

3. كن واعيا للأجندات

كثير من المنصات الإعلامية هي منابر لدول أو أحزاب أو تيارات تحتصنها، وإن لم تذكر ذلك صراحة فإنه يكون معروفاً لاقتراب خطها التحريري منها. لذلك كن حذراً من التوجيهات والأجندات الخفية. وليس مستغرباً أن تمرر فضائيات الدول أحياناً تُوْذِي خصومها، أو تسكت عما يضرها أو يزعج حلفاءها.

وجود أجندة للوسيلة الإعلامية لا يعني بالضرورة أن الخبر الذي توردته مطعون فيه، لكن قد تتدخل فيه الصياغة الصحفية من التركيز على زاوية معينة، أو إغفال/إخفاء بعض التفاصيل والغلفيات، أو الإلتزام من السياق وتغييره؛ أو غير ذلك مما يكون النطباع لدى القارئ مخالفاً للحقيقة، وإن كان نص الخبر ذاته ليس كاذباً.

4. قارن مع طرف ثالث

ولأن سماع الرواية من الطرف الثاني ستدخلك في دوامة "أيهما أصدق؟" فيفضل أن تتجه إلى طرف ثالث محايد، وربما رابع وخامس وسادس - بحسب أهمية الموضوع- ممن لا تكون أجندته الخاصة مؤثرة في الخبر الذي تبحث فيه.

الأحداث المهمة غالباً لا تنفرد بتغطيتها منصة واحدة حتى لو حُفقت فيه سبلاً صحفياً وكالت أول من ينشره فإن التنافس بين المنصات الإعلامية يجعلها تحاول التفوق على بعضها بعضاً في التحقق من الحدث وتفاصيله وإيضاحاته، وسماع آراء محللين متنوعين له؛ وهذا التنافس سيصب في فائدة المثالي، فلا تحرم نفسك منها.

5. لا تغار بالعناوين

ومن أساليب الإثارة والجذب أن "تجعل من الحبة قنينة"، وهو ما تنتجه إليه كثير من العناوين بحيل متنوعة، كإثارة سؤال أو تحدّ أو استخدام كلمات تقيد العموض كالسرّ والسبب والحقيقة، أو اجتزاء النص والإيهام بمعنى غير المقصود، أو الإغراب، أو غير ذلك مما يثير الفضول.

ولا بعد كل هذا نضليلاً، بل إن بعضه من مهارات العمل الصحفي المطلوبة، لكن النضليل يكون حين يعتمد العنوان أن يوحي بشيء، غير المضمون، وهذا يقع كثيراً عمداً أو خطأ.

لذا، عندما يغفل لك العنوان نصريحا أو يحثرك بنتيجة، فأحرص على أن تقرأ تفاصيل الخبر، وأن تتحقق من النتيجة، ولا ننخدع بأن الكتاب يُعرّف من عنوانه، فكتيرا ما يوضع العنوان ساحناً ليخفي برودة الموضوع.

6. تحقق من العناصر

لكل لون من الألوان الصحفية عناصر لازمة يمكن أن يلاحظها المتابع بشيء من التدقيق حتى لو لم يكن متخصصاً؛ فالخبر مثلاً يجب أن يجيب عن الأسئلة الستة المعروفة: ماذا حدث، وكيف، ومن الذي قام به، وأين وقع، ومتى، ولماذا أو ما السياق الذي وقع فيه.

فالصحفي الجيد لا بد أن يتطرق لهذه الأسئلة، حتى لو كانت إجابتها غير معروفة، فيقول إن من قام بالهجوم -مثلاً- مجهولون، أو لم يتحدد مكان اللقاء أو زمانه، أو لا يعرف سبب إلغاء الحفل.

وقد يتم تجاهل أو إخفاء بعض هذه العناصر بهدف صرف التباهي القارئ عنها، مثل ألا يذكر -مثلاً- أن الاجتماع وقع في [إسرائيل](#)، أو أن إلغاء الحفل تم بطرد الضيوف منه، أو أن التفجير كان في منشأة عسكرية، أو أن الاختطاف تم رداً على اعتقالات؛ فربما أن ما جاء في الخبر ليس كذبا، لكن ما أخفاه بغير دلالة الغصة والحكم عليها.

ويلزم ألا يقتصر التقرير الصحفي أو البرنامج الحواري على رأي واحد، فإن لاحظت أنه لم يناور إلا طرفاً واحداً -حتى لو لعدد أشخاص- ولم يناقش الرأي الآخر أو يسمع صوتاً محايداً، فربما يحاول أن يحشو رأسك بوجهة نظر واحدة، ويصرفك عما يفالها؟ فاحذر.

7. اعزل الأحكام والأوصاف

تعتمد وسائل الإعلام الموجهة إلى تكريس أجندتها وتمرير أحكامها القيمية في ما تنتشره، ويتضح هذا في أوصاف مثل: إرهابيون ومقاومون وثائرون ومخربون، وبعضها -وهذا مما يكثر- تتهاون في إطلاق الأحكام، مثل: أشهر ممثل وأفضل كاتب وأهم إنجاز وأحسن طريقة وأجمل فيلم وأخطر اختراع.

ولا نتكلم هنا عتاً يكون معتمداً على مسابقة أو تقييم ما، كأن ينال جائزة "أفضل لاعب"، أو يحقق الفيلم "أعلى مشاهدات"، أو يكون الكتاب هو "الأكثر مبيعا"، فهذا يظل في إطار الموضوعية لأن معياره واضح، حتى لو وقع خلاف في صدقية هذا المعيار.

8. احترم التخصص

قد يسهل الوصول إلى الخبر، لكن المتخصص يظل أقدر على تقييمه ومعالجته وبيان أهميته، لذلك فإن الخبر الطبي مثلاً ترتفع مصداقيته إذا كان في موقع طبي، والتقني يُتوقع -ولا يشترط طبعاً- أن يكون أكثر دقة في المواقع المختصة في شؤون التقنية.

وتستضيف الفضائيات خبراء لتحليل الأحداث، وهنا يجب أن تنتبه لتخصص المتحدث ومدى ملاءمته للموضوع، فنفرق بين الخبر العسكري والمحلل السياسي والباحث والمحاضر والكاتب الصحفي والسياسي والاقتصادي والتقني وشاهد العيان، وغيرهم.

ليس بالضرورة أن يكون كلام المتخصص أصوب من غيره، فهذا إطلاق لا يصح في كل حال؛ لكن التخصص والقرب من الحدث يعطي غالباً مصداقية أكبر، حري بك أن تلاحظها.



خطاب الكراهية

التطرف ، العنف ، التمييز ، العنصرية

إعداد
د. بريق حسين جمعة الربيعي

خطاب الكراهية

ليس هناك تعريف محدد متفق عليه لخطاب الكراهية فهو مصطلح واسع يشمل أوجه عدة ، ويأخذ توصيفات عدة :

التعصب الفكري

الكره البين

العنف اللفظي

النظرة الاستعلانية

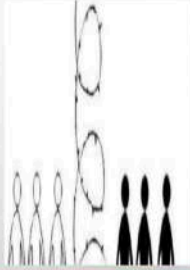
التجاوزات التعبيرية

التمييز العنصري

ويمكن تصنيف أي خطاب يعمل على بث الكراهية والتحريض على النزاعات والصراعات المبنية على أساس اللون العرق ، الطائفة والتحريض على انكار الآخر ونشر الفتنة واتهام الطرف الاخر بالخيانة والفساد على أنه خطاب كراهية

خطاب الكراهية هو أي خطاب (لفظي أو نصي أو بصوري) يعمل على نشر الكراهية والتحريض على العداوة والصراع وإثارة الفتن والدعوة إلى ممارسة العنف ، ويعتمد إلى التمييز على أساس اللون أو العرق أو الدين والجنس أو القومية واللغة ... الخ والتفريق بين أفراد المجتمع .

يمكن اختصار معاني الكراهية في سياق تجلياتها في المنظومة الإعلامية، بكونها كل خطاب مكتوب أو مسموع أو مرئي يهدف إلى القتل الرمزي للأخر وإقصائه، و يتجلى ذلك من أبشع مظهر وهو الدعوة للقتل وللغنف، إلى الشتم و السب القذف و الإساءة و الإهانة، و الوصم، و التمييز



D MAXIMIZE THE POWER OF YOUR EMPLOYEES.



2 - في المتاحف



1 - في الملاهي



وهناك أسباب رئيسة لنشوء خطاب الكراهية :

تصور الآخر ضدك او عدوك

الخوف من المنافسة

الصورة الخاطئة عن الآخر

غياب المعلومات

الكيفية التي نقرأ بها التاريخ

الثقافة العامة والتربية

الأفكار المسبقة

وتلح الكراهية في مستويات تبعاً لمستوى تهديها للمجتمع وفقاً لتصنيف SOVA





المستوى الثالث



قامت إدارة موقع الفيسبوك بتوضيح معنى الكراهية هي أي محتوى يشمل التحدي على اشخاص بناء على عرقهم ودينهم وجنسهم وانتمائهم الوطني واعاقبتهم ومرضهم.



مصادر خطاب الكراهية

صحفي مغمور

صحفي معروف

كتاب المقال

وسائل الاعلام

ناشط مدني /
سياسي /
اجتماعي

رجال الدين

رسام الكاريكاتير

مسؤول سياسي

مصادر خطاب الكراهية

التخلف

المتطرفين

مجهولون

الاقتصاد
والسياسة

العزلة



اذا خطاب الكراهية تعبير متعددة الأوجه يظهر بأشكال مهينة لجماعة ما دينية او اثنية او عرقية ...الخ بأوصاف محرضة على العنف والكراهية والتمييز و العنصرية والتعصب والقتل موظفاً قوالب يضع بها الجماعات المستهدفة : **ضمن صورة نمطية سلبية عبر اختزالها و شخصيتها بمواضع معينة .**