

اتجاهات الجمهور نحو المواد الإعلامية المسيئة للأديان ووسائل الإعلام المقدمة لها

دراسة ميدانية

د. حسناء منصور(*)

مقدمة :

يعيش العالم اليوم طفرة إعلامية هائلة تسيطر فيها الشبكة العنكبوتية على أجزاء ضخمة من العالم، وتتشعب في حياة قطاعات واسعة من البشر، حيث تشير الإحصاءات إلى أن عدد سكان العالم وصل إلى 7.2 مليار نسمة، 42% منهم يستخدمون الإنترنت، فيما يستخدم 29% منهم مواقع التواصل الاجتماعي، 51% منهم يستخدمون الهواتف النقالة، ويدخل نحو 23% منهم إلى مواقع التواصل الاجتماعي عبر الهواتف الذكية⁽¹⁾

وقد استطاعت وسائل الإعلام والاتصال بذلك الانتشار الواسع أن تلعب دورا كبيرا في تشكيل المبادئ والقيم الفكرية والأخلاقية للإنسان في العصر الحديث، وأن تبني صوراً نمطية مقصودة عن أديان وطوائف محددة، تترسخ في أذهان الناس بمرور الوقت لتكون قوالب يصعب الخروج عليها⁽²⁾ ليجد أصحاب الديانات والملل أنفسهم موصومين بتهمة جاهزة، وعليهم الدفاع عن معتقداتهم تجاه ما يجدونه من ازدياد في بعض وسائل الإعلام بدعوى حرية الرأي.

وعلى الرغم من الاتفاق العام على حرية الإنسان في التعبير، إلا أن الخلاف حول التمييز بين أين ينتهي حق الإنسان في التعبير عن رأيه ليخرج من شكل التعبير اللفظي إلى تحريض على الكراهية⁽³⁾.

(*) أستاذ مساعد بكلية الإتصال والإعلام بجامعة الملك عبد العزيز - جدة

وهناك نظريتان متعارضتان لتفسير هذا الموقف ، الأولى تشير إلى أن قيمة التعبير الحر أكثر أهمية من قيم التسامح والتضامن والتي غالباً ما يضحى بقيمة حرية الرأي من أجلها (4) ، وفي المقابل تستند النظرية الأخرى على أن تعبيرات الكراهية تهدد قيم التسامح والمساواة مما يهدد بفقد حرية الرأي والتعبير ذاتها التي لا يمكن أن توجد إلا في إطار من التسامح والود ، وعلى هذا تكون لقيم المساواة والتسامح أهمية كبرى للمجتمع الإنساني من حرية التعبير(5).

وعلى ذلك يبدو تعقد المشكلات المتعلقة بازدياد الأديان ، فغالبا ما يستند مرتكبوها إلى حقهم في التعبير عن آرائهم ووجهة نظرهم ، وفي المقابل يرى الطرف الآخر من معتنقي الدين الذي تمت الإساءة إليه أن للحرية حدوداً أهمها عدم الإضرار بحقوق الآخرين(6) ، وتأتي في مقدمة هذه الحقوق حق الإنسان في ألا يتطاول أحد على معتقده الديني .

ولعل " القرية الصغيرة " فتحت المجال لصراع الحضارات كما فتحت الفرصة للحوار بين أصحاب هذه الحضارات (7) ، فالانتشار الهائل لمواقع التواصل الاجتماعي زادت من حدة وحساسية قضية ازدياد الأديان ، وهو ما أكدته نتائج دراسة محمد محمد 2016 (8) ، من خلال قدرتها على الوصول بأقل جهد وتكلفة إلى أعداد كبيرة لاسيما الشباب وبت الفكر المتطرف بدعوى حرية الرأي ، وجعل أي شخص يمكنه أن يزدري أي دين أو معتقد أو شخصية أو يتجرأ على الذات الإلهية دون أية قيود ، وما هو إلا وقت قصير ليحجب هذا الازدياد العالم ويحصد آلاف أو ملايين المشاهدات والتعليقات ، وتشتعل الحرب على مواقع التواصل ، ثم تنتقل من الواقع الافتراضي إلى الحقيقي ، وقد يترتب عليها ما لا يحمد عقباه من قتل وعنف ، فازدياد الأديان يدمر الكرامة الإنسانية ، ويقضي على احترام الإنسان لذاته ويستولي عليه شعور الانتقام ، والمجتمع الدولي لا يحق له أن ينتظر من شخص استهدف دينه التزاماً أخلاقياً (9)

و مشكلة ازدياد الأديان من المشكلات التي تعد وسائل الإعلام طرفاً فيها ، حيث يعتبر معتقو الدين الذي تتم الإساءة إليه أن مجرد نشر هذه الإساءة عبر وسائل الإعلام التقليدية أو وسائل الاتصال جريمة ، فلا يعادون فقط منتجي المادة الإعلامية ولكنهم يعادون وبصورة أشد وسائل الإعلام التي قامت بنشرها ، ويعتبرون جريمة النشر تفوق جريمة الازدياد ، فعلى سبيل المثال تعالت الأصوات لمقاطعة موقع جوجل لنشره مقطعاً للفيلم المسيء للرسول ﷺ عام 2012 (10) ، ورفض حذفه متعللاً بحرية النشر ، ونجد صحفيي شارلي ابيدو 2015 يتعرضون للقتل بعد نشر المجلة لرسمات تسيئ للدين الإسلامي (11) ، كما تعرض رئيس تحرير صحيفة مصرية 2001 للسجن لنشره صوراً فاضحة لقس مشلوح تنفيذاً لحكم صدر من إحدى محاكم جنح أمن الدولة عام 2001 لإدانته بإثارة الفتنة الطائفية ، بنشر صور في الصحيفة قيل أنها ممارسات جنسية لراهب مشلوح في دير بجنوب مصر (12) ، ناهيك على مصادرة بعض الأعمال الأدبية لاحتوائها على أفكار تزدرى الأديان كمصادرة رواية اعشاب البحر للكاتب حيدر حيدر ، والنبي لخليل جبران والخبز الحافي لمحمد شكري والإله يقدم استقالته من اجتماع القمة لنوال السعداوي (13)

على صعيد ثانٍ يعتبر القائمون على وسائل الإعلام أن حرية التعبير مكفولة للجميع ، فالمقدسات أمر نسبي وعلى كل إنسان تقبل الرأي الآخر ، وأن وسائل الإعلام مجرد أداة محايدة تنشر الرأي والرأي الآخر (14) ، ولا سبيل للمنع أو الحظر مع انتشار وسائل التواصل الاجتماعي ، وإعلام الفرد .

وعلى صعيد ثالث تفجر قضية ازدياد الأديان أكثر من شكل من أشكال الازدواجية الفكرية أو الكيل بمكيالين ، فأصحاب كل دين يرفضون بشدة الإساءة لدينهم وفي الوقت نفسه يتقبلون الإساءة للأديان الأخرى وربما يعتبرونها دليلاً على تميزهم الديني .

وثمة ازدواجية فكرية أخرى ، بشكل مختلف لدى هؤلاء الذين يعلنون من مبدأ حرية الرأي وضرورة تحريره من أية قيود حتى وإن كانت دينية عقائدية ، تجد لديهم مقدسات فكرية لا يمكن المساس بها (كالهولوكوست) الذي يقر الفكر الغربي المتحرر تجريم انتقاده⁽¹⁵⁾ .

كذلك فمشاهدو المواد المسيئة للأديان وإن كانوا يسمحون لأنفسهم مشاهدتها من خلال وسائل الإعلام ، وقد يستخدمون هذه الوسائل لنشر أفكارهم المتطرفة حول الأديان الأخرى ، ولكنهم في الوقت نفسه يطالبون الوسائل الإعلامية بحذف المواد المسيئة لدينهم ، ويعتبرون النشر في حد ذاته أحد أساليب نشر الفتنة في المجتمعات مما يتوجب عليه معاداة الوسيلة الإعلامية التي تنشر مثل هذه المواد .

كما تُظهر القضية اختلافات شديدة التباين بين أصحاب الدين الواحد ، بين مؤيد للسلوك العنيف في الرد على هؤلاء المسيئين كأسلوب رادع ، وبين من يدعو لمقاطعة الدول التي ينتمي إليها هؤلاء المسيؤون اقتصاديا ، وطائفة ثالثة تدعو إلى التحاور بالحسنى ورابعة تدعو إلى ازدياد دين من أساء وهناك من يرى أن أعمال العنف تضيف الشرعية على تطاول المسيئين ، وهناك من يعتبر التجاهل حلا مثاليا حتى يشعر هؤلاء المسيؤون بأن عملهم لا قيمة له .

تأسيسا على ما سبق فقد اهتمت الدراسة الراهنة بمناقشة قضية ازدياد الأديان وعلاقتها بحرية الرأي والتعبير ، واتجاهات الجمهور نحو وسائل الإعلام التي تنشر مواد من شأنها ازدياد عقيدة معينة ، ومدى اقتناعهم بوجود حدود لحرية الرأي ، وإمكانية تفعيلها في عصر الإعلام الإلكتروني ، وإعلام الفرد .

مشكلة الدراسة

تشكل العلاقة بين الأديان والمجتمعات مصدرا للتوتر في العالم العربي والإسلامي ، لاسيما مع انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، والتي تشير إليها كثير من أصابع الاتهام إلى كونها سببا رئيسا في نشر الفتنة .

وتعتبر قضية ازدراء الأديان واحدة من أهم المشكلات التي يترتب عليها جرائم كثيرة في الفترة الأخيرة ، فما أن تُنشر مادة إعلامية مسيئة لأحد الأديان لاسيما الدين الإسلامي (دين الأغلبية في العالم العربي ومنطقة الشرق الأوسط) إلا ويصاحبها اضطرابات تصل في الغالب إلى أشكال عدوانية متطرفة .

لذلك تهدف هذه الدراسة إلى الوقوف على كيفية إدراك الجمهور لقضية ازدراء الأديان من خلال تحليل تقييمهم للمواد الإعلامية المسيئة لدينهم وللأديان الأخرى ، واتجاهاتهم نحو وسائل الإعلام التي تنشر هذه المواد الإعلامية المسيئة ، كما تحاول أيضا معرفة آرائهم حول فكرة حظر نشر مثل هذه المواد وإمكانية تفعيلها عمليا في ظل الانتشار الهائل لمواقع التواصل الاجتماعي ، والوقوف على مقترحاتهم حول كيفية معالجة هذه القضية بشكل عملي يمنع من حدوث تداعياتها الخطيرة مستقبلا .

أهمية الدراسة :

وتتحدد أهمية البحث في عدة اعتبارات على النحو التالي:

- أهمية قضية ازدراء الأديان وخطورة تداعياتها على المجتمعات لاسيما في الوطن العربي والإسلامي.
- خطورة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في قضية ازدراء الأديان .
- اهتمام الدراسة بالوقوف على مدى وجود ازدواجية فكرية لدى عينة الدراسة حول قضية ازدراء الأديان تجعلهم يرفضون ازدراء دينهم في حين يقبلون ازدراء دين الآخر .

اتجاهات الجمهور نحو المواد الإعلامية المسيئة للأديان ووسائل الإعلام المقدمة لها

- ندرة الدراسات الميدانية التي تناولت مشكلة ازدراء الأديان ، لاسيما العربية منها .
- دراستها لتأثير معيار تقدير الذات على كيفية إدراك الجمهور للمواد الإعلامية المتعلقة بمعتقداته في ضوء فروض نظرية الشخص الثالث .
- دراستها لاتجاهات الجمهور نحو وسائل الإعلام التي تعرض موادا إعلامية تنال من معتقداته
- النتائج التي يتم التوصل إليها ستساعد على فهم الواقع والمستقبل الإعلامي لمعالجة قضية ازدراء الأديان بشكل واقعي وعملي .

أهداف الدراسة :

- قياس كثافة تعرض الجمهور للمواد الإعلامية المسيئة للأديان .
- الوقوف على أسباب مشكلة ازدراء الأديان .
- الوقوف على اتجاهات الجمهور نحو وسائل الإعلام التي تنتشر المواد المسيئة للأديان
- رصد تأثيرات مشاهدة المواد الإعلامية المسيئة للأديان على الجمهور .
- رصد تقييم الجمهور لتأثيرات مشاهدة المواد الإعلامية المسيئة للأديان على الآخرين.
- استبصار رأي الجمهور حول فكرة الرقابة على المواد الإعلامية المسيئة للأديان .
- الخروج بتوصيات عملية تفيد في مواجهة مشكلة بطريقة حضارية وفعالة .

تساؤلات الدراسة

- ما كثافة تعرض الجمهور للمواد الإعلامية المسيئة للأديان ؟
- ما إدراك العينة لتأثيرهم بالمواد الإعلامية المسيئة للأديان ؟
- ما إدراك العينة لتأثير الآخر بالمواد الإعلامية المسيئة للأديان ؟

اتجاهات الجمهور نحو المواد الإعلامية المسيئة للأديان ووسائل الإعلام المقدمة لها

- ما اتجاهات الجمهور نحو وسائل الإعلام في عرضها للمواد الإعلامية المسيئة للأديان؟
- ما الأسلوب الأمثل من وجهة نظر العينة لمعالجة قضية ازدراء الأديان؟
- ما توقعات الجمهور لتطور مشكلة ازدراء الأديان مستقبلا .

فروض الدراسة :

- 1- توجد فروق دالة إحصائية بين متوسط إدراك العينة لتأثرهم بالمواد الإعلامية المسيئة للأديان ومتوسط إدراكهم لمدى تأثر الآخرين بهذه المواد .
- 2- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين التعرض للمواد الإعلامية المسيئة للأديان واتجاه العينة نحو المطالبة بمنع التعرض لها.
- 3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى تقدير الفرد بنفسه وبين :
أ: إدراكه لمدى تأثره بالمواد الإعلامية المسيئة للأديان .
ب: إدراكه لمدى تأثر الآخرين بالمواد الإعلامية المسيئة للأديان
- 4- توجد فروق دالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للعينة (الجنس ، التعليم ، السن) وإدراكهم لمستوى تأثرهم وتأثر الآخرين بالمواد الإعلامية المسيئة للأديان .
- 5- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تقدير العينة لذاتها والشعور بعدائية وسائل الإعلام .
- 6- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الديانة والشعور بعدائية وسائل الإعلام

الدراسات السابقة

دراسة محمد محمد2016(16)

يهدف البحث للتعرف علي مفهوم المواطنة الرقمية ودور وسائل الإعلام الجديدة في دعم طلاب الجامعة ، والتعرف على مدى قدرتهم علي الاستخدام الأمثل والواعي لهذه التكنولوجيا الحديثة ، بالتطبيق على (151 مفردة) من طلبة وطالبات جامعة بنها الذين يدرسون في الكليات النظرية والكليات العملية ، وتوصلت الدراسة إلى أن طلاب وطالبات الكليات العملية أكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي ، وجاء موقع الفيسبوك في المقدمة ، كما اتضح أنهم لا يعرفون معنى المواطنة الرقمية سواء كانوا ذكورا أو إناثاً ولا فرق بين طلاب الكليات العملية والكليات النظرية ، وطالبت نسبة 45,4 % من طلاب وطالبات الجامعة بفرض رقابة علي استخدام وسائل الإعلام الجديدة ، كما أكدوا أن وسائل الإعلام الجديدة تساهم في ازدياد الأديان

دراسة Awan, Imran 2016(17)

في هذا البحث تم اختبار 100 صفحة مختلفة على موقع فيسبوك ووجدت 494 مثالا على خطاب كراهية ضد المجتمعات المسلمة ، البحث رصد بعض الصفات المشتركة بين هذه المجموعات. وهو ما ساعد الباحث في تحديد خمسة عناصر مشتركة بين هذه المجموعات والتي تساعد على السلوك السلبي تجاه المسلمين منها القولية والسلوك العنيف لبعض المسلمين .

Hietalahti, Jarno, 2016(18)

تناقش هذه المقالة حرية التعبير بعد قضية تشارلي ابدو حيث ساد مفهوم حرية التعبير بغض النظر عن عواقبه بعد هذا الحدث .

تناقش المقالة مبدأ حرية التعبير بناء على نظريات التفكير النقدي لإيريك فروم وتشارليز تايلور وتدعم المقالة مبدأ حرية التعبير كحق اجتماعي متجذبة الإضرار

بالآخرين ، ويوضح الكاتب أن حرية التعبير دون وعي بالأسس الاجتماعية له نتيجة عكسية على المجتمع ، على الجانب الآخر تناقش كيفية فهم السخرية والتفريق بين الفكاهة والازدراء.

(19)Saundra K2015

تناولت الدراسة تأثير التقارير الإعلامية و المضمون الإعلامي في منطقة الأبالاش الجنوبية حيث الاسكان معظمهم من المسيحيين البروتستانت ، والتعرض للإسلام أو المسلمين في الحياة اليومية محدود جدا لذلك فإن سلوك طوائف الأبالاش تجاه الإسلام والطوائف الإسلامية يتأثر بشكل كبير بالتقارير الإعلامية.

وفي هذا البحث درست الكلمات المختلفة والمواد المستخدمة في تصوير المسلمين في مقالات تحدثت عن المسلمين لمدة عامين ، ورصدت الدراسة استخدام عدد كبير من الكلمات والعبارات السلبية في التقارير التي تناولت الإسلام والمسلمين ، ووجدت الدراسة أن صياغة غرقة الأخبار للمقالات كان له تأثير فتاك في عرض صورة الإسلام والمسلمين.

دراسة الغريب زاهر إسماعيل 2015(20)

استهدف البحث التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز وتنمية قيم المواطنة والانتماء لدى طلبة التعليم الجامعي المصري بالتطبيق على عينة قوامها 900 طالب من جامعة المنصورة موزعين على 13 كلية ، وأظهرت النتائج ضعف أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تعزيز قيم المواطنة .

دراسة بشرى إسماعيل 2014(21)

اهتمت الدراسة بدور الاعلام في نشر ثقافة الحوار بين الأديان ، وأكدت الدراسة إلى تعمد الإعلام الغربي رسم صورة نمطية سلبية عن المسلمين ، لتخويف العالم الغربي من الإسلام والمسلمين .

محمد مراد عبد الله 2014⁽²²⁾

اهتمت الدراسة باستعراض أهم التحديات الأمنية المعاصرة، ومن أبرزها تعاظم تأثير شبكة (الإنترنت) ومواقع التواصل الاجتماعي، وأبرزت الدراسة أهم الأفكار الهدامة التي يتم نشرها عبر هذه الشبكات، ومن أهمها: ازدياد الأديان والتشكيك فيها، إثارة النعرات الإقليمية، والدينية، والعرقية، والعقائدية، والطبقية، وأكد الباحث أن الحلول الأمنية بمفردها لا تحقق الأهداف المأمول تحقيقها في مثل هذه المجالات، وأن الإقناع الفكري، والتفنيد العقلي، يكون الأعمق تأثيراً والأنجح علاجاً.

Heeren, Jörg 2014⁽²³⁾

في دراسة بعنوان صور مضللة قام الباحث بإجراء لقاءات مع منتجين وصحفيين وجمهور حول التغطية الإعلامية للأحداث المتعلقة بالمسلمين.

قام الباحث بإجراء محادثات مع مجموعات مركزة من مستخدمي الميديا من أصول مسلمة ومن الصحفيين، وأكدت النتائج تنامي حس الولاء للهوية الإسلامية والمجتمع الإسلامي لدى بعض المسلمين بسبب التغطيات الإعلامية المتحيزة ضد الإسلام، وأظهرت النتائج أيضاً أن رؤية المسلمين للإعلام غير المنصف المتحيز تختلف عن رؤية غير المسلمين لهذا الإعلام.

وجدت أيضاً الدراسة أن المسلمين في ألمانيا ينزعون إلى دمج المصادر الإعلامية المختلفة للحصول على وجهة نظر متوازنة حول الأحداث الجارية، وأن قطاعاً كبيراً يستخدم الاتجاه السائد في الإعلام الألماني بالإضافة إلى الإعلام المتخصص الذي يقدم اهتمامات المسلمين. وفي نتائج البحث بدأ الخوف مما يسمى الإعلام الموازي غير مبرر.

(24) **Zahra Emamzadeh 2014**

تناولت دراسة بعنوان سياسة تقديم المسلمين في الإعلام الأمريكي مناقشة استراتيجية كراهية مجلة نيوزويك الأمريكية الأسبوعية للإسلام قبل شهرين و بعد شهرين من هجمات 9 / 11 ، من خلال استخدام نظرية التصوير لستيوارت هال لتحليل مقالات نيوزويك عن الإسلام قبل وبعد هجمات 9 / 11 ، وأكدت الدراسة هيمنة استراتيجية كراهية الإسلام في مجلة نيوزويك .

(25) **Bilal Yorulmaz 2014**

وصفت مقالة تاريخ السينما التركية من بدايتها في عام 1896 وحتى كتابة هذه المقالة ، مع التركيز على كيفية تصوير الإسلام والمسلمين المتدينين في الأفلام ، رصدت المقالة أنه تم تمثيل الإسلام والمسلمين المتدينين بشكل سلبي، على الرغم من كون تركيا دولة غالبية سكانها من المسلمين، كما أكدت المقالة على ثمة نقلة نوعية في صورة المسلمين الآن في الأفلام التركية التي تصور الإسلام في الحياة اليومية بشكل محبب وبشكل إيجابي ، وعزت المقالة طريقة تصوير المسلمين في الأفلام إلى أسباب ثقافية أو سياسية أو تاريخية .

(26) **Sumaiya Ahmad 2014 دراسة**

بحثت هذه الدراسة بشكل نقدي كيف قدمت السينما الهندية المسلمين بشكل سيء من خلال الشخصيات التمثيلية ، حيث تصور السينما الهندية المسلمين على أنهم شخصيات عدائية غير متحضرة أو إرهابيين أو انطوائيين أو في صورة الذنل أو زير النساء، ومما يزيد الأمر سوء أن هذه الصورة المضللة عن المسلمين تتزايد في ظل عصر العولمة والحريات .

وجد الباحث أن صناعة السينما الهندية تختار نمطا واحدا من الممثلين لتصوير المسلمين بصورة سلبية ، ويعلق الباحث على ذلك بقوله أن السينما الهندية تزيد الفتن

اشتعالا بهذا التصوير السلبي وذلك لما للسينما من مكانة مؤثرة كوسيلة إعلام في المجتمع الهندي ، ورصدت الدراسة كيف تتم قولبة الشخصية المسلمة في السينما عن طريق تمييزها ببعض الأشياء مثل اللحية والعمامة ، وأكدت نتائج الدراسة أن تشكيل شخصية المسلمين في السينما كان له أثر بالغ في إثارة الجدل حيال مسلمي الهند ليس فقط في المجتمع الهندي و خارج المجتمع الهندي مشكلا جدلا إعلاميا وسياسيا ، ومحفزا لمساواة صورة المسلمين بالإرهابيين .

دراسة Marta2013⁽²⁷⁾

تناولت الدراسة القضايا المتعلقة بالدين في المجال العام ، من خلال تحليل مشاركة ممثلي الأديان السماوية الثلاثة في صفحة الرأي لثلاث صحف ، حيث تم تحليل 639 مقالا للرأي وقعتها أطراف دينية من الأديان الثلاثة : المسيحية واليهودية والإسلامية، وأظهرت النتائج اختلافات واضحة بين الديانات المختلفة ، حيث شاركت الجماعات المسيحية بالكتابة عن قضايا أكثر تنوعا من مساهمات أديان الأقلية ، وغالبا ما تتصل كتابات المسلمين بالاتجاه السلبي الإعلامي نحو الإسلام ، في حين أرسلت الجماعات اليهودية عددا محدودا من المواضيع ذات صلة وثيقة بالجماعة نفسها .

دراسة Liesbet van Zoonen2011⁽²⁸⁾

قامت الدراسة بتحليل تعليقات مستخدمي اليوتيوب على فيلم فتنة قتل عثمان المسيء للإسلام في ضوء نظرية تحيز الإعلام ، وتوصلت الدراسة إلى أن تعليقات المشاركين تعتمد على الخلفية الثقافية والاجتماعية للمشاركين ، لا سيما انتماءاتهم الدينية ، وأن التواصل العالمي من خلال الإنترنت يساعد على الانفتاح على الآخر وتقبل آرائه ، وفي اختبار لسلوك مستخدمي يوتيوب أوضحت الدراسة أنه كردة فعل لهذا الفيلم قام مستخدمو موقع اليوتيوب بنشر فيديوهات تهدف لعرض الجانب الإيجابي للإسلام ، وقام آخرون بنشر فيديوهات لدعم فيلم الفتنة المسيء.

(29) **Amarina Ariyanto2007**

أجرت الدراسة تجربة على 212 من المبحوثين قاموا بقراءة مقالة واحدة تصف الصراع بين الأديان وُسبت المقالة مرة إلى جريدة إسلامية الاتجاه ، وأخرى إلى جريدة مسيحية التوجه ، وثالثة إلى جريدة غير محددة الاتجاه ، وأشارت النتائج إلى أن المبحوثين صنّفوا المقالة بأنها متحيز لصالح المسلمين عندما نسبته إلى صحيفة إسلامية ، ومتحيزة لصالح المسيحيين عندما نسبته إلى صحيفة مسيحية، ووسطية عندما لم تحدد هوية الصحيفة.

النتائج تضمنت مبدأ عدائية الإعلام فقط في حالات تعريف المصدر الذي تنتمي إليه المقالة ، وأكدت النتائج وجود دليل على أن لديانة الصحيفة دورا في التأثير على مبدأ التحزب والانحياز حيث أثرت على الاعتقاد المسبق للمبحوثين.

(30) **Dan Berkowitz & Lyombe Eko2007**

قامت الدراسة بعمل تحليل نصي نوعي لتغطية جريدتي : لوموند الفرنسية ونيويورك تايمز الأمريكية للقضية المتعلقة بنشر 12 رسما كاريكاتوريا عن النبي محمد صلى الله عليه وسلم من قبل الصحيفة الدنماركية " جيلاندس بوستن " ، لحسم الجدل حول هل هي قضية دين أم حرية تعبير ، لاحظت الدراسة من خلال التحليل أن الصحف الأوروبية والأمريكية عندما بدأت لكتابة مقالات الرأي حول هذا الجدل ، بدأت تركز على القيم الأساسية للثقافة بما في ذلك المعتقدات حول الهوية الوطنية ، والهجرة ، والتعددية الثقافية ، وتشير النتائج إلى أن هذا النموذج من التغطية أصبح طقوسا صحفية من أجل إعادة تأكيد القيم الأساسية للنماذج الصحفية الفرنسية والأمريكية المختلفة، فضلا عن الثقافات الوطنية التي تطورت عنها تلك النماذج ، واقترحت الدراسة الحفاظ على قيم الصراحة وحرية التعبير وموثيق الصحافة الفرنسية

والأمريكية إلى جانب تقديم القيم الثقافية الأخرى للأطراف المعنية في المقالات عن مسلمين.

تعليق عام على الدراسات السابقة

- باستقراء الدراسات السابقة يتضح لنا أن الدراسات الأجنبية تناولت قضية ازدراء الأديان كما وكيفاً بصورة أكثر عمقا من الدراسات العربية ، كما أن الأخيرة لم تتناول قضية ازدراء الأديان بشكل منفصل ولكنها جاءت في سياق تناولها لموضوعات أخرى .
- أوضحت نتائج الدراسات التي اهتمت برصد اتجاهات الجمهور سيطرة شعور الاضطهاد ، وعدائية وسائل الإعلام على المسلمين أكثر من الديانات الأخرى .
- أكدت النتائج التي اهتمت بتحليل صورة المسلمين كما تقدمها الأفلام الأجنبية أو الصحف العالمية إلى ثمة تحيز واضح ضد المسلمين ، ومن المفارقات الهامة أن إحدى الدراسات كشفت عدائية الأفلام في إحدى الدول الإسلامية ضد المسلمين كما أكدت تغير الصورة بتغير نظام الحكم ، مما يشير إلى تأثير البعد السياسي على قضية ازدراء الأديان أحيانا .
- أكدت نتائج معظم الدراسات تركُّز قضية ازدراء الأديان على الإسلام فقط دون غيره من الديانات السماوية .
- أكدت الدراسات أن اتساع نطاق حرية التعبير في مواقع التواصل الاجتماعي ينعكس سلباً على احترام الجمهور للأديان .

الإطار النظري للدراسة :

تعتمد الدراسة في إطارها النظري على نظريتي الشخص الثالث ، وعدائية وسائل الإعلام ويمكن عرض المقصود بكل منهما كالتالي :

أولاً : نظرية الشخص الثالث

تقترض نظرية تأثير الشخص الثالث **Third-person effect** التي صاغها دافيسون **Davison** عام 1983 أن الأفراد يميلون إلى المبالغة في تقدير تأثير المواد الإعلامية على اتجاهات وسلوك الآخرين ، ويتوقعون أن لتلك المواد تأثيرات أكبر على الآخرين منها على أنفسهم وهو ما يدفعهم إلى اتخاذ إجراء سلوكي لحماية هؤلاء الآخرين، وتتكون نظرية تأثير الشخص الثالث من جانبين⁽³¹⁾ :

1- الجانب الإدراكي **Perceptual Hypothesis** :

ويشير إلى أن الأفراد يميلون إلى المبالغة في تقييم تأثير وسائل الإعلام على اتجاهات وسلوك الأفراد الآخرين ، بحيث يعتقدون أن التأثير الأكبر لوسائل الإعلام على الآخرين بصورة أكبر مما قد يؤثر عليهم⁽³²⁾.

الفرض السلوكي : ويشير إلى أن الأفراد نتيجة لموقفهم الإدراكي سوف يدفعهم إلى المطالبة بوضع قيود أو فرض رقابة على المضامين الإعلامية التي يُعتقد أنها ضارة، بهدف حمايتهم من التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام ، وينبني هذا التصور على تراكمات ثقافية اجتماعية لدى أفراد المجتمع ، وتشتد قوة تلك التراكمات الثقافية الاجتماعية في المجتمعات التقليدية ، والتي تبرز فيها السلطة الأبوية بشكل كبير، والتي ترى أن الناس يحتاجون إلى الحماية ، لأنهم غير مدركين لأخطار التعرض للمضامين الإعلامية السلبية⁽³³⁾

ووفقاً لنظرية الشخص الثالث فثمة تناسب طردي مع قابلية الشخص لفرض قيود على وسائل الإعلام باعتبارها قد تقدم محتوى غير ملائم واعتقاده أن ذلك محاولة منه لحماية المجتمع⁽³⁴⁾

وتعتمد الدراسة على هذه النظرية للوقوف على كيفية إدراك عينة الدراسة لمشكلة ازدياد الأديان ومدى تأييدهم لفرض رقابة على المواد الإعلامية المسيئة للأديان

بشكل عام كأحد الحلول المقترحة للتعامل مع هذه القضية ، كما تحاول الدراسة الوقوف على ما إذا كانت هناك علاقة بين ما يتمتع به الفرد من ثقة بالنفس وتقدير لذاته وبين تقييمه لمدى تأثر الآخرين سلبا بالتعرض للمواد الإعلامية المسيئة لديه . فمن المعلوم أن ذوي التقدير المنخفض للذات يعتقدون أنهم أقل وأضعف من ذويهم ، ووفقا لفروض نظرية الشخص الثالث فالأفراد يميلون إلى المبالغة في تقدير تأثير المواد الإعلامية على غيرهم أكثر منهم ، لذلك فإن الباحثة تحاول البحث عما إذا كانت هناك علاقة بين تقدير الذات و إدراك العينة لتأثير مشاهدة المواد الإعلامية المسيئة للأديان عليهم وعلى الآخرين .

نظرية عدائية وسائل الاعلام

أجرى فالون روس، ويبر (1985) دراسة رائدة عن تأثير الشعور بعدائية وسائل الإعلام ، عندما ينظر الجمهور إلى التغطية الإعلامية كما لو كانت منحازة بشكل غير عادل ضده (35)

وبذلك فهذه النظرية تهتم بالتصورات التي يضيفها المتلقي على وسائل الإعلام ، وتفترض أنها لا تصيغ التصورات حول الرسالة المقدمة ، ولكن الجمهور هو الذي يصيغ هذه التصورات ، وعلى هذا فالجمهور ليس سلبيا في تلقي مضمون وسائل الإعلام كما أن الجمهور يقدم تفسيراً انتقائياً للأحداث في ضوء القيم الخاصة به وفي ضوء استعداداته النفسي وتجاوبه تجاه القضية التي تعرض لها وسائل الإعلام (36) .

وقد أشار Gunther & schmitt 2004⁽³⁷⁾ إلى أن الأفراد الذين يعتقدون أن وسائل الاعلام تؤثر على الآخرين أكثر منهم عادة يظهرون شعورا أكبر بعدائية وسائل الاعلام .

ورغم ما أشار إليه stroud & Prior 2008 من أن التنوع الكبير في الخلفيات الفكرية للمضمون الإعلامي قلل من تأثير فرضية عدا وسائل الإعلام طالما أن

الجمهور أصبح قادرا على الإنتقاء من البداية ، فهذا التصور يعد صحيحا إلى حد كبير في مجال التغطية السياسية ولكن تشير نتائج الدراسات الخاصة بازدراء الأديان إلى شعور الجمهور الذي يتعرض دينه للازدراء بعدم مهذبة الوسيلة التي تشر الازدراء وبعنائيتها لدينه تحديدا

وعلى هذا تهتم الدراسة هنا ببحث مدى تأثير الديانة على الشعور بعدائية وسائل الإعلام وكذلك العلاقة بين الفرض الإدراكي لنظرية الشخص الثالث وفرضية عدائية وسائل الإعلام (38)

التعريفات الإجرائية للبحث

ازدراء الأديان :

الازدراء (بالإنجليزية: Blasphemy) يقصد به عدم إظهار تقدير أو احترام تجاه شخصيات مقدسة في ديانة ما أو تجاه رموز دينية أو تجاه عادات ومعتقدات معينة (39).

تقدير الذات :

يتصدر تعريف الذات المراكز الأولى في البحوث النفسية ، وقد بدأ هذا المصطلح بالظهور في أواخر الخمسينيات ، وسرعان ما أخذ مكانته المتميزة بجانب المصطلحات الأخرى التي شملتها نظرية الذات مثل "الذات الواقعية" ومفهوم "الذات المثالية" ومفهوم "تقبل الذات" وأخيرا مفهوم "تقدير الذات"، الذي يشير إلى حسن تقدير المرء لذاته وشعوره بجدارته وكفاءته (40).

وقد تعددت التعريفات لهذا المصطلح وإن كانت كلها تدور حول قيمة الذات عند كل منا ، وتتبنى الدراسة هنا تعريف روزنبرغ Rosenberg 1978 لتقدير الذات ، والذي يعرفه بقوله " اتجاهات الفرد الشاملة سلبية كانت أم إيجابية نحو ذاته "

وقد تبنت الدراسة هذا التعريف نظرا لكون روزنبرج لديه مقياسا عالميا محكما ومختصرا (10 بنود فقط) لقياس تقدير الذات ، وهذا ما وجدته مناسباً للدراسة وطبقته على العينة ، لكون تقدير الذات عنصرا واحدا من عناصر البحث (41) ، وحتى لا يمل المبحوث من كثرة الأسئلة لاسيما وأن الاستبيان يطبق إلكترونيا.

الإجراءات المنهجية

نوع الدراسة ومنهجها :

نوع البحث :

ينتمي هذا البحث إلى نوعية الدراسات الكيفية التي تعتمد على تفسير الظاهرة بشكل أكثر شمولية وموضوعية ، وتركز الدراسة على إدراك الجمهور للمواد الإعلامية التي تنال من المعتقدات الدينية ، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي بما يحقق التأكد من التوصل إلى إجابات لتساؤلات وفروض الدراسة و إلى نتائج تفسيرية بشكل علمي منظم .

عينة الدراسة :

تعد هذه المرحلة أصعب المراحل التي مر بها البحث حيث اهتمت الباحثة باستبيان آراء مجموعة متنوعة من كافة الأديان والثقافات ، فتم إعداد استمارتي استبيان على موقع جوجل دريف ، إحداهما باللغة العربية(42) وأخرى باللغة الإنجليزية(43)، وتم نشر الرابط على مواقع الإلحاد بالفيسبوك ومواقع التدوير بالإضافة إلى المواقع الإسلامية ، وكذلك تم نشر الرابط بين أعضاء هيئة التدريس وطالبات جامعة الملك عبد العزيز ، بالإضافة إلى إرسال الرابط إلى مبتعثي جامعة الملك عبدالعزيز بالخارج لنشره بين أصدقائهم بالخارج ، وكذلك تم نشر الرابط بين مجموعات الواتساب .

اتجاهات الجمهور نحو المواد الإعلامية المسيئة للأديان ووسائل الإعلام المقدمة لها

ومما لفت نظر الباحثة صعوبة إقناع الجمهور بالإدلاء بأرائهم في الموضوعات الدينية ، رغم عدم احتواء استمارة الاستبيان على أي معلومات تشير إلى هوية المشارك .

وضعت الباحثة شرط عدم إمكانية إرسال أكثر من استمارة للأشخاص نفسه ، وامتدت الفترة الزمنية للدراسة من 1/1 / 2016 - 10 / 15 / 2016 هـ ، حيث بلغ عدد المشتركين 275 مشترك جاءت خصائصهم كالتالي :

جدول رقم (1) يوضح خصائص العينة

المجموع		%	التكرار	خصائص العينة	
%	التكرار			النوع	السن
100	275	37.8	104	ذكر	النوع
		62,2	171	أنثى	
100	275	59.3	163	من 18-30	السن
		30.5	84	من 31-45	
		10.2	28	من 46-60	
100	275	2.9	8	أقل من متوسط	مستوى التعليم
		20	55	متوسط	
		65	179	بكالوريوس	
		12	33	دراسات عليا	
100	275	91.3	251	مسلم	الديانة
		7.6	21	مسيحي	
		0	0	يهودي	
		1	3	ملحد	
		100	275	المجموع الكلي	

أدوات جمع البيانات :

- استمارة استبيان إلكترونية An electronic questionnaire
- وتناولت عددا من المحاور الخاصة بتحقيق أهداف الدراسة كالتالي :
- الخصائص الديمغرافية للعينة (النوع ، السن ، التعليم)
- أسباب مشاهدة أو عدم مشاهدة المواد الإعلامية المسيئة للأديان .

- تحليل العينة للأسباب التي تدعو البعض للإساءة للأديان.
- مدى تسبب نشر مواد إعلامية مسيئة للأديان بالشعور بالعدائية نحو وسائل الإعلام.
- تصور العينة لمدى تأثرهم وتأثر الآخرين بالتعرض للمواد الإعلامية المسيئة للأديان .
- العلاقة بين تقدير الذات وإدراك الفرد لمدى تأثره وتأثر الآخر بالمواد الإعلامية المسيئة للأديان .
- طرق معالجة قضية ازدراء الأديان .
- التوقعات المستقبلية للعينة حول قضية ازدراء الأديان .

الخصائص السيكومترية للمقياس:

صدق المقياس: تم التحقق من صدق المقياس بالطرق الآتية:

- 1- **صدق المحكمين:** تم عرض المقياس في صورته الأولية على (أساتذة من علم النفس وعلم الإعلام⁽⁴⁴⁾ وذلك لتعديل ما يرونه مناسباً على بنود المقياس، إما بال حذف أو الإضافة أو التعديل، وقد كانت نسبة موافقة المحكمين على فقرات المقياس لا تقل عن 95% مما يعني أن المقياس صالح للتطبيق على عينة الدراسة.
- 2- **الصدق البنائي:** تم تطبيق الاستبانة على عينة استطلاعية عددها 50 فرداً، و حساب معاملات الارتباط بين كل مجال وبين الدرجة الكلية للمقياس كما يوضحه الجدول التالي .

جدول رقم (2)
الصدق البنائي للاستبيان

م	أبعاد الاستبيان	
1	مقياس العدائية	معامل ارتباط سبيرمان .63 الدلالة المعنوية .01
2	تقدير الذات	معامل ارتباط سبيرمان .58 الدلالة المعنوية .01
3	فرض قيود	معامل ارتباط سبيرمان .67 الدلالة المعنوية .01
4	الأسباب	معامل ارتباط سبيرمان .64 الدلالة المعنوية .01
5	طرق المعالجة	معامل ارتباط سبيرمان .60 الدلالة المعنوية .01

ثبات أسئلة الاستبانة

للتأكد من ثبات الاستبانة استخدمت الباحثة معامل ارتباط ألفا كرونباخ لأسئلة الدراسة وجاءت النتيجة كالتالي :

جدول رقم (3)

يوضح مدى ثبات مقاييس الدراسة

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.665	48

تشير بيانات الجدول السابق أن معدل ثبات أسئلة البحث مرتفعة ، حيث تعدى معامل ألفا .6 مما يشير إلى صلاحية المقاييس للتطبيق .

مقاييس الدراسة

مقياس تقدير الذات

- ضعيف : 10- 20

- متوسط : 21- 29

- واثق : 30- 40

اتجاهات الجمهور نحو المواد الإعلامية المسيئة للأديان ووسائل الإعلام المقدمة لها

مقياس تأثرية الأنا

- ضعيف :3
- متوسط : 4
- قوي : 5

مقياس تأثرية الآخرين

- ضعيف :3
- متوسط : 4
- قوي : 5

مقياس الموافقة فرض قيود

- 8 - 18
- 19 - 29
- 30 - 40

مقياس اتجاهات الجمهور نحو وسائل الاعلام (مقياس العدائية)

- ضعيف:4-9
- متوسط : 10-15
- قوي:16-20

المعالجات الإحصائية للبيانات :

واستخدام المعالجات الإحصائية التالية:SPSS تم تفريغ وتحليل البيانات آليا باستخدام برنامج

- المتوسط الحسابي ، الانحراف المعياري.

- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة

- تحليل التباين أحادي الاتجاه (أنوفا)

- كأ2

متغيرات الدراسة :

المتغير التابع	المتغيرات الوسيطة	المتغير المستقل
تأثيرية الأنا ، تأثيرية الآخرين ، عدائية وسائل الإعلام	تقدير الذات ، المتغيرات الديموغرافية	مشاهدة المواد الإعلامية المسيئة للأديان

النتائج

جدول رقم (4) يوضح حجم العينة التي شاهدت مواد إعلامية مسيئة للأديان

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	التكرار	المشاهدة
.49	.57	42.5	117	لم يشاهد
		57.5	158	شاهد
		100	275	المجموع الكلي

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن نسبة مشاهدة العينة للمواد الإعلامية المسيئة للأديان 57% ، مما يعني انقسام العينة تقريبا تجاه هذه المواد .

جدول رقم (5) يوضح توزيع نسب المشاهدة وفقا للدين المساء إليه

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	التكرار	الدين المساء إليه
1.9	1.3	70.2	111	الإسلامي
		6.3	10	المسيحي
		3.7	6	اليهودي
		23.4	37	أكثر من دين
		---	158	المجموع الكلي

تشير نتائج الجدول السابق ، الدين الإسلامي أكثر الأديان التي تم نشر مواد إعلامية مسيئة له وللتأكد من هذه النتيجة قامت الدراسة باستبيان رأي العينة حول عبارة " الإسلام أكثر الأديان تعرضا للازدراء في وسائل الإعلام " فوافق عليها 199 بنسبة 72.3% ، فإذا وضعنا في الاعتبار أن 251 مبحوثا من العينة من المسلمين ، فمعنى هذا أن نسبة كبيرة من عينة الدراسة من المسلمين يشعرون أن الدين الإسلامي أكثر الأديان تعرضا للإساءة ، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Heeren 2014 ، حيث أكدت نتائجها أن العينة من المسلمين يرون الإعلام غير منصف في تناوله للدين الإسلامي.

جدول رقم (6)
يوضح أسباب مشاهدة العينة مواداً إعلامية مسيئة لدينهم

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	التكرار	أسباب المشاهدة
3.9	4	19.5	31	فضول
		33.5	53	كي أكون على دراية بالأحداث
		47.4	75	معرفة كيف يرى الآخر ديني
		17.7	28	للتأكد من معاداة الآخرين لديني
		2.5	4	مدى موضوعية الرأي الآخر
		1.9	3	أصحابي شاهدوها
		51.2	81	بالصدفة
		158	المجموع الكلي

بالوقوف على الأسباب التي تدفع العينة لمشاهدة مواداً إعلامية مسيئة لدينهم اتضح ، أن الصدفة السبب الرئيس لمشاهدتها بنسبة 51.2 % ، مما يشير إلى عدم تعمدهم مشاهدتها أو بحثهم عنها ، يليه فضول في معرفة كيف يرى الآخر دينهم 47.7 % ، ثم الإمام بالأحداث الجارية ، بمعنى أنهم يشاهدون هذه المقاطع عندما يصحبها أحداث تجعلها في بؤرة الأحداث الجارية ، وتشير هذه النتيجة إلى أن تسليط الضوء على هذه المواد المسيئة يدفع الناس إلى مشاهدتها ، ويدفع بها لتكون موضع اهتمامهم، لاسيما أن 2.5 % فقط عبر بأنه يراها ليحكم على مدى موضوعيتها .

جدول رقم (7)
يوضح أسباب عدم مشاهدة العينة مواداً إعلامية مسيئة لدينهم

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	التكرار	أسباب عدم المشاهدة
2	1.4	51.3	60	حرام
		38.4	45	مضيعة للوقت
		14.5	17	خوفاً من التأثير
		24.8	29	لم يتح مشاهدتها
		9.4	11	أخرى
		—	117	المجموع الكلي

اتجاهات الجمهور نحو المواد الإعلامية المسيئة للأديان ووسائل الإعلام المقدمة لها

باستطلاع رأي العينة حول أسباب عدم مشاهدة المواد الإعلامية المسيئة لدينهم ، اتضح أن امتناع 51.3% عن المشاهدة اعتقاداً منهم أن مشاهدتها حرام ، وأكد 38.4% أنها غير مفيدة و مضيعة للوقت ، بينما صرح 14.5% أن السبب يرجع إلى الخوف من التأثير بمحتواها السلبي .

وبتفسير نتائج الجدولين رقمي (7، 6) يتضح لنا أن الجمهور لا يرى أن المواد الإعلامية المسيئة للأديان تحمل فكراً أو رسالة ، ولكنه إما يراها من باب فضول أو صدفة أو مواكبة للأحداث ، أو يمتنع عن مشاهدتها باعتبارها مضيعة للوقت ، كما أنها لا يمكنها أن تغير معتقداً لأن الذين يخافون من التأثير بمحتواها يمتنعون من الأساس عن مشاهدتها .

جدول رقم (8)

يوضح توزيع العينة التي تشاهد مواداً إعلامية مسيئة لغير دينهم

توزيع العينة	التكرار	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
شاهد	118	43	1.6	.85
لم يشاهد	157	57		
المجموع الكلي	275	100		

تشير نتائج الجدول السابق أن 57% من العينة شاهدوا مواداً إعلامية مسيئة

لأديان غير دينهم ، ويوضح الجدول التالي أسباب ذلك .

جدول رقم (9)

يوضح أسباب مشاهدة العينة مواداً إعلامية مسيئة لدين غير دينهم

أسباب المشاهدة	التكرار	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
متابعة الأحداث الجارية	34	28.8	2.99	3.4
لاقتناعي بخطأ الدين	28	23.7		
دعماً لاقتناعي بديني	27	22.8		
فضول	23	19.5		
أصحابي شاهدوها	3	2.5		
صدفة	55	46.6		
أخرى	7	6		
المجموع الكلي	118	---		

اتجاهات الجمهور نحو المواد الإعلامية المسيئة للأديان ووسائل الإعلام المقدمة لها

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن هناك أكثر من سبب لمشاهدة العينة مواد إعلامية مسيئة لدين غير دينهم أهمها: الصدفة بنسبة 46.6% ، أو متابعة للأحداث الجارية 28.8% ، ثم لرغبة المبحوث في التأكيد لنفسه بأن الأديان الأخرى غير صحيحة 23.7% وتؤكد هذه النتيجة رأي الباحثة السابق بعدم فاعلية هذه المواد المسيئة في نشر الفكر أو التعبير عن رأي صانعيها ، فمن يشاهدونها من معتقدي الدين المُساء إليه ينظرون لمنتجها بعدائية ولا يناقشون ما جاء فيها ، وغير معتقدي الدين يستخدمونها كأداة دعم لعقيدتهم بعيدا عن مدى صحة أو خطأ الرأي المُسيء.

جدول رقم (10)

يوضح أسباب عدم مشاهدة العينة موادا إعلامية مسيئة لدين غير دينهم

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	التكرار	أسباب عدم المشاهدة
3.5	3.1	51	85	لا فائدة من مشاهدتها
		24.8	41	لم يتح لي مشاهدتها
		21.8	36	لا توجد مواد مسيئة لغير ديني
		1.8	3	أخرى
		---	165	المجموع

يوضح الجدول السابق أن العينة التي امتدعت عن مشاهدة مواد إعلامية مسيئة لغير أديانهم ، اتضح أن 21.8% منهم يعتقدون أنه لا توجد مواد إعلامية مسيئة لغير دينهم ، وأن هذه العينة كلهم من المسلمين مما يؤكد شعورهم بتعرض دينهم لحملة من التشويه والعدائية ، ومما يدعم ذلك أن الدراسة قامت باستبيان رأي العينة حول عبارة " الإسلام أكثر الأديان تعرضا للازدراء في وسائل الإعلام" فجاءت نسبة الموافقة 62.3% ، وهذا ما أكدته أيضا نتائج دراستي: (Saundra K 2015) & (2014 Zahra Emamzadeh)، حيث أشارتا إلى ثمة عداوة من وسائل الإعلام للدين الإسلامي .

جدول رقم (11)
يوضح رأي العينة في أسباب الإساءة للأديان

ع	م	الوزن النسبي	أرفض مطلقا	أرفض	لا أعلم	أوافق بشدة	أوافق	رأي العينة في الأسباب
3	19.8	4.24	2	10	28	115	120	عدم فهم الناس لتعاليم الأديان
		3.77	4	17	83	104	67	إلهاء الرأي العام
		4.02	3	4	48	99	111	مناقشة تعاليم الدين في وسائل الإعلام
		3.95	5	17	60	97	96	انتشار الإلحاد
		3.76	6	34	50	113	72	الدراسة السطحية للأديان بالمدارس

باستقراء بيانات الجدول السابق يتضح لنا أن العينة ترى أن " عدم فهم العامة لتعاليم الأديان " يعد السبب الرئيس للإساءة لها بوزن نسبي 4.32 ، يليه " مناقشة تعاليم الدين في وسائل الإعلام سبب في تجرؤ البعض على الأديان " بوزن نسبي 4.02 يليه الإلحاد 3.95.

كما يلاحظ تقارب الوزن النسبي للعبارات جميعا مما يشير إلى اعتبار العينة للأسباب جميعا بوصفها من العوامل الهامة لتجرؤ البعض على الأديان .

جدول رقم (12)
يوضح توزيع العينة حسب إدراكهم لمستوى تأثرهم بالتعرض للمواد الإعلامية المسيئة للأديان مقارنة بالآخرين

الآخرين		الأنا		تقدير العينة لمستوى التأثير
%	ك	%	ك	
2.9	8	46.2	127	منعدم
7.3	20	13	36	ضعيف
32.4	89	12	33	لا أعلم
33.9	93	13.4	37	متوسط
21.5	59	15.3	42	قوي
100	275	100	275	المجموع الكلي

تشير بيانات الجدول السابق إلى انخفاض تأثيرية الأنا ، بالتعرض للمواد الإعلامية المسيئة للأديان حيث أوضح 46.2% أنهم لا يتأثرون وأن التأثير منعدم ، بينما توقع 2.9% فقط أن يكون تأثيره على الآخرين منعدم .

اتجاهات الجمهور نحو المواد الإعلامية المسيئة للأديان ووسائل الإعلام المقدمة لها

وفي حين قدر 15.3% تأثرهم " بالقوي " ، ارتفعت النسبة عند وصف تأثر الآخرين " بالقوي" لتصل إلى 59% .

وتتفق هذه النتيجة مع الفرض الأول لنظرية الشخص الثالث والتي تشير إلى أن الأفراد يبالغون في تقدير تأثير وسائل الإعلام على الآخرين ويقللون من تقدير تأثير وسائل الإعلام على أنفسهم⁽⁴⁵⁾.

قياس مستوى تأثرية الأنا

جدول رقم (13)

يوضح إدراك العينة لمستوى تأثرية الأنا بالتعرض للمواد الإعلامية المسيئة للأديان

الأخريين		الأنا		مستوى تأثرية الأنا
%	ك	%	ك	
55.4	28	28.7	79	تأثير قوي
32.4	89	12	33	تأثير متوسط
10.2	152	59.2	163	تأثير ضعيف
100	275	100	275	المجموع الكلي

بمقارنة النتائج المسجلة بالجدول السابق يتضح انخفاض مستوى تأثرية الأنا بالمواد الإعلامية المسيئة للأديان وفق إدراك عينة الدراسة ، حيث سجلت فئة "تأثير ضعيف" 59.2 % ، وفي المقابل سجلت فئة " ضعيف " لمستوى تأثرية الآخرين 10.2% .

وفي حين سجلت فئة " قوي" (28.7%) لمستوى تأثرية الأنا ، سجلت فئة " قوي " لمستوى تأثرية الآخرين (55.4%) .

و يمكن ذلك تفسيره بميل الباحثين إلى التقليل من أهمية المواد الإعلامية المسيئة من خلال التهوين من حجم تأثيرها على الذات ، وأنهم يرفضونها لخوفهم من تأثر الآخرين بها .

اتجاهات الجمهور نحو المواد الإعلامية المسيئة للأديان ووسائل الإعلام المقدمة لها

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة مصطفى صابر الذمر 2013⁽⁴⁶⁾، عبدالرحمن المطيري 2012⁽⁴⁷⁾، (Aliya & Anila) 2014⁽⁴⁸⁾، حيث أكدت نتائج هذه الدراسات أن العينة تبالغ في تصور تأثير الآخرين بالمحتوى غير المرغوب أكثر بصورة أكبر من تأثرهم به.

جدول رقم (14)

يوضح مدى موافقة العينة على فرض قيود لمنع نشر مواد الإعلامية المسيئة للأديان

الوزن النسبي	ع	م	ارفض مطلقا		ارفض		لا اعلم		اوافق		اوافق بشدة		العبرة
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
3.8	1.3	3.8	45.8	126	22.9	63	10.9	30	10.9	30	9.4	26	ارفض وجود رقابة أو قيود على حرية التعبير حتى لو أساءت للأديان
4.76	73.	4.7	1.8	5	.7	2	2.1	6	9.4	26	85.8	236	ارفض الإساءة لديني ويجب وضع قيود
3.71	1.2	3.7	30.9	85	35.3	97	14.9	41	12.3	34	6.5	18	اقبل الإساءة لدين الآخرين
4.45	79.	4.4	1	3	1.8	5	6.9	19	31.2	86	58.9	162	حرية التعبير حق أساسي لكنها لا تجيز الإساءة لمعتقدات الآخرين
4.5	73.	4.4	.7	2	1.8	5	4.3	12	33.8	93	59.3	163	يجب وضع قيود على السخرية من معتقدات الآخرين حتى لا تؤذي مشاعرهم
2.96	1.2	2.9	13.4	37	18.1	50	32.7	90	22.2	61	13.4	37	الإبداع لا يجب أن يخضع لتعاليم الأديان أو لأي قيود
2.83	1.2	3.1	11.2	31	21	58	29.8	82	21.1	58	11.2	31	تقديس الأديان سبب تخلف كثير من المجتمعات
4.2	97.	4.1	1.4	4		16	13.4	37	30.9	85	48.3	133	المسيوون للأديان متعصبون وعادنيون ويجب منعهم

توضح نتائج الجدول السابق أن العينة تؤيد وضع قيود ضابطة على الإساءة للأديان بصفة عامة، وعلى الإساءة لدينهم بصفة خاصة حيث حظيت العبارات المؤيدة لوضع

قيود على الإساءة للأديان بارتفاع الوزن النسبي ليصل إلى 4.76 ، 4.5 ، 4.4 ، 4.2 بينما انخفض الوزن النسبي للعبارات المؤيدة لحرية التعبير المطلقة وإن أساءت للأديان لتصل إلى 2.9 ، 2.8 ، 3.7 ، 3.8 .

من الملاحظ أيضا وجود فارق بين رفض العينة للإساءة لدينهم ورفضها للإساءة للأديان الأخرى، حيث بلغ المتوسط الحسابي للعبارة الأولى 4.7 والثانية 3.7 ، مما يشير إلى ازدواجية المعايير في تقييم العينة لقضية ازدراء الأديان ، ورغم أن أغلبية العينة من المسلمين وقد نهى القرآن الكريم صراحة عن سب الأصنام " وَلَا تَسُبُّوا الَّذِينَ يَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ فَيَسُبُّوا اللَّهَ عَدْوًا بِغَيْرِ عِلْمٍ كَذَلِكَ زَيَّدَا لِكُلِّ أُمَّةٍ عَمَلَهُمْ ثُمَّ إِلَىٰ رَبِّهِمْ مَرْجِعُهُمْ فَيُنَبِّئُهُمْ بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ" الأنعام (108) ، مما يشير إلى ضبابية قضية ازدراء الأديان عند العامة ، وهو ما يفسر أعمال العنف والتعصب الذي يصاحب دوما أحداث الإساءة ، ذلك كونهم يغضبون انفعالا وحمية فقط.

جدول رقم (15)

يوضح درجة تأييد العينة لوضع قيود على المواد الإعلامية المسيئة للأديان

درجة الموافقة	ك	%
قوية	195	71
متوسطة	75	27.2
ضعيفة	5	1.8
المجموع الكلي	275	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن 71% من العينة أكدوا تأييدهم بقوة لوضع قيود على المواد الإعلامية المسيئة للأديان ، في حين أيده بصورة متوسطة 27.2% منهم، وأيده بصورة ضعيفة 1.8% . وهو ما يتفق مع الفرض الثاني لنظرية الشخص الثالث، ويتفق أيضا مع نتائج دراسة Marco Dohle & Uli Bernhard (2014)⁽⁴⁹⁾ حيث أظهرت النتائج تأييد الفرض السلوكي بضرورة فرض رقابة على ما يذشر على شبكة الإنترنت لما لها من تأثيرات سلبية على الآخرين مقارنة بالذات .

اتجاهات الجمهور نحو المواد الإعلامية المسيئة للأديان ووسائل الإعلام المقدمة لها

جدول رقم (16)

يوضح اتجاهات العينة نحو وسائل الإعلام التي تنشر مواد الإعلامية المسيئة للأديان

العبارة	أوافق بشدة		أوافق		لا أعلم		أرفض		أرفض مطلقا		ع	النسبي
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
أرى أن وسائل الإعلام التي تنشر المواد المسيئة لأديان بعينه تعاديه	32	88	41.8	115	18.2	50	6.5	18	4	1.4	3.9	.94
الجرمان المترتبة على نشر المواد المسيئة للأديان خطيرة	38.9	107	40	110	19.3	53	1.1	3	2	.7	4.1	.81
نشر مواد مسيئة بشأن الأديان في وسائل الإعلام يعطي منتجها شهرة لا يستحقونها	45	124	39.6	109	10.9	30	2.5	7	5	1.8	4.2	.87
نشر الوسيلة الإعلامية موادا تسيئ لأديني يؤثر على متابعتي لهذه الوسيلة	36	99	38.9	107	17.4	48	1.1	3	18	6.5	3.9	1

تشير بيانات الجدول السابق إلى تقارب الوزن النسبي للعبارات السابقة من بين 3.9 إلى 4.2 ، مما يؤكد اتفاق العينة في موقفهم نحو وسائل الإعلام التي تنشر موادا مسيئة للأديان والجدول التالي يوضح مدى شعور العينة بالعدائية نحو وسائل الإعلام.

جدول رقم (17)

يوضح درجة الشعور بالعدائية نحو وسائل الإعلام التي تعرض موادا مسيئة للأديان

درجة العدائية	ك	%
قوية	180	64.4
متوسطة	90	38.8
ضعيفة	5	1.8
المجموع الكلي	275	100

باستقراء بيانات الجدول السابق نستنتج أن 64.4% من العينة يشعرون بعدائية ووسائل الإعلام التي تنشر موادا إعلامية مسيئة لأديانهم ، بالإضافة إلى 38.8% منهم يرونها عدائية بشكل متوسط ، أما الذين يرونها عدائية بشكل ضعيف لا تتعدى 1.8% ، وتتفق هذه النتيجة مع فرضية عدائية ووسائل الإعلام ، والتي مفادها أن

اتجاهات الجمهور نحو المواد الإعلامية المسيئة للأديان ووسائل الإعلام المقدمة لها

الأشخاص الذين لديهم تحيزات قوية تجاه قضية ما (الأنصار) يرون التغطية الإعلامية بأنها متحيزة ضد آرائهم، بغض النظر عن الواقع الكائن⁽⁵⁰⁾.

جدول رقم (18)

يوضح رأي العينة في طرق معالجة قضية ازدراء الأديان

ع	م	أرفض مطلقا		أرفض		لا أعلم		أوافق		أوافق بشدة		العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1	4.1	2.9	8	8.3	23	9.8	27	33.4	92	45.5	125	المقاطعة
1	1.9	37.8	104	39.6	109	12.3	34	5.8	16	4.3	12	العنف
1.2	3.2	8.7	24	18.5	51	24.3	67	31.6	87	16.7	46	المظاهرات
1.1	3.9	4.3	12	8.7	24	13.4	37	36	99	37.5	103	الحوار
.94	4.2	2.9	8	2.1	6	10.5	29	32.7	90	51.6	142	سحب الترخيص
1.1	4.1	4.3	12	5.8	16	12.3	34	26.5	73	50.9	140	التجاهل

تشير نتائج الجدول السابق أن سحب الترخيص تعتبر أنجح الطرق لمعالجة الأمر ، يليه مباشرة التجاهل ثم المقاطعة، وهذه الطرق الثلاث الأولى المرجحة لدى العينة لمعالجة قضية ازدراء الأديان، ثم " الحوار" وبدرجة متقاربة ، بينما احتل العنف المركز الأخير بين الوسائل المقترحة ، يشير ذلك إلى أن العينة تميل إلى الوسائل السلمية ، ولما كانت أغلب العينة من المسلمين فهو ما يشير إلى أن أعمال العنف التي تصاحب أحيانا نشر مواد إعلامية مسيئة تمثل أصحابها فقط ، بينما الاتجاه العام للمسلمين معاقبة ناشري الإساءة عمليا ، وأن الوسائل العنيفة لا يمكنها حل المشكلة .

جدول رقم (19)

يوضح رأي العينة في الرؤية المستقبلية لقضية ازدراء الأديان

م	ع	%	ك	الرؤية المستقبلية
.91	1.9	42.2	116	تزايد معدلات الإساءة
		16	44	يظل الوضع كما هو عليه
		41.8	115	تزايد الوعي
		100	275	المجموع الكلي

انقسمت العينة في رؤيتها المستقبلية تجاه تطور قضية ازدراء الأديان ، حيث توقع 42.2 % منهم أنه ستنزاد معدلات الإساءة للأديان مستقبلا ، وقد عللوا ذلك بأن هذه الإساءات تتم لأغراض سياسية ، وستستمر مادام هناك من يستغل المشاعر الدينية لتحقيق أهدافه السياسية ، كما أن تزايد معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من شأنه زيادة معدل انتشار هذه الإساءات ، في حين توقع 41.8 % تزايد الوعي بسلبية الآثار المترتبة على هذه القضية وبالتالي سيتناقص معدلات الإساءة للأديان ، أما الذين توقعوا أن الوضع سيظل كما هو وصلت نسبتهم 16% .

نتائج اختبار صحة الفروض

الفرض الأول : توجد فروق دالة إحصائية بين متوسط إدراك العينة لتأثرهم بالمواد الإعلامية المسيئة للأديان ومتوسط إدراكهم لمدى تأثر الآخرين بهذه المواد .

جدول رقم (21) يوضح الفرق بين إدراك تأثيرية الأنا وتأثيرية الآخرين

الدالة	المعنوية	قيمة ت	ع	المتوسط	ن	مجال التأثير
دالة	.000	25.780	1.5	2.38	275	تأثيرية الأنا
دالة	.000	32.095	1.38	2.67		تأثيرية الأقارب
دالة	.000	40.598	1.20	2.96		تأثيرية الزملاء
دالة	.000	52.745	1.12	3.57		تأثيرية الآخرين

توضح نتائج الجدول السابق أن متوسط درجة اعتقاد العينة بتأثر الآخرين بالمواد الإعلامية المسيئة للأديان أكبر من متوسط درجة اعتقادهم بتأثر أقاربهم بها والتي بدورها أكبر من متوسط درجة اعتقادهم بتأثر زملائهم بها وفي الأخير جاء متوسط درجة اعتقادهم بتأثر الآخرين بها ، وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000.

وعلى هذا ثبت صحة الفرض الإدراكي لنظرية الشخص الثالث وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة محمد سعد 2009⁽⁵¹⁾ ، وهمت السقا 2013⁽⁵²⁾ ، حيث أكدت صحة الفرض الإدراكي لنظرية الشخص الثالث .

الفرض الثاني : توجد علاقة ارتباطية بين التعرض للمواد الإعلامية المسيئة للأديان واتجاه العينة نحو المطالبة بمنع التعرض لها.

جدول رقم (22)

يوضح العلاقة بين التعرض للمواد الإعلامية المسيئة للأديان والاتجاه نحو المطالبة بمنعها

المتغير	Pearson Chi-Square	كا ²	Df
التعرض المطالبة بمنع التعرض	8.144a	.01	2

توضح البيانات أعلاه أنه توجد علاقة بين التعرض للمواد الإعلامية المسيئة للأديان واتجاه العينة نحو المطالبة بمنع التعرض لها ، حيث بلغت قيمة كا² : 8.144a عند مستوى معنوية 01. وهي دالة وبذلك ثبت صحة الفرض الثاني ، مما يشير إلى أن الأفراد يرون اتخاذ سلوكيات معينة عند مشاهدتهم المواد المسيئة للأديان ، وقد لا يكون ذلك نتيجة للرسالة نفسها فقط ولكن نتيجة توقع رد فعل الآخرين.

الفرض الثالث : توجد فروق ذات دلالة بين مدى تقدير الفرد لذاته وبين :

أ: إدراكه لمدى تأثيره بالمواد الإعلامية المسيئة للأديان .

ب: إدراكه لمدى تأثير الآخرين بالمواد الإعلامية المسيئة للأديان.

جدول رقم (23)

يوضح مدى وجود فروق دالة إحصائية بين إدراك الفرد لتأثيره وتأثر الآخرين وفقاً لمستوى تقدير الذات

المعنوية	قيمة ف	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	تقدير الذات وإدراك تأثيرية الأنا
.02	2.879	43.452 15.094	4	173.807	بين المجموعات	
			270	4075.378	داخل المجموعات	
			274	4249.185	الإجمالي	
.001	4.843	71.112 14.684	4	284.447	بين المجموعات	تقدير الذات وإدراك تأثيرية الأسرة
			270	3964.739	داخل المجموعات	
			274	4249.185	الإجمالي	
.232	1.406	21.670 15.417	4	86.681	بين المجموعات	تقدير الذات وإدراك تأثيرية الزملاء
			270	4162.504	داخل المجموعات	
			274	4249.185	الإجمالي	
.222	1.407	21.655 15.394	5	108.276	بين المجموعات	تقدير الذات وإدراك تأثيرية الآخرين
			269	4140.909	داخل المجموعات	
			274	4249.185	الإجمالي	

اتجاهات الجمهور نحو المواد الإعلامية المسيئة للأديان ووسائل الإعلام المقدمة لها

باستقراء نتائج الجدول السابق يتضح وجود علاقة دالة احصائية بين تقدير الذات وإدراك الفرد لمستوى تأثيره وتأثر أسرته بالمواد الإعلامية المسيئة للأديان، حيث بلغ مستوى المعنوية 02، 001. على الترتيب وبذلك يتضح صحة الجزء الأول من الفرض الثالث.

من ناحية أخرى اتضح عدم وجود علاقة دالة احصائية بين تقدير الذات وإدراك الفرد لمستوى تأثير الآخرين بالمواد الإعلامية المسيئة للأديان، حيث بلغ مستوى المعنوية 22، 23. وبذلك يتضح عدم صحة الجزء الثاني من الفرض الثالث.

نستنتج مما سبق أن تقدير الفرد لذاته تؤثر على تقييمه لمدى تأثيره وتأثر المقربين منه بمشاهدة مواد إعلامية غير مرغوبة، وبينما يؤثر مستوى تقدير الذات في تقديره لمدى تأثير الآخرين بشكل عام.

الفرض الرابع: توجد فروق دالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للعينة وإدراكهم لمستوى تأثيرهم وتأثر الآخرين بالمواد الإعلامية المسيئة للأديان:

- وفقا للجنس لصالح الإناث

جدول رقم (24)

يوضح الفرق بين الذكور والإناث في إدراكهم لمستوى تأثيرية الأنا بالمواد الإعلامية المسيئة للأديان

Df	معنوية	ت	الانحراف المعياري	المتوسط	الجنس	العدد
273	14.8	.236	1.56174	2.4135	الأنثى	104
			1.52198	2.3684		174
273	.926	.093	1.45658	2.6827	أسرتي	104
			1.33725	2.6667		174
273	.694	-.394-	1.22825	2.9231	زملائي	104
			1.20036	2.9825		174
179.425	.109	-1.612-	1.28238	3.4231	الناس	104
			1.00682	3.6608		174

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق في إدراك الذكور والإناث لمستوى التأثيرية الأنا أو الآخر بالمواد الإعلامية المسيئة للأديان، وعلى هذا لم تثبت صحة الجزء الأول من الفرض الرابع.

ثانيا : وفقا للتعليم

جدول رقم (25)
يوضح الفرق بين مستويات التعليم في إدراكهم لمستوى تأثيرية الأنا بالمواد الإعلامية المسيئة للأديان

المعنوية	قيمة ف	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	التعليم وإدراك تأثيرية الأنا
.60	.679	.286 .421	4	1.143	بين المجموعات	
			270	113.606	داخل المجموعات	
			274	114.749	الإجمالي	
.380	1.054	.441 .418	4	1.765	بين المجموعات	التعليم وإدراك تأثيرية الأسرة
			270	112.984	داخل المجموعات	
			274	114.749	الإجمالي	
.411	.995	.417 .419	4	1.666	بين المجموعات	التعليم وإدراك تأثيرية الزملاء
			270	113.083	داخل المجموعات	
			274	114.749	الإجمالي	
.169	1.571	.651 .414	5	3.255	بين المجموعات	التعليم وإدراك تأثيرية الآخرين
			269	111.494	داخل المجموعات	
			274	114.749	الإجمالي	

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق في مستوى التعلم وإدراك تأثر الأنا أو الآخر بالمواد الإعلامية المسيئة للأديان ، وعلى هذا لم تثبت صحة الجزء الثاني من الفرض الرابع

العمر

جدول رقم (26)
يوضح الفرق بين مستويات العمر للعينة في إدراكهم لمستوى تأثيرية الأنا بالمواد الإعلامية المسيئة للأديان

المعنوية	قيمة ف	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	العمر وإدراك تأثيرية الأنا
.010	3.410	1.500 .440	4	5.999	بين المجموعات	
			270	118.728	داخل المجموعات	
			274	124.727	الإجمالي	
.016	3.112	1.374 .442	4	5.498	بين المجموعات	العمر وإدراك تأثيرية الأسرة
			270	119.230	داخل المجموعات	
			274	124.727	الإجمالي	
.824	.378	.174 .459	4	.695	بين المجموعات	العمر وإدراك تأثيرية الزملاء
			270	124.032	داخل المجموعات	
			274	124.727	الإجمالي	
.119	1.773	.796 .449	5	3.979	بين المجموعات	العمر وإدراك تأثيرية الآخرين
			269	120.749	داخل المجموعات	
			274	124.727	الإجمالي	

اتجاهات الجمهور نحو المواد الإعلامية المسيئة للأديان ووسائل الإعلام المقدمة لها

تشير بيانات الجدول السابق وجود فروق بين مستويات العمر وإدراك تأثر الأنا والأسرة بالمواد الإعلامية المسيئة للأديان ، حيث بلغ مستوى المعنوية 01 ، 016. على الترتيب بينما لم يؤثر العمر على إدراك تأثر الزملاء والآخرين بالتأثر بالمواد الإعلامية المسيئة للأديان وعلى هذا ثبت صحة الجزء الثالث من الفرض الرابع جزئياً .

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تقدير العينة لذاتها والشعور بعدائية وسائل الإعلام .

جدول رقم (27)

يوضح العلاقة بين تقدير الذات والشعور بعدائية وسائل الإعلام

المتغير	Pearson Chi-Square	Sig	Df
تقدير الذات الشعور بعدائية	10.156a	.03	4

تشير بيانات الجدول السابق وجود علاقة بين تقدير الذات والشعور بعدائية وسائل الإعلام حيث بلغ مستوى الدلالة 00. وبذلك يتضح صحة الفرض الخامس.

الفرض السادس : توجد فروق ذات دلالة احصائية بين الديانة والشعور بعدائية وسائل الإعلام

جدول رقم (28)

يوضح العلاقة بين الديانة والشعور بعدائية نحو وسائل الإعلام بالمواد الإعلامية المسيئة للأديان

الديانة الشعور بعدائية	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف المعنوية
	بين المجموعات	233.053	2	116.527	.000
	داخل المجموعات	1726.787	272	6.348	
	الإجمالي	1959.840	274		

باستقراء بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق إحصائية بين الديانة والشعور بعدائية وسائل الإعلام حيث بلغت قيمة المعنوية 000. ويوضح الجدول التالي اتجاه الفارق بين المجموعات

اتجاهات الجمهور نحو المواد الإعلامية المسيئة للأديان ووسائل الإعلام المقدمة لها

	N	Mean	Std. Deviation	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
				Lower Bound	Upper Bound		
مسلم	251	16.4582	2.51262	16.1458	16.7705	7.00	20.00
مسيحي	21	15.9048	2.71854	14.6673	17.1422	9.00	20.00
ملحد	3	7.6667	.57735	6.2324	9.1009	7.00	8.00
Total	275	16.3200	2.67445	16.0025	16.6375	7.00	20.00

يتضح من بيانات الجدول أعلاه أن الفارق يتجه نحو مجموعة المسلمين حيث بلغ المتوسط الحسابي لفئة المسلمين 16.4 بينما الفارق لفئة المسيحيين 15.9 ولفئة الملحد 7.66.

وبذلك ثبت صحة الفرض السادس بوجود فروق ذات دلالة احصائية بين الديانة والشعور بعدائية ووسائل الإعلام لصالح الديانة الإسلامية .

مناقشة النتائج :

تعد الدراسة الراهنة دراسة استطلاعية في ميدان دراسة تأثير نشر وسائل الإعلام مواد إعلامية مسيئة للأديان على الجمهور ، وتقييمه لأضرار هذه المواد المسيئة عليه وعلى الآخرين في ضوء فرضيات نظرية الشخص الثالث . وقد جمعت الدراسة بين فروض نظريتي الشخص الثالث وعدائية وسائل الإعلام ، واهتمت بالعلاقة بين تقدير الذات وإدراك العينة لتأثيرات مشاهدة المواد الإعلامية المسيئة للأديان عليها وعلى الآخرين وذلك من خلال تطبيق مقياس تقدير الذات لروزبذبرغ⁽⁵³⁾، فبعدما أكدت نتائج الكثير من الدراسات العربية والأجنبية صحة الفرض الإدراكي لنظرية الشخص الثالث ، حاولت الباحثة التعمق في الفرض ، وإثبات ما إذا كان هناك علاقة بين تقدير الذات وتقدير الفرد لمدى تأثيره وتأثر الآخرين بالمواد الإعلامية المسيئة للأديان ، حيث يعاني من يشعرون بتدني تقديرهم لذواتهم بأن الآخرين أفضل منهم ، وبالتالي فمن المفترض أن يختلف تقديرهم لتأثرهم وتأثر الآخرين بما يخالف افتراضات نظرية الشخص الثالث ، فأرادت الباحثة إلقاء

مزيد من الضوء حول هذه النقطة وهل الفرض الإدراكي لنظرية الشخص الثالث يتأثر بمدى تقدير الفرد لذاته ام لا .
وقد خلصت الدراسة إلى العديد من الفوائد والتوصيات التطبيقية والبحثية يمكن تلخيصها كالتالي:

- أوضحت النتائج أن 57% من العينة شاهدت مواد إعلامية مسيئة للأديان ، كما اتضح ، أن الصدفة السبب الرئيس لمشاهدتها بنسبة 51.2 % ، يليه رغبتهم في معرفة كيف يرى الآخر دينهم 47.7 % ، ثم الإلمام بالأحداث الجارية تعد أهم الأسباب لمشاهدة المواد الإعلامية المسيئة لدينهم .
- جاء خوف العينة من مشاهدة المواد الإعلامية المسيئة للأديان على رأس الأسباب التي منعت الذين امتنعوا عن مشاهدة هذه المواد وذلك بنسبة 51.3% ، ثم كون مشاهدتها غير مفيدة بنسبة 38.4 % ، بينما صرح 14.5 % أن السبب يرجع إلى الخوف من التأثير بمحتواها السلبي .
- جاءت الصدفة أيضا على رأس الأسباب لمشاهدة العينة لمواد إعلامية مسيئة لدين غير دينهم بنسبة 50% ، ثم لمتابعة الأحداث الجارية 31% ، ثم لدعم قناعاته بخطأ الأديان الأخرى 25.5 % ، أما الذين امتنعوا فقد جاء سبب عدم وجود فائدة من مشاهدتها على رأس أسباب الامتناع 56% ، كما عبر 22% منهم أنهم يعتقدون عدم وجود مواد إعلامية تسيئ لدين غير دينهم ، وكانوا جميعا من المسلمين مما يشير إلى وجود اعتقاد لدى فئة من عينة الدراسة بتعمد وسائل الإعلام تشوية دينهم على وجه التحديد .
- جاء " عدم فهم العامة لتعاليم الدين " على رأس أسباب الإساءة للأديان من وجهة نظر العينة ، ثم مناقشة تعاليم الدين في وسائل الإعلام ثم الإلحاد ، ثم إلهاء الرأي العام وأخيرا الدراسة السطحية للدين في المدارس، وقد لوحظ

- تقارب الوزن النسبي للعبارات جميعا مما يشير إلى اعتبار العينة للأسباب جميعا بوصفها من العوامل الهامة لتجرؤ البعض على الأديان .
- بالمقارنة بين تقييم العينة لمدى تأثرهم وتأثر الأخرين بالمواد الإعلامية المسيئة للأديان ، اتضح وجود فجوة إدراكية بين حجم إدراك العينة لتأثرهم بهذه المواد مقارنة بالأخرين ، حيث جاءت فئة " قوي التأثير " في المركز الأول عند تقييم تأثر للأخرين بنسبة 55% ، بينما جاءت فئة " ضعيف التأثير " في المركز الأول عند تقييم تأثر الذات بنسبة 59.2% .
- أكد 71% من العينة تأييدهم بقوة لوضع قيود على المواد الإعلامية المسيئة للأديان ، في حين أيده بصورة متوسطة 27.2% منهم ، وأيده بصورة ضعيفة 1.8% ، مما أكد صحة الفرض السلوكي لنظرية الشخص الثالث .
- صرح 64.4% من العينة أنهم يشعرون بعدائية ووسائل الإعلام التي تنشر مواد إعلامية مسيئة لأديانهم ، بالإضافة إلى 38.8% منهم يرونها عدائية بشكل متوسط ، أما الذين يرونها عدائية بشكل ضعيف لم تتعد 1.8% .
- جاء الحل القانوني على رأس الحلول المقترحة لمعالجة مشكلة ازدراء الأديان ، حيث اقترحت العينة سحب ترخيص الوسائل الإعلامية التي تنشر مواد إعلامية مسيئة ، يليه التجاهل لاسيما وأن أغلب العينة صرحوا أنهم شاهدوا المواد المسيئة مواكبة للأحداث والضجة الإعلامية التي تصاحب نشر مثل هذه المواد ، ثم الحوار مع المسيئين ، بينما احتل العنف المركز الأخير بين الوسائل المقترحة ، ولما كانت أغلب العينة من المسلمين ، ففي هذا دليل على أن حالات العنف التي قد تصاحب نشر مواد إعلامية مسيئة للدين الإسلامي لا يعبر إلا عن مرتكبيها .
- انقسمت العينة في رؤيتها المستقبلية تجاه تطور قضية ازدراء الأديان ، حيث توقع 42.2% منهم أنه ستتزايد معدلات الإساءة للأديان مستقبلا ، في حين

توقع 41.8% أنها ستقل، أما الذين توقعوا أن الوضع سيظل كما هو عليه وصلت نسبتهم 16% .

- ثبتت صحة الفرض الإدراكي والفرض السلوكي لنظرية الشخص الثالث
- من النتائج الهامة التي توصلت لها الدراسة أنها أثبتت وجود تأثير لتقدير الذات على إدراك الفرد لمدى تأثره وتأثر المقربين منه بالتعرض للمواد الإعلامية المسيئة للأديان ، بينما لم يثبت وجود علاقة دالة احصائيا بين تقدير الذات وإدراكهم لمستوى تأثر الآخرين بالمواد الإعلامية المسيئة للأديان .
- بفحص العلاقة بين الخصائص الديموغرافية (جنس ، التعليم ، السن) للعينة ومدى إدراكهم لتأثرهم وتأثر الآخرين بالمواد الإعلامية المسيئة تبين عدم وجود فروق في إدراك الذكور والإناث أو مستويات التعليم المختلفة لمستوى تأثيرية الأنا أو الآخر بالمواد الإعلامية المسيئة للأديان ، بينما اتضح وجود فروق بين مستويات العمر وإدراك تأثر الأنا والأسرة بالمواد الإعلامية المسيئة للأديان ، حيث بلغ مستوى المعنوية 01 ، 016 . على الترتيب بينما لم يؤثر العمر على إدراك تأثر الزملاء والآخرين بالمواد الإعلامية المسيئة للأديان .
- تبين وجود علاقة بين تقدير الذات والشعور بعدائية وسائل الإعلام حيث بلغ مستوى الدلالة 00 . ، كما اتضح وجود فروق إحصائية بين الديانة والشعور بعدائية وسائل الإعلام حيث بلغت قيمة المعنوية 000 . ، وكان الفارق في اتجاه الديانة الإسلامية

توصيات الدراسة :

- الاهتمام بالدراسات الإعلامية بأساليب تناول وسائل الإعلام للأديان ، حيث تعاني المكتبة العربية من نقص شديد في هذا المجال .
- الاهتمام بعمل ندوات تثقيفية حول مفاهيم الحرية واحترام الآخر والتسامح الإنساني والتعايش السلمي والاستخدام الواعي لوسائل التواصل الاجتماعي

- التركيز على نشر الوعي حول كيفية مواجهة المواد الإعلامية المسيئة للأديان بشكل حضاري يبتعد عن التطرف والغلو ، لاسيما أن سب الرسول وحتى الذات الإلهية ليس بالأمر الجديد ، وقد وضع القرآن الكريم استراتيجيات للتعامل مثل هذه الإساءات وما علينا فقط سوى نشرها في المجتمع وتبصير المجتمعات بالإضرار المترتبة على الانحراف عن المنهج العقلاني في معالجة الأمور ، أذنا لم نجن من وراء التعصب والتسرع سوى تفاقم المشكلة ولا أدل على ذلك سوى الأحداث التي أعقبت قتل محرري صحيفة "شارلي إيبدو" حيث أعادت الصحيفة نشر الرسوم المسيئة للرسول ﷺ و طبعت من العدد 6 مليون نسخة بدلا من 60 ألف كما أن صحفا أوروبية في ألمانيا والدنمارك وإسرائيل أعادت نشر الرسوم تضامنا مع الصحيفة الفرنسية (54) .
- لابد من قيام الإعلام بتفعيل نظرية المسؤولية الاجتماعية التي تؤكد على الإعلام الحر المسؤول ، من خلال طرح هذه الموضوعات والقضايا في أوقات لا تعاني من العصبية المصاحبة لنشر مواد مسيئة للأديان والتنبيه على ضرورة المعالجة الجادة لهذه الموضوعات ليس من خلال الوعظ والإرشاد ولكن من خلال حوار مسؤول متطور .
- إعداد برامج تدريبية نوعية لرفع مستوى العاملين في وسائل الإعلام العربية والإسلامية حيث أكدت نتائج الدراسات أن المسلمين يعانون من تشويه صورتهم في الإعلام الإسلامي ، كالأعلام الغربي تماما .
- ابتعاد الإعلام العربي تماما عن الدفاع عن صورة المسلمين وأنهم ليسوا متعصبين ، إرهابيين ، والتركيز على نشر الذنات العلمية التي تثبت عمليا أن ثمة خطة منهجية لتشويه الإسلام ، لاسيما وأنه لا توجد حالات مثبتة عن إساءة المسلمين للأديان الأخرى سواء كانت سماوية أو حتى وضعية ، في حين ثمة حالات متكررة للإساءة للدين الإسلامي مثبتة ومعروفة ، حيث أن اتخاذ الإعلام

- العربي موقف الدفاع أثبت الاتهام ، وإن كان هذا يتطلب في الأساس إيمان القائمين على الإعلام العربي والإسلامي بقضيتهم .
- تكوين لجنة مشتركة تضم مختصين في الإعلام والفقهاء والثقافة لوضع برنامج عمل يعالج الإساءة للإسلام بصفة خاصة وللأديان السماوية عامة ، في إطار البحث الدقيق حول الأسباب الكامنة لهذه القضية .
- تكوين لجنة إعلامية عليا تضم إعلاميين وعلماء دين للنظر في الوسائل التي تضمن تحقيق أهداف العمل المشترك بين المؤسسات الدينية والإعلامية يتولى مهام النشر المتخصصة في مجال الاتصال الدولي في مجال ازدياد الأديان ويدعم الدراسات العلمية في هذا المجال ويقوم بحملات إعلامية مدروسة توضح أبعاد قضية ازدياد الأديان وخطورتها على المجتمعات(55).
- مقاضاة وسائل الإعلام التي تنشر موادا إعلامية مسيئة ، والتركيز على أن نشر هذه المواد تخالف مواثيق حقوق الإنسان ويعد انتهاكا للقانون الدولي ، فجميع الدساتير الوضعية المواثيق الدولية تنص على حرية المعتقدات الدينية وحماية الأديان(56) ، وعلينا أن نستثمر هذه النقطة في معالجتنا لهذا القضية لأن الغرب لا يقيم وزنا إلا للقانون ، ونبتعد تماما عن مسألة حوار الأديان والتقريب بينها ، فليس شرطا أن يحب الآخرون ديننا معينا كي يحترموه ، والمنتمين لدين يتم الإساءة إليه لهم حق يجب أن يحترم سواء اعترف الآخرون بدينهم وأدبوه او لم يتحقق ذلك .

مراجع الدراسة

- 1 - مؤتمر حوار الأديان "دور الإعلام السلبي ووسائل الاتصال في تشكيل المبادي والقيم" الدوحة ، قطر ، <http://www.dc4mf.org/en/node/7364> ، 17/02/2016
- 2 - المحجوب بن سعيد، الإسلام والإعلاموفوبيا ، الإعلام الغربي والإسلام : تشويه وتخويف ، دار أفق معرفة متجددة ، ددة ، 2010 . <http://www.islamtoday.net/nawafeth/artshow-99-151580.htm>
- 3- زيادة ، رضوان : حدود حرية الرأي والتعبير في أزمة الرسوم الدانماركية ، مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان ، سلسلة مناظرات حقوق الإنسان ، العدد 10 ، ص 31.
- 4- سمولا ، رودني أ. : حرية التعبير في مجتمع مفتوح ، ترجمة كمال عبد الرووف ، القاهرة : الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية ، 1995 ، ص 238.
- 5- سمولا ، رودني أ. : المرجع السابق نفسه ، ص 239
- 6- حددت المادة الرابعة من إعلان حقوق الإنسان الفرنسي 1789 للحرية بأنها " قدرة الإنسان على إتيان بكل عمل لا يضر بالآخرين " ، كما نصت المادة الخامسة من هذا الإعلان على أنه : " لا يمكن للقانون أن يمنع سوى الأعمال الضارة بالمجتمع " ، ولأجل ذلك فقد عرّف لوّك الحرية بأنها : " الحق في فعل شيء يسمح به القانون " ، راجع داودي مخلوف ، ازدراء الأديان بين الموقف الحالي للقانون الدولي وموقف الفقه الإسلامي الدولي ، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية ، جامعة زيان عاشور بالجلفة ، الجزائر ، 2013 ، ص 343 .
- 7- إسماعيل ، بشرى جميل : دور الإعلام في نشر ثقافة الحوار بين الأديان ، مجلة الكلية الإسلامية ، جامعة العراق ، ص 329
- 8- محمد ، محمد : دور وسائل الإعلام الجديدة في دعم المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعة ، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط ، العدد الثاني عشر يوليو / سبتمبر 2016
- 9 - مخلوف ، داودي : مرجع سابق .
- 10-<https://www.alarabiya.net/articles/2012/09/14/237909.html>
- 11-<https://ar.wikipedia.org/wiki>
- 12 -<http://www.aljazeera.net/news/arabic/2001/6/19>
- 13 - سالم ، حلمي : الدين وحرية التعبير خصمان أم صنوان ، مجلة أدب ونقد ، مج 24 ، ع 280 ، ص 4 ، 2008 .
- 14-<http://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology/2012/9/16>
- 15 - سالم ، صلاح : من الزلزال الأمريكي إلى الحدث الفرنسي – ماذا تغير في وعي العرب وعقل العالم ، مجلة شؤون عربية ، العدد 61 ، 1 ، 2015 ، ص 128 .

16- محمد محمد : مرجع سابق

17- Awan, Imran. "Islamophobia on Social Media: A Qualitative Analysis of the Facebook's Walls of Hate." International Journal of Cyber Criminology 10.1 (2016): 1.

18- Hietalahti, Jarno, et al. "Insults, humour and freedom of speech." French Cultural Studies 27.3 (2016): 245-255.

19- Reynolds, Sandra K. "Media Representation of Islam and Muslims in Southern Appalachia." (2015).

20 - إسماعيل ، الغريب زاهر : دور شبكات التواصل الاجتماعي تعزيز قيم المواطنة وتشكيل الرأي العام لدى منتسبي الجامعات ، 2015

<http://repository.nauss.edu.sa/bitstream/handle/1>

21- إسماعيل ، بشرى : مرجع سابق

22- عبدالله ، محمد مراد : شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الأفكار الهدامة ، دراسة فنيّة التحديّات الأمنيّة المعاصرة
<http://www.alittihad.ae/details.php?id=32035&y=2014>

23- Heeren, Jörg1 & Zick, Andreas, Misleading Images: Results from Interviews with Media Producers, Journalists and Consumers on Muslims and Islam in German Media, Middle East Journal of Culture & Communication. 2014, Vol. 7 Issue 1, p46-63

24- Emamzadeh, Zahra. "The Policy Representation of Muslims in the US Media: A Case Study of the Newsweek Magazine (July to November 2001)." Mediterranean Journal of Social Sciences 5.16 (2014): 561.

25- Yorulmaz, Bilal, and William L. Blizek. "Islam in Turkish cinema." Journal of Religion & Film 18.2 (2014): Available at:<http://digitalcommons.unomaha.edu/jrf/vol18/iss2/8>

26- Ahmad, Sumaiya. "Presentation of Islamic Symbols in Indian Cinemas a Critical Study." Journal of Islamic Studies 2.2 (2014): 33-54

27-Axner, Marta, Public Religions in Swedish Media: A Study of Religious Actors on Three Newspaper Debate Pages 2001-2011.

- 28- Mihelj, Sabina, Liesbet Van Zoonen, and Farida Vis. "Cosmopolitan communication online: YouTube responses to the anti-Islam film Fitna1." *The British journal of sociology* 62.4 (2011): 613-632.
- 29- Ariyanto, Amarina, Matthew J. Hornsey, and Cindy Gallois. "Group allegiances and perceptions of media bias: Taking into account both the perceiver and the source." *Group Processes & Intergroup Relations* 10.2 (2007): 266-279.
- 30- Berkowitz, Dan, and Lyombe Eko. "BLASPHEMY AS SACRED RITE/RIGHT: "The Mohammed cartoons affair" and maintenance of journalistic ideology." *Journalism Studies* 8.5 (2007): 779-797.
- 31- Davison, W. Phillips. "The third-person effect in communication." *Public opinion quarterly* 47.1 (1983): 1-15.
- 32- Campbell, Douglas S. *Theoretical Assessments of Pretrial Publicity Effects: A Pioneering Attempt at Measuring the Tendency of Agenda-setting Statements and Framing Interpretations to Produce Assumptions of Guilt*. ProQuest, 2009
- 33- المطيري ، عبدالرحمن بن نامي : دور القائم بالاتصال في ضوء نظرية تأثير الشخص الثالث، كلية الدعوة والإعلام المملكة العربية السعودية
Published by: ammar on
Dec
21, 2010
- 34- Salwen, Michael B. "Perceptions of media influence and support for censorship the third-person effect in the 1996 presidential election." *Communication Research* 25.3 (1998): 259-285.
- 35 - Richard M. Perloff, *A Three-Decade Retrospective on the Hostile Media Effect, Mass Communication and Society, Volume 18, 2015 - Issue 6. Pages 701-729*
- 36- Vallone, Robert P., Lee Ross, and Mark R. Lepper. "The hostile media phenomenon: biased perception and perceptions of media bias in coverage of the Beirut massacre." *Journal of personality and social psychology* 49.3 (1985): 577.
- 37-Gunther,A.C&Schmitt,k, *Mapping Boundaries of the hostile media effect, journal of communication,Vol.54,pp.55-70.*

- 38 -Prior, Marus. Post-Broadcast democracy: How Media Choice Increases inequality in Political Involvement & Polarizes Election, now yourk :Cambridge university Press, (2007), p.12.
- 39 - <https://ar.wikipedia.org/wiki>
- 40 - <http://www.psy-cognitive.net/vb/t3675.html>
- 41-Rosenberg, M. (1979). Conceiving the self: New York: Basic Books. Google Scholar
- 42- https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfberFwwKAdQHjpfYAaWnIS-geWXQTYQGWN9c_0k1YNvJD9-Q/viewform?usp=send_form
- 43- https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfIKtSpIFMErQTVgJiPYklGyll6DKQEAwzB2N1xb-MQQV90fA/viewform?usp=send_form
- 44- تم عرض الاستبيان على الأساتذة الآتي اسماؤهم
- د. رباب الجمال ، استاذ مشارك بجامعة الملك عبد العزيز .
- أ. د . محمد غريب ، استاذ بجامعة ام القرى .
- د. شعاع الجاسر ، استاذ مساعد بكلية الإعلام والاتصال
- أ.د. ماجدة غريب استاذ بقسم علم النفس ، كلية الآداب جامعة الملك عبدالعزيز.
- 45- إبراهيم ، محمد سعد: تعرض المراهقين للمحتوى غير المرغوب على الانترنت واتجاهاتهم نحو الرقابة الأسرية في إطار نموذج تأثيرية الآخرين ، المؤتمر العلمي الأول الأسرة والإعلام ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، ج 1 ، 2009، ص 116
- 46 - النمر ، مصطفى صابر : تعرض المراهقين للدراما الأجنبية بالفضائيات العربية وعلاقته بالانحرافات السلوكية لديهم ، دكتوراه غير مذكورة ، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، 2013 .
- 47- المطيري ، عبد الرحمن بن نامي : مرجع سابق
- 48- Hayee, Aliya Abdul, and Anila Kamal. "The Development of Third-person Effect Questionnaire and Media Exposure List in Local and Foreign Electronic Entertainment Media Context." Pakistan Journal of Psychological Research 29.1 (2014): 53.
- 49- Dohle, Marco, and Uli Bernhard. "Presumed online media influence and support for censorship: Results from a survey among German

parliamentarians." International Journal of Public Opinion Research
(2013): edt027.

50 -vallone,op.cit.

51- إبراهيم ، محمد سعد ، مرجع سابق ص ص111- 190 .

52 - السقا ، همت : إدراك الشباب الخليجي لمخاطر وسائل التواصل الاجتماعي ، دراسة في
تأثير الشخص الثالث

<https://units.imamu.edu.sa/Conferences/smumc/Documents>

53- علم النفس ، مقياس روزنبيرغ لتقدير الذات، <http://real-sciences.com>

54 - سالم ، صلاح : مرجع سابق ، ص 127 .

55 - مؤتمر الإعلام المعاصر بين حرية التعبير والإساءة إلى الدين ، مجلة الاصول
والنوازل ، 2009، ص 338 .

56 - سعود ، جمال عبده عبدالعزيز : أحكام المسؤولية الجنائية الدولية لجريمة ازدراء
الأديان ، مجلة جيل حقوق الإنسان ، مركز جيل البحث العلمي ، الجزائر ، 2016 ، ص

124