Abhat Journal, Volume. 17, Issue. 2, September 2025

Abhat Journal, Faculty of Arts, Sirte University مجلة أبحاث بكلية الآداب جامعة سرت
Source Homepage: http://journal.su.edu.ly/index.php/ABHAT/index

Doi : http://doi.org/10.37375/aj.v17i2.3505

فعالية التربية الإعلامية في مواجهة خطاب الكراهية في المجتمع الليبي
دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيس بوك في ليبيا

أ. أحمد عبد السلام عُمر السني
أستاذ مساعد بقسم الإعلام/ كلية الآداب/ جامعة سرت- ليبيا
ahmed.alsini@su.edu.ly

الملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرّف على مدى فعالية التربية الإعلامية في التصدي لخطاب الكراهية داخل المجتمع الليبي، وتندرج ضمن الدراسات الوصفية، حيث تمّ اعتماد منهج المسح الإعلامي كإطار منهجي لجمع البيانات وتحليلها. واستُخدمت استمارة الاستبيان الإلكترونية أداة أساسية لجمع المعلومات من عينة عشوائية بلغت 150 مستخدمًا ينتمون إلى شرائح اجتماعية وتعليمية متنوعة. وتوصّلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها: أنّ غالبية المبحوثين عبّروا عن قناعتهم بدور التربية الإعلامية الفعّال في التخفيف من حدة خطاب الكراهية المنتشر على موقع "فيسبوك" أمّا فيما يتعلق بمستوى المعرفة بمفهوم التربية الإعلامية فأفاد أكثر من نصف أفراد العينة إلى أنّهم يمتلكون معرفة جزئية عن مفهوم التربية الإعلامية، في حين أشار أفراد العينة إلى أنّه من أبرز الوسائل الفعّالة التي تسهُم في الحد من انتشار خطاب الكراهية هو سن قوانين وتشريعات تُجرّم خطاب الكراهية بجميع أنواعه على وسائل الإعلام.

الكلمات المفتاحية:

الفعالية، التربية الإعلامية، خطاب الكراهية.

معلومات النشر:
تاريخ الاستلام: 2025/01/25
تاريخ القبـــول: 2025/07/29
تاريخ النشـــر: 2025/09/01

The Effectiveness of Media Literacy in Confronting Hatred Speech in Libyan Society; A Field Study on a Sample of Facebook Users in Libya

Ahmed Abdulsalam Omar Alsini
Department of Media, Faculty of Arts, Sirte University- Libya
ahmed.alsini@su.edu.ly

Abstract:

This study aims to explore the effectiveness of media literacy in countering hatred speech within Libyan society. The study follows a descriptive research design employing the media survey method as the primary framework for data collection and analysis. An electronic questionnaire was utilized as the main tool to gather data from a randomly selected sample of 150 users representing diverse social and educational backgrounds. The study's findings revealed that the majority of respondents expressed a strong belief in the significant role of media literacy in spreading the hatred speech, particularly on Facebook. Furthermore, more than half of the participants reported having only partial knowledge of the concept of media literacy. Additionally, participants emphasized that one of the most effective approaches to limiting the proliferation of hate speech is the implementation of laws and regulations that criminalize all forms of hatred speech across media platforms.

Keywords:

Effectiveness, Media Literacy, Hatred Speech

Information:
Received: 25/01/2025
Accepted: 29/07/2025
Published: 01/09/2025

مقدمة:

ساهم التطور التكنولوجي الهائل الذي يشهده العالم في شتى المجالات، منها وسائل الإعلام والاتصال في تطور الأقمار الصناعية وشبكة المعلومات الدولية، التي بدورها قربت المسافات واختصرت حاجز المكان والزمان، حيث أصبح العالم بفضلها قرية كونية صغيرة، وذلك من المواقع والتطبيقات الإلكترونية، التي أحدثها التكنولوجيا المستحدثة، كالفضاء الأزرق (الفيس بوك)، الذي لعب في الفترة الأخيرة دورًا مهمًا في نشر خطاب الكراهية بين أفراد الوطن الواحد، مستغلًا في ذلك الأزمات السياسية التي يعيشها المجتمع.

وأفرز هذا الواقع الجديد كمًا هائلاً من الرسائل الإعلامية التي في مجملها لا تتفق مع القيم والعادات والتقاليد التي يعيشها المجتمع الليبي، مما يجعلها تتسم بنوع من الخطورة وجعلها تنحرف عن دورها

©Abhat Journal, Sirte University 2025

الأساس الذي لا يستطيع أحد أنْ ينكره. لذلك كان لزامًا علينا نشر التربية الإعلامية، التي أصبح تناولها ضرورة حتمية لتقليل مخاطر الاستخدام غير السليم لمواقع التواصل الاجتماعي خاصةً في هذا العصر الرقمي، وكذلك لمساعدة المستخدمين في تقييم وتحليل ونقد كل ما يقدّم في وسائل الإعلام الجديد، والمشاركة بإجابيه في صنع محتوى خالٍ من الفوضى والكراهية والأخبار الزائفة والمنحرفة التي تكون عائقًا أمام تقدم وتطور المجتمعات على مختلف الأصعدة.

مشكلة الدراسة: في ضوء تنامي الفوضى التي لا رقيب لها ولا حسيب في وسائل الإعلام الجديد وخاصةً الفيس بوك، الذي أضحى براحًا لنشر خطاب الكراهية، سواء كان كلاميًا (شفهيًا) أو من النصوص المكتوبة أو المواد السمعية البصرية والمتمثلة في الفيديوهات التي في مجملها تكون مشحونة بإيحاءات، ودلالات ومعاني تساعد على صُنع خطاب الكراهية الذي يُفقد المجتمع تماسكه وترابطه ليصبح ضعيفًا أمام الأزمات.

ولضمان الخروج من هذا المنعطف الخطير جاءت الحاجة إلى ضرورة وجود تربية إعلامية تساعد في بناء وعي الجمهور وتحصينه بمختلف مستوياته العمرية، على أنْ يكون إيجابيًا مساهمًا في تنمية المجتمع. وبناءً على ما سبق يمكن صياغة مشكلة البحث في التساؤل الرئيس التالي: ما فعالية التربية الإعلامية في مواجهة خطاب الكراهية في المجتمع الليبي.

أهمية الدراسة:

1. تكمن أهمية الدراسة في إمكانية إكساب المتلقي المهارات اللازمة التي تُمكنه من التعامل بوعي مع مختلف وسائل الإعلام بجميع أشكالها وذلك من التربية الإعلامية.
2. إمكانية الاستفادة من نتائج البحث، بحيث تكون بداية للباحثين لإجراء البحوث والدراسات عن التربية الإعلامية التي أصبحت ضرورة مجتمعية يتم من خلالها توظيف وسائل الاتصال بالطريقة الصحيحة.
3. توكد هذه الدراسة على أهمية ضم وتدريس مقرر التربية الإعلامية في جميع المراحل التعليمية من أجل تنمية القدرات التي تمكنهم من الفهم السليم لمحتوى وسائل الإعلام وكذلك لمواجهة التحديات التي أوجدتها التكنولوجيا الحديثة.
4. إثراء المكتبة العلمية بمراجع جديدة يمكن أنْ يستعين بها الباحثون في أبحاثهم العلمية.

أهداف الدراسة:

1. التعرّف على مستوى معرفة عينة الدراسة بمفهوم التربية الإعلامية.
2. التعرّف على درجة تطبيق عينة الدراسة لمفهوم التربية الإعلامية أثناء تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
3. التعرّف على أهم المؤسسات التي تُساعد في تعزيز وترسيخ مفهوم التربية الإعلامية في المجتمع.
4. رصد أهم أنماط وأشكال خطاب الكراهية المنتشرة على منصة فيسبوك، كما تظهر من تجربة أفراد العينة وتفاعلهم مع المحتوى الرقمي.

تساؤلات الدراسة:

1. ما مستوى معرفة عينة الدراسة بمفهوم التربية الإعلامية ؟
2. ما درجة تطبيق عينة الدراسة لمفهوم التربية الإعلامية أثناء تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي ؟
3. هل للتربية الإعلامية دور فعّال في الحد من انتشار خطاب الكراهية على الفيس بوك باعتباره وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي ؟
4. ما أهم المؤسسات التي تُساعد في ترسيخ مفهوم التربية الإعلامية ؟
5. ما أهم أشكال خطاب الكراهية المنتشرة على الفيس بوك ؟
6. هل لشبكات التواصل الاجتماعي دور في نشر خطاب الكراهية؟
7. ما أكثر الشخصيات استهدافًا لخطاب الكراهية ؟

نوع الدراسة ومنهجها: "تندرج هذه الدراسة من ضمن الدراسات الوصفية التي تقوم على وصف دقيق وتفصيلي لظاهرة أو موضوع محدد على صورة نوعية أو كمية رقمية، فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها، أمّا التعبير الكمي فيعطينا وصفاً رقمياً يوضح مقدار الظاهرة أو حجمها ودرجة ارتباطها مع الظاهرات المختلفة." (إمام، 2017، ص53).

المنهج المستخدم في الدراسة: تعتمد أي دراسة على مجموعة من القواعد والإجراءات التي تمّ بموجبها إجراء الدراسة من أجل الوصول إلى المعلومات والحقائق العلمية في تعميم النتائج بناءً على الضوابط والقواعد العلمية. (أحمد، 1994، ص170) واعتمد الباحث في هذه الدراسة على منهج المسح. بحيث تمّ استخدام منهج الدراسات المسحية بوصفها جهداً علمياً منظماً للحصول على البيانات والمعلومات وأوصاف المشكلة محل الدراسة ومعرفة كافة جوانبها

المختلفة وتحديد إطارها ونطاقها العلمي. (أحمد، 1994، ص237)

ويحقق المنهج المسحي أنسب وأفضل الوسائل والأدوات للوصول إلى الحقائق العلمية التي تساعد وتهدف إلى معرفة الخصائص الأساسية لجمهور عينة الدراسة، ودرجة اهتمامه وإجراء التعديلات، والتخطيط لأحداث تغيير في سلوكيات الجمهور القائم بما يضمن تحقيق الهدف من الرسالة الإعلامية. (خليل، 1996، ص137)

مجتمع وعينة الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من الجمهور الليبي بمختلف مستوياته ممن يستخدمون الفيس بوك في ليبيا. بحيث تمّ توظيف العينة العشوائية لاختيار عينة الدراسة الميدانية والتي تشكّلت من عينة من الجمهور الليبي ممن يستخدمون الفيس بوك بمدينة سرت، والذي بلغ عددهم (150) مفردة.

أدوات جمع بيانات الدراسة: اعتمد الباحث في جمع البيانات على أداة الاستبيان الإلكتروني كونه أحدث أنواع الاستبيان وأكثرها سهولة؛ وذلك لأنّه يتم بشكل إلكتروني بخدمة نماذج (forms) بموقع Google حيث تمّ إرسال رابط الاستمارة لتعبئته من قِبل العينة المستهدفة من الدراسة.

حدود الدراسة:

الحد الموضوعي: يتمثّل في معرفة فعالية التربية الإعلامية في الحد من انتشار خطاب الكراهية في المجتمع الليبي.

الحد البشري: يقتصر على مستخدمي الفيس بوك والمكونة من (150) مفردة من الجمهور الليبي.

الحد الجغرافي: دولة ليبيا.

اختبار الصدق والثبات: تمّ التأكد من صدق الاستبانة بعد عرضها على مجموعة محكمين متخصصين في الإعلام على ضوء ملاحظاتهم تمّ صياغة استمارة الاستبيان (*)، أمّا ثبات الاستبانة فتمّ التأكد منها باستخدام معامل الاتساق الداخلي ألفا كرونباخ Cronbach عن طريق برنامج SPSS.V17 حيث ظهر بمعدل 0.948.

عدد الفقرات	Cronbach's Alpha
14	0.984

المصطلحات الواردة في الدراسة:

الفعالية: تقصد بها في هذا البحث الأثر الإيجابي الذي يُمكن أنْ تُحدثه التربية الإعلامية لمواجهة خطاب الكراهية داخل المجتمع الليبي.

التربية الإعلامية: تعرّف بأنّها: "تلك العملية التي يمكن أنْ يشارك فيها جميع المؤسسات الاجتماعية التي تستهدف توجيه وتوعية وتدريب الإنسان على حسن التعامل مع وسائل الإعلام والتفكير الناقد حول ما تقدمه؛ ليكتسب مهارات تمكنه الاستخدام والمشاركة الفعّالة، بحيث يحقق أكبر قدر ممكن من الاستفادة مما تقدمه وسائل الإعلام من ناحية ومواجهة السلبيات وتجنبها من ناحية أخرى." (غازي، 2015، ص291)

خطاب الكراهية: "هو نمط مختلف من أنماط التعبير العام التي تنشر الكراهية أو التمييز أو العداوة أو التحريض عليها أو الترويج لها أو تبريرها ضد شخص أو مجموعة على أساس من يكونون." (السنوسي، 2020، ص63)

الدراسات السابقة: في إطار البحث في فعالية التربية الإعلامية في التصدي لخطاب الكراهية تناولت مجموعة من الدراسات العربية هذا الموضوع، مركّزة في ذلك على وعي الأفراد وسلوكياتهم في البيئات الرقمية، خاصةً في مواقع التواصل الاجتماعي، وفيما يلي عرض لأهم هذه الدراسات:

– **دراسة سامية عبد الغني** (2020): التربية الإعلامية في مواجهة خطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي – دراسة ميدانية، هدفت الدراسة إلى الكشف عن مستوى وعي طلاب الجامعات بمفهوم التربية الإعلامية، ودورها في التخفيف من انتشار خطاب الكراهية على وسائل التواصل الاجتماعي. واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، وأجريت الدراسة على عينة مكوّنة من 200 طالب وطالبة من الجامعات الحكومية، واعتمدت على أداة الاستبيان المغلق والمفتوح لجمع البيانات والمعلومات. وتوصّلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها: أفاد 67% من المشاركين أنّهم يواجهون محتوىً يحتوي على خطاب كراهية بشكل يومي، في حين أكد معظمهم أنّ التربية الإعلامية تساهم تدريجيًا في خلق وعي مضاد لهذا النوع من الخطابات. وكشفت النتائج أنّ 74% من الطلبة اعترفوا بتفاعلهم مع منشورات تتضمن إيحاءات سلبية أو عنصرية في مرحلة سابقة، وذلك دون وعي بخطورة ذلك. كما أظهرت النتائج تحسنًا ملحوظًا في قدرة الطلبة على تمييز المحتوى المحرّض، حيث أبدى 81% استعدادًا أكبر للامتناع عن التفاعل مع منشورات الكراهية. وتوصلت الباحثة إلى أنّ دمج مفاهيم التربية الإعلامية في المناهج يمكن أنْ يسهم بشكل فاعل في بناء جيل رقمي أكثر وعيًا ومسؤولية.

– **دراسة فاطمة حسن الكبيسي** (2021): أثر التربية الإعلامية

في الحد من انتشار خطاب الكراهية بين المراهقين في البيئة الرقمية، هدفت الدراسة إلى استكشاف العلاقة بين التربية الإعلامية والتفكير النقدي لدى طلاب المرحلة الثانوية، وتأثير ذلك في تقليل انخراطهم في خطاب الكراهية عبر الإنترنت. واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي المسحي، واعتمدت على عينة مكوّنة من 120 طالبًا وطالبة، مستخدمة استبيانًا إلكترونيًا. وتوصّلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أنّ أكثر من 62% من أفراد العينة يملكون حسابات متعددة على مواقع التواصل، ويقضون ما يزيد عن 4 ساعات يوميًا على هذه المنصات. كما كشفت النتائج أنّ 74% من الطلبة اعترفوا بتفاعلهم مع منشورات تتضمن إيحاءات سلبية أو عنصرية في مرحلة سابقة، وذلك دون وعي بخطورة ذلك.

وأظهرت النتائج تحسنًا ملحوظًا في قدرة الطلبة على تمييز المحتوى المحرّض، حيث أبدى 81% استعدادًا أكبر للامتناع عن التفاعل مع منشورات الكراهية. وتوصّلت الباحثة إلى أنّ دمج مفاهيم التربية الإعلامية في المناهج يمكن أنْ يسهم بشكل فاعل في بناء جيل رقمي أكثر وعيًا ومسؤولية.

– **دراسة عبد الكريم المسعودي** (2019): خطاب الكراهية في وسائل الإعلام الجديد ودور التربية الإعلامية في الحد من انتشاره "دراسة تحليلية"، استهدفت هذه الدراسة تحليل أشكال خطاب الكراهية المنتشرة على منصات التواصل، وبيان دور التربية الإعلامية في مكافحتها. واعتمد الباحث على منهجين متكاملين هما تحليل المضمون والمسح الإعلامي، واستند إلى عينة ميدانية مكوّنة من 100 مستخدم نشط على فيسبوك وتويتر، بالإضافة إلى تحليل منشورات رقمية. وتوصّلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أنّ 68 % من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي المشمولين بالبحث لا يستطيعون التفرقة بين الخطاب النقدي المشروع وخطاب الكراهية، مما يعكس ضبابية المفاهيم لدى الجمهور الرقمي. كما أظهرت نتائج تحليل المضمون أنّ 42% من المحتوى الذي تمّ تحليله على فيسبوك وتويتر يحتوي على تحريض أو تلميحات سلبية تجاه فئات دينية أو عرقية أو مناطقية. وأكدت الدراسة أنّ المستخدمين الذين تلقوا تدريبًا في التربية الإعلامية أظهروا سلوكًا دفاعيًا ضد خطاب الكراهية، وامتنعوا عن إعادة نشر أو التفاعل مع المحتوى المحرّض بنسبة تجاوزت 60%. كما دعت الدراسة في توصياتها إلى إطلاق حملات توعوية وطنية تعـزز من قيم الإعـلام المسـؤول وتحد من السـلوك العدائي في الفضاء الرقمي.

نتائج الدراسة الميدانية:

الجدول (1): يوضح البيانات الديموغرافية لأفراد العينة.

المتغيرات	الفئات	إجمالي العينة		الترتيب
		التكرار	النسبة	
النوع	ذكر	118	%78.7	1
	أنثى	32	%21.3	2
	المجموع	150	%100	
العمر	من 18 إلى أقل من 25	9	%6	5
	من 25 إلى أقل من 30	22	%14.7	4
	من 30 إلى أقل من 35	38	%25.3	2
	من 35 إلى أقل من 40	35	%23.3	3
	من 40 فأكثر	46	%30.7	1
	المجموع	150	%100	
المستوى التعليمي	إعدادي	2	%1.3	4
	ثانوي	24	%16	3
	جامعي	61	%40.7	2
	ما فوق الجامعي	63	%42	1
	المجموع	**150**	**%100**	

من الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة من الجمهور في ليبيا والتي بلغ مجموعها (150) مفردة منهم (118) من الذكور وبنسبة (78.7%) من مجموع المبحوثين، و(32) من الإناث بنسبة (21.3%) من أفراد العينة، جاءت المرحلة العمرية من 40 فأكثر في المرحلة الأولى وبنسبة بلغت (46 %)، تلتها من 30 إلى أقل من 35 بنسبة بلغت (25.3%)، ومن35 إلى أقل من 40 جاءت بنسبة (23.3%). أمّا من 25 إلى أقل من 35 سنة جاءت نسبتهم (14.7%)، وأخيراً من 18 إلى أقل من 25سنة كانت نسبتهم (6%). أمّا من حيث المستوى التعليمي فبلغت نسبة من هم في مستوى ما فوق الجامعي المرتبة الأولى وبنسبة بلغت (42%) من أفراد العينة، تلتها الجامعي بنسبة بلغت (40.7%) من أفراد العينة، في حين جاء المستوى الثانوي في الترتيب الثالث بنسبة بلغت (16%) من أفراد العينة، أمّا المستوى الابتدائي فجاء في المرتبة الأخيرة وبنسبة بلغت(1.3%).

الجدول (2): يوضح إجابات أفراد العينة ومدى استخدامهم لموقع الفيس بوك.

العبارة	التكرار	النسبة
دائمًا	86	%57.3
أحيانًا	59	%39.3
نادرًا	5	%3.4
المجموع	**150**	**%100**

يتضح من بيانات الجدول السابق إجابات أفراد العينة حول استخدامهم لموقع الفيس بوك بحث أفاد (57.3%) من أفراد العينة بأنّهم دائمًا ما يستخدمون الفيس بوك، ومن قالوا إنّهم أحيانًا ما يستخدمونه جاءت نسبتهم (39.3%) من أفراد العينة، وأخيراً

جاءت من نادرًا ما يستخدمونه وبنسبة بلغت (5.6%) من أفراد العينة. وربما يرجع السبب في ذلك إلى أهمية الفيس بوك الذي يجعل الفرد في اتصال دائم مع أهله وأصدقائه الذين ليسوا قريبين منه. وكذلك لمعرفة عينة الدراسة بأهمية الفيس بوك أحد أهم مصادر الأخبار إنْ لم يكن أفضلها وكذلك لأهميته وسيلةً للإعلان والتسويق.

الجدول (3): يوضح إجابات أفراد العينة حول مدة استخدامهم لموقع الفيس بوك.

العبارة	التكرار	النسبة
ـ أقل من سنة	صفر	صفر%
من سنة إلى أقل من ثلاث سنوات	19	%12.4
من ثلاث سنوات فأكثر	131	%87.3
المجموع	**150**	**%100**

يتضح من بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة من يستخدمون الفيس بوك لأكثر من 3 سنوات بحيث جاءت في المرتبة الأولى وبنسبة بلغت (87.3%) من أفراد العينة؛ وربما يرجع السبب في ذلك لأهميته في حياة الإنسان بحيث أصبح لا غنى عنه عند كثير من الناس وهذا ما يتفق مع الجدول رقم (2). بينما جاءت نسبة من يستخدمونه من سنة إلى أقل من ثلاث سنوات (4.12%) من أفراد العينة. وأخيرًا جاءت من يستخدمونه أقل من سنة بدون أي نسبة تُذكر.

الجدول (4): يوضح إجابات العينة حول الحسابات التي يمتلكونها على الفيس بوك.

العبارة	التكرار	النسبة
حساب واحد	97	%64.7
حسابين	48	%32
أكثر من حسابين	5	%3.3
المجموع	**150**	**%100**

يتضح من بيانات الجدول السابق إجابات أفراد العينة حول عدد الحسابات التي يمتلكونها على الفيس بوك بحيث أفاد (64.7%) من أفراد العينة بأنّهم يمتلكون حساب واحد وهذا ما يتوافق مع معايير مجتمع الفيس بوك وفي حال فتح أكثر من حساب شخصي يُعدّ هذا انتهاكًا لهذه المعايير، كذلك باعتبار أنّ الصفحة الشخصية معدة للاستخدام الشخصي غير التجاري. بينما من يمتلكون حسابين جاءت نسبتهم (32%) من أفراد العينة، وأخيرًا جاءت نسبة من يمتلكون أكثر من حسابين حيث بلغت نسبتهم (3.3%) من أفراد العينة.

الجدول (5): يوضح إجابات أفراد العينة حول نوعية البيانات التي يضعونها في حساباتهم على موقع الفيس بوك.

العبارة	التكرار	النسبة
بيانات حقيقية	127	%84.7
بيانات غير حقيقية	23	%15.3
المجموع	**150**	**%100**

يتضح من بيانات الجدول السابق إجابات أفراد العينة حول نوعية البيانات التي يضعونها في حساباتهم الشخصية بحيث أفاد (84.7%) من أفراد العينة أنّهم يضعون حسابات حقيقية وهذا بطبيعة الحال يُساعدهم على اكتشاف المخاطر ومنها انتحال الشخصية أو سرقة الهوية، وكذلك من ميزة وضع البيانات الحقيقية سرعة الوصول للأصدقاء الذين يستخدمون نفس الميزة، أمّا من قالوا إنّهم يضعون بيانات غير حقيقية جاءت نسبتهم (15.3%) من أفراد العينة.

الجدول (6): يوضح إجابات أفراد العينة ومدى معرفتهم بمفهوم التربية الإعلامية.

العبارة	التكرار	النسبة
أعرفها معرفة كاملة	57	%38
إلى حدٍ ما	81	%54
ليس لدى معرفة عنها	12	%8
المجموع	**150**	**%100**

يتضح من بيانات الجدول السابق إجابات أفراد العينة حول أهم معرفتهم لمفهوم التربية الإعلامية بحيث أفاد (54%) من أفراد العينة أنّهم يعرفونها إلى حدٍ ما، بينما أفاد (38%) من أفراد العينة أنّهم يعرفونها معرفة كاملة، ومن قالوا ليس لديهم معرفة عنها جاءت نسبتهم منخفضة بحيث بلغت (8%) من أفراد العينة، وربما يعود السبب في ذلك إلى تأصل التربية الإعلامية فيهم بدايةً من الأسرة التي يكتسب فيها الفرد جميع القيم النبيلة مروراً بالمدرسة والجامعة... إلخ.

الجدول (7): يوضح إجابات أفراد العينة حول درجة تطبيقهم لمفهوم التربية الإعلامية أثناء تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

العبارة	التكرار	النسبة
أطبقها بدرجة كبيرة	92	%61.3
أطبقها بدرجة متوسطة	50	%33.3
لا أطبقها	8	%5.3
المجموع	**150**	**%100**

يتضح من بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة من يطبقون مفهوم التربية الإعلامية بدرجة كبيرة أثناء تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي بحيث بلغت نسبتهم (61.3%) من أفراد العينة، وربما يرجع السبب في ذلك إلى أهميتها في حياة الفرد باعتبارها جزءًا من الثقافة اليومية للفرد بحيث يُصبح مستهلكًا حكيمًا للرسائل الإعلامية بما يُمكنه من التعامل مع وسائل الإعلام بشكل واعي وأكثر نضج. بينما من قالوا إنّهم يطبقونها بدرجة متوسطة جاءت نسبتهم (33.3%) من أفراد العينة. وأخيرًا من قالوا إنّهم لا يطبقونها جاءت نسبتهم منخفضه بحيث بلغت (5.3%) من أفراد العينة.

الجدول (8): يوضح إجابات أفراد العينة فيما إذا كان للتربية الإعلامية دور فعّال في الحد من انتشار خطاب الكراهية على الفيس بوك باعتباره وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي أم لا.

العبارة	التكرار	النسبة
نعم لها دور فعّال	92	%61.3
إلى حدٍ ما	54	%36
ليس لها أي دور	4	%2.7
المجموع	**150**	**%100**

توضّح بيانات الجدول السابق إجابات أفراد العينة حول ما إذا كان للتربية الإعلامية دور فعّال في الحد من انتشار خطاب الكراهية على الفيس بوك أم لا. بحيث أفاد (61.3%) من أفراد العينة أنّ لها دور فعّال وهي نسبة مرتفعة مقارنةً بالنسب الأخرى، ويُمكن أنْ يرجع السبب في ذلك إلى أنّ أغلب الفوضى والكراهية المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي وخاصةً الفيس بوك سببها غياب التربية الإعلامية التي تُمكّن الأفراد من التعاطي مع كل ما ينشر في وسائل الإعلام بصفة عامة والفيس بوك بصفة خاصة بموضوعية وحيادية تُمكّنهم من التعرّف على الأخبار والمعلومات الكاذبة ومواجهتها والحد من انتشارها بكل السبل المتاحة. وكذلك يمكن أنْ يرجع السبب أيضاً إلى أهمية التربية الإعلامية في فهم الرسائل وتعزيز التفكير النقدي لدى الأفراد، بحيث يصبحون قادرين على التعامل الإيجابي والواعي مع الإعلام وتقنياته التي أصبحت في تطور مستمر لذلك نجدها جاءت في المرتبة الأولى. ومن قالوا إنّها إلى حدٍ ما لها دور فعّال في مواجهة خطاب الكراهية كانت نسبتهم (36%) من أفراد العينة. وأخيرًا من قالوا ليس لها دور فعّال جاءت نسبتهم (2.7%) من أفراد العينة وهي نسبة منخفضه مقارنةً بالنسب الأخرى.

الجدول (9): يوضح إجابات أفراد العينة حول أهم المؤسسات التي تُساعد في ترسيخ مفهوم التربية الإعلامية.

العبارة	التكرار	النسبة
الأسرة	54	%36
المدرسة	4	%2.7
الجامعة	6	%4
وسائل الإعلام	27	%18
الرقابة الذاتية	19	%12.7
المساجد	2	%1.3
كل ما سبق	38	%25.3
المجموع	**150**	**%100**

توضّح بيانات الجدول السابق إجابات أفراد العينة حول أهم المؤسسات التي تُساعد في ترسيخ مفهوم التربية الإعلامية. بحيث جاءت على النحو الآتي: في المرتبة الأولى الأسرة بحيث بلغت نسبتها (36%) من أفراد العينة؛ وربما يعود ذلك إلى الدور الذي تلعبه الأسرة باعتبارها الخلية التي يتكون منها جسم المجتمع البشري، إذا صلحت صلح المجتمع كله والعكس، وكذلك باعتبار الأسرة هي من تُكوّن شخصية الفرد اجتماعيًا ونفسيًا حتى يصبح قادرًا على القيام بدوره في المستقبل على أكمل وجه. أمّا ثانيًا فجاءت كل ما سبق من خيارات والتي بلغت نسبتها (25.3%) من أفراد العينة. في حين جاءت في المرتبة الثالثة وسائل الإعلام والتي بلغت نسبتها (18%) من أفراد العينة، ورابعًا جاءت الرقابة الذاتية وبنسبة بلغت (12.7%) من أفراد العينة، وحلت في المرتبة الخامسة الجامعة إحدى المؤسسات التي تساعد في ترسيخ مفهوم التربية الإعلامية وبنسبة بلغت (4%)، وتلتها المدرسة في المرتبة السادسة وبنسبة بلغت (2.7%) من أفراد العينة، أمّا في المرتبة الأخيرة فجاءت المساجد وبنسبة بلغت (1.3%) من أفراد العينة.

الجدول (10): يوضح إجابات أفراد العينة حول درجة فعالية التربية الإعلامية في مواجهة خطاب الكراهية. ن= (150).

العبارة	موافق		محايد		غير موافق	
	ك	ن	ك	ن	ك	ن
تُساهم الصور المنشورة على الفيس بوك في زيادة حدة خطاب الكراهية.	125	%83.4	20	%13.3	5	%3.3
يُمكن استغلال المقاطع الصوتية في انتحال صفة أشخاص واستخدامها استخدامًا غير سليم مما يُساهم في خطاب الكراهية.	96	%64	42	%28	12	%8
يتم تركيب الصور واستغلالها من أجل نشر خطاب الكراهية.	101	%67.3	31	%20.7	18	%12
يُمكن استخدام الشعارات والرموز الدينية لنشر خطاب الكراهية.	103	%68.7	32	%21.3	15	%10
يُمكن التهكم على الأشخاص المعروفين وغير المعروفين بإسقاط التُهم جزافاً عليهم.	110	%73.3	26	%17.3	14	%9.4

يتضح من بيانات الجدول السابق اجابات أفراد العينة حول درجة فعالية التربية الإعلامية في مواجهة خطاب الكراهية بحيث جاءت على النحو الآتي: من قالوا إنّهم موافقين على أنّ الصور المنشورة على الفيس بوك تُساهم في زيادة حدة خطاب الكراهية جاءت في المرتبة الأولى وبنسبة بلغت (83.4%)، ومن قالوا إنّهم محايدين جاءت نسبتهم (13.3%) من أفراد العينة، فيما من قالوا إنّهم غير موافقين على أنّ الصورة المنشورة على الفيس بوك تساهم في زيادة حدة خطاب الكراهية كانت نسبتهم (3.3%) من أفراد العينة، وفي المرتبة الثانية من قالوا إنّهم موافقين على إنّه يمكن التهكم على الأشخاص المعروفين وغير المعرفين وذلك بإسقاط التهم عليهم جزافًا بحيث كانت نسبتهم (73.3%) من أفراد العينة، ومن قالوا إنّهم محايدين بلغت نسبتهم (17.3%)، وأخيرًا من قالوا إنّهم غير موافقين كانت نسبتهم (9.4%) من أفراد العينة، وثالثًا من قالوا يُمكن استخدام الشعارات والرموز الدينية لنشر خطاب الكراهية بحيث أفاد (68.7%) بأنّهم

موافقين، أمّا من قالوا إنّهم محايدين فكانت نسبتهم (21.3%)، ومن قالوا إنّهم غير موافقين بلغت نسبتهم (10%) من أفراد العينة، أمّا في المرتبة الرابعة فجاءت من قالوا إنّه يُمكن تركيب الصور واستغلالها من أجل نشر خطاب الكراهية بحيث أفاد (67.3%) أنّهم موافقين، أمّا من قالوا إنّهم محايدين بلغت نسبتهم (20.7%)، ومن قالوا إنّهم غير موافقين بلغت نسبتهم (12%)، وأخيرًا جاءت من قالوا إنّه يُمكن استغلال المقاطع الصوتية في انتحال صفة الأشخاص واستخدامها استخدامًا غير سليم من الأسباب التي تساعد في انتشار خطاب الكراهية بحيث أفاد (64%) أنّهم موافقين على ذلك، ومن قالوا إنّهم محايدين كانت نسبتهم (28%) من أفراد العينة، وأخيرًا من قالوا إنّهم غير موافقين وجاءت نسبتهم (8%) من أفراد العينة.

وبشكلٍ عام ومن قراءتنا للجدول نجد أنّ هُناك اتفاق بين أفراد العينة أنّ جميع الخيارات المطروحة تُساهم وبشكل كبير في زيادة خطاب الكراهية وذلك بنشر الصور وتركيبها واستغلال المقاطع الصوتية، واستخدام الشعارات والرموز الدينية، وكذلك إسقاط التهم جزافًا على الآخرين كل هذه الصور تُساعد في انتشار خطاب الكراهية وتقلل من فرص السيطرة عليه.

الجدول (11): يوضح إجابات أفراد العينة حول أهم أشكال خطاب الكراهية المنتشرة على الفيس بوك. ن= (150).

العبارة	التكرار	النسبة
التنافر الفكري	29	%19.3
التعصب القبلي	60	%40
التعصب الجهوي	38	%25.3
التعصب الديني	25	%16.7
التعصب السياسي	110	%73.3
التميز العنصري	22	%14.7
المجموع	**284**	**%100**

توضّح بيانات الجدول السابق إجابات أفراد العينة حول أهم أشكال خطاب الكراهية المنتشرة على الفيس بوك بحيث جاءت على النحو الآتي: أفاد (73.3%) من أفراد العينة أنّ أكثر وأهم أشكال خطاب الكراهية التعصب السياسي؛ ويُمكن أنْ يعود ذلك إلى الفهم السيء للسياسة واستخدام الأساليب الملتوية للوصول إلى الحكم ومناطق السلطة والنفوذ، ولهذا نجد أنّ الساحة الإعلامية شهدت ازديادًا خطيرًا في مستوى خطاب الكراهية، ولا تكاد تخلو أي وسيلة إعلامية من هذا الخطاب الذي وسّع الهوة بين أفراد الشعب الواحد وساعد على التشظي والانقسام، بينما جاء في المرتبة الثانية التعصب القبلي وبنسبة بلغت (40%) من أفراد العينة، وثالثًا جاء التعصب الجهوي بنسبة بلغت (25.3%)، بينما جاء التنافر الفكري في المرتبة الرابعة وبنسبة بلغت (19.3%) من أفراد العينة، في حين جاء في المرتبة الخامسة التعصب الديني وبنسبة بلغت (16.7%) من أفراد العينة، وأخيرًا جاء التمييز العنصري وبنسبة بلغت (14.7%) من أفراد العينة.

الجدول (12): يوضح إجابات أفراد العينة حول درجة فعالية الفيس بوك في ترسيخ مفهوم التربية الإعلامية لمواجهة خطاب الكراهية.

العبارة	التكرار	النسبة
فعّال بدرجة كبيرة	74	%49.3
فعّال بدرجة متوسطة	66	%44
ليس له أي فعالية	10	%6.7
المجموع	**150**	**%100**

توضّح بيانات الجدول السابق إجابات أفراد العينة حول درجة فعالية الفيس بوك في ترسيخ مفهوم التربية الإعلامية لمواجهة خطاب الكراهية بحيث أفاد (49.3%) من أفراد العينة أنّه فعّال بدرجة كبيرة، ويمكن الاعتماد عليه في ترسيخ مفهوم التربية الإعلامية باعتباره من أكثر الوسائل استخدامًا وانتشارًا، بينما من قالوا إنّه فعّال بدرجة متوسطة كانت نسبتهم (44%) من أفراد العينة، ومن قالوا إنّه ليس له أي فعالية جاءت نسبتهم منخفضه بحيث بلغت (6.7%) من أفراد العينة.

الجدول (13): يوضح إجابات أفراد العينة فيما إذا كان لشبكات التواصل الاجتماعي دور في نشر خطاب الكراهية أم لا.

العبارة	التكرار	النسبة
لها دور كبير.	109	%72.7
لها دور محدود.	37	%24.7
ليس لها أي دور.	4	%2.7
المجموع	**150**	**%100**

يتضح بيانات الجدول السابق إجابات أفراد العينة فيما إذا كان لشبكات التواصل الاجتماعي دور في نشر خطاب الكراهية أم لا، حيث أفاد (72.7%) من أفراد العينة أنّ لها دور كبير؛ ويُمكن أنْ يعود ذلك إلى قلة الرقابة على كل ما يُنشر في مواقع التواصل الاجتماعي ولغياب حارس البوابة في هذه الوسيلة، وكذلك لكثرة الصفحات المشبوهة والحسابات الوهمية التي تكون مجهولة المصدر والهوية، وتعمل على نشر الأخبار الكاذبة التي تسهُم في تأجيج خطاب الكراهية، وإثارة الفتن بين أبناء الوطن الواحد والتي لا يُمكن

التخلص منها إلّا بإصدار قانون شامل ينظم العمل الإعلامي في ليبيا ويُجرم مرتكبي هذه الأفعال، بينما من قالوا إنّ لها دور محدود جاءت نسبتهم (24.7%) من أفراد العينة، وأخيرًا من قالوا إنّ ليس لها أي دور كانت نسبتهم (2.7%) من أفراد العينة، وهي نسبة منخفضه مقارنةً بالنسب الأخرى.

الجدول (14): يوضح إجابات أفراد العينة حول أكثر الشخصيات استهدافًا لخطاب الكراهية. ن= (150)

العبارة	التكرار	النسبة
الأشخاص العاديين.	20	%13.3
الإعلاميون.	44	%29.7
الشخصيات السياسية.	114	%76
الشخصيات الرياضية.	7	%4.7
الشخصيات الدينية.	25	%16.7
الفنانون والمشاهير.	19	%12.7
المجموع	**229**	**%100**

يتضّح من بيانات الجدول السابق إجابات أفراد العينة حول أكثر الشخصيات استهدافًا لخطاب الكراهية بحيث جاءت على النحو الآتي: جاءت في المرتبة الأولى الشخصيات السياسية وبنسبة بلغت (76%) من إجابات أفراد العينة؛ وربما يعود ذلك إلى أنّ أغلبها شخصيات جدلية أثّرت سلبًا على مسيرة الحياة السياسية في ليبيا، وأنّ أغلب الشخصيات ليس لها خبرة سواء سياسية أو اجتماعية أو إدارية، وأغلبها لا يتمتع بسيرة حسنة بحيث تجد أكثرها له مطامع شخصية لو استمرت سيطرتها ستساهم بكل تأكيد على تعميق الصراع وشق الصف وخير دليل على ذلك البرلمان الليبي.

أمّا في المرتبة الثانية فجاء الإعلاميون وبنسبة بلغت (29.7%) من أفراد العينة وهذا يُعدّ أمرًا طبيعيًا بحيث نجد أنّ هُناك مجموعة من الإعلاميين على الساحة الليبية يُعدّون جزءًا من الصراع الدائر في ليبيا؛ وذلك لعدم كفاءتهم وإخلالهم بمواثيق شرف المهنة، أمّا في المرتبة الثالثة فجاءت الشخصيات الدينية وبنسبة بلغت (16.7%)، أمّا رابعًا فجاءت الشخصيات العادية وبنسبة بلغت (13.3%) من أفراد العينة، وخامسًا جاء الفنانون والمشاهير وبنسبة بلغت (12.7%) من أفراد العينة، وأخيرًا جاءت الشخصيات الرياضية وبنسبة بلغت (4.7%) من أفراد العينة.

الجدول (15): يوضح إجابات أفراد العينة حول أبرز الوسائل الفعّالة التي تسهُم في الحد من انتشار خطاب الكراهية على الفيس بوك. ن= (150)

العبارة	التكرار	النسبة
تنمية الفكر النقدي.	24	%16
التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي بإيجابياتها والحرص على تفادي سلبياتها.	55	%36.7
إدراج التربية الإعلامية ضمن المناهج التعليمية.	54	%36
العمل المستمر على تطوير الثقافة الوطنية.	24	%16
سن قوانين وتشريعات تُجرّم خطاب الكراهية بجميع أنواعه على وسائل الإعلام.	57	%38.7
المجموع	**214**	**%100**

يتضح من بيانات الجدول السابق إجابات أفراد العينة حول أبرز الوسائل الفعّالة التي تحد من خطاب الكراهية على الفيس بوك حيث جاءت على النحو الآتي: في المرتبة الأولى سن القوانين والتشريعات التي تُجرّم خطاب الكراهية بجميع أنواعه على وسائل الإعلام؛ وربما يعود السبب في ذلك للحاجة الملحة لضرورة إصدار منظومة قانونية تساهم في الوقاية من خطاب الكراهية ومنعه بجميع أنواعه سواء أكان مرئيًا أو شفهيًا أو مطبوعًا، أو منشورًا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأنْ تكون رادعة وصارمة في حق كل من يخالفها، أمّا في المرتبة الثانية فجاء التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي بإيجابياتها والحرص على تفادي سلبياتها وبنسبة بلغت (36.7%) من أفراد العينة، وفي المرتبة الثالثة وبنسب متقاربة جاء إدراج التربية الإعلامية ضمن المناهج التعليمية بنسبة بلغت (36%) من أفراد العينة، وأخيرًا وبنسب متساوية جاء كلٌّ من تنمية الفكر النقدي والعمل المستمر على تطوير الثقافة الوطنية والتي بلغت نسبتها (16%) من أفراد العينة.

النتائج العامة والتوصيات:

أولًا: النتائج العامة: توصّلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها:

1. تُشير النتائج إلى أنّ (57.3%) من أفراد العينة دائمًا ما يستخدمون موقع الفيس بوك، فيما أفاد (39.3%) من أفراد العينة أنّهم أحيانًا ما يستخدمونه، بينما من قالوا إنّهم نادرًا ما يستخدمونه جاءت نسبتهم (3.4%) من أفراد العينة.
2. تشير النتائج إلى ارتفاع نسبة من يستخدمون الفيس بوك منذ أكثر من ثلاث سنوات حيث بلغت (87.3%) من أفراد العينة، ومن يستخدمونه من سنة إلى أقل من ثلاث سنوات كانت نسبتهم (12.4%) من أفراد العينة، وأخيرًا من يستخدمونه أقل من سنة لم تتحصل على أي نسبة تُذكر.
3. أفـاد (64.7%) من أفـراد العينة أنّ لهـم حسـاب واحـد على

الفيس بوك، بينما من قالوا إنّ لهم حسابين كانت نسبتهم (32%) من أفراد العينة، ومن قالوا إنّهم يمتلكون أكثر من حسابين كانت نسبتهم (3.3%) من أفراد العينة.

4. تشير النتائج إلى أنّ (84.7%) من أفراد العينة يضعون بيانات حقيقية في حساباتهم على الفيس بوك، بينما أفاد (15.3%) أنّهم يستخدمون بيانات غير حقيقية.

5. أفاد (54%) من أفراد العينة أنّهم إلى حدٍ ما لديهم معرفة عن مفهوم التربية الإعلامية، ومن يعرفونها معرفة كاملة كانت نسبتهم (38%) من أفراد العينة، ومن قالوا إنّه ليس لديهم معرفة عنها كانت نسبتهم (8%) من أفراد العينة.

6. تشير النتائج إلى أنّ (61.3%) من أفراد العينة يطبقون مفهوم التربية الإعلامية أثناء تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي، بينما من قالوا إنّهم يطبقونها بدرجة متوسطة كانت نسبتهم (33.3%) من أفراد العينة. ومن قالوا إنّهم لا يطبقونها كانت نسبتهم (5.3%) من أفراد العينة.

7. أفاد (61.3%) من أفراد العينة أنّ للتربية الإعلامية دور فعّال في الحد من انتشار خطاب الكراهية على الفيس بوك، ومن قالوا إلى حدٍ ما جاءت نسبتهم (36%)، ومن قالوا ليس لها أي دور جاءت نسبتهم (2.7%) من أفراد العينة.

8. جاء ترتيب المبحوثين لأهم المؤسسات التي تُساعد في ترسيخ مفهوم التربية الإعلامية على النحو الآتي: في المرتبة الأولى جاءت الأسرة وبنسبة بلغت (63%)، وتلتها كل ما سبق وبنسبة بلغت (25.3%)، وثالثًا جاءت وسائل الإعلام وبنسبة بلغت (18%)، أمّا رابعًا فجاءت الرقابة الذاتية وبنسبة بلغت (12.7%)، بينما جاءت خامسًا الجامعة وبنسبة بلغت (4%)، تلتها في المرتبة السادسة المدرسة وبنسبة بلغت (2.7%)، وأخيرًا جاءت المساجد والتي بلغت نسبتها (1.3%).

9. تُشير النتائج إلى أنّ (49.3%) من أفراد العينة قالوا إنّ الفيس بوك فعّال بدرجة كبيرة في ترسيخ مفهوم التربية الإعلامية لمواجهة خطاب الكراهية، بينما من قالوا إنّه فعّال بدرجة متوسطة جاءت نسبتهم (44%) من أفراد العينة. ومن قالوا إنّه ليس له فعالية جاءت نسبتهم (6.7%) من أفراد العينة.

10. أفاد (72.7%) من أفراد العين أنّ لشبكات التواصل الاجتماعي دورًا كبيرًا في نشر خطاب الكراهية، ومن قالوا إنّ دورها محدود جاءت نسبتهم (24.7%) من أفراد العينة، بينما من قالوا إنّه ليس لها أي دور جاءت نسبتهم (2.7%) من أفراد العينة.

11. جاء ترتيب المبحوثين لأكثر الشخصيات استهدافًا لخطاب الكراهية على الفيس بوك على النحو الآتي: في المرتبة الأولى جاءت الشخصيات السياسية وبنسبة بلغت (76%)، أمّا ثانيًا فجاءت الشخصيات الإعلامية بنسبة بلغت (29.7%)، أمّا ثالثًا فجاءت الشخصيات الدينية وبنسبة بلغت (16.7%)، وفي المرتبة الرابعة جاء الأشخاص العاديين وبنسبة بلغت (13.3%). وخامسًا جاء الفنانون والمشاهير وبنسبة بلغت (12.7%) من أفراد العينة، وأخيرًا جاءت الشخصيات الرياضية وبنسبة بلغت (4.7%) من أفراد العينة.

12. أفاد (38.7%) من أفراد العينة أنّ أبرز الوسائل الفعّالة التي تسهُم في الحد من انتشار خطاب الكراهية سن قوانين وتشريعات تُجرّم خطاب الكراهية بجميع أنواعه على وسائل الإعلام، تلتها التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي بإيجابياتها والحرص على تفادي سلبياتها وبنسبة بلغت (36.7%) من أفراد العينة، وثالثًا جاء إدراج التربية الإعلامية ضمن المقررات الدراسية وبنسبة بلغت (36%)، وأخيرًا وبنسب متساوية جاء تنمية الوعي الفكري والعمل المستمر على تطوير الثقافة الوطنية بحيث بلغت نسبتها (16%) من أفراد العينة.

ثانيًا: التوصيات:

1. العمل على تنفيذ حملات توعوية لجميع الشراح بالمجتمع بأهمية التربية الإعـلامية لتساعدهم على التحليل والنقاش والفقد للمحتـوى المقدم في وسائل الإعلام بمختلف أشكالها.

2. إدراج التربية الإعلامية مقررًا أساسيًا يُدرّس في مختلف المؤسسات الإعلامية بما فيها الجامعية، مع تفعيل دور المؤسسات الاجتماعية الأخرى كالأسرة والمدرسة والمساجد لمواجهة الأخطار التي تنتج من الاستخدام غير السليم لوسائل الإعلام.

3. حث الباحثين على تكثيف الدراسات التي تهتم بالتربية الإعلامية مع سن قوانين وتشريعات تُجرّم خطاب الكراهية بجميع أنواعه على وسائل الإعلام.

قائمة المراجع:

- أحمد، السيد. (1994). البحث العلمي: إجراءاته ومناهجه (ط. 1). بنغازي: منشورات جامعة قاريونس.
- إمام، إسماعيل. (2017). مناهج البحوث الإعلامية (ط. 1). القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- خليل، محسن. (1996). مناهج البحث في علم الاجتماع (ط. 1). عمّان: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- السنوسي، ثريا. (2020). معالجة خطاب الكراهية في وسائط الإعلام الجديد زمن كورونا – الموقع الرسمي لمنظمة الأمم المتحدة مثالًا. المجلة الجزائرية للاتصال، 19.
- عبد الغني، سامية. (2020). التربية الإعلامية في مواجهة خطاب الكراهية عبر منصات التواصل الاجتماعي – دراسة ميدانية. مجلة علوم الإعلام والاتصال –كلية الإعلام – جامعة القاهرة.
- غازي، أحمد. (2015). تضمين التربية الإعلامية في المنهاج الفلسطيني: دراسة استطلاعية. المجلة التربوية – جامعة الكويت، مجلس النشر العلمي، 30.
- الكبيسي، فاطمة. (2021). أثر التربية الإعلامية في الحد من انتشار خطاب الكراهية بين المراهقين في البيئة الرقمية (رسالة ماجستير غير منشورة). كلية التربية، جامعة قطر.
- المسعودي، عبد الكريم. (2019). خطاب الكراهية في وسائل الإعلام الجديد ودور التربية الإعلامية في الحد من انتشاره "دراسة تحليلية". مجلة الإعلام المعاصر. كلية الإعلام. جامعة بغداد، 28.