأَعْرِضْ عَنِ الْجَاهِلِينَ" (199) الأعراف

كما قال تعالى: ((وسارعوا إلى مغفرة من ربكم وجنة عرضها السماوات والأرض أعدت للمتقين الذين ينفقون في السراء والضراء والكاظمين الغيظ والعافين عن الناس والله يحب المحسنين)) [آل عمران: 133-134].

وكان نبي الأمة المثل والقوة الحسنة في النماذج السلوكية الخالدة، التي جسدها الرسالة الإسلامية السامية وتوارثتها الأجيال في الفكر والسلوك، باعتبارها علامات مضيئة للنور والهداية، ومن بين العديد من المواقف والقصص الأسطورية، التي جسدها نبي الأمة الصادق الأمين في التراث الإسلامي نذكر المثل الآتي: ترك الرسول الكريم محمد ابن عبد الله -صلى الله عليه وسلم- أعظم وثيقة للتسامح، عندما ملك أمر من حاربوه وأردوا قتله وأخرجوه من دياره وأذوه - خاطبهم عند فتح مكة بخطبته الشهيرة: " اذهبوا فأنتم الطلقاء "

### 3. التسامح في المنظومة الأخلاقية:

التسامح من القيم التي تقع في مركز المنظومة الأخلاقية، وذلك لارتباطها بالعديد من القيم الأخلاقية: كالعفو والمروءة والإحسان والكرم والتعاون والتعاطف والشجاعة والتأخي والتعايش.. ونتيجة لذلك يمكن اعتبار التسامح تعبير عن سلوك اجتماعي يرتقي

بالمبادئ الإنسانية إلى مستويات متقدمة من الحب والتكافل المفضي إلى التلاحم والاستقرار والعيش بأمن وسلام. وتأسيساً على ما تقدم يمكن اعتبار التسامح (إجرائياً) من السمات الأخلاقية التي تدعو الأغلبية إلى العفو والتغاضي والتعايش مع الأقليات في المجتمع الواحد، والتسامح بين الأغنياء والفقراء والأقوياء والضعفاء. وعندما تنتشر ثقافة التسامح وتشيع بين المجتمعات سوف تتوقف الحروب الأهلية والعنصرية والدينية والطائفية، وتأسيساً على ما تقدم يمكن اعتبار التسامح من القيم الإنسانية التي تكتسب بالتعامل والممارسة، كونها من الحاجات الإنسانية التي تحتم على الأفراد والمجتمعات العيش والتكيف مع مختلف المتغيرات والاختلافات، التي لا يمكن التحرر منها الا بسعة الاطلاع وتطويع النفس وتعويدها على الصفاء والتسامح. على الرغم من صعوبة التمسك بهذه القيمة في الفكر والممارسات السلوكية، لما تتطلبه من مجاهدة ومثابرة وصبر وقوة تحمل، والتخلي عن العديد من النزعات والعادات والطباع الذاتية ومحاولة انكار الأنا (صفي الدين، 2009، ص3).

#### 4. التسامح في الفكر العربي:

تعود الجذور الفكرية لثقافة التسامح في الفكر العربي إلى قدم الانسان في هذه المنطقة، وارتباطه بأدم عليه السلام الأب الأول للبشرية، وقدم الحضارات التي أقامها الانسان في هذه المنطقة، والموروث الديني الذي ترتبط مصادره بالديانات السماوية، التي نزلت جميعها على الانسان في هذه الأرض المباركة، وخاصة اليهودية والمسيحية والإسلامية، التي جسدت منظومة قيمية تركت أثراً لاتزال ماثلة على صعيد الفكر والممارسة. فالإسلام الذي أقام أول دولة مدنية حضارية أسست أركانها على أعمدة قيمية، كانت السبب في بقاء موروثها القيمي إلى الوقت الحاضر.

ويمكن الإشارة إلى أن ما تنتشره بعض وسائل الإعلام من حوارات متصلبة ومتعصبة، ممزوجة بخطاب الكراهية، فان هذا الخطاب لا يمثل الصورة الحقيقية للمشهد الإنساني الحديث، وإنما تعبير عن مصالح سياسية ضيقة، يؤشر مدى الحاجة إلى تبني وسائل الإعلام المسموعة والمرئية ثقافة موحدة، تقوم على التسامح والحوار والتفاهم والالتقاء على القواسم المشتركة التي توحد ولا تفرق (محمود، 2009، ص 475)

فالتسامح لن يتحقق بالتنظير ورفع الشعارات الدعائية، وإنما بوضع الخطط القيمية وتجسيدها في السلوك والممارسة، وهذا ما سعت اليه دولة الامارات العربية المتحدة في خطتها الاستراتيجية الوطنية للتسامح، التي استمدت جذورها التاريخية من العقيدة الإسلامية والتاريخ والحضارة العربية والتراث الاماراتي الحديث، لترسيخ قيم التسامح والتعددية الثقافية وقبول الآخر، ونبذ التمييز والكراهية فكراً وسلوكاً (<https://uaecabinet.ae/ar/details/news/uae-cabinet-approves-national-tolerance-program>).

#### ثالثاً: دور التلفزيون في نشر ثقافة التسامح

سمي التلفزيون بجليل العائلة، إذ لا يخلو بيت منه في كل مكان من العالم، فضلاً عن وجوده في المقاهي والمكاتب والمحلات العامة، وعلى الرغم من ظهور مواقع التواصل الالكتروني، مازال يحتفظ ببريقه وقوته التأثيرية في الأفراد والمجتمعات، لما تحظى به برامج التلفزيون، من أهمية كبيرة في تجسيد السلوك الواقعي، لمختلف الشرائح الاجتماعية، حين يعرضها بأشكال وصور درامية جذابة.

ولذلك أصبح التلفزيون من أهم المؤثرات في المجتمعات الحديثة، منذ منتصف القرن الماضي، لما يقدمه من خدمات برمجية متنوعة، ومما يؤكد أهمية التلفزيون في التأثير النفسي والاجتماعي المشكل للسلوكيات الفردية والجماعية، اجتماع أفراد الأسرة حوله وإجراء حوارات ومناقشات في العديد من الموضوعات. وقد تمتد هذه الحوارات إلى خارج الأجواء الاسرية، لتأكيد السياق التقليدي للعلاقات الاجتماعية (لعبان، 2019، ص18).

ومما يزيد من أهمية البرامج التلفزيونية على الشباب والمراهقين والاطفال أثبتت دراسة (الين، وروبين - Rubin, Alan): أن الذين يتابعون التلفزيون بكثافة، يؤمنون بواقعية المضامين التلفزيونية التي يتابعونها وخاصة المشاهد الدرامية منها، وتعود أسباب ذلك إلى ضعف خبراتهم الحياتية، وعدم احتكاكهم بالعالم الخارجي بشكل كافٍ، ولاسيما الأطفال والشباب وقليلي الوعي (الدوري، 2007، ص21-32).

ولتأكيد أهمية دور التلفزيون في التأثير على الحياة الاجتماعية، أثبتت نتائج إحدى الدراسات الاكاديمية التي أجريت في العراق على عينة من الشباب: أن 66.8% من الشباب يقلدون الأدوار التي يشاهدونها في التلفزيون، وكان 13.46% من الشباب في عينة الدراسة يتكاسلون في الذهاب إلى مدارسهم وجامعاتهم، أما الذين يكتسبون عادات وتقاليد لا تلائم عادات وتقاليد أسرهم بلغت نسبتهم 10.58% من عينة الدراسة، وكان 23.6% من العينة يتعرضون إلى حالات خوف من أشياء مجهولها، مقابل 46.3% رسبوا في

الامتحانات لانشغالهم في متابعة البرامج التلفزيونية. (أبو طالب، 2011، ص49)

ونصل إلى خلاصة مفادها: ان للتلفزيون أهمية كبيرة لا يمكن لأحد أنكارها، بدليل استمرار وجود التلفزيون بعد أكثر من سبعة عقود على نشأته، إضافة إلى آثاره الواضحة في الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية..

#### رابعاً/ المسؤولية الاجتماعية للقائمين على إدارة التلفزيون العربي في نشر ثقافة التسامح.

يتحمل القائمون على التلفزيون العربي مسؤولية اجتماعية وأخلاقية في نشر قيم التسامح في المجتمعات العربية، وإنشاء قنوات موجهة إلى العالم تبت بمختلف اللغات، لنشر ثقافة التسامح بمختلف أنحاء العالم من أجل إشاعة الأمن والسلم والاستقرار والتعايش بين الشعوب. ولاسيما التلفزيون أداة اجتماعية مهمة في عمليات التغيير الاجتماعي، لإمكانياته التقنية والفنية والفكرية في تغيير السلوك الفردي والجمعي، ومما يزيد من شدة وشمولية التأثيرات التي يخلفها التلفزيون في المجتمعات، انتقال العديد من برامجهم إلى المتلقين عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي التي أضحت تعكس الحياة الاجتماعية بمختلف جوانبها، مما يسهل للقائمين على التلفزيون استثماره بنشر ثقافة التسامح في الفكر والممارسة.

وتجدر الإشارة إلى أن الواقع الإعلامي الذي يعيشه المجتمع العربي، يحمل القائم بالاتصال العربي مسؤولية مضاعفة، لا تقتصر على نشر ثقافة التسامح، إنما حماية المجتمع من الآثار الضارة لوسائل الإعلام الربحي والإعلام المعادي، الذي توجهه وتموله أجنداث مشبوهة، عن طريق دعوة الدول والمنظمات الدولية إلى تشريع القوانين الملزمة التي تحد من إنتاج البرامج المثيرة للحساسيات الإنسانية الدينية والسياسية والاجتماعية، والبرامج المحرصة على العنف والكرهية، كما ينبغي توجيه المزيد من الضغوط على الشركات الإعلامية الكبرى في العالم، لإيقاف هذا التدفق الإعلامي المثير للعنف والقلق والتصدع الاجتماعي، وخاصة شركات الإنتاج التلفزيوني المعولم، والقنوات الفضائية الموجهة نحو المجتمعات النامية وبخاصة العربية منها، وذلك لأن الإنتاج الدولي للبرامج المرئية والمسموعة الموجهة إلى مجتمعاتنا العربية، أحدث تشويشاً واختلافات وحساسيات اجتماعية وسياسية، وكان من نتائج ذلك التشويش المقلق في العقل الجمعي العربي، وتسبب في فقدان الوعي الاجتماعي والثقافي والحضاري بأهمية الانتماء والاندمج والتعايش، فضلاً عن شيوع ظواهر الانسلاخ من الهوية الوطنية والقومية، والاحساس باليأس والعجز عن مواصلة التقدم ولاسيما وأن التدفق البرمجي الأمريكي أضحى يمثل مشكلة عالمية تهدد حتى الشعوب الأوروبية الحليفة لأمريكا، أشار إلى هذه الإشكالية المفكر الفرنسي روجيه غارودي بقوله: (إن أوروبا تنهار أمام غزو التلفزيون والأفلام الأمريكية، فمن 250 ألف ساعة برامج تعرض في أوروبا، تنتج الجماعة الأوروبية الاثني عشر بلداً 25 ألف ساعة فقط، بينما سوق السينما الفرنسية في الولايات المتحدة لا يتعدى 5. 0 % فقط.) (روجيه، 1998م، ص128)

وتأسيساً على ما تقدم فإن المسؤولية التي يتحملها القائمون على إدارة مؤسسات التلفزيون العربي لا تقتصر على ما تعرضه القنوات العربية من الإنتاج البرمجي المستورد، وإنما مواجهة التحدي الأكبر الذي يمثله البث الأجنبي الموجه من القنوات الأجنبية بمختلف اللغات والقنوات الناطقة بالعربية، بما يحمله من عنف وتطرف وجريمة وكرهية، ومما يثير الانتباه توجه معظم البث الأجنبي في السنوات الأخيرة نحو أوساط الشباب العربي؛ لأن هؤلاء الشباب يمثلون القوى الحية في بنية مجتمعاتنا، وتعود أسباب استهداف الشباب من قبل القنوات الفضائية، إذا علمنا ان أكثر من نصف سكان المعمورة في مطلع الالفية الثالثة هم من الشباب، الذين تتراوح أعمارهم بين (15- 24) سنة، وتشكل هذه الشريحة خمس مجموع سكان الوطن العربي. حيث أشارت بعض المصادر الإحصائية إلى ان 54% من سكان المنطقة العربية تقل أعمارهم عن (25) سنة. وتشير الإحصائية ذاتها إلى ان هناك (121) مليون طفل، و(71) مليون شاب في المجتمع العربي وهو ما يعادل (192) مليون، وفقاً لبرنامج الامم المتحدة الانمائي لعام 2010 (. Stacy, L. Smith & Barbara J. Wilson. 2000, P 641).

وأهم ما يندرج بالمخاطر التي يتعرض لها هؤلاء الشباب، هو الخدمات التلفزيونية ذات المصادر المتعددة التي يتعرض لها الشباب، التي تغلبت فيها المضار على المنافع، وفقاً للعديد من الدراسات النظرية والتطبيقية. إذ أشارت دراسة أمريكية إلى ان كل ساعة عرض تلفزيوني تقدم ما لا يقل عن (20) مشهداً، يمكن تصنيفه بالعنيف أو المشجع على العنف. وأكدت الدراسة ذاتها إلى أن الأطفال بعمر الثالثة عشرة من العمر يكونوا قد شاهدوا ما يقرب من المئة ألف مشهد عنيف عند بلوغهم هذا السن، بضمنها ما لا يقل عن ثمانية آلاف جريمة قتل، بما يترتب على ذلك من غرس نزعات العنف والكرهية (مجلة الوعي، 2012)

وانطلاقاً من تلك الحقائق تعالت صيحات الاحتجاج في الولايات المتحدة الأمريكية ضد أفلام العنف والعباب الكومبيوتر التي يقف ورائها عمالقة وسائل الإعلام، ممن يمتلكون استوديوهات الصور المتحركة وقنوات الكابل وشركات الكومبيوتر التي تضر المستمعين والمشاهدين مما دفع أعضاء الكونغرس الأمريكي إلى الاستجابة لأصوات ناخبهم والمطالبة بوضع إجراءات تهدف إلى

إيقاف تلك البرامج الضارة (VIOLENCE & MEDIA, 2018) لأن تلك المشاهدات لا بد وأن تخلق ميول عدوانية عند الأطفال والشباب، الذين يشاهدون تلك البرامج.

وتتعاظم هذه المسؤولية إذا علمنا أن معظم الدول الإقليمية والدولية استثمرت القوى التأثيرية للتلفزيون ووظفتها في خططها الاستراتيجية، لتحقيق مصالحها العليا في التماسك الاجتماعي والاستقرار. إلا أن واقع الإعلام العربي يثير الخوف والتساؤل، لأنه لم يرتقي إلى الحد الذي يمكنه من إيقاف حالة الضعف والتفكك الذي وصلت إليها مجتمعاتنا العربية، وذلك لعدم امتلاكه استراتيجية موحدة وموجهة لاستثمار التلفزيون في نشر ثقافة التسامح، ومواجهة الحملات الإعلامية المعادية التي تشجع على العنف والتطرف والكراهية. وما ترتب على ذلك من تمزق وتفكك وعدم استقرار في العديد من المجتمعات العربية، لذلك تم وصف الإعلام العربي بالتردد والتناقض وضعف التخطيط والتنسيق (الشنقيطي، 2000، ص 49)

**خامساً: دور التلفزيون في الحد من خطاب الكراهية:**

**مدخل إلى التعريف بخطاب الكراهية وتحديد المفهوم:**

يعد خطاب الكراهية من المفاهيم المثيرة للجدل والاختلاف، لعدم اتفاق الباحثين على تعريف محدد له، شأنه في ذلك شأن مفهوم الإرهاب، الذي صدرت عنه تعريفات متعددة تختلف في تفسيرها لهذا المفهوم، وكان من بين التعريفات التي أصلت لمفهوم الكراهية، تعريف صدر في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1993، ويعرف خطاب الكراهية بأنه: الخطاب الذي يدعو إلى أعمال العنف أو جرائم الكراهية، ويهيئ مناخ من الأحكام المسبقة التي قد تتحول إلى تشجيع ارتكاب جرائم الكراهية، وعادة ما يستخدم أصحاب ذلك الخطاب، وأساليب متعددة لجعل الآخرين يشعرون بعدم الأمن، ونتيجة لاستخدام خطاب يقوم على التهديد وإطلاق ألقاب غير مستحبة، والتقليل من شأن الفرد أو الجماعة أو الديانة أو المجتمع... (<http://www.alarabiya.net/ar/arab-and-world/egypt/2013/>) (ياسر علي)

وإن الحديث عن خطاب الكراهية في التلفزيون لا يعود إلى الوسيلة ذاتها كونها تقنية مجردة، وإنما يعود لمن يوظف هذا النوع من الخطاب في تلك التقنية سواء كانوا: أفراد أو مؤسسات أو أحزاب ومنظمات أو دول، لتحقيق أهداف تستمد مقوماتها وتأثيراتها من العقد المتجذرة في نفوس من يروجونها في وسائل الإعلام. لذلك تم تعريف خطاب الكراهية بأنه: خطاب عدائي مرضي يوظف في وسائل والإعلام لتحقيق أهداف ومصالح ذات طابع عدائي ومصليحي (الطائي، 2013، ص 6).

**- دور التلفزيون في الحد من خطاب الكراهية:**

خطاب الكراهية من الدعوات التي تتنافى وتتقاطع مع دعوات التسامح والمحبة والتعايش، وهي من الممارسات السلبية التي لا ينبغي إشاعتها في المجتمع الواحد أو بين المجتمعات، لما لها من آثار مزرعة للأمن والاستقرار والتعايش. فضلاً عن أنها تسهم إلى حد كبير في التفكك الاجتماعي وتعطيل خطط التنمية والتقدم في المجتمعات التي تنتشر فيها هذه الظواهر (الطائي، 2016، ص 2).

ووفقاً لما تمت الإشارة إليه خلصت دراسة تطبيقية بجامعة بغداد إلى عدم مصداقية وسائل الإعلام الدولي لقيامها بالتلاعب في المعلومات وتشويهاها لإشغال المجتمع المستهدف بصراعات سياسية تخدم أجندات خارجية. ولتأكيد حقيقة ما ذهب إليه تلك الدراسة توصلها إلى نتائج أشارت إلى أن القنوات التلفزيونية الموجهة التي تتبنى التضليل ونشر الدعاية السياسية والتجارية، واستخدمت أسلوب التكرار بنسبة (34%) والكذب الصريح بنسبة (33%) والتخويف بنسبة (31%) لخداع الجمهور وتغييب وعيه خدمة لأهداف مموليها وموجهيها (العطواني، --، 126).

وفي تحليل نشر عام 1992 تناول مجموع ما بثته شبكتي " Sky News و C.N.N " من أخبار وأفلام وثائقية عن الحرب على العراق، تبين أن 3% من التغطية تناولت الضحايا البشرية من المدنيين نتيجة الحرب، وإن 1% فقط من الصور التلفزيونية عن القتلى والجرحى، الذين سقطوا في هذه الحرب (Barker Chris, 2008.p320).

وإن هذا السلوك الإعلامي غير المنصف والمنحاز، يولد احباطات لدى الجمهور سرعان ما يتحول إلى غضب وكراهية، ضد من قام بهذه الجرائم ومن تستر عليها، وضد القنوات التي أسهمت بحجب الحقائق.

ولمواجهة خطاب الكراهية في التلفزيون، لا بد من تعزيز ثقافة الحوار والاختلاف وقبول الآخر ونبذ العدوان بمختلف أنواعه ومحاربة الفساد، وتعزيز النهج الإصلاحي الذي يدعو إلى تشريع قوانين وطنية ودولية لتجريم خطاب التحريض والكراهية، وتشجيع نشر قيم المحبة والتسامح بين الأفراد والمجتمعات (<http://www.alrai.com/article/746417.htm>)

## الاتجاهات النظرية لتفسير موضوع الدراسة:

يستند البحث في أهدافه وإجراءاته النظرية والميدانية على نظرية الدور والبنائية الوظيفية والمسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام التي ظهرت على أنقاض نظرية الحرية، لتتنص على اقتران ممارسة وسائل الإعلام للحرية بالمسؤولية الاجتماعية. إضافة إلى نظرية الدور التي تشير إلى أن للتلفاز دوراً وظيفياً مزدوج الأثر (سلبى وإيجابى) في المجتمع.

وتتمثل علاقة البنائية الوظيفية بموضوع الدراسة من خلال تفسير دور قيم التسامح التي تنتشر من خلال التلفاز في حفظ التوازن والاستقرار في المجتمع، وهي تنظر المجتمع على أنها بناء ثابت ومستقر القواعد الذي تشمل مجموعة من القيم الاجتماعية المثلى، ومجموعه من القيم المتكاملة تؤدي وظائف إيجابية ضمن إطار الثقافات المشتركة للإعلام المرئي والمسموع أحد انساق المجتمع وإذا قام بدوره في تعزيز قيم التسامح يساهم بذلك على حفظ استقرار الانساق الأخرى وبالتالي استقرار المجتمع.

ويمكن تفسير موضوع الدراسة باستخدام نظرية الدور الاجتماعي من خلال قيام التلفاز بدوره (واجبات ومهام) تعزز قيم التسامح لدى الفرد كأحد أدواره مما يؤدي لقيام الأفراد بأدوارهم الاجتماعية الحالية والمستقبلية مزودين بقيم التسامح وهذا يعكس على سلوكياتهم الأخرى. وقد اجتمع لأفراد ذو الأدوار المختلفة في انشاء مجتمع انساني يسوده الأمن والتسامح والتنازل عن الشئ والتساهل في أمره، ومن خلال التسامح نستطيع وضع التوازن في المجتمع فيجتمع الأفراد من الاعراق والجنسيات والديانات المختلفة مؤمنين بغيرهم لتبني الحاجات بعيداً عن التشدد الفكري والتعصب (محمد، 2003م).

وكانت هذه النظريات الاجتماعية سبباً لسن القوانين التي تمكّن الرأي العام ليكون رقيباً على أداء وسائل الإعلام وأخلاقيات العمل الإعلامي، وتجريم وسائل الإعلام التي تضر بخصوصية الأفراد والمجتمعات، وتشجع على الجريمة والعنف والتطرف والكرهية. إذ يرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب، ومسؤولية اجتماعية، ويترتب على ذلك ان وسائل الإعلام تشكل النسيج الاتصالي للمجتمعات الحديثة، لأن المنظومة الاتصالية تعمل في إطار المنظومة الاجتماعية، بما يترتب على ذلك من التزام وسائل الإعلام بالقيم الاجتماعية والأخلاقية للمجتمع الذي تعمل فيه، وعدم تعريض أمنه واستقراره إلى المخاطر (الطائي، 2013، ص 202).

## - الدراسات السابقة:

دراسة دور التلفزيون ومسؤولية القائمين على ادارته في نشر خطاب العنف والكرهية بمختلف انحاء العالم، يفرض الحاجة إلى نشر قيم التسامح والتعاون والتعايش، وهو ما دفع العديد من الباحثين إلى دراسة هذه المشكلة من زوايا متعددة، بهدف الحد من أثارها المدمرة، من خلال نشر ثقافة التسامح والتصالح والتعايش بين المجتمعات، لذلك تضمن البحث نماذج من تلك الدراسات أهمها:

1. دراسة محمد مسعود قيراط (2011) بعنوان: الإرهاب دراسة في البرامج الوطنية، واستراتيجيات مكافحته. جاءت هذه الدراسة في ستة فصول وتوصيات وخاتمة، تضمنت: المنهجية وفلسفة المفاهيم، والإرهاب ووسائل الإعلام، ثم دراسة واقع التجارب الوطنية في مكافحة الإرهاب، واستراتيجية تفعيل البرامج الوطنية المتعلقة بأسبابه ومصادره. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج كان من بينها: ارتباط الإرهاب بطبيعة البنية الاجتماعية، مما يدعو إلى ضرورة دراسة هذه البنية، فضلاً عن ارتباط هذه الظاهرة بالإيديولوجيات والقيم السياسية التي تحكمها. وخلصت الدراسة إلى أن ظاهرة الإرهاب جديدة على الوطن العربي ويوصي بتكثيف الدراسات المتعلقة بتعريف الإرهاب والتوعية بأسبابه وأثاره من خلال نشر خطاب التسامح.

2. دراسة محمد سلام (2012) بعنوان "أهمية توظيف الإعلام الجديد في تعزيز قيم الحوار والتسامح والتعايش" اكدت على أهمية توظيف الإعلام الجديد في تعزيز قيم الحوار والتسامح والتعايش، معتبرةً وسائل الإعلام المختلفة شريكا استراتيجيا في نشر وبت روح الحوار والتعاون والوعي بأهمية البناء والتعاون ومن ثم زيادة روح التسامح والإخاء، وأشار إلى أن قناة اقرأ تعتبر أول فضائية إسلامية انطلقت لترسم الملامح العربية الأصيلة، ولتنشر التعاليم الإسلامية السمحة الوسطية، إذ تخاطب مختلف شرائح الأسرة من خلال برامجها المتنوعة، وكشف الباحث عن سعي قنوات اقرأ الفضائية عبر السنوات الماضية لأن تتسم ببرامجها بالوسطية والحوار والتسامح حيث أنتجت القنوات العديد من البرامج التي تدعم هذا المنهج مثل برنامج حوار بلا اسوار وبرنامج منبر الشباب، البنية، وثورة التجديد من خلال التأكيد على قيم الحوار والتسامح والتعايش.

3. دراسة أحمد جاسم مطرود (2015) عن: دور المؤسسة الإعلامية في نشر ثقافة التسامح، دراسة تحليلية للمجتمع العراقي، الذي مر بعدد من الأزمات أدت إلى تحولات اجتماعية وثقافية واقتصادية... وما نتج عن هذه الأزمات من تداعيات أثرت سلباً على بنية المجتمع العراقي. إذ أظهرت الأيديولوجيات المعادية شخصية هذا المجتمع من خلال وسائل الإعلام على أنها شخصية

عصبية وانفعالية وذات مزاج حاد. وكان من المفترض أن يكون لتلك المؤسسات الإعلامية دور فعال في نشر الحقائق دون تزييف أو تضخيم ومبالغة في الإساءة إلى مجتمعاتنا وتشويه صورتها أمام الرأي العام العالمي. وكان الأجدر بها أن تستبدل ذلك الخطاب السلبي بخطاب إيجابي، يعكس ثقافة التسامح والحوار والتعاون بين أفراد المجتمع الواحد وبينه وبين المجتمعات الأخرى لإرساء السلم والاستقرار.

**دراسة حسن رمعون ومصطفى مجاهد (2018)** بعنوان: المدرسة في البلدان المغاربية، والخطاب حول المواطنة. جاءت هذه الدراسة في ثلاثة فصول تناولت: فلسفة المفاهيم المتعلقة بالمواطنة وضرورة تدريسها في الكتب الدراسية، وتناولت البحث في إدارة الدولة، والحفاظ على المصالح العليا والقيم الديمقراطية، ونشر ثقافة الحوار والتسامح في العلاقات الدولية للمحافظة على السلم بين الدول وفي الحياة الاجتماعية. وحث المجتمعات على التضامن وترسيخ القيم الاجتماعية السامية، والموازنة بين الحقوق والواجبات.

4. **دراسة نزار عامر حسين (2018)** بعنوان: دور الإعلام الديني في تعزيز قيم التسامح والاعتدال، وقد تضمنت هذه الدراسة مقدمة وثلاثة مطالب وخاتمة. تناول المطلب الأول: مفهوم الإعلام الديني وأنواعه وصوره، والمطلب الثاني: ناقش مفهوم التسامح والاعتدال باعتبارها قيم دينية واجتماعية، كما تناول الأدلة الشرعية على أهمية هذه القيم، وآليات الإعلام الديني في نشر ثقافة التسامح، واتباع التخطيط السليم واعتماد الأسس العلمية في التعبئة الثقافية للمادة الإعلامية، وزيادة المساحة الإعلامية الدينية التي تركز على الخطاب الإعلامي من خلال الأفلام الوثائقية... الزيارات الميدانية والمسابقات والمشاريع التي تحمل قيم التسامح والاعتدال في معناها ومبناها.

5. **دراسة نبيلة قشطي (2019)** بعنوان " دور الإعلام في الوقاية من التطرف " اشارت إلى أنه لا يكاد يخلو مجتمع من المجتمعات لا يتحدث الناس فيه عن التطرف، وأسبابه، وطرق معالجته، نظرًا لانتشاره وتغلغه في المجتمع خاصة العربي، وازداد خطورته على الفرد والمجتمع، وقد حدث جدال كبير حول دور وسائل الإعلام في العمل على زيادة عدد المتطرفين والملتحقين بصفوف الإرهاب، وحملوها مسؤولية كبرى في تزيين التطرف في نفوس الناس، وتبالغ في وصف التطرف، وكأنها ترفع من شأن المتطرفين، مما يزرع الثقة بقيم المجتمع وعقيده، لذا سنحاول من خلال هذه الورقة العلمة أن نضع بصمات في تأثير الإعلام في زيادة التطرف في المجتمع، وبصبغة إعلامية لوضع القارئ في الصورة التي يعالج من خلالها الإعلام التطرف.

6. **ندى عبود جارالله العمار (2019)** في دراستها حول "الحد من خطاب الكراهية ونشر ثقافة الاعتدال" أشارت إلى أنه لا يوجد مفهوم واضح لخطاب الكراهية وان عرفه البعض على أنه كل قول أو سلوك أو فعل علني يحرص على العنف أو يدفع إلى اثارة الفتنة المجتمعية ويأخذ تعريف خطاب الكراهية توصيفات عدة يمكن اجمالها في العنف اللفظي، والتعصب الفكري، والتمييز العنصري، والنظرة الاستعلانية وخطاب الاقصاء. وبالتالي، ويصبح الحديث عن خطاب الكراهية كظاهرة اجتماعية سياسية واتصالية معقدة ومركبة

ولقد شهدت المجتمعات العربية نمو هذه الظاهرة وبأشكال صادمة بالتزامن مع التحولات السياسية العربية وما رافقها من انتشار واسع لوسائل الإعلام، ما يشير بشكل مباشر وغير مباشر لحجم الاستثمار السياسي في الإعلام، الأمر الذي يشكل الفضاء الاجتماعي والثقافي لانتشار خطاب الكراهية بين الخصوم والفرقاء الأمر الذي خلق حالات متعددة من الاستقطاب. لذا تقع على وسائل الإعلام مسؤولية كبرى في توجيهه أو إخماد خطاب الكراهية من خلال ترسيخ وتعزيز قيم التسامح والتلاحم ونشر ثقافة المحبة والسلام وان يكون ملتزما بميثاق الشرف المهني في نبذ الخطاب الباعث للبعضاء والإقصاء والكراهية والمحرص لفتن والقلاقل وحظر نشر الاخبار والحوادث او المواد الإعلامية التي من شأنها تعمل على التحريض، والعمل على دحر الفكر الإقصائي من اجل تعميق ثقافة الإخوة الإنسانية، وترشيد الخطاب الإعلامي وتوجيهه لإرساء دعاء الامن والسلم الاجتماعيين وكل ذلك لن يتم دونما محاولة جادة لإيجاد استراتيجية شاملة وموحدة وفاعلة للتصدي للأفكار الهدامة [https://www.researchgate.net/publication/330566426\\_dwr\\_alalam\\_fy\\_alhd\\_mn\\_khtab\\_alkrahyt\\_wnshr\\_thqaft\\_alatdal](https://www.researchgate.net/publication/330566426_dwr_alalam_fy_alhd_mn_khtab_alkrahyt_wnshr_thqaft_alatdal) [accessed Dec 09 2019]

#### مناقشة الدراسات السابقة:

أهم ما يميز البحوث العلمية عناصر الاختلاف بين البحث الحالي والبحوث السابقة التي تظهر من خلال:

1. موضوع البحث: تناولت الدراسات السابقة موضوعات واسعة وغير محددة عندما تناولت: البرامج الوطنية، ودراسة دور المؤسسات الإعلامية بتعدد وتنوعها، وخطاب المواطنة بشموليته، والإعلام الديني بمختلف وسائله، في حين تحدد موضوع بحثي الذي انحصر بالقائمين على إدارة التلفزيون باعتباره أحد وسائل الإعلام، ودراسة دوره في الحد من خطاب الكراهية.

2. من حيث الأهداف: جاءت أهداف الدراسات السابقة عمومية وغير محددة بوسيلة إعلام محددة، وركزت على المشكلة المبحوثة والظواهر الناتجة عنها، وأهملت التركيز على وسائل التأثير المسببة لهذه المشكلات.
3. أما من حيث العينة فكانت العينات متقاربة من حيث الحجم، إلا أنها اختلفت في أساليب سحب العينة ومبررات تمثيلها لمجتمع البحث.
4. عند مقارنة النتائج التي توصل إليها هذا البحث بنتائج الدراسات السابقة، ظهر عدم وجود توازن بين النتائج النظرية والنتائج الميدانية في الدراسات السابقة، فضلاً عن عدم اتساق المعلومات النظرية مع النتائج التي توصل إليها الباحثين في تلك الدراسات.
5. عند استعراض عدد من البحوث والدراسات الأجنبية المنشورة باللغة الإنجليزية استبعدتها، وذلك لوجود أحكام مسبقة لدى الباحثين الذين اطلع الباحث على دراساتهم، انعكست على دراساتهم باقتصار العنف والإرهاب على الصورة النمطية للعرب والمسلمين في أذهانهم، على الرغم من ان ظواهر العنف والإرهاب عالمية لم تقتصر على مجتمع دون الآخر، فضلاً عن تجاهل الدراسات التي اطلع الباحث عليها على إرهاب الدولة، الذي تمارسه الدول الكبرى على المجتمعات الفقيرة والنامية، لتحقيق مصالح خاصة بتلك الدول، على حساب مجتمعات الدول النامية، التي أصبحت ضحية تلك المصالح.
- منهجية الدراسة الميدانية:**

تم استخدام المنهج الوصفي لتشخيص مشكلة الدراسة وتوصيف الظواهر المتعلقة بها، فضلاً عن ذلك تم استخدام المنهج التحليلي لتحليل المعلومات والبيانات الميدانية، بهدف الإفصاح عن طبيعة العلاقة بين المتغيرات التي تتضمنها مشكلة البحث، بقصد التوصل إلى نتائج واستنتاجات تجيب عن تساؤلات البحث، وتسهم في تحقيق أهدافه.

مجتمع الدراسة: يمكن وصف الدراسة، بالبيئة الاجتماعية والجغرافية والقانونية، التي أجريت فيها الدراسة الميدانية، وبما أن الإطار الاجتماعي لعينة الدراسة هو مجتمع الإمارات، الذي يتألف من الإمارات السبع التي شكلت اتحاداً فيما بينها، يوصف هذا المجتمع بأنه مجتمع عربي إسلامي متنوع الخصائص، يحتضن حوالي 200 جنسية عربية وأجنبية وافدة، مما يعطيه ميزة تمثيل تتعكس بشكل إيجابي على دقة النتائج... (https://www.alittihad.ae/article/115337/2012)

**عينة الدراسة:** العينة هي النموذج الممثل لمجتمع البحث، والذي يعطي فرص متساوية لكل فرد في المجتمع، لأن يكون ضمن العينة، لذلك تم تحديد نوع العينة وحجمها واسلوب سحبها وفقاً للإجراءات الآتية:

أ- **نوع العينة:** توصف عينة البحث على أنها من العينات العشوائية متعدد المراحل أو العنقودية؛ لأن هذا النوع من العينات يستخدم في البحوث التي على مسح الجمهور في المجتمعات الممتدة التي تمثل فئات اجتماعية مختلفة؛ لأن مشكلة البحث لم تنحصر في فئة اجتماعية محددة.

ب- **حجم العينة:** أن احتساب حجم العينة يتم وفقاً لعدد من المعايير العلمية العالمية أهمها: الانحراف المعياري لمجتمع البحث ودرجة تجانسها، تم اللجوء إلى السابقة البحثية للدراسات المشابهة معياراً لقياس حجم العينة، وبالاستناد إلى تلك المعايير التي تبنتها الدراسة، وفقاً لخبرات الباحثين في البحث العلمي. ظهر أن حجم العينة الممثلة (200) مبحوث مختلفين في الخصائص العامة، وأن ذلك أدعى إلى صحة التمثيل ودقة النتائج.

ت- **طريقة سحب العينة:** نظراً لاعتماد الدراسة الميدانية على اسلوب العينة العشوائية متعددة المراحل، فإن طريقة سحبها تمت وفقاً للإجراءات الآتية:

- بما أن الدراسة طبقت على مجتمع الإمارات العربية المتحدة الذي يتألف من سبع إمارات متحدة تم سحب ثلاثاً منها بطريقة عشوائية فظهرت: إمارة رأس الخيمة، وعجمان، والشارقة.

- نظراً للتشابه الكبير في الخصائص السكانية والاجتماعية لسكان هذه الإمارات تم تقسيم حجم العينة البالغ (200) مبحوث على الإمارات الثلاث بواقع (67) مبحوث لكل من إمارة عجمان والشارقة و(66) مبحوث من رأس الخيمة. وفي المرحلة الثانية تم الانتقال إلى سحب منطقة من كل إمارة بصورة عشوائية فكانت المناطق التي طبقت عليها الدراسة الراشدية والناصرية ومنطقة شوكة.

## ث- خصائص عينة البحث:

الجدول (1) يوضح الخصائص العامة لعينة البحث:

النوع	العدد	النسبة	السن	العدد	النسبة	مستوى التعليم	العدد	النسبة	الجنسية	العدد	النسبة
ذكر	98	49%	15-24	67	33.5%	ثانوي	86	43%	مواطن	127	63.5%
أنثى	102	51%	25-34	50	25%	جامعي	107	53.5%	عربي	68	34%
-			35-44	41	20.5%	عليا	7	3.5%	أجنبي	5	2.5%
-			45 فأكثر	42	21%						
المجموع	200	100	-	200	100%	-	200	100%	-	200	100%

ويتضح من الجدول (1) المتعلق بخصائص عينة الدراسة، وجود فوارق بسيطة بين نسبة الذكور إلى الإناث في العينة، تميل لصالح الإناث بمقدار 4%، وقد تعود أسباب ذلك إلى زيادة نسبتهم في المجتمع.

وكانت نسبة الشباب بعمر (15-24) تزيد على الفئات العمرية الأخرى، التي جاءت متقاربة في العينة، وهي تعبر عن مؤشر طبيعي شائع بمعظم المجتمعات، وأما متغير مستوى التعليم فقد بلغت نسبة التعليم الجامعي (53.5%) وهي نسبة تشكل أكثر من نصف العينة، تدل على ارتفاع منحنى التعليم والمستوى الثقافي والاقتصادي في المجتمع، وكان متغير الجنسية من المؤشرات التي أظهرت ارتفاع نسبة المواطنين في العينة، حيث بلغت نسبتهم (63.5%) مقارنة بالوافدين، كونهم النواة الأساسية لمجتمع البحث.

**أدوات الدراسة:** استخدمت الاستبانة لجمع المعلومات والبيانات من عينة ممثلة لمجتمع البحث، وفضلاً عن ذلك استخدم الملاحظة العلمية لتشخيص الظواهر المتعلقة بمشكلة البحث وتشخيص متغيراته، كما استخدم الاستقراء لجمع المعلومات النظرية من المصادر العلمية الأكثر دقة ومصادقية لكشف المجاهيل المتعلقة بمشكلة البحث.

**الإجراءات الميدانية:** تمثلت الإجراءات الميدانية بالخطوات الآتية:

أ. **أداة الدراسة الميدانية (الاستبانة):** بعد الاطلاع على الأدب النظري والدراسات السابقة تم تصميم استبانة أولية تكونت من (15) فقرة انقسمت إلى ثلاثة أقسام، تناول القسم الأول منها خصائص المبحوثين في العينة، وتم تخصيص القسم الثاني للمعلومات العامة والتمهيدية، التي تضمنت عمليات التعرض لوسائل الإعلام، وكيفية التعرض وأنواعه، ثم اشتمل القسم الثالث على فقرات تناولت جوهر عمليات الدور الذي يقوم به القائمين على التلفزيون لنشر ثقافة التسامح، ونبذ العنف وخطاب الكراهية. بما يغطي أهداف البحث وافترضاته.

ب. **اختبار الصدق الظاهري:**

تم اختبار الصدق الظاهري لاستبانة البحث المكونة من (15) فقرة، عن طريق إخضاعها للتحكيم، وذلك بعرضها على (6) محكمين من ذوي الخبرة والتخصص في بحوث الإعلام والعلوم الاجتماعية والنفسية، وقد حصلت الاستبانة على نسبة صدق ظاهري بلغت 90% وهي نسبة عالية يعتد بها في الحصول على نتائج علمية على درجة عالية من الثقة والمصادقية، وذلك بعد أن تم تعديل إحدى الفقرات ولم تحذف أية فقرة، لتظهر الاستبانة بصورتها النهائية بـ (15) فقرة تم تطبيقها على عينة الدراسة...

ت. **اختبار الثبات:**

تم تطبيق أسلوب إعادة الاختبار، لبيان مدى ثبات المبحوثين في إجاباتهم، حيث وزعت استبانة الدراسة على عينة أولية من (10) مبحوثين، وبعد أسبوعين تمت إعادة الاختبار على العينة ذاتها، فظهرت نسبة تطابق بلغت 85% لإجابات المبحوثين، وهي نسبة يمكن الاستناد إليها في تعميم الاستبانة على عينة الدراسة النهائية بعد إجراء تعديل طفيف على بعض الفقرات.

ث. **المعالجات الإحصائية:** استخدم الباحثات برنامج (Minitab) لتطبيق كاي تربيع في المعالجات الإحصائية لاستخراج العلاقة بين المتغيرات المتعلقة بنتائج الدراسة الميدانية، كما تم استخدام النسب المئوية لمعرفة الميول المتعلقة بأفراد العينة إزاء متغيرات الدراسة.

تحليل البيانات واستخلاص النتائج:

الجدول (2) يبين الوسيلة الإعلامية التي يتابعها المبحوثين أكثر من غيرها حسب متغير النوع.

ت	النوع	الوسيلة الأكثر متابعة		التلفزيون		الإذاعة		مواقع التواصل		الصحافة		المجموع	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
1	ذكر	32	16%	8	4%	56	28%	2	1%	98	49%		
2	أنثى	28	14%	7	3.5%	64	32%	3	1.5%	102	51%		
	المجموع	60	30%	15	7.5%	120	60%	5	2.5%	200	100%		

N DF Chi-Sq. P-Value 60 1 0.266667 0.606

وتبين من نتائج الجدول (2) أن قيمة P-Value عند مستوى دلالة (0.05) تؤكد عدم وجود علاقة تأثير بين جنس المبحوث والوسيلة الإعلامية التي الأكثر متابعة.

وأظهرت النسب المئوية أن (60%) يتابعون مواقع التواصل، مقابل (30%) يتابعون التلفزيون، بينما يتابع الإذاعة المسموعة (7.5%) ولم يتابع الصحافة سوى (2.5%) فقط مما يدل على أن التلفزيون يأتي بعد مواقع التواصل الاجتماعي في عملية المتابعة، وذلك لما تتصف به هذه المواقع من تعدد وتنوع وتشويق.

الجدول (3) يبين هوية الوسيلة الإعلامية الأكثر متابعة من المبحوثين، وفقاً لمتغير الجنسية.

ت	هوية الوسيلة جنسية المبحوث	الإماراتية		العربية		الأجنبية		المجموع	
		العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
1	مواطن	62	31%	49	24.5%	16	8%	127	63.5%
2	وافد عربي	35	17.5%	24	12%	9	4.5%	68	34%
3	وافد أجنبي	1	0.5%	0	0%	4	2%	5	2.5%
	المجموع	98	49%	73	36.5%	29	14.5%	200	100%

N DF Chi-Sq. P-Value 98 2 57.2041 0.000

وأظهرت نتائج الجدول أعلاه أن قيمة P-Value عند مستوى دلالة (0.05) تشير إلى وجود علاقة تأثير بين جنسية المبحوث وهوية الوسيلة الإعلامية التي يتابعها.

وبينما تؤكد النسب المئوية ان (49%) يتابعون وسائل الإعلام الإماراتية، وأن (36.5%) يتابعون وسائل الإعلام العربية، بينما لم يتابع البرامج الأجنبية سوى (14.5%) من العينة، وبذلك تؤثر النسب المئوية ارتفاع نسب المتابعة لوسائل الإعلام الإماراتية، تليها البرامج العربية ثم الأجنبية، وقد تعود أسباب ذلك إلى ارتباط العديد من البرامج الإماراتية بطبيعة الحياة الاجتماعية التي يعيشها المواطن والوافد بدولة الإمارات، فضلاً عن ارتباطها بمنظومتهم القيمية، ويمكن ارجاع أسبابها إلى زيادة نسبة المواطنين في العينة.

الجدول (4) يوضح دور التلفزيون في نشر ثقافة التسامح، وفقاً لمتغير مستوى التعليم.

المجموع	لا أعلم		تعرض على العنف والكراهية		لها دور في نشر ثقافة التسامح		دور التلفزيون		مستوى التعليم
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	
	86	16.5%	33	11%	22	15.5%	31	15.5%	ثانوي
	107	10%	20	9.5%	19	34%	68	34%	جامعي
	7	0.5%	1	1%	2	2%	4	2%	عليا
	200	27%	54	21.5%	43	51.5%	103	51.5%	المجموع

N DF Chi-Sq. P-Value 103 2 60.1359 0.000

ويتضح من قيمة P-Value عند مستوى دلالة (0.05) في الجدول (4) بأن متغير مستوى التعليم ليس مستقلاً عن متغير دور التلفزيون في نشر ثقافة التسامح، وإنما هنالك علاقة تأثير تدل على أنه كلما ارتفع مستوى التعليم لدى الجمهور، زاد اعتقادهم بأهمية دور التلفزيون في نشر ثقافة التسامح.

وأكد (51.5%) من أفراد العينة أهمية دور التلفزيون في نشر ثقافة التسامح ونبذ العنف والكراهية، مقابل (21.5%) يعتقدون أن التلفزيون يحرض على العنف والكراهية، وكان هناك (27%) لا يعلمون عن هذا الدور. مما يعني أن أكثر من نصف العينة يؤمنون بدور التلفزيون في نشر ثقافة التسامح ونبذ الكراهية، ويمكن أن تعود أسباب هذا الميل إلى القنوات التي يتابعونها التي يكون أغلب ما تعرضه أغاني وبرامج درامية ومنوعات تراثية واجتماعية، بعيدة عن العنف والرعب والكراهية، كما أن معظم دور الإنتاج العربية لا تجيد تقنيات وفنون ومهارات برامج العنف والرعب.

الجدول (5) يبين هوية القنوات التي تحرض على العنف والكراهية، وفقاً لمتغير الجنسية.

ت	الجنسية	هوية القنوات المحرزة على العنف		القنوات الأجنبية غير المسلمة		القنوات الأجنبية المسلمة		القنوات العربية		المجموع	
		العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
1	مواطن	52	26%	38	19%	37	18.5%	127	63.5%		
2	وافد عربي	32	16%	17	8.5%	19	9.5%	68	34%		
	وافد أجنبي	1	0.5%	2	1%	2	1%	5	2.5%		
	المجموع	85	42.5%	57	28.5%	58	29%	200	100%		

N DF Chi-Sq. P-Value 85 2 46.6118 0.000

وتبين من نتائج الجدول أعلاه أن قيمة P-Value عند مستوى دلالة (0.05) تشير إلى وجود علاقة تأثير بين جنسية المبحوث، ومدى تشخيصه لهوية القنوات التي تحرض على العنف والكراهية.

وأشارت النسب المئوية إلى أن (42.5%) من أفراد عينة الدراسة يعتقدون ان القنوات الأجنبية غير المسلمة تحرض على العنف والكراهية، مقابل (28.5%) يرون القنوات الأجنبية المسلمة هي من يحرض على العنف والكراهية، وأشار (29%) من عينة الدراسة إلى أن القنوات العربية تحرض على العنف والكراهية. وبذلك فان الأغلبية من أفراد عينة الدراسة يعتقدون ان القنوات الأجنبية تحرض على العنف والكراهية وإثارة النعرات الطائفية والمذهبية والعرقية، لإحداث عدم استقرار في المجتمعات الفقيرة والنامية، لتحقيق أهداف استراتيجية بمختلف المجالات ولاسيما وأن القنوات الأجنبية الوافدة، تمتلك الإمكانيات التقنية والفنية والمادية التي تمكنها من القيام بمثل هذه المهام.

الجدول (6) يوضح الوسيلة الإعلامية الأكثر تأثيراً في نشر ثقافة العنف والكراهية حسب النوع الاجتماعي.

ت	النوع	الوسيلة الأكثر تأثيراً في نشر العنف		التلفزيون		الإذاعة		مواقع التواصل		الصحافة		المجموع	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
1	ذكر	53	26.5%	10	5%	33	16.5%	6	3%	102	51%		
2	أنثى	36	18%	11	5.5%	45	22.5%	6	3%	98	49%		
	المجموع	89	44.5%	21	10.5%	78	39%	12	6%	200	100%		

N DF Chi-Sq. P-Value 89 1 3.24719 0.072

ويتضح من نتائج كاي تربيع في الجدول (6) ان قيمة P-Value عند مستوى دلالة (0.05)، تقصح عن عدم وجود علاقة تأثير بين متغير نوع المبحوث، ومتغير الوسيلة التي تؤثر في نشر ثقافة العنف والكراهية. وبذلك فان جنس المبحوث مستقل عن متغير الاعتقاد بالوسيلة الأكثر تأثير في نشر العنف والكراهية، مما يدل على أن كلا الجنسين يعتقدون بالوسيلة الإعلامية الأكثر تأثيراً في نشر ثقافة العنف والكراهية.

إذ يعتقد (44.5%) من المبحوثين بأن التلفزيون هو الأكثر تأثيراً في نشر خطاب العنف والكراهية، بينما يرى (39%) بأن مواقع

التواصل الاجتماعي هي الأكثر تأثيراً من الوسائل الإعلامية الأخرى. وهناك (10.5%) يعتقدون بتأثير الإذاعة المسموعة، أما الصحافة فلا يعتقد بأهميتها في التأثير سوى (6%) ونستنتج من الجدول أن غالبية الباحثين يعتقدون بأهمية تأثير التلفزيون بنشر خطاب الكراهية؛ لأسباب عديدة تمت الإشارة إليها في الإطار النظري للبحث.

الجدول (7) يُظهر الوسيلة الإعلامية الأكثر تأثير في نشر ثقافة التسامح حسب السن.

ت	الوسيلة الأكثر تأثير بنشر التسامح	التلفزيون		الإذاعة		مواقع التواصل		الصحافة		المجموع	
		النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد
1	24-15	15.5%	31	5%	10	11%	22	2%	4	33.5%	67
2	34-25	9.5%	19	3.5%	7	10.5%	21	1.5%	3	25%	50
3	44-35	8.5%	17	3%	6	8%	16	1%	2	20.5%	41
4	45 فأكثر	7.5%	15	3.5%	7	8.5%	17	1.5%	3	21%	42
	المجموع	41%	82	15%	30	38%	76	6%	12	100%	200

N DF Chi-Sq. P-Value 82 2 6.02439 0.049

وأظهرت نتائج كاي تربيع في الجدول (7) ان قيمة P-Value عند مستوى دلالة (0.05) تؤكد أن متغير السن، ليس مستقلاً عن متغير الاعتقاد بنوع الوسيلة الإعلامية الأكثر تأثيراً في نشر ثقافة التسامح، وإنما هناك علاقة تأثير وتأثر، حيث يعتقد (41%) بأهمية التلفزيون في نشر هذه الثقافة، مقابل (38%) يرون ان مواقع التواصل هي من يؤثر بدرجة أكبر، وكان هناك (15%) يعتقدون بدور الإذاعة في نشر ثقافة التسامح، ولم يعتقد بأهمية الصحافة سوى (6%). وكان (33.5%) ممن يؤيدون أدوار هذه الوسائل الإعلامية في نشر ثقافة التسامح، هم من فئة الشباب بسن (24-15) سنة، وقد تعود أسباب ذلك إلى أن الشباب هم من أكثر الفئات العمرية تعرضاً لوسائل الإعلام. ويظهر دور التلفزيون في نشر ثقافة التسامح أكثر أهمية كما ظهر في نشر العنف في الجدول السابق لنفس الأسباب التي تمت الإشارة إليها.

الجدول (8) يبين رؤية الباحثين لمدى تحمل إدارة التلفزيون المسؤولية الاجتماعية عن التحريض والكراهية وفقاً لمتغير مستوى التعليم.

ت	المسؤولية الاجتماعية للتلفزيون	نعم بدرجة كبيرة		نعم بدرجة متوسطة		كلا لا يتحمل التلفزيون أية مسؤولية		المجموع	
		النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد
1	ثانوي	16.5%	33	20%	40	6.5%	13	43%	86
2	جامعي	26%	52	19%	38	8.5%	17	53.5%	107
3	عليا	2%	4	1.5%	3	0%	0	3.5%	7
	المجموع	44.5%	89	40.5%	81	15%	30	100%	200

N DF Chi-Sq. P-Value 89 2 39.3933 0.000

ويبين الجدول أعلاه أن قيمة P-Value في اختبار كاي تربيع عند مستوى دلالة (0.05) تدل على عدم استقلالية متغير مستوى التعليم عن متغير الاعتقاد بالمسؤولية الاجتماعية للقائمين على التلفزيون في نشر خطاب العدا والكراهية. وذلك يعني: أن مستوى التعليم لأفراد عينة الدراسة يؤثر في اعتقادهم بتحميل القائمين على إدارة التلفزيون المسؤولية عن نشر ثقافة الكراهية بين الشعوب. حيث أكد (44.5%) من العينة انهم يحملون القائمين على قنوات التلفزيون المسؤولية بدرجة كبيرة، ويرى (40.5%) أنهم يتحملون هذه المسؤولية، ولكن بدرجة متوسطة، مقابل (15%) لا يحملون القائمين على إدارة التلفزيون أية مسؤولية. لأنهم يعتقدون أن هناك أسباب عديدة لانتشار العنف والكراهية في المجتمعات الحديثة.

**النتائج النظرية: نستخلص من الإطار النظري للبحث النتائج الآتية:**

1. خلصت العديد من المصادر العلمية للبحث إلى أن: التسامح من القيم الدينية والأخلاقية التي تقع بمركز المنظومة الأخلاقية، وذلك لارتباطها بالعديد من القيم الأخلاقية كالعفو والمروءة والإحسان والكرم والتعاون والتعاطف والتآخي والتعايش..
2. تسبب خطاب الكراهية في وسائل الإعلام الدولي في شيوخ ظواهر " الإرهاب " و" التطرف والتفرقة بين المكونات الاجتماعية، لتحقيق أهداف استراتيجية لصالح من يقف وراء هذا الخطاب الذي يتعارض مع قيم التسامح والتعاون والمحبة والتعايش بين المجتمعات الإنسانية.
3. أكدت نتائج الدراسات العديد من الدراسات: ان التلفزيون أداة اجتماعية مازالت تحتفظ ببريقها وقوة تأثيرها، ومما زاد من شدة تأثيرها انتقال برامجها عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي في الإعلام الجديد.
4. استمرار بعض القنوات في عرض مشاهد العنف والكراهية، أدى إلى خلق ميول عدوانية عند الأطفال والشباب، وهذا ما يفسر موجات العنف والتطرف والكراهية في مناطق عديدة من العالم.
5. إن القوى التأثيرية للتلفزيون وارتباطه بمواقع التواصل، وتأثيره في السلوك الفردي والجمعي والعلاقات الاجتماعية يضع القائمون على إدارته وتوجيهه وتوظيفه وإنتاج برامجه، أمام مسؤولية اجتماعية وأخلاقية وقانونية لنشر خطاب التسامح والحد من خطاب العنف والكراهية.

**نتائج الدراسة الميدانية:**

1. أظهرت نتائج الدراسة الميدانية عدم تأثير جنس المبحوث بمتغير القنوات الإعلامية التي يتابعها، حيث كان هناك (60%) من أفراد العينة يتابعون مواقع التواصل، مقابل (30%) يتابعون قنوات التلفزيون، ولم يتابع الإذاعة الصوتية والصحافة سوى (10%) من المبحوثين.
2. أوضحت النتائج ان متغير جنسية المبحوث يؤثر في هوية القنوات الإعلامية التي يتابعها، وأظهرت أن (49%) من عينة الدراسة الميدانية يتابعون القنوات الاماراتية و(36.5%) تابعوا القنوات العربية، ولم يتابع البرامج الأجنبية سوى (14.5%) من العينة. وتعود أسباب إلى زيادة المتابعة إلى للقنوات الإماراتية وذلك لتركيزها على عرض البرامج التراثية والدراما التي تعكس الحياة الاجتماعية مثلما هي على أرض الواقع.
3. أظهرت النتائج ان متغير مستوى التعليم، ليس مستقلاً عن متغير دور التلفزيون في نشر ثقافة التسامح، وإنما هنالك علاقة تأثير تدل على أنه: كلما ارتفع مستوى التعليم لدى الجمهور زاد اعتقادهم بأهمية دور التلفزيون في نشر ثقافة التسامح. وأكدت النسب المئوية أن (51.5%) يعتقدون بأهمية دور التلفزيون في نشر ثقافة التسامح ونبذ العنف وخطاب الكراهية، مقابل (21.5%) يعتقدون بأنه يحرض على العنف والكراهية، وكان هناك (27%) لا يعلمون عن هذا الدور.
4. بينت النتائج الميدانية، وجود علاقة تأثير بين جنسية المبحوث ومدى تشخيصه لهوية القنوات الإعلامية التي تحرض على العنف والكراهية. وتبين أن (42.5%) من أفراد عينة البحث يعتقدون ان القنوات الإعلامية الأجنبية غير المسلمة تحرض على العنف والكراهية، مقابل (28.5%) يرون ان القنوات الإعلامية المسلمة هي من يحرض على العنف والكراهية، وأشار (29%) من عينة الدراسة إلى ان القنوات العربية تحرض على العنف والكراهية. مما يدل على ان القنوات التلفزيونية الأجنبية عامة والأمريكية خاصة تبث برامج العنف والكراهية، وذلك لأنها تمتلك الإمكانيات التقنية والفنية التي تمكنها من إنتاج هذا النوع من البرامج، فضلاً عن ذلك فان معظم القنوات الغربية استثمارية تسعى إلى جني المزيد من الأموال من وراء عرض هذه البرامج، وهناك أسباب أخرى تتعلق بالاستراتيجيات الإعلامية الكبرى.
5. أفصحت النتائج عن عدم وجود علاقة تأثير بين متغير جنس المبحوث، و متغير القنوات الأكثر تأثيراً في نشر ثقافة العنف والكراهية، ويعتقد (44.5%) من المبحوثين ان التلفزيون هو الأكثر تأثيراً في نشر خطاب العنف والكراهية، بينما يرى (39%) من العينة بأن مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر تأثيراً، أما الوسائل الأخرى فلم تمثل سوى (16%) من العينة. وهو ما يؤكد أهمية التلفزيون ودوره في نشر ثقافة التسامح ونبذ الكراهية.
6. أوضحت نتائج الدراسة ان متغير السن ليس مستقلاً عن متغير الاعتقاد بنوع الوسيلة الإعلامية الأكثر تأثيراً في نشر ثقافة التسامح، حيث يعتقد (41%) من المبحوثين أهمية التلفزيون، مقابل (38%) يعتقدون ان مواقع التواصل هي الأكثر تأثيراً، وكان (15%) يؤيدون دور الإذاعة، ولم يعتقد بأهمية الصحافة سوى (6%) من أفراد العينة، وكان (33.5%) ممن يؤيدون دور التلفزيون

هم من الشباب بسن (15-24) سنة لأنهم الشريحة الاجتماعية الأثر اهتماماً بوسائل الإعلام.  
7. أظهرت النتائج الميدانية ان متغير التعليم يؤثر في اعتقاد المبحوث بالمسؤولية الاجتماعية للتلفزيون في الحد من خطاب الكراهية، ونشر ثقافة التسامح. حيث يحمل (85%) من أفراد العينة القائمين على القنوات التلفزيونية المسؤولية على نشرهم ثقافة الكراهية، مقابل (15%) لا يحملون ادارة التلفزيون المسؤولية بنشر خطاب العنف والكراهية، لاعتقادهم ان أسباب الكراهية والعنف متعددة ولا تقتصر على البرامج التلفزيونية.

#### التوصيات:

في ضوء نتائج البحث يمكن تقديم التوصيات الآتية:

1. ضرورة سن التشريعات التي تجرم المؤسسات الإعلامية، والقائمين على إدارتها من الذين يتبنون نشر برامج، ومضامين العنف، والكراهية، والجريمة المنظمة.
2. التوصية بتبني المنظمة الدولية للأقمار الصناعية تطبيق تقنية حجب المضامين المتعلقة بخطاب العنف والكراهية والإرهاب.
3. التوصية باعتماد المؤسسات التعليمية التي تعد وتؤهل الإعلاميين تبني مناهج التوعية والتثقيف بخطاب التسامح ونبذ خطاب العنف والكراهية.
4. التوصية باعتماد إدارة الإعلام في الجامعة العربية استراتيجية إعلامية عربية موحدة، يعتمدها اجتماع القمة العربية لكي يتبناها وزراء الإعلام العرب، لتبني خطاب إعلامي عربي موحد، خالي من العنف والكراهية.
5. التوصية باعتماد مجلس إعلام الدول العربية، استراتيجية عربية موحدة، تتبنى اتخاذ الإجراءات الاقتصادية والسياسية والقانونية التي تحمي المجتمعات العربية من خطاب العنف والكراهية والتمييز الذي توجهه الوكالات والمؤسسات والقنوات الإعلامية الدولية الكبرى إلى مجتمعاتنا العربية.
6. بناء إستراتيجية إعلامية لنشر ثقافة التسامح ونبذ الكراهية ومكافحة التطرف من خلال توظيف وسائل الاتصال التقليدية والحديثة لتحقيق اهداف هذه الاستراتيجية.

#### قائمة المصادر والمراجع

- أبو طالب، محمد نجيب، (2011) الشباب العربي والإعلام البديل في ظل التحولات الراهنة، مجلة الاذاعات العربية، العدد الأول، تونس، اتحاد الاذاعات العربية، ص49.
- بلال، صفي الدين، (2009) مفهوم التسامح وصلته بمفهوم الواجب، دمشق، جامعة دمشق - كلية الشريعة، مؤتمر التسامح الديني في الشريعة الإسلامية، ص3.
- حسين، نزار عامر، (2018) دور الإعلام الديني في تعزيز قيم التسامح والاعتدال، العراق، مجلة جامعة الانبار للعلوم الإسلامية، مجلد10 العدد 37.
- الدوري، علي حسين، (2007)، أثر الفضائيات على القيم التربوية والثقافية، بحوث الملتقى العربي الأول. أثر الفضائيات على الأسرة العربية"، القاهرة، المجلة العربية للإدارة، العدد 27، المنظمة العربية للتنمية الادارية، ص 31-32.
- رمعون، حسن ومجاهدي مصطفى، 2013، المدرسة في البلدان المغاربية والخطاب حول المواطنة، الجزائر، مجلة الانسانيات العدد 60-61 روجيه، غار ودي، (1998)، الولايات المتحدة طليعة الانحطاط، كتاب اليكتروني، ترجمة رجب أبو دبوس، بنغازي، ص128.
- الشنقيطي، سيد محمد ساداتي (2000)، القنوات الفضائية - المآخذ والإيجابيات، الرياض، عالم الكتب للطباعة والنشر، ص49
- الطائي، مصطفى حميد، (2013) الاتصال الجماهيري مدخل إلى تحديث المفاهيم والوظائف والنظريات، ط1، الامارات- الشارقة، مكتبة الجامعة، ص 202.
- الطائي، مصطفى حميد (2016)، خطاب الكراهية في وسائل الإعلام: ظاهرة اجتماعية أم سياسية؟ مؤتمر خطاب الكراهية في الإعلام الرقمي والاجتماعي، عمان، معهد الإعلام الأردني. ص6
- العتواني، عبد الحسين كاظم، (2018) التضليل الإعلامي في بث المعلومات، مجلة الباحث الإعلامي بجامعة بغداد، العدد 40، ص 126.
- العمار، ندى عبود جار الله، (2019/4/18) "الحد من خطاب الكراهية ونشر ثقافة الاعتدال" ندوة علمية بعنوان: نحو رؤية اجتماعية تعددية وقبول الآخر، جامعة كركوك، كلية الآداب، قسم الإعلام.

- فانز، صالح محمود، (2009)، التسامح وقبول المختلف في الفكر العربي والإسلامي، العراق، مجلة أبحاث كلية التربية الأساسية، المجلد 9، العدد 2، جامعة الموصل، ص 475.
- القرآن الكريم، سورة الحشر: (9)
- القرآن الكريم، سورة الأعراف: (199)
- القرآن الكريم سورة آل عمران: (133.134).
- قشطي، نبيلة، (2019). دور وسائل الإعلام في منع التطرف، مجلة الحكمة لدراسات الإعلام والاتصال، مركز الحكمة تريم ريال - الجزائر، المجلد (4) الإصدار (6)، ص. 44
- قيراط محمد مسعود (2011)، الإرهاب دراسة في البرامج الوطنية، واستراتيجيات مكافحته، الرياض - المملكة العربية السعودية.
- لعبان، عزيز (2019) المشاهدة التلفزيونية في زمن تقارب الميديا تغيير في الطقوس وتحول في الممارسات، بغداد، مجلة الباحث الإعلامي، المجلد (11) العدد (43)، جامعة بغداد، ص18.
- محمد، بدر خليفة (2012) ، " مشاهدة التلفزيون وتأثيرها على مهارات التواصل لدى الأطفال "، صحيفة الشرق الأوسط، 23 نوفمبر، الكويت.
- مطروود، أحمد جاسم، (2015) دور المؤسسة الإعلامية في نشر ثقافة التسامح، دراسة تحليلية للمجتمع العراقي، العراق - بابل، مجلة بابل، مجلد 4، عدد 23

#### المواقع الإلكترونية:

- إعلان قيام الدولة ورفع علم الامارات لأول مرة (2012): متاح على الموقع: <https://www.alittihad.ae/article/115337/2012>
- سلام، محمد (2012)، أهمية تطبيق وسائل الإعلام الجديدة في تعزيز قيم التسامح والحوار والتعايش، الرياض، متاح على الرابط: <http://www.alriyadh.com/749397>
- ضمراوي، باناء، (2018) تعريف التسامح: متاح على الرابط: <https://mawdoo3.com>
- المركز الإعلامي، (2014) البرنامج الوطني للتسامح بدولة الامارات، متاح على الرابط: <https://uaecabinet.ae/ar/details/news/uae-cabinet-approves-national-tolerance-program>
- نحو مقارنة وطنية شاملة لمواجهة خطاب الكراهية (2015) متاح على الرابط: <http://www.alrai.com/article/746417.htm>

#### References:

- The Holy Quran, Surat Al-A'raf: (199)
- The Holy Quran Al-Imran: 133-134]
- Al-Douri, Ali, the impact of satellite channels on educational and cultural values, the research of the first Arab Forum. The Effect of Satellite TV on the Arab Family "Cairo, Arab Organization for Administrative Development, 2007, pp. 31-32.
- Al-Taie, Mustafa, hate speech in the media: "a social or political phenomenon? Presented by: Presented at: Hate Speech Conference on Digital and Social Media - organized by the Jordan Media Institute in cooperation with the Norwegian Press Institute, April 26-27, 2016. p. 2.
- AbuTaleb, Mohamad, Arab youth and alternative media in light of the current transformations, Journal of Arab Radio, the first issue, 2011, p. 49.
- Chris, A, Culture studies.Sage 3rd Ed, 2008.p320
- Craig, A, and.DeVerter, R, VIOLENCE & MEDIA Legal Intern. Updated February 2018.Humaid, M, Al-Taie, Mass Communication, Introduction to Modernization of Concepts, Functions and Theories, UAE-Sharjah, University Library, 1st Floor, 2013, p. 202.
- Hussein, N, the role of religious media in promoting the values of tolerance and moderation, research published in the Journal of Al-Anbar University for Islamic Sciences, Volume 10 Issue 37 - 2018.
- Kadhim, Abdulmuhsen, Mal-Atwanimedia, misinformation in the dissemination of information, Journal of the Media Researcher at the University of Baghdad, 2018, No. 40, p. 126.
- Kshte, N, (2019). The role of the media in the prevention of extremism, el hikma journal for media and communication studies at the University of Trimestrial-Algeria, Volume (4) Issue (6) 2019, p. 44

- Laban, Azez, TV viewing in the time of convergence of media, a change in rituals and a shift in practices, Journal Researcher Media, Volume (11) Issue (43) 2019, p. 18.
- Mahmoud, Faez, tolerance and acceptance of different in Arab and Islamic thought, Journal of the College of Basic Education Research, Volume 9 Issue 2, Iraq, University of Mosul, 2009, p. 475.
- Matroud, Ahmad, The Role of the Media Foundation in Spreading the Culture of Tolerance, An Analytical Study of Iraqi Society, Research Published in Babylon Magazine, Vol.4. Issue23year2015.
- Mohamad, abdulah, (2003), The Theory of Soceology, Dar Al Maarefa, Alexandria
- Qirat.Mohamad, a study in national programs, and the restoration of its struggles, Riyadh, 2011.
- Rammoun, Hasan and Moujahedi, Mustafa, School in the Maghreb, and the Discourse on Citizenship, Journal of Humanities, Algeria, 2018.
- Safi al-Din, Bilal, the concept of tolerance and its link to the concept of duty, Damascus, 2009, p. 3
- Salam, Mohamad bin Ahmad(2012), The importance of implementing new media in strengthening tolerance, dialogue and coexistence values, Riyadh
- Shanqeeti, Saed, satellite channels - the drawbacks and pros, Riyadh, the world of books for printing and publishing, 2000, p. 49.
- Stacy, L. &Barbara, J. Wilson. Children is Reactions to a television News Story: The Impact of Video Footage and Proximity of the crime. In: Communication Research, Vol.27, 5, October 2000, P 641
- <https://mawdoo3.com>
- <https://uaecabinet.ae/ar/details/news/uae-cabinet-approves-national-tolerance-program>.
- <http://www.alarabiya.net/ar/arab-and-world/egypt/2013/06/22>
- <http://www.alrai.com/article/746417>.
- <http://www.alrai.com/article/746417.htm>.
- <https://www.alittihad.ae/article/115337/2012>
- [https://www.researchgate.net/publication/330566426\\_dwr\\_alalam\\_fy\\_alhd\\_mn\\_khtab\\_alkrahyt\\_wnshr\\_thqaft\\_alatdal](https://www.researchgate.net/publication/330566426_dwr_alalam_fy_alhd_mn_khtab_alkrahyt_wnshr_thqaft_alatdal)  
[accessed Dec 09 2019]

## The social responsibility of television in the dissemination of a culture of tolerance and rejection of hatred (Applied Study on a Sample of the UAE Society 2019-2020)

*Mustafa Altaa<sup>1</sup>, A laa Al-rawashdeh<sup>2</sup> \**

### ABSTRACT

The research aims at identifying the social responsibility of television in demonstrating tolerance culture and rejection of hatred. The research reached a number of the most important results: that (51.5%) play an important role in the publication of the film tolerance and renounce hate, compared to (21.5%) (44.5%) of respondents in television are the most influential in spreading violence and hate speech, while (39%). Eighty-five percent of respondents on television channels are held responsible for spreading the culture of hatred, while 15 percent do not hold those responsible for television because they believe that the causes of hatred and violence are numerous and not limited to television programs. It was found that 42.5% of respondents believe that non-Muslim foreign media channels incite violence and hatred, while 28.5% believe that Muslim media channels are the ones who attend violence and hatred. Arabic incites violence and hatred.

**Keywords:** Culture of Tolerance; Hate speech; The role of television; Social Responsibility.

---

<sup>1</sup>Ajman University, U.A.E; <sup>2</sup>Al-Balqa Applied University, Jordan. Received on 9/12/2019 and Accepted for Publication on 13/5/2020.