

جامعة مولود معمري تيزي وزو  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم العلوم الإنسانية  
فرع علوم الاعلام والاتصال



إيديولوجيات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على ازدياد الأديان  
دراسة وصفية تحليلية على الرأي العام العربي إزاء الإساءة إلى الرسول (ص) من  
خلال الفيس بوك

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال جماهيري والوسائط الجديدة

تحت إشراف الأستاذ الدكتور:

شفيق إيكوفان

إعداد الطالبتين:

صبرينة سليمان

منال تكلي

السنة الجامعية: 2021/2020

## شكر وعرفان

نتقدم بشكرنا وعرفاننا بداية ونهاية إلى الله عزوجل على توفيقه لنا ووهبنا القوة والإرادة والصبر لإكمال هذا العمل المتواضع ، كما نتقدم بخالص الشكر والامتنان إلى المشرف الأستاذ الدكتور "شفيق ايكوفان" على كل التوجيهات والمجهودات التي بذلها لمساعدتنا لإنجاز هذه العمل ، كما أتقدم بجزيل الشكر لجميع أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية خاصة أساتذة قسم الإعلام والاتصال على المساعدات التي قدموها لنا كما لا ننسى أن نشكر كل من قدم لنا يد العون سواء من قريب أو من بعيد.

# الإهداء

إلى من ....شجعني وحفزني على حب العلم وتحدي الصعب ..... والدي العزيز

إلى من ... باركت طريقي بصلاتها ودعواتها ... والدتي الغالية

إلى من ... مد لي يد العون والمساعدة .... إخواني الأعزاء

إلى كل من .... شاركني هموم البحث....أصدقائي

إليكم جميعا أهدي ثمرة جهدي المتواضع.

صبرينة سليمانى

# الإهداء

إلى أعلى ما أملك في الوجود ..... أمي العزيزة

إلى من اعتز وأفتخر به وقدوتي في العلم والعمل ..... أبي الغالي

إلى من قاسموني طعم الحياة ..... إخوتي وأخواتي كل باسمه

وإلى كل الأصدقاء الذين يذكرهم قلبي ولم يكتبهم قلبي

إليكم جميعا أهدي هذا العمل المتواضع.

منال تكلي

## Résumé

---

### Résumé :

la religion est un phénomène qui accompagne l'homme depuis le début de l'histoire humaine. par la suite, les recherches anthropologiques, archéologiques et sociales ont confirmé qu'aucun groupe humain n'a connu la religion.

Aujourd'hui, la religion a croyants des et des croyants, chaque religion est sacrée pour son peuple, Ils y voient la réalité du monde et sa fin.

Et avec notre ère, qui est l'ère des nouveaux médias, la religion est devenue un sujet populaire sur les sites de réseaux sociaux. D'ailleurs, ont provoqué des affrontements entre les différentes croyances et des chanoines contradictoires.

Cela a créé un affrontement et des polémiques entre les adeptes religions et empêcher les athées de recourent les différentes religions, Ce qui a créé des conflits entre les adeptes, D'ailleurs ce qui a fait né le mépris des religions à travers les sites de réseaux sociaux, En particulier, Face book, embrassons ce phénomène. D'ailleurs, on voyions toutes sortes d'insultes au prophète Mohamed et de l'Islam, que les prières et la paix de Dieu soient sur lui.

Par conséquent, dans notre étude, nous essaierons de répondre à la problématique oblématique de la façon dont les utilisateurs de Face book dans le monde arabe traitent le contenu offensant du Messenger de Dieu, que Dieu le bénisse et lui accorde la paix.

On cherche à connaître l'effet d'un phénomène le mépris des religions dans le monde arabe à travers Face book, et d'identifier la position des musulmans à leur égard et comment les lois et réglementations internationales envisagent ce phénomène entre la liberté de l'expression.

Pour cela notre étude est basée sur la méthode d'étude de cas, Ce qui était approprié pour notre étude car nous nous sommes appuyés sur l'échantillon de l'étude, qui se composait de 200

échantillons d'utilisateurs de Face book dans le monde arabe Où nous l'avons vu s'aligner avec

le sujet de notre étude s'est également appuyé sur les outils d'observation et le questionnaire pour la collection les données et informations qui servent notre sujet, Nous avons constaté que la majorité de l'échantillon de recherche soutient

## Résumé

---

le respect des religions et des différences et le respect de la liberté de croyance des autres.

Mais en même temps, ils ont fait de leur religion une ligne rouge, surtout les musulmans qui les sanctifient leur religion et le prophète Mohamed, et ils remarqués que l'islam comme la religion la plus attaquée,

Ceci est voulu de la part de l'administration de Face book, et nous avons également constaté que l'effet sur les utilisateurs Face book par ceux qui méprisent la religion ne dépasse pas l'interaction, ils ne changent pas

Le Leurs croyances, mais les poussent à les défendre.

## خطة الدراسة

### الإطار المنهجي

- 1- الإشكالية
- 2- تساؤلات الدراسة
- 3- أسباب اختيار الدراسة
- 4- أهداف الدراسة
- 5- أهمية الدراسة
- 6- منهج الدراسة و أدواته
- 7- مجتمع البحث وعينة الدراسة
- 8- تحديد المفاهيم والمصطلحات الدراسة
- 9- خلفية النظرية للدراسة
- 10- الدراسات السابقة

قائمة مراجع الجانب المنهجي

### الإطار النظري والتطبيقي

## الفصل الأول: المعتقدات الدينية وحقوق الإنسان

### تمهيد الفصل

- المبحث الأول: مفهوم المعتقدات الدينية وخصائصها
- المطلب الأول: تعريف المعتقدات الدينية وأنواعها
- المطلب الثاني: خصائص المعتقدات الدينية
- المطلب الثالث: التنوع الديني ومسألة الثقافة الإسلامية
- المبحث الثاني: المعتقد الديني كحق إنساني قانوني

المطلب الأول: علاقة الدين بالحق الإنساني

المطلب الثاني: الحماية القانونية لحق الدين

المطلب الثالث: العلاقة بين الاعتقاد الديني وحرية الرأي

خلاصة الفصل

قائمة مراجع الفصل

الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي وحوار الأديان

تمهيد الفصل

المبحث الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي وأنواعها

المطلب الأول: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي وتطورها

المطلب الثاني: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: حوار الأديان عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: خصوصيات الحوار الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني: آليات التواصل الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث: تكوين الرأي العام الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي

خلاصة الفصل

قائمة مراجع الفصل

الفصل الثالث: ازدياد الأديان عبر الفيس بوك بين حرية الرأي وإقصاء الآخر

تمهيد الفصل

المبحث الأول: مفهوم ازدياد الأديان

المطلب الأول: تعريف ازدياد الأديان

المطلب الثاني: آليات وطرق ازدياد الأديان

المطلب الثالث : استخدام الفيس بوك في ازدرء الأديان

المبحث الثاني: التكيف الحقوقي لازدرء الأديان

المطلب الأول: الاتجاه المساند لحرية التعبير في ازدرء الأديان

المطلب الثاني:الاتجاه المعارض لحرية التعبير في ازدرء الأديان

المطلب الثالث : موقف الجمهور الفيس بوك المساند لازدرء الأديان

خلاصة الفصل

قائمة المراجع الفصل

**الفصل الرابع: النتائج واستنتاجات الدراسة نتائج العلمية**

المبحث الأول: النتائج والاستنتاجات

المطلب الأول: النتائج

المطلب الثاني: الاستنتاجات

المبحث الثاني: البدائل المقترحة

قائمة المراجع

الملاحق

الفهرس

# الإطار المنهجي

## الإطار المنهجي:

- 1- إشكالية الدراسة والتساؤلات
  - 2- أسباب اختيار الدراسة
  - 3- أهمية الدراسة
  - 4- أهداف الدراسة
  - 5- منهج الدراسة وأدواته
  - 6- مجتمع البحث وعينة الدراسة
  - 7- تحديد المفاهيم والمصطلحات
  - 8- الدراسات السابقة
  - 9- خلفية النظرية للدراسة
- قائمة المراجع الجانب المنهجي

### 1-الإشكالية:

يعتبر الدين ظاهرة صاحبت الإنسان منذ فجر التاريخ إلى اليوم، فرغم المزاعم التي نشرت من طرف بعض علماء الأديان والفلاسفة على انه حالة طارئة على البشرية كما قال فولتير وغيره إلا أنه مع أواخر القرن الثامن عشر تبين أن الدين موجود في المجتمعات والحضارات وذلك بفضل الرحلات التي قام بها الباحثون خارج أوروبا واكتشاف مختلف العقائد والأساطير المختلفة لدى الشعوب الأخرى، ولقد عبر معجم لاروس للقرن الواحد والعشرون على أن الدين هو غريزة في الإنسان (دراز ، بدون سنة ، ص 82)

والأديان في عصرنا متعددة وكثيرة، وذلك خلق صعوبة في تعريف الدين بسبب اختلاف طبيعة تلك الأديان ومكوناتها، لكن المتخصصون في علم الأديان ومقارنة الأديان وضعوا تصنيفات علمية لها، من أجل تمييزها وتسهيل دراستها ومناقشتها .

ومن أهم التصنيفات، تصنيف الأديان إلى أديان تعددية وأخرى توحيدية ولقد وضعت الأديان الإبراهيمية، أي اليهودية، المسيحية، والإسلام تحت مظلة الأديان التوحيدية هذه الأديان الثلاث التي لها أتباع بكثرة ولها شهرة على المستوى العالمي (النشار، 2015، ص 38)

وعندما نقول توحيدية فليس بمعنى أن لها نفس العقيدة بل لأنها تحمل مضامين تعكس الإله الشخصي والموجود مثلا في أديان الهند، هذا الإله والعقيدة التي جاء بها تختلف بين الأديان الثلاث، فمثلا المسيحية ترى أن المسيح له جوهر مساوي لله، الله الذي هو الأب والمسيح يسوع الابن" الذي انبثق منه كالنور في الأزل، عكس الإسلام الذي يرى أن المسيح بشر لا يساوي الله ولا ينبثق منه . (أبو زهرة، 1404، ص 120)

هناك اختلافات أخرى لا يسمح المقام بذكرها فهذه الاختلافات والتناقضات، طرحت مسألة الأديان على الحقيقة، وخلقت نقاشا وبحثا بين المتخصصين من العلماء والفلاسفة.

وتم تخصيص مخابر مخصصة لذلك، لكن مع ظهور الإعلام الجديد الذي هو في متناول كل الفئات الاجتماعية وأصحاب الأهداف الإيديولوجية، أصبحنا نلاحظ تناولا للدين على مواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص لاحظنا ذلك على مستوى الفيس بوك مما سمح للجميع التكلم على الدين، حيث يتم نشر أحكام وتحليلات ليست حتى للمتخصصين في المجال، مما خلق نقاشات أقرب إلى الخطأ والجدل، كما كانت فرصة لأصحاب الإيديولوجيات والخلفيات المتعصبة لنشر أفكارهم، مما جعل ظاهرة الازدراء تركز على الأديان، فالخلفية الفكرية والإيمانية تؤثر سلبا على تناول الموضوعي للأديان، فكانت للمنشورات والتعليقات هجوم عاطفي وإيديولوجية على الدين المخالف ككل من طرف الملحدون والإداريين ولقد كان للإسلام نصيب كبير من التهجيم خاصة على الرسول محمد صلى الله عليه وسلم من خلال منشورات مختلفة، وعن طريق الفيديو والتمثيل بالله والرسول الكريم أو عبر الرسومات الكاريكاتورية والمنشورات المكتوبة .

وباعتبار أن المجتمع العربي على العموم هو مجتمع مسلم فقد كانت له ردة فعل على هذه الإساءة والازدراء، لأنها تهجم على دينهم المقدس ونبيهم، فسادت حالة من الغضب في جميع الدول العربية بسبب الإساءات المتواصلة ضد المسلمين والنبي صلى الله عليه وسلم والهجوم على مشاعر المسلمين بالإساءة إلى الرموز الدينية ولشخص الرسول صلى الله عليه وسلم، وهذا ما أساء للعلاقات وغذى مشاعر الكراهية، ففي الهجمات الأخيرة التي شنت على الرسول الكريم في فرنسا سادت حالة من الغضب الشعبي في جميع أنحاء العالم العربي، فقد تفاعل نشطاء بشكل كبير عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعي ردا على تلك الصورة وتصريحات رئيس فرنسا ايمانويل ماكرون المستنزة للمسلمين، أين انتشرت عدة رسوم عبر فيها المسلمون عن غضبهم من تصريحات الرئيس الفرنسي كان أبرزها "رسولنا خط احمر" و"إلا رسول الله" "فرنسا وماكرون يسيء للنبي صلى الله عليه وسلم". تطاول، استهزاء، إيذاء، سب، شتم، تجريح، سخرية، مغالطات .

مسلسل من حلقات وعناوين حاقدة لا تتقطع على مقام رسول الله صلى الله عليه وسلم، وضغائن وكراهية الأمس مع الرسول الله صلى الله عليه وسلم تتكرر وتتولى اليوم وفي الغد ولمعرفة طبيعة تفاعلهم وتعاطيهم مع الموضوع سنقوم بدراسة ذلك من خلال ما ينشر على الفيس بوك من ازدراء للدين الإسلامي ورسوله.

انطلاقاً مما سبق يمكن طرح التساؤل التالي: كيف يتفاعل مستخدمو الفيس بوك في الوطن العربي مع المضامين الإيديولوجية المسيئة للرسول صلى الله عليه وسلم؟

### التساؤلات الفرعية:

-كيف ينظر مستخدمو الفيس بوك إلى التنوع الديني؟

-ماهي خصوصيات الحوار الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي ( الفيس بوك )؟

-كيف يكون الرأي العام الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

-ما أليات إستخدام الفيس بوك في إزدراء الأديان؟

-ما نظرة جمهور الفيس بوك إلى ظاهرة الإساءة للرسول الكريم؟

## 2- أسباب اختيار الدراسة:

يرجع اهتمامنا بهذه الدراسة إلى جملة من الأسباب فمنها الذاتية والأخرى الموضوعية :

- الذاتية:

- الفضول والميل إلى معرفة الكثير عن الدراسة والتعمق فيها.

-اهتمامنا الشخصي بمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على ازدياد الأديان في العالم

العربي ومدى تناولها لموضوع الإساءة إلى الرسول صلى الله عليه وسلم.

- الرغبة في الاطلاع على كيفية تناوله، كون موضوع الإساءة للرسول الأكرم متداول

بقوة في العالم العربي .

- الرغبة في تسليط الضوء على هذه الدراسة وإعطائها بعد واسع وفتح مجال للمناقشة.

- الرغبة في الاطلاع على مختلف آراء ونظرة مواقع التواصل الاجتماعي للإساءة

للسول صلى الله عليه وسلم باعتبارنا بلد إسلامي.

- حب المعرفة العلمية والرغبة في اكتساب بعض المعلومات حول موضوع

إيديولوجيات مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على ازدياد الأديان في العالم العربي.

الاهتمام بالمواضيع الآنية وهذا الموضوع يعتبر كذلك كونه من الأحداث المتجددة عبر

هذه المنصات الالكترونية.

- الموضوعية:

-كون موضوع الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم ومدى تناوله عبر مواقع التواصل

الاجتماعي حديث الساعة،وعرف تطورا كبيرا والدليل على ذلك تناوله في مختلف

الوسائل الإعلام.

-الضجة الكبيرة التي خلقتها مواقع التواصل الاجتماعي في تأثيرها على ازدياد الأديان

مما أدى إلى حدوث انفعال في العالم العربي .

- اختلاف في الآراء والمواقف حول موضوع الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم في العالم العربي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي خاصة منها الفيس بوك .

- تزويد مكتبتنا بدراسة تكون بمثابة أرضية خصبة تمهد لدراسات جديدة .  
- تطبيق الإجراءات المنهجية المكتسبة خلال المسار الدراسي في شكل بحث علمي منظم .

- جدية الموضوع من خلال الوقوف على التأثير الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي في استخفاف الأديان .

### 3- أهمية الدراسة :

إن لكل موضوع علمي مدروس أهمية تدفع بالباحث إلى تناوله بطرق وأساليب منهجية مختلفة ،وموضوع دراستنا وكغيره من الدراسات له أهمية خاصة يمكن تلخيصها فيما يلي :

- لحدثة موضوع الإساءة إلى الرسول صلى الله عليه وسلم وتزايد الاهتمام به .  
- التوغل في موضوع حساس ألا وهو إيديولوجيات مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على ازدياد الأديان .

- الرغبة في تناول المواضيع الحديثة التي تشكل تحديا وتوسيع المعارف من خلاله .  
- خلق إضافة علمية لأحد المواضيع الحديثة وفتح المجال أمام الباحثين للتوسع الحر في الدراسة .

- استعراض الهجمات الشرسة التي تتعرض لها الأديان السماوية وأثارها المختلفة على جميع الأطراف .

### 4- أهداف الدراسة :

لكل بحث علمي أهداف يسعى الباحث لتحقيقها وفي بحثنا سنحاول أن نلقي الضوء على جوانب الموضوع حيث تتمثل الأهداف في ما يأتي:

- التعرف على مواقف وأثر ظاهرة استحقار الأديان في العالم العربي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ظل الضجة الكبيرة لموقع الفيس بوك .
- التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك في ازدياد الأديان في العالم العربي وموقف العرب المسلمون من ذلك .
- موقف القوانين والأحكام الدولية من ظاهرة الإساءة للأديان بين حرية الرأي وضبط الآخر.

#### 5- منهج الدراسة وأدواته:

#### 5-1- المنهج:

إن اختيار المنهج يلعب دوراً وأهمية بالغة في نجاح البحث العلمي فهو عبارة عن عرض مفصل ودراسة معمقة.

المقصود بالمنهج العلمي الذي يمكن تعريفه بأنه تحليل منسق وتطعيم للمبادئ والعمليات العقلية والتجريبية التي توجد بالضرورة في البحث العلمي أو ما تؤلفه بنية العلوم الخاصة (العسكري، 200، ص1)

إن طبيعة الموضوع المدروس تفرض على الباحث نوعاً معيناً من المناهج لفهم وتحليل الظاهرة المدروسة ومحاولة الإجابة على التساؤلات المطروحة وهذا باعتباره الوسيلة التي تتوصل بها إلى مظهر من مظاهر الحقيقة.

تتدرج دراستنا ضمن البحوث الوصفية التحليلية واعتمدنا المنهج المسحي الذي يعرف بأنه " التجمع المنظم للمعلومات من المبحوثين بهدف فهم أو التنبؤ بسلوك المجتمع محل الدراسة.

وهو أيضاً أداة يقوم من خلالها الباحث بدراسة المجتمع ككل للتعرف على خصائصه أو بدراسة عينة منه ( العيسوي، 1997، ص258)

وقد اخترنا هذا المنهج لاعتقادنا أنه الأصلح لمثل هذه الدراسة، حيث أن ظاهرة الإساءة إلى الرسول محمد صلى الله عليه وسلم اعتبرناها حالة منفردة من الحالات الكثيرة للإساءة للأديان وخصصناها بتطبيق منهج دراستنا عليها.

## 5-2- أدوات الدراسة :

أما فيما يخص أدوات البحث وتقنياته والتي يمكن اعتبارها كوسائل تسمح بجمع المعطيات من الواقع. (أنجيس، 2006، ص107)

ولقد اعتمدنا على أداتين وهما الملاحظة والاستمارة لأنهما الأدوات التي تمكننا من جمع المعلومات المتعلقة بالمبجوثين بشكل معمق.

### 1- الملاحظة:

تعتبر الملاحظة من أهم أدوات البحث العلمي لكونها تتيح للباحث تفحص الجوانب المبحوثة في الظاهرة عن قرب في إطار ظروفها الطبيعية العادية غير المصطنعة، بفعل أن عملية المشاهدة تجري في بعض الحالات دون أن يعلم المبحوثن أنهم محل فحص وأن تصرفاتهم موضع مراقبة (بن مرسل، 2010، ص204)

قبل الشروع في دراستنا لاحظنا انتشار كبير لآذراء الأديان على مختلف مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيس بوك الذي أصبح مسرحا للتراشق بين مستخدميه على اختلاف معتقداتهم وأديانهم والإساءة للأديان وللرسول الأكرم، فهذه الملاحظة هي التي دفعتنا للقيام بهذه الدراسة .

وقد اعتمدنا ملاحظة المنظمة ويحدد فيها الباحث الحوادث والمشاهدات والسلوكيات التي يريد أن يجمع عنها المعلومات، وهي النوع المضبوط من الملاحظة العلمية حيث تخضع لدرجة عالية من الضبط العلمي بالنسبة للملاحظ ومادة الملاحظة. (عطوي، 2007، ص121)

أثناء توزيع الاستمارة لاحتضنا تفاعل وتجاوب كبير للمبحوثين حول موضوع دراستنا وعبروا عن اهتمامهم لمثل هذه المواضيع كونها انية، وكانت لهم ردود مختلفة حول الأسئلة المطروحة في الاستمارة.

### 1- الاستبيان:

هو قائمة تتضمن مجموعة من الأسئلة محددة بدقة، ترسل إلى عدد كبير من أفراد المجتمع، الذين يكونون العينة الخاصة للبحث ويعرف أحيانا أنه صحيفة تحتوي على مجموعة من الأسئلة التي يرى الباحث أن إجابتها تفي بما يتطلبه الموضوع بحثه من بيانات ترسل بالبريد إلى الأفراد الذين يتم اختيارهم على أسس إحصائية يجيبون عليها.

ويعتبر الاستبيان من أهم وأدق طرق البحث وجمع المعلومات في علوم الإعلام والاتصال وخاصة بحوث دراسة حالة، الاستبيان في أبسط صورته هي عبارة عن الأسئلة المحددة يعرض على عينة من الأفراد ويطلب منهم الإجابة عنها كتابيا، فلا يتطلب شرحا شفويا مباشرا أو تفسيريا من الباحث وتكتب الأسئلة أو تطبع على ما يسمى استمارة استبيان. (إبراهيم، 2000، ص165)

وفي دراستنا الحالية إرتأينا تقديم استمارة استبيان لمساعدتنا في الحصول على المعلومات والبيانات بما يتوافق مع الدراسة أجريناها فقد شمل الاستبيان الإلكتروني على 200 مفردة من مستخدمي الفيس بوك في العالم العربي، والتي تمثل عينة دراستنا، والمتكون من 4 محاور رئيسية و38 سؤال.

### 6- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

#### 1-6 - مجتمع البحث:

هو مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي. (أنجيس، 2006، ص298)

ويتمثل مجتمع بحثنا في هذه الدراسة في جميع مستخدمي الفيس بوك في الوطن العربي بغض النظر عن جنسهم أو سنهم، ونظرا لإتساع مجتمع البحث ارتأينا اللجوء إلى أسلوب العينة.

## 6-2 عينة الدراسة:

يمكن تعريف العينة بأنها: نموذجاً يشمل جانبا أو جزء من وحدات المجتمع الأصل المعني بالبحث، تكون ممثلة له بحيث تحمل صفاته المشتركة وهذا النموذج أو الجزء يعني بالباحث عن دراسة كل وحدات ومفردات المجتمع الأصل، خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل تلك الوحدات (قنديلجي، 1999، ص137)

وقد قمنا باختيار العينة القصدية، ويقصد بالعمدية أن الباحث يعتمد أن تتكون العينة من وحدات بعينها لتوفر خصوصيات في هذه الوحدات يجعلها تمثل تمثيلا صحيحا المجتمع الأصلي، فقد يختار الباحث مناطق محددة يرى أنها تتميز بخصائص ومزايا إحصائية تمثيلية للمجتمع. (أبراش، 2009، ص253).

حيث قمنا برصد الأشخاص الأكثر تفاعلا مع ظاهرة الازدراء الأديان والإساءة إلى الرسول صلى الله عليه وسلم عبر الفيس بوك وقمنا باستهدافهم إلكترونيا من خلال الاستبيان وقد حددنا عينتنا ب200 مفردة والتي تمثل جزء مجتمع البحث الكلي، حيث وزعنا استمارة استبيان على 200 مفردة موزعة على الأشخاص المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك في العالم العربي عن طريق مجموعات وصفحات الفيس بوك ومشاركتها مع الأصدقاء، وحرصنا على استرجاع 200 استمارة كاملة وإجابة المبحوثين عليها لإستخراج النتائج المختلفة، وخلال دراستنا الميدانية والاستمارات الموزعة إلكترونيا على المبحوثين استخلصنا البيانات الشخصية لكل مبحوث من خلال الجداول الآتية :

تفريغ البيانات الشخصية:

لا يمكن أن نقوم بأي بحث علمي دون أن نعرج على محور البيانات السيسيويدمغرافية فهو يساعد الباحث على تقسيم مجتمع البحث كما يساعد على معرفة العينة التي تعامل معها الباحث خاصة من حيث الجنس، وسنرى لاحقا بقية البيانات التي تكمن في السن والمستوى التعليمي .

الجدول رقم(01): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

المتغير	التكرار	النسبة %
ذكر	99	49,5
أنثى	101	50,5
المجموع	200	%100

نلاحظ من خلال الجدول(01)الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس، حيث نجد نسبة 50,5 % كانت لصالح الإناث، و نسبة 49,5% لصالح الذكور .

ويعود ذلك لتفاعل الكبير من طرف الإناث للموضوع المدروس ، حيث كانت نسبة الإناث والذكور متقاربة جدا وإلى حد كبير كون موضوع إزدراء الأديان موضوع حساس جدا وأصبح يشهد تصعيدا غير مسبوقا خاصة للإساءة للرسول الكريم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك).

الجدول رقم (02): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

المتغير	التكرار	النسبة %
من 15 إلى 30	140	70
31 إلى 40	43	21,5
41 فما فوق	17	8,5
المجموع	200	100%

من خلال الجدول (02) الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن ،حيث أن نسبة 70% كانت للفئة العمرية فوق ( من 15 إلى 30 سنة)، ونسبة 21,5 % كانت للفئة العمرية (من 31 إلى 40 سنة)، ثم تليها نسبة 8,5 % للفئة العمرية (41 سنة و فما فوق) .

ويرجع ذلك إلى أن هذه الفئة العمرية أكثر إستخداما لموقع الفايسبوك وحبهم للتطلع على كل المستجدات وأخر المواضيع المتداولة، وخاصة المواضيع الدينية

الجدول (03): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

المتغير	التكرار	النسبة %
غير متعلم	0	0
ابتدائي	0	0
متوسط	12	6
ثانوي	21	10,5
جامعي	129	64,5
دراسات عليا	38	19
المجموع	200	100%

من خلال الجدول (03) الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي نلاحظ أن أعلى نسبة كانت لمستوى جامعي والتي بلغت 64,5 % ثم المستوى دراسات العليا

بنسبة 19% يليه مستوى الثانوي بنسبة 10,5%، في حين أن نسبة 6% كانت لمستوى المتوسط، وأخيرا بنسب معدومة للمستويين غير المتعلم والابتدائي 0% وهذا راجع إلى السنوات الأخيرة التي اجتاح الجامعيون فيها مواقع التواصل الاجتماعي بغية المعرفة، ومواكبة التكنولوجيا، وحب رفع الراد المعرفي وكذلك الفضول العلمي لدى الطلبة الجامعيين.

### 7- تحديد مفاهيم و مصطلحات للدراسة:

وتقاس جودة أي دراسة أكاديمية بمدى استخدامها لمفاهيم ومصطلحات يستخرجها الباحث من النظرية التي تبناها والإشكالية التي طرحها، إذ تمثل المفاهيم المفتاح العلمي التي تقوم عليها الدراسة، رغم وجود بعض الاختلافات وتباينات الباحثين حولها، ونحن في دراستنا هذه نتطرق أولا إلى إلقاء نظرة ولو موجزة على المفاهيم الأصلية الموجودة لدى الباحثين ثم نتطرق بعد ذلك إلى محاولة تجسيدها وإعطائها تعريفا إجرائيا.

#### 1- الإيديولوجيا:

تعود كلمة الإيديولوجيا في أصلها اللغوي إلى الأصل اليوناني، فهي كلمة مؤلفة من جزأين هما Idea وتعني فكرة، وكلمة logos وتعني علم، فتكون الترجمة الحرفية لكلمة Ideology الإيديولوجيا هي علم الأفكار، بمعنى العلم الذي يهتم بدراسة المنظومات الفكرية التي أبدعها الإنسان عبر التاريخ وعلى فترات معينة و في مختلف المجالات، ويعتبر الفيلسوف الفرنسي "ديستوت دي تراسي" أول من ابتكر هذه الكلمة .

وقصد دي تراسي بالإيديولوجيا ذلك العلم الذي يدرس الأفكار بالمعنى الواسع أي مجمل واقعات الوعي من حيث صفاتها وقوانينها وعلاقتها بالعوامل التي تمثلها لاسيما أصلها.

تعرف الإيديولوجيا أنها تصور منظومي أو شبه منظومي لمجموعة من الحلول المقترحة كعلاج لمشاكل الجماعات أو إحدى المجتمعات على حسب هذا التعريف الإيديولوجيا هي مجموعة من الأفكار المنظمة الناتجة عن تصورات الجماعة المنتج لها .

هذه الأفكار تقدم مجموعة من الحلول للمشاكل التي تواجه هذه الجماعات في الحياة (قروني، 2017، 2018، ص ص 8،9)

**التعريف الإجرائي:** الإيديولوجيا: هي مختلف الخلفيات الفكرية التي تصب في الرأي و الموقف الواحد الذي يقصي الآراء الأخرى، وقصدت في الدراسة الخلفية الفكرية الدينية.

**2-مواقع التواصل الاجتماعي:** هو مصطلح يشير إلى تلك المواقع على شبكة الانترنت والتي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب ،بحيث تتيح التواصل بين مستخدميها في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفقا لاهتمامهم أو انتماءهم، جامعة،صحافة،بلد، شركة الخ (شمو،2002،ص 228)

**التعريف الإجرائي:** هي إحدى تطبيقات شبكات الانترنت التي تسمح لمستخدميها التواصل مع الآخرين وتمنحهم خدمات متعددة في مختلف المجالات والتي يمكن مشاركتها والتفاعل من خلالها مع الآخرين،فهي ألغت كل الحواجز الجغرافية التي كانت من قبل تعرقل الأفراد من معرفة الثقافات واكتساب مختلف الخبرات، ولقد حددنا في دراستنا " الفيس بوك".

### 3- مفهوم القيم:

-**القيمة لغة:** الثمن الذي يقاوم به المتاع أن يقوم مقامه والجمع القيم، وقيمة الشيء قدره وقيمة المتاع ثمنه ومن الإنسان طوله قيم ويقال ما لفلان قيمة ما له ثبات ودوام على الأمر.

والقيم مأخوذ من الاستقامة، يقال: أقيمت الشيء وقومته فقام أي استقام، ومن قوله تعالى: (فيها كتب قيمة ) أي: مستقيمة تبين الحق بين الباطل على استواء وبرهان.

- **واصطلاحاً:** هي حكم يصدره الإنسان على شيء مامهتدياً بمجموعة المبادئ والمعايير التي ارتضاها الشرع، محدداً المرغوب فيه والمرغوب عنه من السلوك (الزبيدي، 2018، ص 17، 16)

- **التعريف الإجرائي:** القيم صفات ومعان تختلف بحسب ما تتسبب إليه، فقد تكون فكرية أو سلوكية أو غيرها، وهي ذاتية في الأشياء، ولذا فهي ثابتة ومطلقة لا تتغير بتغير الظروف أو باختلاف من يصدر الحكم عليها.

ويقصد بها في دراستنا مجموعة المبادئ الأخلاقية المتفق عليها، والنابعة من تعاليم الدين والعادات والتقاليد والتي تحظى بحماية قانونية أيضاً.

#### 4- ازدراء الأديان:

عرف المشرع الإماراتي ازدراء الأديان، بأنه كل فعل من شأنه الإساءة إلى الذات الإلهية أو الأديان أو الرسل أو الكتب السماوية أو دور العبادة وفقاً لأحكام هذا المرسوم بقانون .

- **التعريف الاصطلاحي:** قدم بعض الباحثين تعريفاً لازدراء الأديان بالاعتماد على التشريعات التي أشارت إليه بجد من العمومية والتجريد، إذ عرفه بعض الباحثين بأنه "كل تعدي على الدين أو ملة من شأنه إيلا م عواطف معتقي ذلك الدين أو تلك الملة والإهانة تقع هنا على الشعور الديني لأن الدين لا ينجرح أو يهان . (عبد الحمزة ، بدون سنة ، 256)

- **التعريف الإجرائي:** أما إجرائياً: فيقصد به تلك الإساءة التي وجهت إلى الرسول محمد صلى الله عليه وسلم من خلال مختلف المنصات الإلكترونية وحتى بعض القنوات التلفزيونية و الجرائد و المجلات.

## 8- الدراسات السابقة:

**الدراسة الأولى:** بعنوان الإساءة لنبي الإسلام صلى الله عليه وسلم في وسائل التواصل الاجتماعي وسبل مواجهتها، للدكتور رضا عبد الواحد أمين - 2013

### - التساؤلات:

- ما مدى توفر الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم في مواقع التواصل الاجتماعي ؟

- ما دوافع وأسباب الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم في مواقع التواصل الاجتماعي؟

- كيف يتعامل مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي مع الإساءات المتكررة للرسول صلى الله عليه وسلم ؟

- ما تأثير تكرار الإساءات الموجهة إلى الرسول صلى الله عليه وسلم عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

- ماهي حقوق الرسول صلى الله عليه وسلم على الإعلاميين ومستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من المسلمين ؟

- **منهج الدراسة:** تعتمد هذه الدراسة على المنهجي المسحي والمنهج الاستنباطي و الاستقرائي

- **نتائج الدراسة :**

1- بينت الدراسة أن هناك أنواعا من الإساءات التي تعرض لها النبي الكريم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فهي من حيث الوسيط المستخدم توجد إساءات بالنص المكتوب في مواقع تواصل مثل توتير، وإساءات بالصور والرسوم في مواقع التواصل التي تدعم انتشار هذا الوسيط ، وإساءات في شكل ملفات فيديو بالصوت والصورة في مواقع أخرى مثل يوتيوب، وأن هذه المواقع جعلت من عملية الإساءة عملية سهلة يسيرة لمن جنحت أخلافهم عن الصواب.

2-خلصت الدراسة إلى أن الإساءة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تنوعت - بالقياس إلى حجمها - إلى إساءة بالغة كالطعن في عرض النبي المكرم. وأن الحقد والكراهية هي المحرك لهذا النوع من الإساءات، وإساءة أقل كمخاطبة الرسول الكريم بما لا يليق كنبي ذي مقدار عظيم.

3-كشفت الدراسة عن أسباب انتشار الإساءة للرسول في مواقع التواصل الاجتماعي، وكان من أهمها: صعوبة الرقابة على ما ينتشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وسهولة آليات الهروب من المساءلة القانونية،حيث يعمد البعض إلى إنشاء حسابات افتراضية على مواقع التواصل الاجتماعي بأسماء وهمية أو أسماء مستعارة، أو التدوين عبر حسابات في مناطق مختلفة من العالم .

#### - تقاطع الدراسة :

- أوجه التشابه:تتلاقى دراستنا مع هذه الدراسة كونها تتشابه مع موضوع الإساءة لنبي الإسلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- أوجه الاختلاف:الاختلاف من حيث المنهج والتساؤلات.

- أوجه الاستفادة: تعتبر هذه الدراسة دليل علمي لجأنا إليه في دراستنا ، فكلاهما يعالجان قضية واحدة وهي قضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم في مواقع التواصل الاجتماعي والهدف هو التعرف على أسباب الإساءات الموجهة للنبي "ص" ودوافعها والتعرف على ردود فعل المسلمين حول الإساءة لنبي صلى الله عليه وسلم (أمين ، 2013) .

- الدراسة الثانية: بعنوان فضائيات الإعلام وفوبيا الإسلام دراسة تحليلية وصفية لفاطمة باحمان 2017-2018

-الإشكالية: ما دور الإعلام الفضائي في تنامي ظاهرة الإسلاموفوبيا في المجتمعات الغربية ؟ وتحديدًا : كيف ساهمت قناة France 24 من خلال برنامج في فلك الممنوع في تسويق الإرهاب من الإسلام ؟

- منهج الدراسة: اعتمدت على المنهج المسحي، البحوث الوصفية .

-عينة الدراسة: عينة قصدية

-أدوات الدراسة: أداة تحليل المضمون

- نتائج الدراسة :

1- كشف الحجم الساعي المخصص لعينة الدراسة في مالا يعزب عن 525,35 دقيقة عن اهتمام قناة france24 كإعلام وافد بتغطية الشؤون الداخلية لشعوب المنطقة العربية، في خطوة لإثبات تأثير الخطاب الفرنكوفوني في ظل التنافس مع القضائيات الانجليزية في إطار سياسة الاحتواء الإعلامية .

2- ساهم تغليب اللغة العامية على اللغة الأكاديمية (الفصحى) في سيولة الخطاب الإعلامي الموجه للجمهور العربي خدمة لأهداف القناة العلمانية، و هنا يتضح قدرة القناة

من خلال البرنامج عينة الدراسة، في تبوء مكانة هامة في الساحة الإعلامية في وقت قياسي ، لاستثمارها في السوق الجماهيرية.

3-أوضحت الدراسة تداول لغة التخاطب العامية بكثافة مقارنة باللغة العامية، في إشارة إلى عناية البرنامج بمؤشر اللغة الإعلامية المكيفة حسب طبيعة العمل الإعلامية، ومستويات الجمهور التفاعلية.

#### - تقاطع الدراسة :

- أوجه التشابه: تشابهت من حيث العينة و البحوث كون بحثنا تمثل في البحوث الوصفية

- أوجه الاختلاف: اختلفت من حيث المنهج والإشكالية والأداة (باحمان، 2017، 2018)

- الاستفادة من الدراسة: فهم ظاهرة الإسلاموفوبيا.

الدراسة الثالثة: بعنوان خطاب الكراهية في شبكة الفيسبوك في الأردن لناصر الرحامنة 2018 م دراسة مسحية .

- مشكلة الدراسة: ما سمات خطاب الكراهية في المجتمع الأردني عبر شبكات التواصل الاجتماعي خصوصا الفيس بوك ؟

#### أسئلة الدراسة :

- 1- ما مفهوم أشكال الكراهية المتداول عبر شبكات التواصل الاجتماعي ؟
- 2- ما الآثار الناجمة عن انتشار خطاب الكراهية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك؟

3-ما الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي اتجاه خطاب الكراهية والعنف المجتمعي ؟

4-ما تأثير خطاب الكراهية عبر الفيس بوك على منظومة القيم الدينية والاجتماعية والثقافية للشعب الأردني ؟

5-ما دور مؤسسات المجتمع المدني وخاصة المؤسسات الدينية والإعلامية في محاربة الفكر المنطوري؟

-منهج الدراسة: اعتمدت على المنهج الوصفي .

- أدوات الدراسة: الإستبانة .

- نتائج الدراسة:

1- مفهوم أشكال الكراهية المتداول عبر شبكة الفيسبوك، اختلفت وتعددت حيث جاءت في مقدمتها تشويه الحقائق أو تكذيبها، وتليها عدم القبول بالاختلاف مع الآخرين "

وأظهرت نتائج اختبار الفرضيات عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) فأقل في مفهوم أشكال الكراهية المتداول عبر شبكة الفيسبوك تبعا لمتغيرات (الجنس،الفئة العمرية،المؤهل الدراسي)غير أن هذه الفروق تظهر تبعا لمستوى الاستخدام، أي عند الذين زاد استخدامهم لشبكة الفيسبوك من أربع ساعات فأكثر، أو لصالح فئة أقل من ساعة واحدة .

2- وفي الآثار الناجمة عن انتشار خطاب الكراهية عبر شبكة الفيسبوك فقد أظهرت النتائج أن هذه الشبكات تعمل على إثارة الفتن بين مكونات المجتمع وتؤدي إلى الفرقة والتناحر، وأنها تفقد المجتمع وتماسكه الداخلي فيصبح ضعيفا أمام الأزمات .

3- وفيما يتعلق بتأثير خطاب الكراهية عبر الفيسبوك على منظومة القيم الدينية والاجتماعية والثقافية للشعب الأردني، فقد أظهرت النتائج أن هذا الخطاب قد يؤدي إلى التطرف والتناحر الديني والمذهبي، ويضعف التكافل الاجتماعي بين الناس .

4- وأظهرت نتائج اختبار الفرضيات عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فأقل فتنة في تأثير خطاب الكراهية عبر الفيسبوك على منظومة القيم الدينية والاجتماعية والثقافية للشعب الأردني تبعاً لمتغيرات (الجنس، الفئة العمرية، المؤهل الدراسي، ومعدل استخدام الفيسبوك )

#### - تقاطع الدراسة :

- أوجه التشابه: تشابهت دراستنا مع هذه الدراسة نوعاً ما كونها تناولت موضوع الكراهية في شبكة الفيسبوك وأداة الدراسة .

- أوجه الاختلاف: اختلفت من حيث الأسئلة والمنهج والعينة والتساؤلات.

- الاستفادة من هذه الدراسة: ن التعرف على آثار انتشار خطاب الكراهية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك والدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي سواء في نشر خطاب الكراهية والعنف المجتمعي أو الحد منه. (الرحامنة، 2018)

#### 9- الخلفية النظرية للدراسة:

تساعد الخلفية النظرية الباحث على فهم الظاهرة أو المشكلة والعلاقة بين العوامل والمتغيرات، حيث يرى " موريس أنجرس" أن رجوعنا إلى نظرية لها علاقة بمشكلة بحثنا يسمح لنا بتوضيحها وتوجيهها، كما تساهم في جعل نتائج البحث واضحة وهكذا تتمكن النظرية الموظفة في البحث من تنظيم النتائج الامبريقية وشرح الظاهرة (رحماني ، بكوش، 2015، ص497) .

## 1- دوامة الصمت :

تؤكد الباحثة الألمانية أ. نويل نيومان EN. Neumann 1980 في نظرية دوامة الصمت على قوة وسائل الإعلام في تكوين الرأي العام، والفكرة الأساسية للنظرية هي أن الفرد لا يعلن عن رأيه الحقيقي، بل يفضل الاحتفاظ به، وعدم البوح به للآخرين، إذا شعر بأغلبية الأفراد لهم رأي آخر مختلف، و تفسر النظرية هذه الظاهرة في ضوء خوف الفرد من العزلة عن الآخرين، إذا أعرب عن رأي مخالف لرأي الأغلبية. (الحاج، 2020، ص120)

وتعتبر هذه النظرية من نظريات الرأي العام، و يمكن تصنيفها في إطار واحد مع نظرية وضع أو بناء الأجندة، حيث تهتم بالتأثير على المستوى الجمعي، و تأثير الرأي العام، وإن كانت تسير في الاتجاه المعاكس من حيث الكشف عن موطن التأثير ومدته، ففي الوقت الذي تهتم فيه وسائل الإعلام ببناء صور عامة للقضايا، نجد أنها في الوقت نفسه تضغط على الآخرين لإخفاء آرائهم أو وجهات نظرهم التي يرون أنها لا تتفق مع الرأي العام الذي تشكله وسائل الإعلام، و هذه هي فكرة قيام وسائل الإعلام بتدعيم الصمت أو تصاعد الإحساس بتباين الآراء والأفكار مع المجموع ، ما يدفع الفرد على التزام الصمت خوفا من العزلة، و هذا هو جوهر مصطلح دوامة الصمت Spiral of silence. (الحاج ، 2020 ، ص 121)

## 2- مفهوم الرأي العام في نظرية دوامة الصمت :

تميز نيومان بين نموذجين لتعريف الرأي العام، يركز الأول على الجانب المنطقي و يعتبر الرأي العام أنه الحكم الاجتماعي الذي تصل إليه الجماعة الواعية لإحدى القضايا التي تهتمها بعد نقاش واسع و عام حول القضية.

أما الاتجاه الثاني لتعريف الرأي العام فيركز على الجانب الوجداني وهو النموذج الذي تنطلق منه نظرية دوامة الصمت، حيث يرى أصحاب النظرية أن المجتمع يشعر الأفراد بتهديد أن يكونوا في عزلة اجتماعية إذا لم يتعرفوا على الرأي الغالب لتبنيه و التعبير عنه،

ويعرف الرأي العام هنا بأنه قوة ضبط اجتماعي وأنه الآراء التي يمكن التعبير عنها دون مخاطرة أو عزلة اجتماعية ،و بهذا التفسير لمفهوم الرأي العام وتكوينه تضيف نيومان أهمية إضافية بعد اجتماعي و نفسي في تحليل الرأي العام .

### 3-الفروض الأساسية لنظرية دوامة الصمت :

- 1-لكل فرد حاسة سادسة تمكنه من التعرف على الرأي العام السائد .
- 2-يوجد لدى الإنسان العادي خوف طبيعي من العزلة الاجتماعية،ويعرف نوع السلوك الذي يمكن ان يتسبب في حدوث هذه العزلة .
- 3-يتجنب الأفراد التعبير عن آرائهم إذا كانت مخالفة لرأي الأغلبية ،خوفا من العزلة الاجتماعية التي قد تترتب على ذلك .(الحاج ،2020،ص121)

### 1-الفروض الفرعية لنظرية دوامة الصمت :

- يقدم كاتز فكرة دوامة الصمت من خلال مجموعة افتراضات وعناصر فرعية :
- 1-كل أفراد المجتمع لديهم آراء .
- 2-لااعتبارات تتصل بالخوف من العزلة الاجتماعية، فمن غير المتوقع أن يعبر الأفراد عن آرائهم إذا أدركوا أنهم غير مؤيدين من الآخرين .
- 3-يسعى الأفراد لفحص البيئة المحيطة بحثا عن علاقات التأييد .

4- تشكل وسائل الإعلام المصدر الرئيسي للحصول على المعلومات حول توزيع الآراء، و من ثم حول مناخ التأييد أو عدم التأييد. الحاج، 2020، صص 121، 122)

انطلاقا مما سبق يمكن إسقاط هذه النظرية على موضوع الدراسة كونها تفسر كيفية الضغط على الأفراد، أو مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لإخفاء ما يعتقدونه، إذا لم يكن متفقا مع ما يعتقدده الأغلبية والرأي العام الذي تشكل بفعل تأثير وسائل الإعلام، وهناك عدة عوامل تجعل الأفراد حريصين على إعلان وجهات نظرهم عند المشاركة بآراءهم، وقد استفدنا أيضا من النظرية في فهم موضوع دراستنا.

# الإطار النظري والتطبيقي

## الإطار المنهجي:

- 1- إشكالية الدراسة والتساؤلات
  - 2- أسباب اختيار الدراسة
  - 3- أهمية الدراسة
  - 4- أهداف الدراسة
  - 5- منهج الدراسة وأدواته
  - 6- مجتمع البحث وعينة الدراسة
  - 7- تحديد المفاهيم والمصطلحات
  - 8- الدراسات السابقة
  - 9- خلفية النظرية للدراسة
- قائمة المراجع الجانب المنهجي

### 1- الإشكالية:

يعتبر الدين ظاهرة صاحبت الإنسان منذ فجر التاريخ إلى اليوم، فرغم المزايم التي نشرت من طرف بعض علماء الأديان والفلاسفة على أنه حالة طارئة على البشرية كما قال فولتير وغيره إلا أن مع أواخر القرن الثامن عشر تبين أن الدين موجود في المجتمعات والحضارات وذلك بفضل الرحلات التي قام بها الباحثون خارج أوروبا واكتشاف مختلف العقائد والأساطير المختلفة لدى الشعوب الأخرى، ولقد عبر معجم لاروس للقرن الواحد والعشرون على أن الدين هو غريزة في الإنسان (دراز ، بدون سنة ، ص 82)

والأديان في عصرنا متعددة وكثيرة، وذلك خلق صعوبة في تعريف الدين بسبب اختلاف طبيعة تلك الأديان ومكوناتها، لكن المتخصصون في علم الأديان ومقارنة الأديان وضعوا تصنيفات علمية لها، من أجل تمييزها وتسهيل دراستها ومناقشتها .

ومن أهم التصنيفات، تصنيف الأديان إلى أديان تعددية وأخرى توحيدية ولقد وضعت الأديان الإبراهيمية، أي اليهودية، المسيحية، والإسلام تحت مظلة الأديان التوحيدية هذه الأديان الثلاث التي لها أتباع بكثرة ولها شهرة على المستوى العالمي (النشار، 2015، ص 38)

وعندما نقول توحيدية فليس بمعنى أن لها نفس العقيدة بل لأنها تحمل مضامين تعكس الإله الشخصي والموجود مثلا في أديان الهند، هذا الإله والعقيدة التي جاء بها تختلف بين الأديان الثلاث، فمثلا المسيحية ترى أن المسيح له جوهر مساوي لله، الله الذي هو الأب والمسيح يسوع الابن" الذي انبثق منه كالنور في الأزل، عكس الإسلام الذي يرى أن المسيح بشر لا يساوي الله ولا ينبثق منه . (أبو زهرة، 1404، ص 120)

هناك اختلافات أخرى لا يسمح المقام بذكرها فهذه الاختلافات والتناقضات، طرحت مسألة الأديان على الحقيقة، وخلقت نقاشا وبحثا بين المتخصصين من العلماء والفلاسفة.

وتم تخصيص مخابر مخصصة لذلك، لكن مع ظهور الإعلام الجديد الذي هو في متناول كل الفئات الاجتماعية وأصحاب الأهداف الإيديولوجية، أصبحنا نلاحظ تناولا للدين على مواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص لاحظنا ذلك على مستوى الفيس بوك مما سمح للجميع التكلم على الدين، حيث يتم نشر أحكام وتحليلات ليست حتى للمتخصصين في المجال، مما خلق نقاشات أقرب إلى الخطأ والجدل، كما كانت فرصة لأصحاب الإيديولوجيات والخلفيات المتعصبة لنشر أفكارهم، مما جعل ظاهرة الازدراء تحط رحالها على الأديان، فالخلفية الفكرية والإيمانية تؤثر سلبا على التناول الموضوعي للأديان، فكانت للمنشورات والتعليقات هجوم عاطفي وإيديولوجية على الدين المخالف ككل من طرف الملحدون والإداريين ولقد كان للإسلام نصيب كبير من التهجم خاصة على الرسول محمد صلى الله عليه وسلم من خلال منشورات مختلفة، وعن طريق الفيديو والتمثيل بالله والرسول الكريم أوعبر الرسومات الكاريكاتورية والمنشورات المكتوبة .

وباعتبار أن المجتمع العربي على العموم هو مجتمع مسلم فسوف تكون له ردة فعل على هذه الإساءة والازدراء، لأنها تهجم على دينهم المقدس ونبیهم، فسادت حالة من الغضب في جميع الدول العربية بسبب الإساءات المتواصلة ضد المسلمين والنبي صلى الله عليه وسلم والهجوم على مشاعر المسلمين بالإساءة إلى الرموز الدينية ولشخص الرسول صلى الله عليه وسلم، وهذا ما يسئ للعلاقات ويغذي مشاعر الكراهية، ففي الهجمات الأخيرة التي شنت على الرسول الكريم في فرنسا سادت حالة من الغضب الشعبي في جميع أنحاء العالم العربي، فقد تفاعل نشطاء بشكل كبير عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعي ردا على تلك الصورة وتصريحات رئيس فرنسا ايمانويل ماكرون المستنزة للمسلمين، أين انتشرت عدة رسوم عبر فيها المسلمون عن غضبهم من تصريحات الرئيس الفرنسي كان أبرزها "رسولنا خط احمر" و"الإلا رسول الله" "فرنساوماكرون يسئ للنبي صلى الله عليه وسلم". تطاول، استهزاء، إيذاء، سب، شتم، تجريح، سخرية، مغالطات .

مسلسل من حلقات وعناوين حاقدة لا تتقطع على مقام رسول الله صلى الله عليه وسلم، وضغائن وكراهية الأمم مع الرسول الله صلى الله عليه وسلم تتكرر وتتولى اليوم وفي الغد ولمعرفة طبيعة تفاعلهم وتعاطيهم مع الموضوع سنقوم بدراسة ذلك من خلال ما ينشر على الفيس بوك من ازدراء للدين الإسلامي ورسوله.

انطلاقاً مما سبق يمكن طرح التساؤل التالي: كيف يتعاطى مستخدمي الفيس بوك في الوطن العربي مع المضامين الإيديولوجية المسيئة للرسول صلى الله عليه وسلم؟

وينبثق من هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية الآتية:

### التساؤلات الفرعية:

- ما مدى تأثير الدين الإسلامي على مختلف الأديان السماوية في العالم العربي؟
- إلى أي مدى تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في ازدراء الأديان في العالم العربي؟
- ما هو موقف المسلمون العرب إزاء المساس بالدين الإسلامي ورمزه عبر الفيس بوك؟
- ما هي آليات الرد التي يلجأ إليها المسلمون نتيجة الإساءة إلى معتقداتهم عبر الفيس بوك؟.

- كيف ينظر المسلمون العرب للإيديولوجيات المروجة عبر الفيس بوك؟

## 2- أسباب اختيار الدراسة:

يرجع اهتمامنا بهذه الدراسة إلى جملة من الأسباب فمنها الذاتية والأخرى الموضوعية :

- الذاتية:

- الفضول والميل إلى معرفة الكثير عن الدراسة والتعمق فيها.
- اهتمامنا الشخصي بمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على ازدياد الأديان في العالم العربي ومدى تناولها لموضوع الإساءة إلى الرسول صلى الله عليه وسلم.
- الرغبة في الاطلاع على كيفية تناوله، كون موضوع الإساءة للرسول الأكرم متداول بقوة في العالم العربي .
- الرغبة في تسليط الضوء على هذه الدراسة وإعطائها بعد واسع وفتح مجال للمناقشة.
- الرغبة في الاطلاع على مختلف آراء ونظرة مواقع التواصل الاجتماعي للإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم باعتبارنا بلد إسلامي.
- حب المعرفة العلمية والرغبة في اكتساب بعض المعلومات حول موضوع إيديولوجيات مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على ازدياد الأديان في العالم العربي.
- الاهتمام بالمواضيع الآنية وهذا الموضوع يعتبر كذلك كونه من الأحداث المتجددة عبر هذه المنصات الالكترونية.

- الموضوعية:

- كون موضوع الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم ومدى تناوله عبر مواقع التواصل الاجتماعي حديث الساعة، وعرف تطورا كبيرا والدليل على ذلك تناوله في مختلف الوسائل الإعلام.

-الضجة الكبيرة التي خلقتها مواقع التواصل الاجتماعي في تأثيرها على ازدياد الأديان

مما أدى إلى حدوث انفعال في العالم العربي .

- اختلاف في الآراء والمواقف حول موضوع الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم في العالم العربي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي خاصة منها الفيس بوك .
- تزويد مكتبتنا بدراسة تكون بمثابة أرضية خصبة تمهد لدراسات جديدة .
- تطبيق الإجراءات المنهجية المكتسبة خلال المسار الدراسي في شكل بحث علمي منظم .

- جدية الموضوع من خلال الوقوف على التأثير الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي في استخفاف الأديان.

### 3-أهمية الدراسة :

- إن لكل موضوع علمي مدروس أهمية تدفع بالباحث إلى تناوله بطرق وأساليب منهجية مختلفة ،وموضوع دراستنا وكغيره من الدراسات له أهمية خاصة يمكن تلخيصها فيما يلي :
- لحدثة موضوع الإساءة إلى الرسول صلى الله عليه وسلم وتزايد الاهتمام به .
- التوغل في موضوع حساس ألا وهو إيديولوجيات مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على ازدياد الأديان.
- الرغبة في تناول المواضيع الحديثة التي تشكل تحديا وتوسيع المعارف من خلاله.
- خلق إضافة علمية لأحد المواضيع الحديثة وفتح المجال أمام الباحثين للتوسع الحر في الدراسة.
- استعراض الهجمات الشرسة التي تتعرض لها الأديان السماوية وأثارها المختلفة على جميع الأطراف.

### 4- أهداف الدراسة :

- لكل بحث علمي أهداف يسعى الباحث لتحقيقها وفي بحثنا سنحاول أن نلقي الضوء على جوانب الموضوع حيث تتمثل الأهداف في ما يأتي:

- التعرف على مواقف وأثر ظاهرة استحقار الأديان في العالم العربي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ظل الضجة الكبيرة لموقع الفيس بوك .
- التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك في ازدياد الأديان في العالم العربي وموقف العرب المسلمون من ذلك .
- موقف القوانين والأحكام الدولية من ظاهرة الإساءة للأديان بين حرية الرأي وضبط الآخر .

#### 5- منهج الدراسة وأدواته:

#### 5-1- المنهج:

إن اختيار المنهج يلعب دوراً وأهمية بالغة في نجاح البحث العلمي فهو عبارة عن عرض مفصل ودراسة معمقة.

المقصود بالمنهج العلمي الذي يمكن تعريفه بأنه تحليل منسق وتطعيم للمبادئ والعمليات العقلية والتجريبية التي توجد بالضرورة في البحث العلمي أو ما تؤلفه بنية العلوم الخاصة (العسكري، 200، ص1)

إن طبيعة الموضوع المدروس تفرض على الباحث نوعاً معيناً من المناهج لفهم وتحليل الظاهرة المدروسة ومحاولة الإجابة على التساؤلات المطروحة وهذا باعتباره الوسيلة التي تتوصل بها إلى مظهر من مظاهر الحقيقة.

تتدرج دراستنا ضمن البحوث الوصفية التحليلية و إعتدنا على المنهج المسحي الذي يعرف بأنه "التجمع المنظم للمعلومات من المبحوثين بهدف فهم أو التنبؤ بسلوك المجتمع محل الدراسة .

وهو أيضاً أداة يقوم من خلالها الباحث بدراسة المجتمع ككل للتعرف على خصائصه أو بدراسة عينة ما . (العيسوي، 1997، ص258)

وقد اخترنا هذا المنهج لاعتقادنا أنه الأصلح لمثل هذه الدراسة، حيث أن ظاهرة الإساءة إلى الرسول محمد صلى الله عليه وسلم اعتبرناها حالة منفردة من الحالات الكثيرة للإساءة للأديان وخصصناها بتطبيق منهج دراستنا عليها.

## 5-2- أدوات الدراسة :

أما فيما يخص أدوات البحث وتقنياته والتي يمكن اعتبارها كوسائل تسمح بجمع المعطيات من الواقع. (أنجس، 2006 ، ص107)

ولقد اعتمدنا على أداتين وهما الملاحظة والاستمارة لأنهما الأدوات التي تمكننا من جمع المعلومات المتعلقة بالمبجوثين بشكل معمق.

### 1- الملاحظة:

تعتبر الملاحظة من أهم أدوات البحث العلمي لكونها تتيح للباحث تفحص الجوانب المبجوثة في الظاهرة عن قرب في إطار ظروفها الطبيعية العادية غير المصطنعة، بفعل أن عملية المشاهدة تجري في بعض الحالات دون أن يعلم المبجوثين أنهم محل فحص وأن تصرفاتهم موضع مراقبة (بن مرسل، 2010، ص204)

قبل الشروع في دراستنا لاحظنا انتشار كبير لآزراء الأديان على مختلف مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيس بوك الذي أصبح مسرحا للتراشق بين مستخدميه على اختلاف معتقداتهم وأديانهم والإساءة للأديان وللرسول الأكرم، فهذه الملاحظة هي التي دفعتنا للقيام بهذه الدراسة .

وقد اعتمدنا ملاحظة المنظمة ويحدد فيها الباحث الحوادث والمشاهدات والسلوكات التي يريد أن يجمع عنها المعلومات، وهي النوع المضبوط من الملاحظة العلمية حيث تخضع لدرجة عالية من الضبط العلمي بالنسبة للملاحظ ومادة الملاحظة. (عطوي، 2007 ، ص121)

أثناء توزيع الاستمارة لاحظنا تفاعل وتجاوب كبير للمبحوثين حول موضوع دراستنا وعبروا عن اهتمامهم لمثل هذه المواضيع كونها انية، وكانت لهم ردود مختلفة حول الأسئلة المطروحة في الاستمارة.

### 1- الاستبيان:

هو قائمة تتضمن مجموعة من الأسئلة محددة بدقة، ترسل إلى عدد كبير من أفراد المجتمع، الذين يكونون العينة الخاصة للبحث ويعرف أحيانا أنه صحيفة تحتوي على مجموعة من الأسئلة التي يرى الباحث أن إجابتها تفي بما يتطلبه الموضوع بحثه من بيانات ترسل بالبريد إلى الأفراد الذين يتم اختيارهم على أسس إحصائية يجيبون عليها. ويعتبر الاستبيان من أهم وأدق طرق البحث وجمع المعلومات في علوم الإعلام والاتصال وخاصة بحوث دراسة حالة، الاستبيان في أبسط صورته هي عبارة عن الأسئلة المحددة يعرض على عينة من الأفراد ويطلب منهم الإجابة عنها كتابيا، فلا يتطلب شرحا شفويا مباشرا أو تفسيرا من الباحث وتكتب الأسئلة أو تطبع على ما يسمى استمارة استبيان. (إبراهيم، 2000، ص165)

وفي دراستنا الحالية إرتأينا تقديم استمارة استبيان لمساعدتنا في الحصول على المعلومات والبيانات بما يتوافق مع الدراسة أجريناها فقد شمل الاستبيان على 200 مفردة من مستخدمي الفيس بوك في العالم العربي، والتي تمثل عينة دراستنا، والمتكون من 4 محاور رئيسية و38 سؤال .

### 6- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

#### 1-6 - مجتمع البحث:

هو مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي. (أنجس، 2006، ص298)

ويتمثل مجتمع بحثنا في هذه الدراسة في جميع مستخدمي الفيس بوك في الوطن العربي بغض النظر عن جنسهم أو سنهم، ونظرا لإتساع مجتمع البحث ارتأينا اللجوء إلى أسلوب العينة.

### 2-6 عينة الدراسة:

يمكن تعريف العينة بأنها: نموذجاً يشمل جانبا أو جزء من وحدات المجتمع الأصل المعني بالبحث، تكون ممثلة له بحيث تحمل صفاته المشتركة وهذا النموذج أو الجزء يعني بالباحث عن دراسة كل وحدات ومفردات المجتمع الأصل، خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل تلك الوحدات (قنديلجي، 1999، ص137)

وقد قمنا باختيار العينة القصدية، ويقصد بالعمدية أن الباحث يعتمد أن تتكون العينة من وحدات بعينها لتوفر خصوصيات في هذه الوحدات يجعلها تمثل تمثيلا صحيحا المجتمع الأصلي، فقد يختار الباحث مناطق محددة يرى أنها تتميز بخصائص ومزايا إحصائية تمثيلية للمجتمع. (أبراش، 2009، ص253).

حيث قمنا برصد الأشخاص الأكثر تفاعلا مع ظاهرة الازدراء الأديان والإساءة إلى الرسول صلى الله عليه وسلم عبر الفيس بوك وقمنا باستهدافهم إلكترونيا من خلال الاستبيان وقد حددنا عينتنا ب200 مفردة والتي تمثل جزء مجتمع البحث الكلي، حيث وزعنا استمارة استبيان على 200 مفردة موزعة على الأشخاص المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك في العالم العربي عن طريق مجموعات وصفحات الفيس بوك ومشاركتها مع الأصدقاء، وحرصنا على استرجاع 200 استمارة كاملة وإجابة المبحوثين عليها لإستخراج النتائج المختلفة، وخلال دراستنا الميدانية والاستمارات الموزعة إلكترونيا على المبحوثين استخلصنا البيانات الشخصية لكل مبحوث من خلال الجداول الآتية :

تفريغ البيانات الشخصية:

لا يمكن أن نقوم بأي بحث علمي دون أن نعرض على محور البيانات السيسيويدمغرافية فهو يساعد الباحث على تقسيم مجتمع البحث كما يساعد على معرفة العينة التي تعامل معها الباحث خاصة من حيث الجنس، وسنرى لاحقا بقية البيانات التي تكمن في السن والمستوى التعليمي .

الجدول رقم(01): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

المتغير	التكرار	النسبة %
ذكر	99	49,5
أنثى	101	50,5
المجموع	200	%100

نلاحظ من خلال الجدول(01)الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس، حيث نجد نسبة 50,5 % كانت لصالح الإناث، و نسبة 49,5% لصالح الذكور .

ويعود ذلك للإستخدام الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك من قبل الإناث ويمكن ترجيح ذلك إلى امتلاكهن وقت فراغ للتواصل مع الأصدقاء .

لايمكن أن نقوم بأي بحث علمي دون أن نعرض على محور البيانات السيسيويدمغرافية ،فهو يساعد الباحث على تقسيم مجتمع البحث كما يساعد على معرفة العينة التي تعامل معها الباحث خاصة من حيث الجنس، وسنرى لاحقا بقية البيانات التي تكمن في السن والمستوى التعليمي .

الجدول رقم (02): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

المتغير	التكرار	النسبة %
من 15 الى 30	140	70
31 الى 40	43	21,5
41 فما فوق	17	8,5
المجموع	200	%100

من خلال الجدول (02) الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن ،حيث أن نسبة 70% كانت للفئة العمرية فوق ( من 15 الى 30 سنة) ،ونسبة 21,5 % كانت للفئة العمرية (من 31 إلى 40 سنة) ،ثم تليها نسبة 8,5 % للفئة العمرية (41 سنة و فما فوق) .

ويرجع ذلك إلى أن هذه الفئة العمرية أكثر إستخداما لموقع الفايسبوك وحبهم للتطلع على كل المستجدات وأخر المواضيع المتداولة، وخاصة المواضيع الدينية

الجدول (03): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

المتغير	التكرار	النسبة %
غير متعلم	0	0
ابتدائي	0	0
متوسط	12	6
ثانوي	21	10,5
جامعي	129	64,5
دراسات عليا	38	19
المجموع	200	%100

من خلال الجدول (03) الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي نلاحظ أن أعلى نسبة كانت لمستوى جامعي والتي بلغت 64,5 % ثم المستوى دراسات العليا

بنسبة 19% يليه مستوى الثانوي بنسبة 10,5%، في حين أن نسبة 6% كانت لمستوى المتوسط، وأخيرا بنسب معدومة للمستويين غيرالمتعلم والابتدائي 0% وهذا راجع إلى السنوات الأخيرة التي اجتاح الجامعيون فيها مواقع التواصل الاجتماعي بغية المعرفة، ومواكبة التكنولوجيا، وحب رفع الراد المعرفي وكذلك الفضول العلمي لدى الطلبة الجامعيين.

### 7- تحديد المفاهيم و المصطلحات للدراسة:

وتقاس جودة أي دراسة أكاديمية بمدى استخدامها لمفاهيم ومصطلحات يستخرجها الباحث من النظرية التي تبناها والإشكالية التي طرحها، إذ تمثل المفاهيم المفتاح العلمي التي تقوم عليها الدراسة، رغم وجود بعض الاختلافات وتباينات الباحثين حولها، ونحن في دراستنا هذه نتطرق أولا إلى إلقاء نظرة ولو موجزة على المفاهيم الأصلية الموجودة لدى الباحثين ثم نتطرق بعد ذلك إلى محاولة تجسيدها وإعطاءها تعريفا إجرائيا.

### 1- الإيديولوجيا:

تعود كلمة الإيديولوجيا في أصلها اللغوي إلى الأصل اليوناني، فهي كلمة مؤلفة من جزأين هما Idea وتعني فكرة، وكلمة logos وتعني علم، فتكون الترجمة الحرفية لكلمة Ideology الإيديولوجيا هي علم الأفكار، بمعنى العلم الذي يهتم بدراسة المنظومات الفكرية التي أبدعها الإنسان عبر التاريخ وعلى فترات معينة و في مختلف المجالات، ويعتبر الفيلسوف الفرنسي "ديستوت دي تراسي" أول من ابتكر هذه الكلمة .

وقصد دي تراسي بالإيديولوجيا ذلك العلم الذي يدرس الأفكار بالمعنى الواسع أي مجمل واقعات الوعي من حيث صفاتها وقوانينها وعلاقتها بالعوالم التي تمثلها لاسيما أصلها.

تعرف الإيديولوجيا أنها تصور منظومي أو شبه منظومي لمجموعة من الحلول المقترحة كعلاج لمشاكل الجماعات أو إحدى المجتمعات على حسب هذا التعريف الإيديولوجيا هي مجموعة من الأفكار المنظمة الناتجة عن تصورات الجماعة المنتج لها .

هذه الأفكار تقدم مجموعة من الحلول للمشاكل التي تواجه هذه الجماعات في الحياة (قروني، 2017، 2018، ص ص 8،9)

**التعريف الإجرائي:** الإيديولوجيا: هي مختلف الخلفيات الفكرية التي تصب في الرأي و الموقف الواحد الذي يقصي الآراء الأخرى.

**2-مواقع التواصل الاجتماعي :** هو مصطلح يشير إلى تلك المواقع على شبكة الانترنت والتي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب ،بحيث تتيح التواصل بين مستخدميها في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفقا لاهتمامهم أو انتماءهم، جامعة،صحافة،بلد، شركة الخ (شمو،2002،ص 228)

**التعريف الإجرائي:** هي إحدى تطبيقات شبكات الانترنت التي تسمح لمستخدميها التواصل مع الآخرين وتمنحهم خدمات متعددة في مختلف المجالات والتي يمكن مشاركتها والتفاعل من خلالها مع الآخرين،فهي ألغت كل الحواجز الجغرافية التي كانت من قبل تعرقل الأفراد من معرفة الثقافات واكتساب مختلف الخبرات، ولقد حددنا في دراستنا " الفيس بوك".

### 3- مفهوم القيم:

**-القيمة لغة:** الثمن الذي يقاوم به المتاع أن يقوم مقامه والجمع القيم، وقيمة الشيء قدره وقيمة المتاع ثمنه ومن الإنسان طوله قيم ويقال ما لفلان قيمة ما له ثبات ودوام على الأمر.

والقيم مأخوذ من الاستقامة، يقال: أقمت الشيء وقومته فقام أي استقام، ومن قوله تعالى: (فيها كتب قيمة ) أي: مستقيمة تبين الحق بين الباطل على استواء وبرهان.

- **واصطلاحاً:** هي حكم يصدره الإنسان على شيء مامهتدياً بمجموعة المبادئ والمعايير التي ارتضاها الشرع، محدداً المرغوب فيه والمرغوب عنه من السلوك (الزبيدي، 2018، ص 17:16)

- **التعريف الإجرائي:** القيم صفات ومعان تختلف بحسب ما تنسب إليه، فقد تكون فكرية أو سلوكية أو غيرها، وهي ذاتية في الأشياء، ولذا فهي ثابتة ومطلقة لا تتغير بتغير الظروف أو باختلاف من يصدر الحكم عليها.

ويقصد بها في دراستنا مجموعة المبادئ الأخلاقية المتفق عليها، والنابعة من تعاليم الدين والعادات والتقاليد والتي تحظى بحماية قانونية أيضاً.

#### 4- ازدراء الأديان:

عرف المشرع الإماراتي ازدراء الأديان، بأنه كل فعل من شأنه الإساءة إلى الذات الإلهية أو الأديان أو الرسل أو الكتب السماوية أو دور العبادة وفقاً لأحكام هذا المرسوم بقانون .

- **التعريف الاصطلاحي:** قدم بعض الباحثين تعريفاً لازدراء الأديان بالاعتماد على التشريعات التي أشارت إليه بجد من العمومية والتجريد، إذ عرفه بعض الباحثين بأنه "كل تعدي على الدين أو ملة من شأنه إيلاام عواطف معتنقي ذلك الدين أو تلك الملة والإهانة تقع هنا على الشعور الديني لأن الدين لا ينجرح أو يهان . (عبد الحمزة ، بدون سنة ، 256)

- **التعريف الإجرائي:** أما إجرائيا: فيقصد به تلك الإساءة التي وجهت إلى الرسول محمد صلى الله عليه وسلم من خلال مختلف المنصات الإلكترونية وحتى بعض القنوات التلفزيونية و الجرائد و المجلات.

## 8- الدراسات السابقة:

**الدراسة الأولى:** بعنوان الإساءة لنبى الإسلام صلى الله عليه وسلم في وسائل التواصل الاجتماعي وسبل مواجهتها، للدكتور رضا عبد الواحد أمين - 2013

### - التساؤلات:

- ما مدى توفر الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم في مواقع التواصل الاجتماعي ؟  
- ما دوافع وأسباب الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم في مواقع التواصل الاجتماعي؟

- كيف يتعامل مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي مع الإساءات المتكررة للرسول صلى الله عليه وسلم ؟

- ما تأثير تكرار الإساءات الموجهة إلى الرسول صلى الله عليه وسلم عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

- ماهي حقوق الرسول صلى الله عليه وسلم على الإعلاميين ومستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من المسلمين ؟

- **منهج الدراسة:** تعتمد هذه الدراسة على المنهجي المسحي والمنهج الاستنباطي و الاستقرائي

- **نتائج الدراسة :**

1- بينت الدراسة أن هناك أنواعا من الإساءات التي تعرض لها النبي الكريم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فهي من حيث الوسيط المستخدم توجد إساءات بالنص المكتوب في مواقع تواصل مثل توتير، وإساءات بالصور والرسوم في مواقع التواصل التي تدعم انتشار هذا الوسيط ، وإساءات في شكل ملفات فيديو بالصوت والصورة في مواقع أخرى مثل يوتيوب، وأن هذه المواقع جعلت من عملية الإساءة عملية سهلة يسيرة لمن جنحت أخلافهم عن الصواب.

2-خلصت الدراسة إلى أن الإساءة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تنوعت - بالقياس إلى حجمها - إلى إساءة بالغة كالطعن في عرض النبي المكرم. وأن الحقد والكراهية هي المحرك لهذا النوع من الإساءات، وإساءة أقل كمخاطبة الرسول الكريم بما لا يليق كنبي ذي مقدار عظيم.

3-كشفت الدراسة عن أسباب انتشار الإساءة للرسول في مواقع التواصل الاجتماعي، وكان من أهمها: صعوبة الرقابة على ما ينتشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وسهولة آليات الهروب من المساءلة القانونية، حيث يعتمد البعض إلى إنشاء حسابات افتراضية على مواقع التواصل الاجتماعي بأسماء وهمية أو أسماء مستعارة، أو التدوين عبر حسابات في مناطق مختلفة من العالم .

#### - تقاطع الدراسة :

- أوجه التشابه:تتلاقى دراستنا مع هذه الدراسة كونها تتشابه مع موضوع الإساءة لنبي الإسلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- أوجه الاختلاف:الاختلاف من حيث المنهج والتساؤلات.

- أوجه الاستفادة: تعتبر هذه الدراسة دليل علمي لجأنا إليه في دراستنا ، فكلاهما يعالجان قضية واحدة وهي قضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم في مواقع التواصل الاجتماعي والهدف هو التعرف على أسباب الإساءات الموجهة للنبي "ص" ودوافعها والتعرف على ردود فعل المسلمين حول الإساءة لنبي صلى الله عليه وسلم (أمين ، 2013) .

- الدراسة الثانية: بعنوان فضائيات الإعلام وفوبيا الإسلام دراسة تحليلية وصفية لفاطمة باحمان 2017-2018

-الإشكالية: ما دور الإعلام الفضائي في تنامي ظاهرة الإسلاموفوبيا في المجتمعات الغربية ؟ وتحديدا : كيف ساهمت قناة France 24 من خلال برنامج في فلك الممنوع في تسويق الإرهاب من الإسلام ؟

- منهج الدراسة: اعتمدت على المنهج المسحي، البحوث الوصفية .

- عينة الدراسة: عينة قصدية

- أدوات الدراسة: أداة تحليل المضمون

- نتائج الدراسة :

1- كشف الحجم الساعي المخصص لعينة الدراسة في مالا يعزب عن 525,35 دقيقة عن اهتمام قناة france24 كإعلام وافد بتغطية الشؤون الداخلية لشعوب المنطقة العربية، في خطوة لإثبات تأثير الخطاب الفرنكوفوني في ظل التنافس مع القضايا الانجليزية في إطار سياسة الاحتواء الإعلامية .

2- ساهم تغليب اللغة العامية على اللغة الأكاديمية (الفصحى) في سيولة الخطاب الإعلامي الموجه للجمهور العربي خدمة لأهداف القناة العلمانية، و هنا يتضح قدرة القناة

من خلال البرنامج عينة الدراسة، في تبوء مكانة هامة في الساحة الإعلامية في وقت قياسي ، لاستثمارها في السوق الجماهيرية.

3-أوضحت الدراسة تداول لغة التخاطب العامية بكثافة مقارنة باللغة العامية، في إشارة إلى عناية البرنامج بمؤشر اللغة الإعلامية المكيفة حسب طبيعة العمل الإعلامية، ومستويات الجمهور التفاعلية.

### - تقاطع الدراسة :

- أوجه التشابه: تشابهت من حيث العينة و البحوث كون بحثنا تمثل في البحوث الوصفية

- أوجه الاختلاف: اختلفت من حيث المنهج والإشكالية والأداة (باحمان، 2017، 2018)

- الاستفادة من الدراسة: فهم ظاهرة الإسلاموفوبيا.

الدراسة الثالثة: بعنوان خطاب الكراهية في شبكة الفيسبوك في الأردن لناصر الرحامنة 2018 م دراسة مسحية .

- مشكلة الدراسة: ما سمات خطاب الكراهية في المجتمع الأردني عبر شبكات التواصل الاجتماعي خصوصا الفيس بوك ؟

### أسئلة الدراسة :

- 1- ما مفهوم أشكال الكراهية المتداول عبر شبكات التواصل الاجتماعي ؟
- 2- ما الآثار الناجمة عن انتشار خطاب الكراهية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك؟

3-ما الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي اتجاه خطاب الكراهية والعنف المجتمعي؟

4-ما تأثير خطاب الكراهية عبر الفيس بوك على منظومة القيم الدينية والاجتماعية والثقافية للشعب الأردني؟

5-ما دور مؤسسات المجتمع المدني وخاصة المؤسسات الدينية والإعلامية في محاربة الفكر المنطوري؟

-منهج الدراسة: اعتمدت على المنهج الوصفي .

- أدوات الدراسة: الإستبانة .

- نتائج الدراسة:

1- مفهوم أشكال الكراهية المتداول عبر شبكة الفيسبوك، اختلفت وتعددت حيث جاءت في مقدمتها تشويه الحقائق أو تكذيبها، وتليها عدم القبول بالاختلاف مع الآخرين "

وأظهرت نتائج اختبار الفرضيات عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) فأقل في مفهوم أشكال الكراهية المتداول عبر شبكة الفيسبوك تبعاً لمتغيرات (الجنس، الفئة العمرية، المؤهل الدراسي) غير أن هذه الفروق تظهر تبعاً لمستوى الاستخدام، أي عند الذين زاد استخدامهم لشبكة الفيسبوك من أربع ساعات فأكثر، أو لصالح فئة أقل من ساعة واحدة .

2- وفي الآثار الناجمة عن انتشار خطاب الكراهية عبر شبكة الفيسبوك فقد أظهرت النتائج أن هذه الشبكات تعمل على إثارة الفتن بين مكونات المجتمع وتؤدي إلى الفرقة والتناحر، وأنها تفقد المجتمع وتماسكه الداخلي فيصبح ضعيفا أمام الأزمات .

3- وفيما يتعلق بتأثير خطاب الكراهية عبر الفيسبوك على منظومة القيم الدينية والاجتماعية والثقافية للشعب الأردني، فقد أظهرت النتائج أن هذا الخطاب قد يؤدي إلى التطرف والتناحر الديني والمذهبي، ويضعف التكافل الاجتماعي بين الناس .

4- وأظهرت نتائج اختبار الفرضيات عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فأقل فتنة في تأثير خطاب الكراهية عبر الفيسبوك على منظومة القيم الدينية والاجتماعية والثقافية للشعب الأردني تبعاً لمتغيرات (الجنس، الفئة العمرية، المؤهل الدراسي، ومعدل استخدام الفيسبوك )

#### - تقاطع الدراسة :

- **أوجه التشابه:** تشابهت دراستنا مع هذه الدراسة نوعاً ما كونها تناولت موضوع الكراهية في شبكة الفيسبوك وأداة الدراسة .

- **أوجه الاختلاف:** اختلفت من حيث الأسئلة والمنهج والعينة والتساؤلات.

- **الاستفادة من هذه الدراسة:** من التعرف على آثار انتشار خطاب الكراهية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك والدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي سواء في نشر خطاب الكراهية والعنف المجتمعي أو الحد منه. (الرحامنة، 2018)

#### 9- الخلفية النظرية للدراسة:

تساعد الخلفية النظرية الباحث على فهم الظاهرة أو المشكلة والعلاقة بين العوامل والمتغيرات، حيث يرى "موريس أنجرس" أن رجوعنا إلى نظرية لها علاقة بمشكلة بحثنا يسمح لنا بتوضيحها وتوجيهها، كما تساهم في جعل نتائج البحث واضحة وهكذا تتمكن النظرية الموظفة في البحث من تنظيم النتائج الامبريقية وشرح الظاهرة (رحماني، بكوش، 2015، ص497) .

## 1- دوامة الصمت :

تؤكد الباحثة الألمانية أ. نويل نيومان EN. Neumann 1980 في نظرية دوامة الصمت على قوة وسائل الإعلام في تكوين الرأي العام، والفكرة الأساسية للنظرية هي أن الفرد لا يعلن عن رأيه الحقيقي، بل يفضل الاحتفاظ به، وعدم البوح به للآخرين، إذا شعر بأغلبية الأفراد لهم رأي آخر مختلف، و تفسر النظرية هذه الظاهرة في ضوء خوف الفرد من العزلة عن الآخرين، إذا أعرب عن رأي مخالف لرأي الأغلبية. (الحاج، 2020، ص120)

وتعتبر هذه النظرية من نظريات الرأي العام، و يمكن تصنيفها في إطار واحد مع نظرية وضع أو بناء الأجندة، حيث تهتم بالتأثير على المستوى الجمعي، وتأثير الرأي العام، وإن كانت تسير في الاتجاه المعاكس من حيث الكشف عن موطن التأثير ومدته، ففي الوقت الذي تهتم فيه وسائل الإعلام ببناء صور عامة للقضايا، نجدها في الوقت نفسه تضغط على الآخرين لإخفاء آرائهم أو وجهات نظرهم التي يرون أنها لا تتفق مع الرأي العام الذي تشكله وسائل الإعلام، و هذه هي فكرة قيام وسائل الإعلام بتدعيم الصمت أو تصاعد الإحساس بتباين الآراء والأفكار مع المجموع ، ما يدفع الفرد على التزام الصمت خوفا من العزلة، و هذا هو جوهر مصطلح دوامة الصمت Spiral of silence. (الحاج ، 2020 ، ص 121)

## 2- مفهوم الرأي العام في نظرية دوامة الصمت :

تميز نيومان بين نموذجين لتعريف الرأي العام، يركز الأول على الجانب المنطقي و يعتبر الرأي العام أنه الحكم الاجتماعي الذي تصل إليه الجماعة الواعية لإحدى القضايا التي تهتمها بعد نقاش واسع و عام حول القضية.

أما الاتجاه الثاني لتعريف الرأي العام فيركز على الجانب الوجداني وهو النموذج الذي تنطلق منه نظرية دوامة الصمت، حيث يرى أصحاب النظرية أن المجتمع يشعر الأفراد بتهديد أن يكونوا في عزلة اجتماعية إذا لم يتعرفوا على الرأي الغالب لتبنيه و التعبير عنه،

ويعرف الرأي العام هنا بأنه قوة ضبط اجتماعي وأنه الآراء التي يمكن التعبير عنها دون مخاطرة أو عزلة اجتماعية ،و بهذا التفسير لمفهوم الرأي العام وتكوينه تضيف نيومان أهمية إضفاء بعد اجتماعي و نفسي في تحليل الرأي العام .

### 3-الفروض الأساسية لنظرية دوامة الصمت :

- 1-لكل فرد حاسة سادسة تمكنه من التعرف على الرأي العام السائد .
- 2-يوجد لدى الإنسان العادي خوف طبيعي من العزلة الاجتماعية،ويعرف نوع السلوك الذي يمكن ان يتسبب في حدوث هذه العزلة .
- 3-يتجنب الأفراد التعبير عن آرائهم إذا كانت مخالفة لرأي الأغلبية ،خوفا من العزلة الاجتماعية التي قد تترتب على ذلك .(الحاج ،2020،ص121)

### 1-الفروض الفرعية لنظرية دوامة الصمت :

- يقدم كاتز فكرة دوامة الصمت من خلال مجموعة افتراضات وعناصر فرعية :
- 1-كل أفراد المجتمع لديهم آراء .
  - 2-لااعتبارات تتصل بالخوف من العزلة الاجتماعية، فمن غير المتوقع أن يعبر الأفراد عن آرائهم إذا أدركوا أنهم غير مؤيدين من الآخرين.
  - 3-يسعى الأفراد لفحص البيئة المحيطة بحثا عن علاقات التأييد.

4- تشكل وسائل الإعلام المصدر الرئيسي للحصول على المعلومات حول توزيع الآراء، و من ثم حول مناخ التأييد أو عدم التأييد. (الحاج، 2020، صص 121، 122)

انطلاقاً مما سبق يمكن إسقاط هذه النظرية على موضوع الدراسة كونها تفسر كيفية الضغط على الأفراد، أو مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لإخفاء ما يعتقدونه، إذا لم يكن متفقاً مع ما يعتقدوه الأغلبية والرأي العام الذي تشكل بفعل تأثير وسائل الإعلام، وهناك عدة عوامل تجعل الأفراد حريصين على إعلان وجهات نظرهم عند المشاركة بأراءهم، وقد استقدينا أيضاً من النظرية في فهم موضوع دراستنا.

## تمهيد:

سهل التطور التكنولوجي الحاصل في العالم عملية التواصل الاجتماعي بين الأفراد والشعوب على اختلاف عرقهم ومقوماتهم وثقافتهم ومعتقداتهم وجعلهم يعالجون مختلف المواضيع باختلاف مجالاتها وعزز منطق الحوار والنقاش بكل حرية خاصة في فضاء مواقع التواصل الاجتماعي والسوشل ميديا.

ولعل أهم الحوارات والنقاشات التي تطرح على جدران مواقع التواصل الاجتماعي عامة وعلى موقع الفيس بوك خاصة هي تلك المواضيع المتعلقة بالحوار الديني، حيث تعد الأديان من الركائز المهمة عند المجتمعات، فتختلف طبيعة الحوار الديني لتعدد الأديان والثقافات وتنوع الأجناس والأعراق.

وسوف نتطرق في هذا الفصل إلى مواقع التواصل الاجتماعي وأنواعها، وكذا حوار الأديان عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المبحث الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي وأنواعها

المطلب الأول: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها

### 1- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

تعددت تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بين العديد من الباحثين ومن أبرز هذه التعاريف نذكر: يعرفها مهدي الحوساني في 2002: هي "مواقع تصنف ضمن الجيل الثاني للويب (ويب 2,0) وسميت اجتماعية لأنها أتت من مفهوم "بناء مجتمعات" بهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف إلى أشخاص لديهم اهتمامات مشتركة في تصفح الانترنت و التعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهتمه وأخيرا مشاركة هذه المواقع مع أصدقائه وأصدقاء أصدقائه".

كما يمكن تعريف وسائل التواصل الاجتماعي، بأنها عبارة عن مواقع أو تطبيقات تبدأ بإنشاء الشخص المستخدم حسابا على احد مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك، تويتر...، ضمن نطاق شبكة الانترنت العالمية web يتيح له بناء قاعدة بيانات شخصية ومنصة انطلاق ووجود الكتروني وشخصية افتراضية، لنشر البيانات والتعليقات والوثائق والرسائل والصور وأفلام الفيديو ومن ثم الانطلاق لمرحلة profile للتشبيك والتشارك مع الآخرين عن طريق اكتساب الأصدقاء، وتكوين المجموعات أو الانتساب إلى الشبكات السابقة من المشتركين والمستخدمين، تبدأ بخلايا الأصدقاء و طلاب الجامعات أو المدارس أو أبناء الحي أو زملاء المهنة أو أفراد الأسرة والعائلة الواحدة، وتبادل التعليقات والآراء والمواد الإعلامية معهم، وتتم عمليات التواصل الالكتروني بين المرسل والمتلقي بصورة فورية لحظة، وساعة يشاء المشترك ضمن الشبكة (بالبالة، 2019، 2018، ص38)

### 2- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل (كلاس ميتس) عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع سكس (دجريس) عام 1997 حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص وكانت تقوم فكرته أساسا على فكرة بسيطة يطلق عليها (الدرجات الست للانفصال) وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وظهر أيضا عدة مواقع أخرى مثل : لايف جور نال وموقع كايوورلد الذي أنشئ في كوريا سنة 1999، وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء "وفي السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى، لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002 ومع بداية هذا العام (2002) انطلق موقع التواصل الاجتماعي (friendster.com) الذي حقق نجاحا دفع (Google) إلى محاولة شرائها سنة 2002 لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ وقد تم تصميمه ليكون وسيلة للتعارف والصدقات المتعددة بين مختلف فئات المجتمع العالمي، وقد نال هذا الموقع شهرة كبيرة في تلك الفترة وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع (Skyrock.com) كمنصة للتدوين .

"ثم تحول إلى موقع تواصل، وحتى هذه المرحلة لم تكن هذه المواقع معروفة في المجتمعات العربية إلا بشكل محدود جدا، خصوصا أن خدمات الإنترنت لم تكن على مستوى كبير من الانتشار والترحيب" وقد ساعد تطور الإنترنت وانتشارها في ظهور جيل جديد من مواقع التواصل الاجتماعي التي امتازت بسهولة استخدامها، وبالتطبيقات الكثيرة التي تناسب مختلف الشرائح الاجتماعية (بلبالة، 2019، 2018، ص39)

بما فيها اللغة، فكان أن ظهر موقع Myspace سنة 2003 الذي بدأ يحقق نجاحا كبيرا وإنتشارا واسعا وصل إلى المجتمعات العربية، وفي العام (2004) انطلق موقع الفايسبوك Faecbook. Com في الولايات المتحدة وعرف أولا في ما بين طلبة جامعة هارفارد، ثم بدأ ينتشر إلى الجامعات والمدارس الأخرى، وفي العام 2006، بدأ بالانتشار على الساحة المحلية والدولية، بعدها انتشرت فكرة مواقع التواصل الاجتماعي للمدونات الصغيرة بظهور موقع تويتر Twitter حيث ظهر سنة 2006 وأطلق رسميا للمستخدمين سنة 2007"

(ببلانة، 2019، 2018، ص 40)

### المطلب الثاني: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

يمكن تقسيم الشبكات حسب الاستخدام و الاهتمام إلى ثلاث أنواع رئيسية هي:

- 1- شبكات شخصية لشخصيات محددة وأفراد ومجموعة أصدقاء تمكنهم من التعارف وإنشاء صداقات بينهم مثل FACEBOOK .
- 2- شبكات مهنية تضم وتجمع أصحاب المهن المتشابهة لخلق بنية تعليمية وتدريبية فاعلة.

3- شبكات ثقافية تختص بفن معين وتجمع المهتمين بموضوع أو علم معين.

كما يمكن تقسيمها حسب الخدمات وطريقة التواصل إلى ثلاثة أنواع أيضا هي:

1- شبكات تتيح التواصل الكتابي

2- شبكات تتيح التواصل الصوتي

3- شبكات تتيح التواصل المرئي

وتتنافس الشبكات الاجتماعية اليوم في توفير أكثر من طريقة للتواصل حتى تلبي حاجات جميع شرائح المجتمع الافتراضي.

وهناك تقسيم ثالث يقسم الشبكات الاجتماعية إلى قسمين :

**1-شبكات داخلية خاصة:** وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من الناس تمثل مجتمع مغلق أو خاص يمثل أفراد داخل شركة أو تجمع ما أو داخل مؤسسة تعليمية أو منظمة ويتحكم في دعوة هؤلاء الأشخاص وغيرهم من الناس للدخول للموقع والمشاركة في أنشطة من تدوين وتبادل وآراء وملفات وحضور اجتماعات والدخول في مناقشات مباشرة وغيرها من الأنشطة مثل شبكة LINKED IN.

**2- شبكات خارجية عامة:** هي شبكات متاحة لجميع مستخدمي الانترنت، بل صمت خصيصا لجذب مستخدمين للشبكة ويسمح فيها للعديد من المستخدمين بالمشاركة في الأنشطة بمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع وتقديم نفسه للموقع مثل شبكة FACEBOOK كما تصنف شبكات التواصل الاجتماعي تبعا للوسائل التي تستخدمها وهي كثيرة و سنكتفي بذكر أربعة أنواع وهي كالآتي:

-**الفييس بوك (FAC Book) :** وهو موقع للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة "فيسبوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها .

-**المنتديات (FORUMS):** في إحدى خدمات شبكة الانترنت التي انتشرت في الفترة الأخيرة انتشارا واسعا غير مسبوق، وتسمح المنتديات بتبادل الآراء والأفكار الملفات بين الأشخاص، كما تقدم النصائح لكثير من المشكلات والاستفسارات التي يطرحها الأعضاء

أويتفرع من المنتدى العام منتديات فرعية لكل تخصص وادخل تخصص تعرض لموضوعات معينة ،وتتنوع المنتديات وفقا لاهتمامات الأشخاص (سحارة، 2017، 2016، ص ص 49 ، 50)

-**توتير:** هذا الموقع أخذ اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني تغريد واتخذ من العصفورة رمزا له، وهو عبارة عن خدمة تدوين اجتماعية صغيرة تسمح للأعضاء المسجلين بنشر منشورات الآخرين من خلال استخدام أجهزة عديدة، ويسمح بإرسال رسالة عدد حروفها 140 حرف فقط، ويعتبر مصدرا معتمدا للتصريحات الشخصية، وكذا التصريحات الحكومية.

-**المدونات:** هي عبارة عن مذكرات ترتب بحيث توضع (التدوينات) الأحداث في أعلى الصفحة الرئيسية للمدونة تليها التدوينات (الأقدام) وتتيح المدونات التعليق على ما يكتب فيها كما يمكن لصاحب المدونة التحكم في محتوياتها بسهولة كبيرة مقارنة بمواقع الويب التقليدية (سحارة، 2016، 2017، ص51).

### المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

**1- طرق جديدة لتكوين المجتمع:** تسمح الشبكات الاجتماعية للأشخاص بخلق صداقات مع أصدقاء يبادلونهم الاهتمام والمحتوى، وبالتالي فهي تساهم بشكل فعال في تجسيد المجتمع الافتراضي المتواجد منذ بداية تطبيقات الانترنت غير أن الشبكات الاجتماعية دعمت طرق جديدة للاتصال بين الناس، فمستخدمي هذه المواقع يخبرون في الاتصال بين مختلف الأساليب الرقمية مثل الرسم والتطبيقات المدمجة في مواقع الشبكات كما بإمكان الأشخاص الانضمام إلى مجموعات قراء الكتب للتواصل حول الكتب التي أحبوا، وغيرها من الخدمات، وهنا نتحدث عن خاصية اللانزمان واللامكان: "حيث تتحول فيه تجربة الزمان و المكان إلى " زمن لا زمني" وإلى "مكان للتدفقات"، يعيش البشر غير منفصلين عن الزمان والمكان، رغم اختلافات الزمان و المكان في العالم الواقعي (عمارة ، 2017، 2016، ص63)

**2- سهولة الاستخدام :** من بين الأمور التي ساعدت بشكل كبير في انتشار الشبكات الاجتماعية لبساطتها.

لذا فإن أي شخص يملك مهارات أساسية في الانترنت يمكنه إنشاء وتسيير موقع شبكة اجتماعية، كما أن التسجيل في هذه الشبكات مجاني ومفتوح أمام الجميع.

**3-التعريف بالذات:**الخطوة الأولى للدخول إلى الشبكات الاجتماعية هي إنشاء صفحة معلومات شخصية،وهي الصفحة التي يضعها المستخدم ويطورها،ويقوم من خلالها بالتعريف بنفسه من خلال النص والصور،الموسيقى الفيديوهات وغيرها من الوظائف الأخرى.

**4-التفاعلية:**لقد سعت مواقع الشبكات الاجتماعية منذ بداية ظهورها إلى تجسيد الفاعلية بين أفرادها لضمان الاستمرارية والتطور.

**5-مساحة الحرية الكبيرة :**أنها فضاءات رحبة مفتوحة للتمرد والثورة بداية من التمرد على الخجل والانطواء وانتهاءا بالثورة على الأنظمة السياسية.

**6-لاهتمام:**هي شبكات تبنى من خلالها مصلحة مشتركة مثلا الألعاب، والموسيقى وسوق المال، السياسة والصحة والشؤون الخارجية وغيرها.

**7-العالمية:**حيث تلغي كل الحواجز الجغرافية والمكانية وتتخطى فيها الحدود الدولية ويتميز فيها الاتصال بالعالمية أو الكونية.

**8-الترباط:**حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي، بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، ذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي. . (عمارة، 2017، 2016، ص 64)

مثلا يعجبك خبر على شبكة تواصل اجتماعي تويتر يمكنك أن تنشر الخبر على شبكة الفيسبوك، والأمر كذلك في نفس الموقع أو الشبكة

### المبحث الثاني: حوار الأديان عبر مواقع التواصل الاجتماعي

#### المطلب الأول: خصوصيات الحوار الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي

**الخطاب الديني:** خطاب مسند ومفاد ذلك أنه لم تتم صياغته من العدم، أو بشكل ارتجالي، بل تعزز محتوياته ومضامينه بالعديد من الاسنادات المأخوذة من المصادر الدينية، والتي تحظى بالقبول والدعم لدى المتلقي، وتشكل في تمثلاته صورا ذهنية واضحة عن التعاليم والأسس الدينية، ومن ذلك نجد: القرآن الكريم، السنة النبوية، الأحاديث الصحيحة وغيرها .

يبني الخطاب الديني مضامينه على المرجعية الدينية، حيث لا تكفي إيصال المضامين إلى المتلقي عبر الوسيط الإعلامي، بل تستثمر خصوصية هذا الأخير لتعزيز فعالية الإقناع من خلال الارتكاز على الأسس البلاغية لكل وسيط إعلامي، سواء كان صحافة مكتوبة، أو إذاعة أو تلفزيون أو وسيط إلكتروني، وتدعم في كل وسيط جوانب القوة فيه للتأثير على المتلقي.

إبراز فعالية القائم بالاتصال وقدرته على التأثير والإقناع، مع العلم أن الحلقة الأولى لهذه العملية تنطلق من المرجعية الدينية والتي تتحدد في استحضار الشخصيات الدينية المختلفة بأسلوبها وهندامها ونبرتها لتحقيق الفعالية في الخطاب، فنستكشف ذلك عبر الاسناد المكتوب في الخطاب الصحفي الديني، أو من خلال الصوت المألوف والمقنع بأسلوبه ولغته وحججه وبراهينه وبلاغته الخاصة في الخطاب الإذاعي الديني.

أوعبر الصورة الايقونية للمحتوى الديني والمدعمة بالصوت البلاغي في الخطاب التلفزيوني، وكثيرا ماتكون العناصر كلها متكاملة التجسيد والحضور في الخطاب الميديا الاجتماعي (الدير، راشدي، 2020، ص ص11، 12)

## الفصل الثاني

تعد معظم وسائل الاتصال الجماهيرية التقليدية أحادية ورأسية الاتجاه من المرسل إلى المستقبل، وهو من يجعل الانترنت لا تعتبر ثنائية الاتجاه فقط ولكنها على ضوء أحداث عالمية قوية، وبدئاً من فضيحة "مونيكا لونيسكيث"، مروراً بالانتفاضة الفلسطينية ثم تفجيرات أمريكا في الحادي عشر من سبتمبر 2001 وصولاً ما يسمى بالحرب على الإرهاب، أثبتت أنها وسيط متعدد الاتجاهات تتقاطع فيه كل الأفكار بالإيديولوجيات، الأديان بالإلحاد، الأكاذيب بالحقائق الجريمة بمكافحة الإرهاب، والجغرافيا بفضاءات لا تعترف بحدودها والدين إذا يشكل عنصراً من بين كل المتناقضات التي تتضمنها الانترنت وان العديد من الديانات تستثمر الانترنت بنشاط كبير في الإعلام والدعوة والتبشير والدعاية.

جاء في دراسة أعدتها شركة "بارنا" لاستطلاعات الرأي في "كاليفورنيا"، في أواخر سنة 2000 أن حوالي 8 بالمائة من البالغين و12 بالمائة من المراهقين، في الولايات المتحدة يستخدمون الشبكة لأغراض دينية أو روحية، ومن بين الأنشطة التي اعتبروها أكثر جاذبية الاستماع إلى الدروس الدينية وأداء الصلوات عبر الانترنت وشراء منتجات ذات طابع ديني من الشبكة.

إن ممارسات المسلمين داخل الانترنت ارتهنت لتصوراتهم عنها، ورد الشبهات غير أن الدخول إليها دفع إلى ممارسات وخيارات أخرى، تارة باعتبارها وسيلة لدعوة المسلمين أنفسهم، وأخرى بوصفها أداة للنشر، وثالثة كونها سبيلاً للانفلات من القيود السياسية بما توفره من الحرية التي عان الإسلاميون من غيابها باعتبارها وسيلة إعلامية إعلانية.

فالمواطن المسلم يبحث عن الخطاب الديني النافع، لذلك كان إلزاماً إدراك طبيعة جمهور الانترنت، أي أن جمهورها الآن من الشباب الذي تشهد ثقافته تحولات عديدة وأمامه الكثير من التحديات، فينبغي مراعاة هذه المتغيرات وينبغي كذلك فهم طبيعة الأداة نفسها بوصفها تتسم بخصائص عن وسائل الإعلام الأخرى، (نايلي ، بدون سنة ، ص 12)

## الفصل الثاني

وأبرزها احتواء شبكة الانترنت على وسائل متعددة تتفاعل بدرجة أكبر مع الجمهور، وبوصفها أداة عالمية فلا يصح أن يكون الخطاب فيها نمطيا

فإن أغلب مضامين الخطاب الديني عبر شبكات التواصل الاجتماعي تندرج ضمن جانب الأخلاق وتتمثل في الصفات الحسنة، والسلوك المستقيم الذي جاء به الإسلام، وبعث رسول الله صلى الله عليه وسلم ليتممه أو يقره، خاصة المعاصرة منها، كما تتجه بعض الخطابات إلى تفسير الخطابات القرآنية، والأحاديث النبوية، وأقوال الصحابة من خلال تقديم شروحات لآيات قرآنية، وأقوال نبوية وأقوال الصحابة وتذكير المتلقي المسلم بما تتضمنه من نصح وإرشاد، توجيه وتذكير ومعالجة لقضايا إسلامية هامة.

أصبح الخطاب الديني عبر شبكة الفايسبوك يتمتع بخصوصية مفادها أن تصميم وتبليغ هذه الخطابات ليس حكرا على رجال الدين أو الإعلاميين المتخصصين أو الأمة والدعاة بل أصبح أي شخص عادي بإمكانه تصميم خطاب ديني وتبليغه لجمهور عريض من مستخدمي شبكة الفيس بوك بسرعة وبساطة مطلقة وتلقي ردود أفعال حوله.

(نايلي، بدون سنة ، ص ص13، 14، 16)

وانطلاقا من دراستنا الميدانية نلاحظ آراء أفراد العينة حول وجود اختلاف بين الحوار الديني وجها لوجه والحوار عبر الفيس بوك، وذلك من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم(18): اختلاف بين الحوار الديني وجها لوجه والحوار عبر الفيس بوك

بخصوص الأديان

المتغير	التكرار	النسبة%
نعم	182	91
لا	17	8,5
لا أدري	1	0,5
المجموع	200	100%

يوضح الجدول أعلاه للمبحوثين اختلاف بين الحوار الديني وجها لوجه والحوار عبر الفيس بوك بخصوص الأديان، حيث نجد نسبة المبحوثين الذين أجابوا ب(نعم) ب91% ، بينما الذين أجابوا ب(لا) قدرت نسبتهم ب8,5%، في حين نجد إجابة (لا ادري) بنسبة 0,5%

أغلب المبحوثين أكدوا على أن هناك اختلاف في الحوار الديني وجها لوجه والحوار عبر الفيس بوك بخصوص الأديان، وذلك لأن الحوار وجها لوجه يكون بالتواصل والتفاهم بين الناس، ففيه حجة قوية وضبط للنفس والصبر والاحترام والتواضع واستخدام اللغة، وهو منهج للإصلاح والدعوة في المجتمع ويؤدي إلى التقارب والالتقاء فيما بينهم ،عكس الحوار عبر الفيس بوك فهو موقع افتراضي يعطي السهولة للتواصل والتفاعل مقارنة باللقاء المباشر، كما أن طبيعة توزيع الأديان في العالم جغرافية الأديان لا تسمح باللقاء وجها لوجه، مثلا المواطن العربي معظمه مسلم، عندما يتحدث مع المخالف فإن المخالف يكون مثلا من فرنسا أو أمريكا أو غيرها يعني يصعب أن يلتقي به وجها لوجه، فيلجأ للعالم الافتراضي فهو يؤدي إلى تشكيل مجال اجتماعي معزز لثقافة الحوار بين الشباب وخلق التفاعل عبره، كما

أننا نجد أغلبية مستخدمي هذا الموقع أصبحوا يجسدون ما تعلموه من حوار عبر الفيس بوك إلى سلوكيات واقعية.

ساهم الاختلاف الحوار الديني بين وجه لوجه وعبر الفيس بوك بخصوص الأديان خاصة الفيس بوك في انتشار ظاهرة ازدياد الأديان وبعد استطلاعنا على إجابات المبحوثين حول تسبب النقاش الحاد حول المواضيع الدينية في ازدياد الأديان التي تمثلت فيما يأتي:

## الفصل الثاني

الجدول رقم (19) : يوضح تسبب النقاش الحاد حول المواضيع الدينية في انتشار ظاهرة ازدياد الأديان عبر الفيس بوك.

المجموع		لا أدري		لا		نعم		الاجابة المستوى التعليمي
% النسبة	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
0	0	0	0	0	0	0	0	غير متعلم
0	0	0	0	0	0	0	0	ابتدائي
6	12	0	0	1,5	3	4,5	9	متوسط
10,5	21	1	2	2,5	5	7	14	ثانوي
65	130	0	0	19	38	46	92	جامعي
18,5	37	0,5	1	5,5	11	12,5	25	دراسات عليا
%100	200	%1,5	3	%28,5	57	%70	140	المجموع

من خلال بيانات الجدول الذي يبين تسبب النقاش الحاد حول المواضيع الدينية في انتشار ظاهرة ازدياد الأديان عبر الفيس بوك وعلاقته بمتغير المستوى التعليمي، نجد بنسبة 70% والتي توزعت على النحو التالي: أين احتلت الصدارة المستوى الجامعي بأعلى نسبة

## الفصل الثاني

والتي قدرت ب46% تليها مستوى الدراسات العليا بنسبة 12,5%، في حين نجد المستوى الثانوي 7% والمتوسط ب4,5%، أما المستوى الابتدائي وغير المتعلم فكانت بنسبة معدومة أي 0%

أما فيما يخص المبحوثين الذين أكدوا على عدم تسبب النقاش الحاد حول المواضيع الدينية في انتشار ظاهرة ازدياد الأديان فكانت نسبتهم 28,5%، وتعود أعلى نسبة للمستوى الجامعي والتي قدرت بنسبة 19%، يليها مستوى الدراسات العليا ب5,5%، في حين نجد المستوى الثانوي ب2,5%، ومستوى المتوسط ب1,5%، أما الابتدائي وغير المتعلم فكانت بنسبة 0% .

أما بالنسبة للمبحوثين الذين أجابوا بعدم درايتهم في تسبب النقاش الحاد حول المواضيع الدينية في انتشار ظاهرة ازدياد الأديان فقدرت نسبتهم 1,5%، في حين احتلت المقام الأول المستوى الثانوي 1% تليها مستوى الدراسات العليا 0,5%، أما المستويات المتبقية، الجامعي، المتوسط والابتدائي وغير المتعلم فكانت نسبتهم منعدمة أي 0% .

من خلال الشواهد الإحصائية فإن أغلب المبحوثين أكدوا على تسبب النقاش الحاد حول المواضيع الدينية في انتشار ظاهرة ازدياد الأديان في المستوى الجامعي كأعلى نسبة، وهذا بحكم المستوى التعليمي والفكري واستعداده لتلقي كل فكرة جديدة، فهو يطرح الحلول ويقارب مسائل وقضايا مجتمعه باعتماد العقل والمنطق، ويتقبل النقد والأفكار والآراء المخالفة بصدق ورحب دون تشنج وبذلك فهو يختلف اختلافا كبيرا عن المستويات الأخرى.

النقاش الحاد قد لا يأخذ دوما صورا سلبية تمكن مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي أن يساهم في جانب إيجابي، وبالعودة للدراسة الميدانية أين قمنا باستطلاع آراء المبحوثين حول الخصوصيات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي، فكانت إجابتهم كالآتي:

## الفصل الثاني

الجدول رقم (20): يوضح رأي المبحوثين حول الخصوصيات التي قدمتها مواقع التواصل الاجتماعي في الحوار الديني.

المتغير	التكرار	النسبة %
التعريف بالدين	35	17,5
الحوار والنقاش	46	23
نقد الدين	13	6,5
زرع الفتنة	15	7,5
لم تقدم أي خصوصية	40	20
قدمت خصوصيات متنوعة	9	4,5
لا أدري	42	21
المجموع	200	%100

من خلال الجدول أعلاه الذي يبين آراء المبحوثين في الخصوصيات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي في الحوار الديني، حيث سجلنا أعلى نسبة قدرت 23% للحوار والنقاش، بينما أجاب بعض المبحوثين لأدري 21%، في حين سجلت نسبة 20% من إجابات المبحوثين ب لم تقدم أي خصوصية، وسجلت نسبة 17,5% من إجابة المبحوثين بالتعريف بالدين، فيما سجلت نسبة 7,5% لزرع الفتنة، وتليها نسبة 6,5% لنقد الدين، وأخر نسبة سجلت أن مواقع التواصل الاجتماعي قدمت خصوصيات متنوعة بنسبة 4,5% .

يتضح لنا أن أغلب إجابات المبحوثين حول الخصوصيات التي قدمتها مواقع التواصل الاجتماعي في الحوار الديني أن أغلبها كانت بالحوار والنقاش كونه أنه أسلوب للتعرف على الآخر والاعتراف بوجوده في المشاركة في الرأي، ولا يكون بالضرورة التوصل إلى رأي

## الفصل الثاني

متوافق أو مشترك مع من نقوم معه الحوار، فالحوار والنقاش يؤدي إلى التفاهم و القدرة على التفاعل مع من يحيطون بهم فالنقاش يعتمد على العقل و العلم .

خاصية الحوار والنقاش في مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في طبيعة انتشار الأديان وهذا ما أوضحه الجدول الآتي من خلال إجابات المبحوثين لطبيعة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار الأديان.

**الجدول رقم(21):يبين طبيعة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار الأديان**

المتغير	التكرار	النسبة%
التعريف بالدين	83	34,73
ازدراء الدين	87	36,40
الحوار بين الأديان	64	26,78
لا أدري	5	2,09
المجموع	239	%100

يبين الجدول آراء المبحوثين في طبيعة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار الأديان، حيث سجلت أعلى نسبة ب36,40% لازدراء الدين، و34,73% للتعريف بالدين، بينما جاءت نسبة 26,78% للحوار بين الأديان ، في حين نجد نسبة 2,09% لإجابة المبحوثين ب لا أدري .

يتضح من خلال الجدول أن هناك الكثير من الآراء التي تعتبر أن طبيعة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي "الغيس بوك" في مقامها الأول "ازدراء الأديان" وهذا راجع للترويج بأفكار متطرفة وإثارة الفتنة بين معتقي الأديان وتحقير الدين، وسبب ازدراء الأديان راجع إلى التطرف الناتج من التقليد، وكذلك الأهداف الإيديولوجية لتحقيق المصالح باستغلال

## الفصل الثاني

الدين، وكذلك التدين العاطفي الذي يجعل أتباعه متحمسين للدفاع على أديانهم بمهاجمة الأديان الأخرى، وكذلك للمستوى المعرفي الضئيل والسطحي على الأديان فبدلاً من أن يتكلم المتخصصون فيها أصبح غير المتخصص المرتبة الأولى يحتل المرتبة الأولى في الحديث عن الدين، في حين يرى بعض المبحوثين أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت أيضاً منقارب في التعريف بالدين، وذلك بتقديم مجمل المعلومات التي تخص القضايا الدينية، والتعرف على معتقدات أديان أخرى.

ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في ازدياد الأديان والإسلام خاصة على موقعها الفيس بوك، وهذا ما يعني عدم وجود حوار منصف بين الإسلام وبقية الديانات الأخرى:

## الفصل الثاني

الجدول رقم (22): يوضح اعتقاد المبحوثين بوجود حوار منصف بين الإسلام وبقية الأديان وعلاقته بمتغير المستوى التعليمي.

المجموع		لا أدري		لا		نعم		الإجابة المتغير
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
0	0	0	0	0	0	0	0	غير متعلم
0	0	0	0	0	0	0	0	ابتدائي
6	12	0	0	5,5	11	0,5	1	متوسط
10,5	21	0,5	1	7	14	3	6	ثانوي
65	130	1	2	48,5	97	15,5	31	جامعي
18,5	37	1	2	14	28	3,5	7	دراسات عليا
100	200	%2,5	5	%75	150	%22,5	45	المجموع

يتبين من خلال الجدول اعتقاد المبحوثين بوجود حوار منصف بين الإسلام وبقية الأديان وعلاقته بمتغير المستوى التعليمي، نلاحظ أن أغلب المبحوثين أكدوا على عدم اعتقاد المبحوثين بوجود حوار منصف بين الإسلام وبقية الأديان بنسبة 75% والتي توزعت كالتالي: احتلت المرتبة الأولى المستوى الجامعي بنسبة 48,5% كأعلى نسبة، يليها مستوى دراسات عليا ب 14%، ثم يليها المستوى الثانوي بنسبة 7%، في حين نجد مستوى المتوسط ب 5,5%، أما المستوى الابتدائي وغير المتعلم فقدرت نسبتهم ب 0% أي معدومة تماما .

## الفصل الثاني

أما بالنسبة للمبحوثين للذين اعتقدوا بوجود حوار منصف بين الإسلام وبقية الأديان، فبلغت نسبتهم 22,5% والتي توزعت على النحو التالي :

أين احتلت الصدارة نسبة 15,5% للمستوى الجامعي، ودراسات عليا بنسبة 3,5% تليها مباشرة نسبة 3% أما مستوى المتوسط فقدرت نسبته 0,5% وأخيرا نجد مستوى الابتدائي وغير المتعلم بنسبة 0%.

أما فيما يخص المبحوثين الذين يجهلون بوجود حوار منصف بين الإسلام وبقية الأديان، فقدرت نسبته 2,5%، الموزعة على النحو التالي: أعلى نسبة كانت للمستوى الجامعي ودراسات عليا بنسبة 1%، يليها مستوى الثانوي بـ 0,5%، أما المستويات الأخرى، المتوسط، والابتدائي وغير المتعلم فبلغت نسبتهم بـ 0%.

نستخلص أن أغلب المبحوثين أكدوا عدم وجود حوار بين الإسلام وبقية الديانات الأخرى من قبل المستوى الجامعي، نظرا لامتلاكه إنتاج فكري واسع، وصاحب رأي، وأنه يملك قدرا من الوعي والسلوك الحضاري ومطلع على ثقافات وعلوم عديدة.

### المطلب الثاني: آليات التواصل الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي

**مفهوم التواصل الديني:** التواصل الديني مفهوما، لا نريد به المفهوم المطلق للدين، ولا المفهوم المطلق للتواصل، وإنما هو تواصل منطلقه النص الديني المقدس الذي بعث به الأنبياء والرسل، من أجل تحقيق الخير والسلام والوحدة بين البشر، والقضاء على كل أشكال التفرقة والتناثر والهجران، عبر وسيلة التعقل، والحكمة، والموعظة الحسنة والخطاب الحسن والحوار العلمي الهادئ، والتجادل والتي هي أحسن طبعا هذا في شقه العرضي، أما في شقه العمودي يعتبر التواصل "ضرورة حتمية (بن لباد، 2016، ص 81)

## الفصل الثاني

فأوجد الله الإنسان لكي يتواصل معه فالهدف من خلق الإنسان هو من أجل التواصل مع الله، فالوجود أصل للتواصل، إذن فالتواصل الديني هو محبة الله (خالق الإنسان) و التفاعل معه من أجل تحصيل الحكمة والمعرفة و العلم ( بن لباد، 2016، ص، 82).

- **الانترنت:** ولاتحتاج أهمية الانترنت وضرورة استغلالها إلى بيان ،لأنه من المشاهد في كل بيت ، بل عند كل فرد ، ورغم ما تفتحه هذه الوسيلة من مخاطر، إلا أنما ما توفره من مزايا تجعل من اللازم العمل على استغلالها لإيصال الخطاب الدعوي إلى مداه، والوقوف في وجه الحملات المسعورة التي يحارب بها الإسلام في هذا المضمار.

- **وسائط التواصل الاجتماعي :** وهي وسائط لا يقف تطورها عند حد تفاجئ المتابع كل يوم بجديد، ويوفر استغلالها المدروس والمنظم أهم مكسب يمكن إن يحققه الدعوي في العصر الحديث،نتيجة ما تمنحه هذه الوسائط من إمكانيات هائلة تخترق الحدود من أقصى الشرق إلى أقصى الغرب، في أقل زمن وبأقل تكلفة. (منى،2020، ص224)

- **الفيسبوك:** هو موقع إجماعي شهير يدخل عليه حوالي 250 مليون إنسان على مستوى العالم، لما أهميته ورواجه الواقعي وتفاعل أعضائه في أي مكان وفي أي زمان ومن هنا فقد انتبه إليه دعاة كثيرون في زماننا، وتم عمل الصفحات شخصية لهم عليه لمخاطبة جماهيرهم ونشر الدين والدعوة داخل العالم العربي، لذا فان هذا الموقع فقد ساهم فيه:

- مجموعات « Face book » تدعو إلى الحث الفضيلة ونشرها بين الناس .
- مراسلة جميع صفحات الموجودين لديك بما يريد الداعية توصيله من قيم وأخلاق وغيرها من أعمال فاضلة.
- التواصل مع غير المسلمين لدعوتهم إلى الدين الإسلامي العظيم ، وذلك بإتقان لغة المخاطب ، وتوضيح صورة الإسلام الصحية التي شوهاها الغرب عبر إعلامهم .

## الفصل الثاني

- محاربة المجموعات التي تقوم بتشويه صورة الإسلام والضغط على موقع الفايسبوك لإغلاقها وهذا ما حدث بالفعل مرارا وتكرارا (عطوي، مقيدش، بدون سنة، ص214)

وفي الحقيقة هذا ما وجدناه في موقع الفايسبوك حيث تتنوع الصفحات والمجموعات الدينية حتى أن هناك مجموعات خاصة بمناقشة القضايا الدينية، وهناك أيضا مجموعات أخرى تدعو للحوار بين الأديان وبمختلف الوسائط التي يتيحها هذا من المواقع (يوسيف، 2019، ص168)

- **المحاضرات:** الأسلوب هو أشهر الأساليب التي تعود عليها الدعاة إلى الله، أن يلقي محاضرة دعوية في موضوع محدد، والغالب أن المحاضرات تكون في المساجد أو في تجمعات الناس في القاعات أو المخيمات الدعوية. وقد جاءت شبكة الانترنت لكي تخدم هذا الأسلوب بعدة وسائل، سواء كانت المحاضرة صوتية أو مصورة، سواء كانت مباشرة أو مسجلة، فكلها يمكن للانترنت أن تخدمها، والغالب على هذه المحاضرات أن تكون مسجلة من المساجد، أو المحطات التلفزيونية، أو غرف الحوار، أو غير ذلك، وهناك مواقع تشتهر بخدمة هذا الأسلوب الدعوي منها موقع طريق الإسلام، موقع الشبكة الإسلامية، موقع فرسان السنة .

- قنوات الدعاة على مواقع مشاركة الملفات مثل يوتيوب.

- والمواقع الشخصية لبعض الدعاة تحرص على وضع دروسهم ومحاضراتهم عليها

- **المواقع الالكترونية:** المقصود بالمواقع الإلكترونية الخاصة بالدعوة إلى الله، ويدخل ضمنها المواقع الشخصية للدعاة، وينشر في هذه المواقع كل المواد الخاصة بالدعوة إلى الله وبالدعاة من الأنشطة والمحاضرات والدروس، ولقد التفت مؤخرا عدد من الدعاة إلى إنشاء مواقع خاصة تجمع كل إنتاجهم الدعوي والعلمي ليسهل الرجوع إليه والإفادة منه في أي وقت.

## الفصل الثاني

**البريد الإلكتروني:** يمكن استخدام البريد الإلكتروني في الدعوة إلى الله بطرق متنوعة كفتح حسابات بريدية في المواقع الدعوية مجاناً للجميع ما يدفعهم للاشتراك و من مراسلتهم بما ينفعهم من الرسائل الدعوية الهادفة. ويمكن من خلال البريد الإلكتروني مراسلة غير المسلمين ودعوتهم للإسلام، وهناك رسائل دعوية جاهزة بمختلف اللغات يمكن للداعية أن يستفيد منها ويرسلها للعناوين البريدية التي يختارها. ويمكن استخدام البريد الإلكتروني في الإفتاء وإجابة السائلين، كما على المفتين، وغير ذلك من طرق استخدام هذه الوسيلة الفعالة في الدعوة إلى الله. (بن معاضة الشهري ، 1432 ، ص ص 23، 24، 8)

اختلفت آليات النشر الديني التي يستخدمها المبحوثين للتعبير عن آراءهم وأفكارهم الدينية عبر الفيس بوك، وهذا ما يوضحه الجدول الآتي:

### الجدول رقم (23): يوضح آليات النشر الديني للمبحوثين عبر الفيس بوك

المتغير	التكرار	النسبة %
الفيديو	157	40,88
الصورة	84	21,88
النص	90	23,44
الرسومات	51	13,28
الإيحاء والتعليق	2	0,52
المجموع	384	%100

الجدول أعلاه الذي يوضح آليات النشر الديني عبر الفيسبوك، نجد أعلى نسبة أقر بها المبحوثين بـ 40,88% للفيديو، ونسبة 23,44% للنص، بينما نسبة 21,88% للصورة في حين نجد نسبة 13,28% للرسومات، و 0,52% كآخر نسبة للإيحاء والتعليق.

## الفصل الثاني

يمكن تفسير هذه النسب ب بروز الفيديو كأكبر نسبة في الدراسة، وهذا راجع إلى اعتباره سمعي بصري (صوت وصورة)، كونه أسهل طريقة وأفضلها لتوصيل الفكرة أو المعلومة كما أن المستخدمين يتقادون المنشورات فهو يؤثر على المبحوثين لسهولة الفهم والتوضيح الدقيق والسريع، ويوصل المعلومة بشكل سريع وجعل الرسالة أكثر وضوحاً، نظراً لاختلاف الأشخاص من حيث أنماط التعلم، ويعتبر الفيديو الأكثر فعالية في التعبير عن مضمون الرسالة الدينية عبر الفيس بوك وضمان فهمها عند إيصالها للآخرين، ويعتمدون على الفيديو كونه يملك صدى كبير فيما يتعلق بالقضايا الدينية المنشورة عبر الفيس بوك.

كون الفيديو من آليات النشر الديني، قمنا بدراسة ميدانية للاستطلاع عن رأي المبحوثين إذا ما كانت الفيديوهات التي تحمل طابع ديني نوع من أنواع التواصل الاجتماعي والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (24): يبين اعتقاد المبحوثين أن الفيديوهات الحاملة للطابع الديني من أنواع التواصل عبر الفيس بوك.

المتغير	التكرار	النسبة %
نعم	177	88,5
لا	22	11
لا أدري	1	0,5
المجموع	200	%100

من خلال الجدول الذي يبين اعتقاد المبحوثين أن الفيديوهات الحاملة للطابع الديني من أنواع التواصل عبر الفيس بوك، حيث نجد نسبة 88,5% أجابوا ب (نعم)

## الفصل الثاني

بينما أجاب بعض المبحوثين ب(لا) بنسبة 11% في حين أجاب المبحوثين (لا أدري) بنسبة قدرت 0,5%.

من خلال الشواهد الإحصائية للجدول أغلب المبحوثين أكدوا على اعتقادهم أن الفيديوهات الحاملة للطابع الديني من أنواع التواصل عبر الفيس بوك كون الفيديو له تأثير كبير صوت وصورة، ويرجع سبب انتشار تلك الفيديوهات بقوة هو الدين لأنه عنصر مقدس لدى أتباعه وبالتالي حساس جدا ولذلك الاهتمام به ونشر مواضيعه مهم جدا عند أصحابه، خاصة تحت شعارات الدعوة للدين والدفاع عنه، فعندما يكون المضمون دينيا يجذبهم أكثر ويساهمون في نشره أو التعليق عليه .

الفيديوهات الحاملة للطابع الديني تعتبر نوع من أنواع التواصل عبر الفيس بوك، فمن خلاله تكون مناقشة القضايا الدينية، وعليه استطلعنا آراء المبحوثين حول بحثهم عن الأشخاص الذين يحملون نفس أفكارهم الدينية عبر الفضاء الأزرق وهذا ما يبينه الجدول التالي:

**الجدول رقم(25): يوضح بحث المبحوثين عن الأشخاص الحاملين لنفس أفكارهم**

**الدينية عبر الفيس بوك**

المتغير	التكرار	النسبة %
نعم	44	22
لا	65	32,5
أحيانا	91	45,5
المجموع	200	%100

## الفصل الثاني

يبين الجدول بحث المبحوثين عن الأشخاص الحاملين لنفس أفكارهم الدينية عبر الفيس بوك، نلاحظ أن أفراد العينة أجابوا أحيانا بنسبة 45,5%، بينما أجاب 32,5% و(لا)، ونسبة 22% من أفراد العينة أجابوا ب (نعم).

من خلال الشواهد الإحصائية فإن أغلب المبحوثين أكدوا بحثهم عن الأشخاص الحاملين لنفس أفكارهم الدينية "أحيانا"، لأنهم ليسوا مجبرين على التعامل مع الأشخاص الحاملين لنفس الأفكار الدينية، باعتبارها حرية شخصية، واقتناع المبحوثين بأفكارهم و المساعدة في اتخاذ القرار المناسب كونه يملك نفس الأفكار والآراء، ومن الأسباب المهمة التي تجعلهم يبحثون عن الذين يخالفونه في الأفكار هو الخوف من الوقوع في الشبهات وترك معتقداتهم بسبب أفكار تطعن دينهم .

تحمل مواقع التواصل الاجتماعي العديد من المعتقدات الدينية للأشخاص، وتختلف فيما بينها، وللتأكد من معتقداتهم سنعود للدراسة الميدانية التي قمنا بها لاستطلاع آراء المبحوثين حول كيفية التأكد من معتقدات مستخدمي الفيس بوك فكانت الإجابات كالآتي:

**الجدول رقم(26) : يوضح كيفية التأكد من معتقدات الأشخاص عبر الفيس بوك**

المتغير	التكرار	النسبة %
الحوار والنقاش	50	25
المنشورات والتعليقات	100	50
استحالة التأكد من المعتقد	24	12
لا أدري	26	13
المجموع	200	100%

من خلال الجدول الذي يبين لنا كيفية التأكد من معتقدات الأشخاص عبر الفيس بوك، نجد انه سجلت نسبة 50% من إجابات المبحوثين بالمنشورات والتعليقات، بينما سجلت نسبة

## الفصل الثاني

25% للحوار والنقاش، في حين نجد أن نسبة 13% أجابوا لا أدري ونسبة 12% لاستحالة التأكد من المعتقد .

من خلال الشواهد الإحصائية الموجودة في الجدول أعلاه، نجد أن اغلب المبحوثين أكدوا على أنه يمكن التأكد من معتقدات الأشخاص عبر الفيس بوك تكون عبر التعليقات والمنشورات عن طريق نشرهم لمواضيع تخصهم، فهم بذلك يعبرون عن رأيهم بطريقتهم وتفكيرهم الخاص، فقد ينشرون منشورا دينيا يتضح من خلاله انتماءه الديني أو ربما يعلق على منشور ديني .

التأكد من المعتقدات الدينية عبر الفيس بوك، هذا لا يعني انضمامهم لنفس المجموعات التي تحمل نفس المعتقد، وهذا ما أوضحه الجدول الآتي:

الجدول رقم (27): يوضح انضمام المبحوثين إلى مجموعات فايسبوكية تحمل نفس

### المعتقد

المتغير	التكرار	النسبة%
نعم	96	48
لا	104	52
المجموع	200	100%

يوضح الجدول انضمام المبحوثين إلى مجموعات فايسبوكية تحمل نفس المعتقد، حيث سجلت أعلى نسبة ب 52% من إجابة المبحوثين ب (لا)، بينما سجلت 48% من إجابة المبحوثين ب (نعم).

يتضح أن أغلب المبحوثين أكدوا على عدم انضمامهم لمجموعات فايسبوكية تحمل نفس المعتقد، لا اعتبارهم أنه ليس من الضروري الانضمام إليهم لأن كل شخص وتفكيره ورأيه

## الفصل الثاني

وحرية الشخصية ، وكذلك لأسباب منها الغرور لاعتبارهم انهم لا يحتاجون للاطلاع على الأديان الأخرى، وهناك من يغار على الدين أي يقدم الولاء لدينه، وكذلك الخوف من الدخول في تلك المجموعات لكي لا يحصل تشويه لدينه،

### المطلب الثالث: تكوين الرأي العام الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي

يجب أن يكون هناك تعبير عن رأي معين وتعبير مضاد عن رأي آخر، بما يعبر عنه بالتواصل، فيتزوج الفرد بآراء وأفكار جاهزة يلتقطها الجمهور لتكون بموجبها رأي عام أو اتجاه عام داخل أفراد المجتمع حول أحد هذين الرأيين.

كلما كان هناك وعي و ارتفاع بالمستوى الثقافي كان الرأي العام في مكانه الصحيح وارتبط بالمجتمع. وتزيد الاجتماعات الوعي لدى المجتمعين في بحث موضوع معين للوصول إلى حل، إذا كان لكل شخص الحق في التعبير عن رأيه من خلال هذه الاجتماعات في كافة المجالات السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، الدينية...، حيث يسهل توصيل المعلومة لأكثر عدد من الأشخاص.

ومن شأن هذا النهوض بالمجتمع، وكان هذا سبب نشوء البرلمانات والمجالس الشعبية والمحلية في دول العالم. ينبثق عن حرية الاجتماع، حرية تكوين الجمعيات والنقابات أو هيئات في إطار أعمال وأهداف ثقافية أو اجتماعية أو سياسية أو دينية. (برامة، 2017، 2016، ص76)

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أسرع الفضاءات الإعلامية لتكوين الرأي العام، لما تحوزه من تفاعلية كبيرة بين مختلف الناشطين فيها، فضلا عن استخدامها للوسائط المتعددة التي تجمع فيها الصوت والصورة والنص، إضافة إلى النص المتشعب الذي يقود لملايين المعلومات الأخرى .

ويرى أحمد شيهاب أن تكوين الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي يمر من خلال المراحل الرئيسية التالية :

### مرحلة ما قبل المعلومة:

وهي ما تعرف بمرحلة التهيئة النفسية للمتلقي، حيث عادة ما تسبق المعلومة مجموعة من الظروف والخلفيات التي تهيئ الجمهور لتبني موقف محدد مسبقا ، فمثلا قبل أي موقف رافض للأوضاع المعيشية المتدنية، تسبقه مؤشرات توحى بذلك، كارتفاع الأسعار، انخفاض القدرة الشرائية، زيادة الرسوم على الأفراد .... فهذه الخلفيات تهيئ الجمهور لتبني موقف إزاء معلومة أو خبر يمثل القطرة التي تفيض الكأس فتأتي مواقع التواصل الاجتماعي في خضم هذه المؤشرات بنشر موضوع حول عصيان شعبي، فيلقي ذلك قابلية واسعة للتبني من طرف الرأي العام (شيهاب ، 2018،ص56)

### مرحلة إطلاق المعلومة:

في هذه المرحلة تخرج المعلومة للعلن وقد سبقتها المؤشرات التي سبق ذكرها، فتبدأ المعلومة صغيرة من حيث الانتشار، ثم سرعان ما تأخذ حيزا كبيرا من الانتشار بفضل خاصية التفاعل و المشاركة .

### مرحلة التشكيل الأولي للرأي العام :

في هذه المرحلة يبدأ الرأي العام يتشكل حول القضية المعروضة، وهو رأي عام غير مكتمل، بحيث تشويه انقسامات وتردد في اتخاذ الموقف النهائي بسبب تضارب المعلومات وعدم ثباتها .

مرحلة اكتمال المعلومة:

في هذه المرحلة تعزز المعلومة المتعلقة بالقضية المثارة بمختلف الدعائم، (صوراً، مقاطع فيديو، وثائق...) كما يؤكد لها ويدعمها مختلف الفاعلون في مواقع التواصل الاجتماعي، ما يجعلها أكثر قوة وذات حجية كبيرة، وفي هذه المرحلة يزداد انتشار القضية وقد تصل إلى وسائل الإعلام الكلاسيكية (راديو، تلفزيون، صحافة مكتوبة)، وهنا يزداد الصراع بين الأطراف التي تعارض القضية وانتشارها، وبين الرأي العام المؤيد للقضية المطروحة .

مرحلة التشكيل النهائي للرأي العام :

في هذه المرحلة تستقر المواقف إزاء القضية المطروحة، وتتكون قناعة نحوها، وتضعف المحاولات الرامية لكسر الحجج المدعمة للقضية المطروحة، مقابل صلابة الحجج المدعمة لها التي تتجح في استقطاب جماهير جديدة تنظم للرأي العام. (شيهاب، 2018، ص 57)

الجدول رقم (28): يوضح العناصر المتحركة في تكوين الرأي العام الديني بالنسبة

للمبحوثين

المتغير	التكرار	النسبة %
طبيعة القضية	123	38,80
المواقف حولها	62	19,56
أساليب عرضها	77	24,29
وسيلة العرض	50	15,77
لا أدري	5	1,58
المجموع	317	%100

## الفصل الثاني

من خلال الجدول الذي يبين آراء المبحوثين في العناصر المتحكمة في تكوين الرأي العام الديني حيث سجلت أعلى نسبة ب38,80% من إجابات المبحوثين ل طبيعة القضية، بينما سجلت نسبة 24,29% من إجابات المبحوثين لأساليب عرضها، بينما كانت نسبة 19,56% من إجابات المبحوثين بالمواقف حولها، أين قدرت نسبة 15,77% بوسيلة العرض، وأخيرا نسبة 1,58% من إجابات المبحوثين ب لا أدري.

أغلب المبحوثين أجابوا أن العنصر المتحكم في تكوين الرأي العام هو طبيعة القضية، على حسب تأثيرها على الرأي العام و تعايش المبحوثين مع القضية والتي تعتبر حديث الساعة ، في حين أن طبيعة القضية تخص المبحوثين ، كون طبيعة القضية هي المستفزة للرأي العام فقد يجعل الجمهور ينقاد إلى التقبل وقد يدفعه إلى الرفض مثلا عندما نتحدث عن موضوع الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم فإن طبيعة هذا الموضوع مستفز لجمهور الفيس بوك في العالم العربي ويؤثر في تشكيل الرأي العام الديني عبر الفيس بوك

### خلاصة:

من خلال ما تم استعراضه في الفصل الثاني، نستخلص أن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل أغلب الشعوب من مختلف الأجناس، حيث أنها يناقش عبرها مختلف المواضيع في مختلف المجالات، ومن بين هذه المواضيع حوار الأديان الذي يعد صراع بين معظم الشعوب، حيث كان السعي كله من أجل نشر الدين ودحض الدين الآخر وإقصاءه والانتقال من الحوار الواقعي إلى الحوار الافتراضي، حسب تصريحات المبحوثين الذين أكدوا باختلاف الحوار الديني وجها لوجه والحوار عبر الفيس بوك بخصوص الأديان بنسبة 91%، فيما تسبب النقاش الحاد حول المواضيع الدينية في انتشار ظاهرة ازدياد الأديان عبر الفيس بوك بنسبة 70%، ولقد قدمت هذه المواقع في الحوار الديني خصائص تمثلت أهمها في الحوار والنقاش بنسبة 23% نظرا لتبادل الآراء وإظهار الحقيقة وإثبات صحة فكرته بالحجج والبراهين، نظرا لطبيعة مساهمة مواقع تواصل اجتماعي بنسبة 36,40%، تقدم مواقع التواصل الاجتماعي عدة أنواع لنشر المعلومات الدينية، والمبحوثين يعتقدون أن الفيديوهات الحاملة للطابع الديني من أنواع التواصل عبر الفيس بوك وقدرت نسبة المبحوثين الذين أكدوا على ذلك ب 88,5% وهذا ما يوحي إلى أن الفيديو هو أسهل طريقة وأفضلها لإيصال الفكرة بالأدلة والصور والصوت وهذا ما يؤثر على المتلقي.



## الفصل الثالث : ازدرء الأديان عبر الفاييبوك بين حرية الرأي وإقصاء الآخر

تمهيد الفصل

المبحث الأول: مفهوم ازدرء الأديان

المطلب الأول: تعريف ازدرء الأديان

المطلب الثاني: آليات وطرق ازدرء الأديان

المطلب الثالث: استخدام الفاييبوك في ازدرء الأديان

المبحث الثاني: التكييف الحقوقي لازدرء الأديان

المطلب الأول: اتجاه المساند لحرية التعبير في ازدرء الأديان

المطلب الثاني: اتجاه المعارض لحرية التعبير في ازدرء الأديان

المطلب الثالث: موقف جمهور الفاييبوك من مسألة ازدرء الأديان

خلاصة الفصل

قائمة المراجع

## تمهيد:

يعتبر الفيس بوك مساحة للتعبير عن الرأي، فمنه من يستخدمه لإثارة الفتن وزرع الحقد والبغض وتأجيج مشاعر الكراهية والعنف وفي بعض الأحيان يقوم بإقصاء الآخر دون مراعاة شعوره، ومن بين المواضيع المطروحة في الفيس بوك ازدراء الأديان وتشويهها بشتى الطرق والأساليب ، وهذا ما يشكل خطرا كبيرا على الديانات نظرا لما يطاله من سب وشتم، فنجد حوارات ساخنة بين مختلف معتنقي الأديان عبر الفيس بوك فيما يخص الإساءة للأديان وموقفهم من مسألة ازدراء الأديان وسوف نتطرق في هذا الفصل إلى مفهوم ازدراء الأديان، وكذا التكييف الحقوقي لازدراء الأديان.

### المبحث الأول: مفهوم ازدراء الأديان

#### المطلب الأول: التعريف القانوني لازدراء الأديان

عرف قانون مكافحة التمييز والكرهية الإماراتي ازدراء الأديان بأنه كل فعل من شأنه الإساءة إلى الذات الإلهية أو الأديان أو الأنبياء أو الرسل أو الكتب السماوية أو دور العبادة وفقا لأحكام هذا المرسوم بقانون.

إن ازدراء الأديان يمثل اعتداء على قدسية الاعتقاد الديني، والإساءة للأديان والرسل، ومهاجمة العقيدة بالباطل، ولايختلف الأمر إذا قام بهذا الفعل من ينتمون للطائفة الدينية ذاتها، أو من لا يعتنقونها.

كما تعرف بعض القوانين ومنها القانون المصري ازدراء الأديان بأنه احتقار الدين أو أحد مبادئه الثابتة أو نقده أو السخرية منه، أو احتقار احد رموز هذا الدين، لان مثل هذه الأفعال والسلوكيات تؤدي إلى إثارة الفتن في المجتمع، ومن هنا فإن الهجوم بأي شكل على كل ما يتعلق بالدين يعتبر ازدراء ولا يسمح به، والقانون يجرمه ويعاقب عليه، لذلك فازدراء الأديان: يعني العمل على تحقير المعتقدات والرموز الدينية الخاصة بما يقلل احترام المجتمع (إسماعيل، البلوشي، 2019، ص15)

#### المطلب الثاني: آليات وطرق ازدراء الأديان

- فيما يتعلق بازدراء المسيحية:

-خلال عامي 2012و2013 تم عرض بعض الإعلانات المسيئة لأعياد الميلاد المجيدة والمعتقدات المسيحية في وسط ميدان نايمز بمدينة نيويورك بالولايات المتحدة الأمريكية وقد أعلنت منظمة "الأمريكيين الملحيين (American Atheists) مسؤوليتها

## الفصل الثالث

عن نشر هذه الإعلانات وشن حملات تسيء إلى (المسيح عليه السلام) والديانة المسيحية على وجه العموم .

- فيما يتعلق بازدياء الإسلام

-وفي أعقاب أحداث الحادي عشر من سبتمبر عام 2001 التي وقعت في نيويورك وواشنطن تصاعد الهجوم على الإسلام والمسلمين على نحو مقلق حيث ربط الغرب الإسلام بالإرهاب والعنف والعدوان وعدم الاعتراف بالأخر، كما تصاعدت أيضا مواقف الازدياء والتحامل على الحضارة العربية الإسلامية على نحو مقلق حيث شملت أيضا الأمريكيين من ذوي الأصول العربية والإسلامية حتى ولو كانوا كاملي المواطنة. وفي ظل صعود دور اليمين المتطرف في أوروبا والذي يتسم بالعداء للأجانب ورفض الأقليات والتعددية الثقافية والدعوة إلى الحد من الهجرة، تنامت معدلات التعصب وعدم التسامح الديني والتحريض العنصري ضد الإسلام والمسلمين، ولعل من أبرز أحزاب اليمين المتطرف الذي لعب دورا بارزا في ايقاد نار الفتنة ضد الإسلام والمسلمين "الحزب الشعبي الدنمركي" وفي هذا الإطار كانت الصحيفة الدنمركية "يولانديس بوستن" قد قامت في سبتمبر 2005 بنشر بعض الصور والرسوم الكاريكاتورية المسيئة للرسول محمد صلى الله عليه وسلم وفي يناير عام 2006 قامت الصحيفة النرويجية "ماجازينيت" وكذلك بعض الصحف الفرنسية والألمانية والإيطالية والإسبانية بإعادة نشر تلك الصور المسيئة للإسلام .

-وفي عام 2008 نشرت 17 صحيفة دنماركية من بينها الصحف الثلاث الكبرى باسم حرية الرأي والتعبير رسوما كاريكاتورية مسيئة للنبي محمد صلى الله عليه وسلم (بيبرس، 2019).

## الفصل الثالث

ومن ضمن هذه الصحف صحيفة "برلينفسكي تيدندي" المحافظة الواسعة الانتشار والتي كانت أول من نشر هذه الرسوم المثيرة للجدل والتي تظهر فيها الرسول يضع عمامة على شكل قنبلة مشتعلة الفتيل .

وفي عام 2011 أقدم احد القساوسة الأمريكيين ويدعى "تيري جونز" على حرق نسخة من القرآن الكريم داخل إحدى الكنائس بولاية فلوريدا الأمريكية ،وقد توالى إنتاج الأفلام السينمائية المسيئة إلى الإسلام وإلى شخص الرسول الكريم نذكر منها على سبيل المثال فيلم "الخضوع" للمخرج الهولندي "تيوفان جوخ" وفيلم "فتنة" وفيلم براءة المسلمين"

وفي إطار الإجراءات المتواصلة من جانب إسرائيل لاستباحة قدسية المسجد الأقصى بما في ذلك منع المصلين المسلمين من الوصول إليها ومحاولاتها المستمرة و الممنهجة لطمس الهوية الإسلامية والمسيحية للقدس،اعتدى ضابط إسرائيلي خلال شهر مارس عام2013على عدد من السيدات اللاتي كن يحفظن القرآن في باحات المسجد الأقصى بالقدس ،كما قام الضابط بركل القرآن الكريم بقدمه وأسقطه على الأرض، ناهيك عما يتم رصده بشكل دائم ومستمر من انتهاكات هائلة لسلطات الاحتلال الإسرائيلي بحق المقدسات الإسلامية والمسيحية ومنها شعارات ضد الرسول محمد عليه الصلاة والسلام والسيد المسيح عليه السلام.

وفي سابقة تعد الأولى من نوعها اتخذت السلطات في انجولا في نوفمبر عام 2013 قرارا بحظر الإسلام في البلاد وأقدمت على هدم المساجد ومنع المسلمين من ممارسة الشعائر الدينية ، لكي تصبح أول دولة في العالم تتخذ مثل هذا الموقف المتشدد ضد المسلمين ،وفي هذا الإطار وصف رئيس الدولة "خوسيه دوس سانتوس" عملة بلاده على الإسلام بأنها "نهاية التأثير والنفوذ الإسلامي في بلدنا" (بيبرس،2019)

وخلال عام 2015 قامت الصحيفة الفرنسية شارلي ايبدوا بنشر الرسوم الكاريكاتورية المسيئة للرسول محمد صلى الله عليه وسلم ،حيث اتخذت الصحيفة من مهاجمة الإسلام

## الفصل الثالث

بصفة خاصة الإساءة إلى الرسول صلى الله عليه وسلم نهجا ثابتا في إصداراتها، الأمر الذي دل دلالة واضحة على التحدي المتعمد لمشاعر المسلمين والاستهتار بها.

ولعل آخر تلك المؤشرات ما أعلنه البرلمان الهولندي اليميني المتطرف " خيرت ويلدرز" خلال عام 2018 والمعروف بمواقفه المعادية للإسلام بشأن تنظيم مسابقة الرسوم الكاريكاتورية المسيئة لنبي محمد عليه الصلاة والسلام والتي كان يعتزم تنظيمها في مبنى البرلمان الهولندي . (بييرس ، 2019)

### المطلب الثالث : استخدام الفايسبوك في ازدياء الأديان

تتعدد أشكال الحظ على الكراهية في الزمن الراهن، وتتنوع صورها، فمن العرق إلى اللون إلى الطائفة إلى الشعبوية ، تنمو بذورا للكراهية يصعب استئصالها، وتضرم حرائق من "مستصغر الشرر" يعجز ابلغ الحكماء عن إطفائها، غير أن بذور الكراهية المرتبطة بالديانات هي الأخطر لأنها تمس المكونات الروحية للفرد، وما يضاعف الخطر، هو توظيف الأدوات التكنولوجية لمثل هذا الغرض الخبيث .

والحال أنه باتت تنتشر العديد من الصفحات والجماعات المسيئة للديانات السماوية على موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك"، تحت أسماء وهمية، أو بعناوين تحمل عبارات دنيئة تقدر بالديانات وأنبيائها ولا هدف منها غير استفزاز مشاعر المؤمنين، عبر نشر صفحات من هذا النوع بأوقات قياسية، لتشمل عددا كبيرا من المشتركين.

موقع الفايسبوك (Face book) أحد أهم الشبكات الاجتماعية قام بنشر مسابقة يوم رسوم محمد ودعا إلى إرسال رسوم تمثل الرسول الكريم على إحدى صفحاته الداخلية ، ومن دون أدنى شك أن هذا الإجراء يمثل إساءة لدين سموي عظيم ولإتباع هذا الدين حيث ينتشر أكثر من مليار مسلم في أنحاء المعمورة ( بن ناصر ، 2021)

## الفصل الثالث

وقد كانت فكرة مسابقة الرسوم احتجاجا على الرقابة التي فرضت على حلقات مسلسل الرسوم المتحركة الهزلي ساوث بارك الذي حذف بعض الرسوم عن الرسول عليه السلام في المسلسل، و كان مؤيدي الفكرة يعتبرون هذا دفاعا عن حرية الرأي والتعبير. (بن ناصر، 2021)

بتاريخ 19 يوليو 2012 بمركز طما محافظة سوهاج قام شخص يدعى "محمد صفوت تمام" بتقديم بلاغ لقسم شرطة طما يفيد بأن بيشوي كميل كامل، ويعمل مدرس لغة إنجليزية قام بسبه وقذفه على موقع (face book) وأيضا سب الدين الإسلامي والمسلمين عن طريق رسالة عبر ذات الموقع، وأن هذا الشخص قام بنشر صور مسيئة للدين الإسلامي وأساء إلى الرسول بأن قام بنشر صور مسيئة له ولمقدسات المسلمين، وقُيد المحضر تحت رقم 3019 لسنة 2012 إداري طما، وقام قسم الشرطة بالقبض على بيشوي كميل وتقديمه للنيابة للتحقيق معه ووجهت النيابة العامة له تهمة ازدراء الأديان وقامت بالتحقيق معه، وقد أنكر بيشوي صلته بالصفحة التي يدعي المبلغ أنها تخصه وأن شخص آخر قام باستخدام صورته وبياناته الشخصية وإنشاء صفحة للانتقام منه حيث كان هنالك بينهما خلافات سابقة وأكد ذلك أقوال شخصين حضرا إلى النيابة ليؤكد صحة أقوال المتهم بأن الصفحة تخص المدعو مايكل عاطف، وقامت النيابة العامة بإحالة القضية إلى محكمة جُنج طما تحت رقم 10814 لسنة 2012 بعد أن وجهت له الاتهامات الآتية:

-التعدي على الدين الإسلامي والذي تقام شعائره علنا بأنه قام عمداً بنشر صور كاريكاتورية مجسمة تسيء للرسول الكريم سيدنا محمد (صلى الله عليه وسلم) على موقعه الخاص على شبكة التواصل الاجتماعي فايسبوك

-التحريض عمداً على التمييز بين طائفة من طوائف الناس "المسلمين والمسيحيين" وكان ذلك بسبب الدين بأنه قام بنشر صور كاريكاتورية مجسمة تسيء للرسول الكريم سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم وللدين الإسلامي على موقعه الخاص على شبكة التواصل الاجتماعي. (عاطف، بدون سنة، ص8)

## الفصل الثالث

ومما يدخل ضمن الإساءة من هذا النوع في موقع فايسبوك البيان الصادر عن اللجنة العالمية لنصرة خاتم الأنبياء، والتي رصدت أن صفحة أعلنت عن تنظيم مسابقة رسوم عن النبي محمد صلى الله عليه وسلم وأثارت جدالا كبيرا وعنيفا في باكستان وقد أكد موقع فايسبوك ومقره في سان فرانسيسكو أن "فايسبوك لم يتخذ أي إجراء يتعلق بهذه الصفحة"، وعلى ما يبدو فإن صاحب الصفحة من أزالها .

وكان مستخدم غربي أطلق مسابقة بعنواني "يوم يرسم العالم أجمع النبي محمد" دعا فيها إلى وضع "رسوم هزلية وخلاقة" وسرعان ما امتلأت الصفحة برسوم كاريكاتورية مسيئة إلى نبي الإسلام (أمين ، 2013 ، ص12)

يستخدم الفيس بوك في التعبير عن رأي المبحوث في شتى المواضيع ، كما أنه يستخدم كذلك لغرض آخر على غرار التواصل ، وهذا ما يوضحه الجدول التالي :

**الجدول رقم (29): يوضح اعتقاد المبحوثين أن الفيس بوك عبارة عن حلبة للتراشق**

### بين الأديان

المتغير	التكرار	النسبة%
نعم	121	60,5
لا	12	6
أحيانا	66	33
لا أدري	1	0,5
المجموع	200	%100

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن 60,5% من إجمالي المبحوثين أجابوا ب (نعم) الفيسبوك عبارة عن حلبة للتراشق بين الأديان، بينما أقر 33% من أفراد العينة (أحيانا)، في حين 6 % أجابوا ب (لا)، وأخير سجلت نسبة 0,5% للذين أجابوا ب لا أدري .

## الفصل الثالث

يتضح أن الفيس بوك هو مسرح للتراشق بين الأديان ومرتعا للنفوس الضعيفة ووعاء لتفريغ عقدهم وضغوطاتهم النفسية وكذا الحرية المطلقة التي تحس بها هذه الفئة وهم وراء شاشاتهم بلا رقيب، وأيضاً اعتقادهم أن العالم الافتراضي يتمتع بحرية التعبير فيمنحون أنفسهم الحق بقول كل ما يحلو لهم دون الالتزام باحترام و آداب النقاش ، كما أصبح الفيس بوك يمس بالمعتقدات والديانات ،

وكما أن الفيس بوك أصبح بدرجة كبيرة حلبة للتراشق بين الأديان لسوء فهمهم لحرية التعبير فهي مرتبطة بالأدب في النقاش وبالحجج المنطقية والدلائل العلمية، إن قال مثلاً أحد شيء على رسول الله لا أصل له فذلك يسمى بالافتراء و الكذب .

باعتبار الفيس بوك حلبة للتراشق بين الأديان، وهذا ما يعني أنهم يستخدمونه للتهجم على الديانات ومحاولة إلغائها، وهذا ما يوضحه الجدول التالي :

**الجدول رقم (30) : يوضح آراء المبحوثين عن أكثر الديانات تعرضاً للتهجم من**

**الأخرى**

المتغير	التكرار	النسبة %
كل الأديان	13	6,5
الإسلام	171	85,5
المسيحية	2	1
اليهودية	4	2
الهندية والإسلامية	1	1
المسيحية ضد الإسلام	1	1
لأدري	8	4
المجموع	200	%100

## الفصل الثالث

نلاحظ من خلال الجدول أغلب المبحوثين أجابوا بنسبة 85,5% أن أكثر الديانات تهجما من الأخرى هي ديانة الإسلام، حيث سجلت نسبة 8% للذين أجابوا ب لا أدري، أين سجلت نسبة 6,5% لكل الأديان، فيما سجلت نسبة 2% للذين أجابوا الديانة اليهودية، وأخيرا سجلت 1% للذين أجابوا المسيحية ضد الإسلام، الهندية والإسلامية، المسيحية .

إن أكثر دين تعرضا للتهجم هو دين الإسلام ويمكن تفسير ذلك، بأن أغلب المبحوثين مسلمين ومن خلال تصريح أفراد العينة وجدنا أن الغرض من التهجم هو للتعبير عن حقد دفين وبغض عميق لهذا الدين، فهم يعتبرون أن الإسلام يشكل خطرا عليهم وعلى مصالحهم لكونه الأسرع والأكثر انتشارا في العالم فهو أصبح يشكل أزمة لديهم.

تتعرض الأديان للتهجم خصوصا الدين الإسلامي، فيقوم مستخدمي الفيس بوك للتعرض والتهجم عليها وهل هذا يعني انه من حقهم ممارسة تهجم عليها ،هذا ما يوضحه الجدول التالي :

الجدول رقم (31) :يبين آراء المبحوثين إذا كان من حق مستخدمي الفيس بوك توجيه تهجم على الديانات الأخرى.

المتغير	التكرار	النسبة%
نعم	17	8,5
لا	180	90
لا أدري	3	1,5
المجموع	200	100%

## الفصل الثالث

من خلال الجدول أعلاه تبين أن أفراد العينة أجابوا ب (لا) بنسبة 90% أي أنه ليس من حقهم توجيه تهجم على الديانات الأخرى، وسجلت نسبة 8,5% للذين أجابوا ب (نعم) والذين أجابوا ب (لا أدري) كانت نسبتهم 1,5%.

إن أغلب المبحوثين يعتبرون أنه ليس من حقهم توجيه تهجم على الديانات الأخرى، نظراً أنه يساهم في خطاب الكراهية ويخلق بيئة من التخويف والتهديد والإقصاء، وقد يشجع على العنف في أرض الواقع، ويعتبرون أن كل شخص حر في معتقده لذا لا يجوز انتهاك حرمة الديانات الأخرى.

هناك منشورات على الفيسبوك تزدرى الأديان، وقد يعود ذلك إلى جملة من العناصر وبالعودة إلى الدراسة الميدانية التمسنا آراء المبحوثين في سبب عدم التحكم في المنشورات المزدرية للأديان .

**الجدول رقم (32): يوضح سبب عدم التحكم في المنشورات التي تزدرى الأديان**

المتغير	التكرار	النسبة %
إستراتيجية إدارة الفايسبوك	117	43,66
ضعف الرأي العام	37	13,80
تحالف دولي ضد الإسلام	90	33,58
لحرية التعبير	4	1,49
سيطرة وهيمنة الدول العظمى	2	0,75
آراء مختلفة	18	6,72
المجموع	268	100%

## الفصل الثالث

نلاحظ من خلال الجدول الموضح أعلاه أن أعلى نسبة من إجمالي المبحوثين كانت 43,66% صرحوا بأن سبب عدم التحكم في المنشورات التي تزدري الأديان هو "إستراتيجية إدارة الفايسبوك"، في حين سجلت نسبة 33,58% للذين أجابوا بـ "تحالف دولي ضد الإسلام"، بينما سجلت نسبة 13,80% للذين أجابوا لضعف الرأي العام، أما إجابة بعض المبحوثين الآخرين فكانت "بأراء مختلفة" بنسبة 6,72% أما النسب المتبقية فكانت قليلة جدا أين قدرت نسبة "الإجابة لحرية التعبير 1,49% و"سيطرة وهيمنة الدول العظمى 0,75% .

من خلال البيانات و الشواهد الإحصائية يتضح أن سبب عدم التحكم في المنشورات التي تزدري الأديان راجع إلى استراتيجية إدارة الفيس بوك، بحيث لا توجد سياسة واضحة و قوانين منتهجة من طرف إدارة الفيس بوك للضبط في مثل هذه الأمور.

يتم الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم بأشكال عديدة عبر فيس بوك واختلفت مظاهر الإساءات حسب رأي المبحوثين، وبالعودة للدراسة الميدانية لاحظنا آراء المبحوثين في مظاهر الإساءة للرسول الكريم عبر موقع الفيس بوك، وهذا ما أوضحه الجدول التالي :

**الجدول رقم (33): يوضح مظاهر الإساءة للرسول "ص" عبر الفيس بوك.**

المتغير	التكرار	النسبة%
الصور والرسومات الكاريكاتورية	117	58,5
الفيديوهات	27	13,5
المنشورات الكتابية	35	17,5
لا أدري	21	10,5
المجموع	200	100%

### الفصل الثالث

من خلال بيانات الجدول الذي يبين آراء المبحوثين في مظاهر الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم عبر الفيس بوك، حيث سجلت أعلى نسبة للصور والرسومات الكاريكاتورية بـ 58,5% ثم تليها المنشورات الكتابية بنسبة 17,5%، أما الفيديوهات قدرت نسبتها 13,5%، وأخيرا إجابة المبحوثين ب لا أدري بنسبة 10,5%.

يتضح لنا أن الصور والرسومات الكاريكاتورية المنشورة عبر الفيسبوك هزلية تمس بشخص الرسول، فهو تحدي لمشاعر المسلمين وبث خطاب الكراهية والعنف من قبل فئات حاقدة، كما أن الرسوم الكاريكاتورية قوية من حيث القدرة على التعبير واختزال الرسالة وبالتالي اختيار الرسم الكاريكاتوري كان مدروسا فهو من أقوى وسائل التعبير.

تباينت الحدود الفاصلة بين حرية التعبير وازدراء الأديان، وبالعودة إلى الدراسة الميدانية التمسنا آراء المبحوثين في ذلك وكانت كالاتي:

**الجدول رقم (34): يبين إجابات المبحوثين حول الحدود الفاصلة بين حرية التعبير**

**وازدراء الأديان**

المتغير	التكرار	النسبة %
احترام الأديان وعدم تجاوزها	95	47,5
لا توجد حدود فاصلة	28	14
الحرية	46	23
التعصب	6	3
لا أدري	25	12,5
المجموع	200	100%

## الفصل الثالث

من خلال الجدول أعلاه الموضح لإجابات المبحوثين في الحدود الفاصلة بين حرية التعبير وازدراء الأديان، سجلت أعلى نسبة بـ47,5% لإجابة أفراد العينة باحترام الأديان وعدم تجاوزها، ونسبة 23% للحرية، بينما جاءت نسبة 14% من إجابة لا توجد حدود فاصلة، ونسبة 12,5% فكانت لإجابة المبحوثين ب لا أدري، وأقل نسبة قدرت بـ3% من إجابات المبحوثين بالتعصب.

يمكننا القول أن معظم الأديان تدعو إلى احترامها وعدم تجاوزها لأن هناك فارق بين حرية التعبير والتي تتيح للجميع حرية انتقاد الأفكار وبين ازدراء الأديان والتقليل من معتقدات الآخرين، خاصة الدين الإسلامي، وثقافة المجتمعات لا تسمح بعدم احترام الديانات فالأديان مجسدة في أتباعها من البشر الذين يقدرون بالمليارات ومن يزدريها يعتدي على الأديان أولاً قبل أن يتعدى عليها، فاحترام الأديان وتعاليم الخاصة بها هي حماية كرامة و حرية الدين.

### المبحث الثاني: التكييف الحقوقي لازدراء الأديان

#### المطلب الأول: اتجاه يرى تعارض تجريم ازدراء الأديان مع حرية الرأي والتعبير

يرى هذا الرأي بأنه من الضروري تعديل قوانين تجريم ازدراء الأديان، بحيث يخرج من تحت بندها التعبير عن الرأي أو العقيدة أو الفكر، أو توجيه النقد أو الملاحظات إلى الأديان وما يتعلق بها من شرائع وممارسات، إذ أن الحق في النقد والتعبير عن الرأي لا يتعارض مع احترام الأديان والمقدسات في شيء. واستند هذا الفريق في رأيه على:

1- وذلك لأنه يتعارض مع الدستور الذي كفل حق الأفراد في حرية الرأي والتعبير للأفراد

(إسماعيل، البلوشي، 2019، ص31)

## الفصل الثالث

وأيضاً صيانة حرية التعبير عن الرأي أو الفكر والعقيدة كتوجيه النقد أو الملاحظات إلى عقائد وشرائع تقوم بممارسات مهينة للكرامة الإنسانية، حيث يرون أن الحق في النقد لا يتعارض مع احترام الأديان والمقدسات في شيء.

**2-** إن قانون ازدراء الأديان قد أسيء استخدامه وأصبح وسيلةً لقمع الآراء والأفكار فعلى سبيل المثال في مصر، وفي المادة 98 من قانون العقوبات المصري تحدد عقوبة السجن لكل مدة تراوح بين 6 أشهر و5 أعوام وغرامة تراوح بين ما يعادل 70 و140 دولاراً من استغل الدين في الترويج أو التحبيذ بالقول أو بالكتابة أو بأي وسيلة أخرى لأفكار متطرفة بقصد إثارة الفتنة أو تحقير أو ازدراء أحد الأديان السماوية أو الطوائف المنتمية إليها أو الإضرار بالوحدة الوطنية"، وفي هذا الصدد يقول الباحث خالد منتصر، إن تهمة ازدراء الأديان أصبحت سيفاً مسلطاً على رقاب المبدعين، وحادثة اغتيال المفكر فرج فودة، أصبحت رأس الذئب الطائر والكل تعلم منها فاستتكتف الكثير من المبدعين مما أثر سلباً على حقول معرفية وإبداعية كثيرة.

**3-** تركيبة هذا القانون المطاطية، حيث يتيح قانون ازدراء الأديان لأي شخص أن يستهدف أي صاحب رأي حر ببلاغات ودعاوى كيدية، متهما إياه بازدراء أو تحقير أو إهانة الدين، فهو لا يضع مفاهيم واضحة للمصطلحات التي يذكرها، مثل "ازدراء وتحقير الدين" أو "الإضرار بالوحدة الوطنية"، الأمر الذي قد يتيح إمكانية تفسيرها بما تقتضيه المصلحة.

**4-** بالإضافة إلى ذلك أن حرية التعبير، بما في ذلك التعبير عن المعتقد في مسائل دينية، لا يمكن تقييده طالما لم ينطوي على دعوة صريحة لممارسة العنف القائم على التمييز العنصري ضد فرد أو فئة معينة، حتى لو انطوى الرأي على بعض المغالاة أو النقد اللاذع، الذي لا يخلو من القسوة في الحكم على من هو مستهدف بالتعبير (اسماعيل، البلوشي، 2019، ص32)

"ومن بين مؤيدي هذا الاتجاه، المقررين الخواص المعنيين بتعزيز حرية التعبير في مجلس أوروبا للأمن والتعاون ومنظمة الدول الأمريكية واللجنة الإفريقية لحقوق الإنسان والشعوب، وقد عبروا عن هذا الاتجاه صراحة في إعلانهم المشترك الذي تبنته منظمة المادة 19 المعنية بالدفاع عن حرية التعبير، وهو ذات الاتجاه الذي تبنته لجنة حقوق الإنسان التابعة لمنظمة الأمم المتحدة في التعليق العام رقم 34 على المادة 19 من العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية، وكذلك بعض أحكام المحكمة الدستورية العليا المصرية في مجال تعريفها للحق في النقد."

### المطلب الثاني: اتجاه يرى بعدم تعارض تجريم ازدراء الأديان مع حرية الرأي والتعبير

يرى هذا الاتجاه أن إظهار عدم الاحترام للأديان من شأنه إشاعة الكراهية والعداوة على أساس ديني، ويتفرع عنه اتجاه أكثر مغالاة بتخصيص الحماية لثوابت الدين، ولمشاعر أنصار هذا الدين، وبوجه عام فإن هذا الاتجاه المحافظ يجد أنصاره على المستويين الدولي والمحلي إذ أن الحق في النقد والتعبير عن الرأي يتعارض مع احترام الأديان والمقدسات في شيء.

واستند هذا الفريق في رأيه على:

1- يرى هذا الاتجاه أن تحقير الأديان لا يكون فقط بالسخرية منها أو تعمد ازدرائها، بل أيضا بإنكار ما هو معلوم منها بالضرورة، كالرسل والأنبياء والكتب السماوية والآلهة، وهو بذلك يحظر المناقشة الدينية خارج إطار ما هو سائد ومقبول، وفي ذلك قضت محكمة النقض المصرية: "وإن كانت حرية الاعتقاد مكفولة بمقتضى الدستور فإن هذا لا يبيح لمن يجادل في أصول دين من الأديان أن يمتن حرمته، أو يحطمن قدره، أو يزدريه عن عمدا منه، فإذا تبين أنه إنما كان يبتغي بالجدل الذي أثاره المساس بحرمة الدين والسخرية منه، فليس له أن يحتمي من ذلك بحرية الاعتقاد (اسماعيل، البلوشي، 2019، ص33)

2- كما أن حرية الرأي والتعبير ليست مطلقة وإنما مقيدة، حيث يجوز في إطار القانون الدولي لحقوق الإنسان، تقييد الحق في حرية التعبير وذلك من أجل حماية حقوق الآخرين والنظام العام، ولكن بشرط يتمثل في أن يكون التقييد " ضروريا في مجتمع ديمقراطي "

وإن ضمن إطار وضوابط القانون وهذه الصيغة أيضا موجودة في كل من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية الصادر عن الأمم المتحدة، وكذلك هذه الصيغة متواجدة في الميثاق الأوروبي لحقوق الإنسان، وقد تدخل الحقوق الدينية في "حقوق الآخرين" التي يجوز حمايتها، بيد أن القانون الدولي لحقوق الإنسان يضع في شأن الحريات الدينية قيود تتشابه في صياغتها مع لغة القيود المفروضة على حرية التعبير: حرية ممارسة الفرد لدينه أو معتقداته يمكن أن تخضع لقيود مفروضة في إطار القانون، وضرورية لحماية السلامة العامة أو النظام العام أو الصحة العامة أو الآداب العامة أو الحقوق والحريات الأساسية للآخرين (اسماعيل، البلوشي، 2019، ص 34)

### المطلب الثالث: موقف جمهور الفيسبوك من مسألة ازدياد الأديان

تباينت ردود الفعل الرسمية والشعبية حول العالم إزاء هذا الموضوع، ففي بعض الدول الإسلامية قامت هيئات الاتصالات بحجب موقع الفيسبوك، وعلى المستوى الشعبي نظمت مظاهرات للتديد بهذه الرسوم وبموقع الفيسبوك، وهناك من طالب بمقاطعة الفيسبوك في الإعلانات ونحوها ذهبت مجموعات أخرى إلى تأسيس مواقع لنصرة الرسول المصطفى عليه السلام والدفاع عنه، بينما التزم فريق آخر الصمت من دون تهديد أو تديد وحثهم في ذلك أن الرسول عليه الصلاة والسلام اشرف واطهر وأعظم من كل هذه الإساءات التي لن تتال منه ولن تؤثر في سيرته العظيمة استلهمها أبناء المسلمين وغيرهم من أتباع الديانات الأخرى (بدون كاتب، 2010)

## الفصل الثالث

ولأن هناك الكثير من الغيورين على دينهم ومعتقدهم فهم يسعون في المقابل إلى إعداد صفحات تتاهض وتحارب الأولى ومنها مايسمىها البعض ب"الحرب الالكترونية بين الخير والشر".

الطالب الجامعي خليل عوض، يسعى إلى الرد على أي شخص تسول له نفسه الإساءة للديانات السماوية مهما كان لونها،حيث يقول" هذه أمور يجب أن لا تتحدث عنها إلا بالخير،وان يدور الكلام حولها بحرص، خوفا من الوقوع المحاذير أو مسها بسوء ولو من دون قصد".

ويضيف انه يستفز حين يشاهد أحد يتناول على الدين الإسلامي مثلا، وينعت الرسل بعبارات نابية ومسيئة و"كأنه يحارب فيها الله عزوجل" .

وتعميما لتوجيهاته، يعمل عوض على نشر صفحته بين أصدقائه، كي يساهموا هم أيضا بنشرها وجمع أكبر عدد ممكن من الغيورين على الدين،ومن الحريصين على المحافظة عليه من أي مساس سييء إليه.

و تعترف العشرينية هلا عيد، بأنها بكت بكاء شديدا عندما فتحت "لينك" بعثت به امرأة لاتعرفها،على صفحتها الخاصة على "الفايسبوك"،لا سيما حين أحست أن المرسله فتاة تدعي أنها مسلمة، لكن عباراتها لا توحى بذلك من شدة إساءتها للرسول الكريم و زوجاته.

وتقول"لايمكن لأي شخص أن يقوم بمثل هذه السلوكيات، فأنا أعلم أن هناك أناس كثيرين بلا دين،لكن من الواجب عليهم أن يصمتوا وأن لا يسيئوا لأحد ولا يهتكوا أعراض الناس ويمسوا الأديان السماوية".

وتبين أنها سعت إلى نشر الصفحة المسيئة التي وصلتها على "الفايسبوك"،و طلبت من صديقاتها أن يرسلن جميعا تقريرا موحدًا إلى إدارة "الفايسبوك" لإعلامها عن وجود هذه الصفحة المسيئة، كي تعمل الإدارة على إغلاقها(بدون كاتب، 2011)

## الفصل الثالث

أما خبيرة التكنولوجيا هناء الرملي، فتري أن من الأفضل في حال التعرض لمثل هذه الصفحات أن يتم تجاهلها لأن قراءتها تلبى المأرب الخبيثة للأشخاص المسؤولين عنها. وتقول الرملي أن "هناك الكثير ممن لا تعجبهم الصفحات وهذا أمر طبيعي، ويعملون على الاشتراك بها لإضافة تعليقاتهم، ومحاربة ما تنشره الصفحة، لكن هذا هو ما يريده صاحب الصفحة.

وتوضح أنه، ومن خلال زيادة عدد المشتركين في صفحة ما على " الفايسبوك" و كثرة التعليقات عليها، مهما كان نوعها فيعني ذلك أن هذه الصفحة تنتشر على نحو سريع ، ولا يمكن السيطرة عليها، لأنها ستنتشر بهذه الطريقة على "غوغل" و تصبح بالفعل عالمية. وتتصح الرملي الغيورين على الديانات أن يرسلوا تقريراً لإدارة "الفايسبوك" قوامه أن هذه الصفحة مسيئة إما للدين، أو تروج للإباحية ، أو تتنافى مع العادات و التقاليد.

بدوره يرى اختصاصي علم الاجتماع في جامعة البلقاء التطبيقية د.حسين الخزاعي أن السبب في زيادة هذه الصفحات التي تنتشر على "الفايسبوك"، وكثرة اقتحام مجهولين للصفحات الشخصية منذ ثلاثة أشهر، يعود للثورات العربية وانضمام عدد كبير لصفحات الفايسبوك بعد الثورات. (بدون كاتب، 2011)

هناك مواقف متباينة عند تعرض الدين للإساءة، وبالعودة للدراسة الميدانية لآراء المبحوثين حول مواقفهم عند تعرض دينهم للإساءة فكانت الإجابة كالآتي:

## الفصل الثالث

الجدول رقم (35): يبين الموقف المباشر للمبحوثين عند تعرض دينهم للازدراء

المتغير	التكرار	النسبة%
استنكار السلوك	113	38,83
الرد عليه	102	35,05
تأنيب الرأي العام	27	9,28
الرد بالإساءة على الدين المخالف	3	1,03
عدم الرد	44	15,12
المناقشة	02	0,69
المجموع	291	%100

من خلال الجدول أعلاه الموضح للموقف المباشر للمبحوثين عند تعرض دينهم للازدراء، نلاحظ أن أعلى نسبة قدرت 38,83% لإجابة استنكار السلوك، تم يليها إجابة الرد عليه بنسبة 35,05%، أما نسبة 15,12% فكانت لإجابة ب"عدم الرد"، بعدها نجد نسبة 9,28% لتأنيب الرأي العام، وتأتي نسب ضعيفة لإجابات المبحوثين فإجابة الرد بالإساءة على الدين المخالف بلغت 1,03% والمناقشة بنسبة 0,69% .

من خلال البيانات والشواهد الإحصائية، نلاحظ أن أغلب المبحوثين أكدوا على أن موقفهم المباشر عند تعرض دينهم للازدراء هو استنكار السلوك، لأنهم يعتبرون دينهم مقدس وهو الحقيقة الوحيدة، كما أن تدينهم عاطفي أكثر مما هو علمي، وكون المبحوثين مسلمين أين يرونها إساءة للمقدسات وللدين الذي هو حقيقة جازمة والرد على المزدرين بالدليل العلمي والحجة لتصحيح المفاهيم الخاطئة التي تصاحب الأديان، وازدراء يخلق غيرة لديهم.

### الفصل الثالث

هذا الموقف المباشر قد يؤدي إلى ردود فعل متباينة للمبحوثين، ودائما بالعودة للدراسة الميدانية لاحتضنا ردود أفعالهم وهي كالآتي:

**الجدول رقم (36): يبين ردود أفعال المبحوثين عن الإساءة لديانتهم**

المتغير	التكرار	النسبة %
نشر فضائل دينك	170	75,5
انتقاد الدين المسيء	14	6,22
الثأر المادي من المسيء	7	3,11
المناقشة ومحاولة الإقناع للعدول عن الإساءة للدين	14	6,22
التجاهل وعدم مناقشته	6	2,67
الدفاع عن الدين والالتزام بتعاليمه	7	3,11
تقبل الإساءة	1	0,44
لا أدري	6	2,67
المجموع	225	%100

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح ردود أفعال المبحوثين عن الإساءة لديانتهم، حيث نجد أن نسبة 75,5% من المبحوثين أجابوا ب نشر فضائل الدين، بينما نسبة 6,22 % موزعة على رأيين وهما انتقاد الدين المسيء والمناقشة ومحاولة الإقناع للعدول عن الإساءة للدين، ونسبة 3,11% موزعة على رأيين الثأر المادي من المسيء والدفاع الدين والالتزام بتعاليمه، ونسبة 2,67% موزعة على رأيين التجاهل وعدم المناقشة ولا أدري، وأخيرا نجد نسبة 0,44% من المبحوثين الذين أجابوا بتقبل الإساءة.

## الفصل الثالث

يتضح من خلال الجدول أن المبحوثين تكون ردة فعلهم عند الإساءة لدينهم بنشر فضائل دينهم وذلك لإظهار الصورة الحقيقية للدين، ويعود ذلك أيضا إلى طبيعة إيمانهم القائمة على فضائل الدين، لا البحث حول صحة دينهم من حيث سند نصوص كتابهم المقدس ولا يجيدون فن الرد على الشبهات لأن الرد على المزدريين أمر صعب عليهم لأنهم ليسوا متخصصين في المجال .

وبالعودة إلى الدراسة الميدانية أين استطلعنا آراء المبحوثين مقاطعتهم للفيسبوك عند تعرض دينهم للإساءة فكانت إجاباتهم كآآتي:

**الجدول رقم (37): يوضح إجابات المبحوثين عن مقاطعتهم الفيس بوك عند تعرض دينهم للإساءة.**

المتغير	التكرار	النسبة %
نعم	33	16,5
لا	167	83,5
المجموع	200	%100

من خلال الجدول الذي يبين آراء المبحوثين في مقاطعتهم الفيسبوك عند تعرض دينهم للإساءة، حيث أن الذين أجابوا ب(لا) بلغت نسبتهم 83,5 %، بينما الذين أجابوا ب(نعم) قدرت نسبتهم 16,5 %

المبحوثين يؤكدون على عدم مقاطعتهم للفيسبوك عند تعرض دينهم للإساءة وهذا راجع لتمسكهم بالدين واعتبار موقع الفيسبوك لا يمكن الاستغناء عنه للميزات التي يملكها، كما أنه موقع مفتوح للجميع، ووسيلة مهمة لأمر أخرى، والإنسان مرتبط به ضرورة حتمية ولا ينبغي الهروب ومقاطعته، بل علينا إنشاء صفحات ندافع من خلالها عن الدين

## الفصل الثالث

عدم مقاطعة المبحوثين للفا يسبوك هذا لا يعني أنهم لا يملكون شعورا نحو دينهم عند تعرضه للإساءة، فتباين شعورهم وهذا ما أوضحتها الدراسة الميدانية التي قمنا بها فكانت إجاباتهم كالآتي:

### الجدول رقم (38): يبين شعور المبحوثين عند تعرض دينهم للإساءة

المتغير	التكرار	النسبة %
الغضب	91	29,45
التمسك أكثر بالدين	160	51,78
كره المسيء	28	9,06
نبذ ديانة المسيء	9	2,91
أقبل الأمر	20	6,47
لا أشعر بشيء	1	0,32
المجموع	309	100%

من خلال الجدول أعلاه الذي يبين شعور المبحوثين عند تعرض دينهم للإساءة، حيث نجد أن نسبة 51,78% من المبحوثين قالوا التمسك أكثر بالدين، بينما نسبة 29,45% منهم قالوا الغضب، في حين أن نسبة 9,06% قالوا كره المسيء، فيما أقر بعض المبحوثين بنسبة 6,47% لتقبل الأمر، في حين نجد نسبة 2,91% أجابوا بنبذ ديانة المسيء، وأخيرا أجاب بعض المبحوثين بنسبة 0,32% لا أشعر بشيء.

أغلب المبحوثين يتمسكون أكثر بالدين كونهم نشئوا على فطرة الدين، ولأنه حق وعن قناعة إتخذوا هذا الدين وتقبلوه، فمهما أسيء لهذا الدين يبقون متشبثين به، فمن صغرهم يعلمون أن تعاليم دينهم هي الصحيحة، وبالتالي تترسخ تلك التعاليم فيهم ومن الصعب تغييرها وعند مجادلتهم فيها يتعاملون بالعاطفة ويلجؤون إلى الإنكار والرد مباشرة وكأنهم مبرمجون للدفاع عن معتقداتهم.

### خلاصة:

ازدراء الأديان بمعنى الإساءة أو الاستخفاف بشأن معتقدات وأفكار دينية ما ، و قضيته مثار جدل بين الكثيرين ، في حين يرى البعض في ذلك حقا يتعلق بحرية الرأي والتعبير والبعض الآخر يرى أنه يعزز الكراهية الدينية بين البشر بالتالي يطالبونه بمنعه قانونا ومحاسبته ،ويكون في الأماكن العامة أو بواسطة المكتوبات ووسائل الاتصال السمعية والبصرية والإلكترونية خاصة الفايسبوك ، باعتقاد المبحوثين أنه عبارة عن حلبة للتراشق بنسبة 60,5% وأنه من حقي مستخدميه توجيه تهجم على الديانات الأخرى بنسبة 90% ، أما فيما يخص سبب عدم التحكم في المنشورات التي تزدري الأديان فكانت للإستراتيجية إدارة الفايسبوك بنسبة 43,66% ، كما نجد الحدود الفاصلة بين حرية التعبير وازدراء الأديان باحترامها وعدم تجاوزها بنسبة 47,5% في حين الموقف المباشر عند تعرضهم للازدراء كان باستتكار السلوك وذلك بنسبة 38,83% .



المبحث الأول: نتائج واستنتاجات الدراسة

المطلب الأول: النتائج

من خلال دراستنا توصلنا إلى النتائج :

1- توصلنا من خلال الدراسة إلى أنه هناك علاقة بين متغير المستوى التعليمي الجامعي واحترام المبحوثين للديانات الأخرى، إذ أن أغلبية المبحوثين يحترمون بقية الأديان وذلك بنسبة 47,5%، وعدم قيامهم الفعلي بانتقادها 65,5%، بما أنهم ليسوا مستعدون لانتقادها بنسبة 33,5% .

2- تبين من خلال الدراسة أن هناك علاقة بين متغير السن ونظرة المبحوثين للتنوع الديني، إذ أن أغلبية أفراد العينة ينظرون إلى التنوع الديني على أنه اختلاف بنسبة قدرت 46,5% للفئة العمرية من (15 إلى 31 سنة)، ولكن يعترفون بتعدد الأديان والعرقيات بنسبة 50,5% وسبب فشل المجتمعات العربية في الاستفادة من تنوعها الديني هو عدم تقبل الأديان، وذلك بنسبة 29%، وهذا الأخير يكون غنى منسجما ومتاغما عندما يكون الاحترام والتفاهم بين الأديان بنسبة قدرت 54%.

3- أهم مظهر من مظاهر الإساءة للرسول الله صلى الله عليه وسلم عبر الفايسبوك يكون عن طريق الصور والرسومات الكاريكاتورية بنسبة 58,5%، حيث تبينت مكانة الرسول الكريم أنها خط أحمر لا يمكن تجاوزه وذلك بنسبة بلغت 85%.

4- بينت الدراسة أن أغلبية أفراد العينة صرحوا بأن الدين لا يقيد حرية الرأي وذلك بنسبة 59%، في حين أن التدين لا يعطي الحرية المطلقة لإبداء الرأي باسم الدين بنسبة 60%، كما أنه لا وجود لحوار ديني راقى على مستوى وسائل الإعلام الرقمية بنسبة قدرت 52,5%.

5- موقع الفايسبوك لا يغير من المعتقدات الدينية للمبحوثين وذلك بنسبة 83,5%

## الفصل الرابع

ونظرة المبحوثين لأراء الناقدة لدينهم أغلبها كانت أراء تثير الفتنة بنسبة بلغت 40,8%، في حين تمثل موقفهم من الأراء الناقدة لدينهم هو مناقشتها بنسبة 44,24% وعند تعرض الدين للازدراء فإن الموقف المباشر للمبحوثين هو استنكار السلوك وذلك بنسبة 38,83%، أما رد فعلهم تكون بنشر فضائل الدين بنسبة 75,5%، دون مقاطعة مواقع التواصل الاجتماعي مؤكدين على ذلك بنسبة 83,5%، وفي المقابل يكون شعورهم هو التمسك أكثر بالدين بنسبة 51,78%.

6- توصلنا إلى وجود اختلاف بين الحوار وجها لوجه والحوار عبر الفايسبوك في المواضيع الدينية بنسبة 91%، إذ هناك علاقة بين متغير المستوى التعليمي والنقاش الحاد حول المواضيع الدينية في انتشار ظاهرة ازدياد الأديان عبر الفايسبوك، أين أن أغلبية المبحوثين من المستوى الجامعي أكدوا ذلك بنسبة 46%.

7- الخصوصيات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي في الحوار الديني كانت بالحوار والنقاش بنسبة 23%، حيث طبيعة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي كانت أكثر في ازدياد الأديان بنسبة قدرت 36,40%، وهناك علاقة بين وجود حوار منصف بين الإسلام وبقية الديانات ومتغير المستوى التعليمي، حيث غالبية المستوى الجامعي أقروا بعدم وجود حوار منصف بنسبة 48,5%.

8- أكد المبحوثين بنسبة 40,88% أن ألبات النشر الديني عبر الفيس بوك تكون أكثر عن طريق الفيديو، كما يعتبر الفيديو الحامل للطابع الديني من أنواع التواصل بنسبة 88,5%، و يتم البحث أحيانا في الفيس بوك عن الأشخاص الحاملين لنفس الأفكار بنسبة 45,5% ويمكن التأكد من معتقدات الأشخاص من خلال المنشورات والتعليقات وذلك بنسبة 50% وتبين أن أغلبية المبحوثين صرحوا بعدم انضمامهم إلى المجموعات التي تحمل نفس المعتقد بنسبة 52%، كما أن العناصر المتحكمة في تكوين الرأي العام الديني هو طبيعة القضية بنسبة 38,80%.

## الفصل الرابع

9- الفاييسبوك أصبح حلبة للتراشق بين الأديان بنسبة 60,5%، ومعظم أفراد العينة يعتبرون أن الإسلام أكثر الديانات المعرضة للتهجم بنسبة 85,5%، كما صرحوا أنه ليس من حقي مستخدمي الفاييسبوك توجيه تهجم على الديانات الأخرى بنسبة 90% في حين نسبة 43,66% من المبحوثين يرون أن سبب عدم التحكم في المنشورات التي تزدرى الأديان راجع إلى إستراتيجية إدارة الفاييسبوك، كما أن الحدود الفاصلة بين حرية التعبير وازدراء الأديان، هو احترام الأديان وعدم تجاوزها وذلك بنسبة 47,5%.

### المطلب الثاني: الاستنتاجات

- مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تمثل ميدانا خصبا لازدراء الأديان بسبب ما توفره من حرية لمستخدميها، فلا تضع قوانين تقيد ما يتعلق باحترام خصوصية الأديان وأتباعها، فهذا نجد أن الجميع يتكلم في الدين ويقول ما يريد سواء كان كلامه علميا أو مجرد جدال وافتراء لهذا نجد الرشق والازدراء بين أتباع الأديان لأسباب عديدة كغرور منهم بامتلاكهم للحقيقة، وكذلك طبيعة تربيتهم وغيرها من الأسباب التي تجعلهم لا يحترمون المعتقدات المقدسة ولا من يخالفهم.

- يرى الشباب المسلم أن الإسلام دين مستهدف من منظمات خاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بهدف مهاجمته، كما أن الحوارات والنقاشات عبر مواقع التواصل الاجتماعي تنتشر غالبيتها لاستهداف الإسلام، وباعتبارهم مؤمنون بهذا الدين جعلوا من محمد عليه الصلاة والسلام خطأ أحمر لا يسمح بالازدراء منه، وحقيقة الازدراء الذي يلحق الإسلام أكثر من الأديان الأخرى ملاحظ بقوة لأن الإسلام اليوم أصبح يتهم بأنه دين الإرهاب والقتل وغيره من الأمور، رغم أنه على عكس ذلك تماما.

## الفصل الرابع

- الوسيلة الأكثر استخداما لازدراء شخصية الرسول " ص " هي الرسومات الكاريكاتورية وذلك يعود إلى قوة هذا الفن وقدرته على اختزال الرسالة الإعلامية من كل جوانبها وذلك بالدلالات السميولوجية التي تحملها الرسومات ورسائل الألسنة.

- يعتبر الفيديو من أكثر الوسائل استخداما لنشر المضامين الدينية، وذلك لقوة تأثيره فهو يجمع ما بين الصوت والصورة، ويعطي تأثيرات على المتلقي.

- رغم أن الفايسبوك أصبح مسرحا للإزدراء من الأديان، إلا أن منشورات المزدرين لا تؤثر على عقائد المتابعين لها، بل تجعل إيمانهم أقوى، خاصة عندما نتأمل في معظم الناس نجد تدينهم تقليدي وراثي وعاطفي ، لذلك الازدراء يشكل عندهم ردة فعل دفاعية.

- الفيديو أكثر وسيلة مستعملة لنشر المضامين الدينية لجذب اكبر عدد ممكن من مستخدمي موقع الفايسبوك .

- استخدام الصور والرسومات الكاريكاتورية للرسول صلى الله عليه وسلم للاستهزاء بشخصه والإساءة للمسلمين .

- التأثير على مستخدمي الفايسبوك من طرف المزدرين للأديان لا يتجاوز التفاعل فهم لا يغيرون من معتقداتهم بل يدافعون عنها .

### المبحث الثاني: البدائل المقترحة على ضوء النتائج

من خلال النتائج المعروضة والدراسات الميدانية ، يمكن تقديم جملة من البدائل التي نراها مناسبة لعلاج الظاهرة المدروسة:

**1-تغيير أثر حوار الأديان على مواقع التواصل الاجتماعي من أثر سلبي إلى أثر إيجابي.**

**2-إظهار الصورة الحقيقية للإسلام من خلال مواقع التواصل الاجتماعي .**

**3-استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الدينية .**

**4-فعالية التواصل الديني عن طريق المواقع الإلكترونية والجمعيات الدينية والندوات ومواقع التواصل الاجتماعي في ترسيخ الدين .**

**5-محاولة تصحيح صورة الدين عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للأديان الأخرى .**

**6-تفعيل الرأي العام الديني في مسألة الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم من خلال هذه المواقع .**

**7-دعوة المنظمات الدولية وحقوق الإنسان للتدخل في مسألة ازدراء الأديان وإهانة الرسول الكريم من خلال تكريس القوانين الردعية ومراقبة الفضاءات الرقمية.**

**8-الدعوة إلى المجموعات الدينية التي تناقش وتحاوّر في مسألة الأديان ومحاولة التصدي للمجموعات المتطرفة والتي تحاول نشر أفكار بذيئة تخل وتستهزئ بالأنبياء عبر المنشورات والفيديوهات والصور .**

**9-سن تشريعات دولية تجرم التحريض على الكراهية والتمييز ومعاداة الإسلام.**

**10-تفعيل دور المجموعات الدينية في مواجهة ازدراء الأديان عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، ومحاولة تقريب الأديان والتعريف بها .**

**11-** استبدال أرضية الإساءة للأديان والتحريض على الكراهية إلى أرضية النقاش والحوار الديني.

**12-** تأسيس مجموعات مخصصة على مواقع التواصل الاجتماعي يترأسها كبار العلماء والمفكرين تعالج حوار الأديان.

**13-** عدم الاعتراف بالمجموعات التي تبث الفتنة و الطائفية.

**14-** تغيير الاستراتيجيات التي تنتهجها إدارات مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال التحكم في المنشورات والتعليقات.

# قائمة المراجع

قائمة المصادر والمراجع:

I. القرآن الكريم:

1-سورة البقرة، الآية 210، القرآن الكريم

2-سورة آل عمران، الآية 81، القرآن الكريم

3-سورة الكهف، الآية 256، القرآن الكريم

4-سورة الكافرون، الآية 6، القرآن الكريم

II. الكتب:

1-أبراش إبراهيم، 2009، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، دار الشروق، ط1، عمان

2- إبراهيم مروان عبد المجيد، 2000، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة وراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان .

3-أبو زهرة محمد، 1404، محاضرات في النصرانية، دار الرئاسة العامة للإدارات والبحوث العلمية والإفتاء و الدعوة والإرشاد، ط4، الرياض

4-أنجيس مورييس، 2006، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبه للنشر و التوزيع، ط 2، الجزائر

5- بن لباد الغالي، 2016، آليات التواصل الديني عند الصوفية، مجلة مقاليد

6-بن مرسلي أحمد، 2010، مناهج البحث العلمي(القواعد والمراحل والتطبيقات)، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر

7-الحاج كمال، 2020، نظريات الإعلام والاتصال،الجامعة الافتراضية السورية،  
الجمهورية العربية السورية.

8-داوود محمود السيد حسن ،2013، دراسة تأصيلية على ضوء الاتفاقية الأوربية  
لحقوق الإنسان في الفقه الإسلامي ، دار الكلمة للنشر والتوزيع، ط1، مصر القاهرة .

9-دراز محمد عبد الله ،بدون سنة ، بحوث ممهدة لدراسة تاريخ الأديان، دار القلم،

ط 1،الكويت

10-الزبيدي طه أحمد،2018،الضوابط الشرعية في استخدام مواقع التواصل والألعاب  
الإلكترونية، إصدارات المجمع الفقهي العراقي، قضايا فقهية معاصرة 4، بغداد

11- شمو علي محمد ،2002،الاتصال الدولي و التكنولوجيا الحديثة، مكتبة الإشعاع  
الإسكندرية، ط1،غزة

12- شيهاب أحمد ،2018، الرأي العام الافتراضي ومعايير تشكيله ،الحامدية للنشر،  
الأردن

13-عاطف كريم ،قضايا إزدراء الأديان وحرية التعبير ،مؤسسة حرية الفكر والتعبير،  
بدون سنة.

14- العسكري عبد الله ،2004، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، دار  
النمير، ط2،دمشق

15-عطوي عزت،2007،أساليب البحث العلم، دار الثقافة للنشر والتوزيع ،  
ط2،عمان

16-العيسوي عبد الفتاح ،1997، مناهج البحث العلمي في الفكر الإسلامي و الفكر  
الحديث، دار الراتب الجامعية، دون بلد النشر

17-قنديلي عامر،1999، البحث العلمي لاستخدام مصادر المعلومات، دار  
البازوري للنشر والتوزيع، ط1،عمان

18-النشار مصطفى، 2015، مدخل جديد إلى فلسفة الدين، دار المصرية اللبنانية،  
ط2، القاهرة

### III. المجالات :

1-بن معاضة الشهري عبد الرحمان ،الدعوة إلى الله عبر الإنترنت أساليبها ووسائلها، ملتقى  
أهل التفسير ،جامعة الملك سعود ،1432

2-رحماني نعيمة، بكوش نصيرة ،2015، إشكالية توظيف الخلفية النظرية في البحوث  
العلمية ، مجلة طريق العلوم التربوية والاجتماعية، العدد 2، المجلد4، جامعة تلمسان.

3-عبد الحمزة سامر محي، بدون سنة، ازدراء الأديان بين المنع والإباحة ، دراسة في ضوء  
الأحكام في القانون الدولي العام .

4-معايش إدير، راشدي وردية ، 2020، خصوصية الإعلام الديني في الخطاب التلفزيوني  
للفضاءات العربية ، نشرت في مجلة معالم الدراسات الإعلامية و الاتصالية ،المجلد الأول  
،العدد الثاني ،كلية العلوم والاتصال ،جامعة الجزائر .

5-منى محمد عبد العزيز السليم ،2020، تجديد الخطاب الدعوي للجيل الجديد، مجلة علوم  
الإنسان والمجتمع، المجلد 9، العدد1،جامعة الشقراء بالمملكة العربية السعودية .

6-يوسف جمال،2019،الممارسات الدينية داخل مواقع التواصل الاجتماعي،مجلة الاتصال  
و الصحافة،المجلد 6،العدد1.

IV. الأطروحات الجامعية :

- 1- سحارة نسرين، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الأسرة، مذكرة تخرج ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في العلوم الإنسانية ، معهد العلوم الإسلامية ، جامعة الشهيد حمة لخضر ، الوادي ، 2016، 2017
- 2- عقاب عبد الصمد ،المسؤولية الدولية عن الإساءة السماوية ،أطروحة دكتوراه في الحقوق ،كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو
- 3- إسماعيل سلوى، البلوشي محمد، المواجهة الجنائية لازدراء الأديان في القانون الإماراتي ، (في ظل المرسوم رقم 2015 بشأن التمييز والكرهية)،أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في القانون العام ، 2019
- 4- أمين رضا عبد الواحد، الإساءة لنبي الإسلام صلى- الله عليه وسلم - في وسائل التواصل الاجتماعي وسبل مواجهتها، دراسة مقدمة للمؤتمر العالمي عن الرسول صلى الله عليه وسلم، الجامعة الإسلامية المدينة المنورة، 2013
- 5- باحمان فاطمة، فضائيات الإعلام وفوبيا الإسلام، مذكرة لاستكمال شهادة الماستر في الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية ،جامعة أحمد دراية أدرار، 2017، 2018
- 6- برارمة صبرينة، حرية التعبير والمعتقد كأسلوب الاتصال والتبادل ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم القانون العام ،جامعة محمد لمين دباغين ، سطيف، 2016، 2017
- 7- بلباله مرزاقه،،تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين ، مذكرة شهادة الماستر،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ،جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2019

- 8- بلحاج مونير، الحق في حرية المعتقد وممارسة الشعائر الدينية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2011، 2012.
- 9- بن معاضة الشهري عبد الرحمان، الدعوة إلى الله عبر الإنترنت أساليبها و وسائلها، ملتقى أهل التفسير، جامعة الملك سعود، 1432.
- 10- الرحامنة ناصر، خطاب الكراهية في شبكة الفيس بوك في الأردن، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2018.
- 11- عمامرة أسماء، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الدينية الفيسبوك أنموذجا، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم الإسلامية، معهد العلوم الإسلامية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، 2016، 2017.
- 12- عين اليقين محمد، تفسير آيات التعددية الدينية، رسالة مقدمة لنيل درجة الجامعة الأولى في علم أصول الدين والإنسانية، كلية أصول الدين والإنسانية، جامعة والي سونجو الإسلامية الحكومية سمرنج، 2017.
- 13- قروني موسى، الإيديولوجيا بين المفهوم والممارسة (عبد الله العروي، أنموذجا)، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الفلسفة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2017، 2018.
- 14- نايلي حسين، بدون سنة، تجدد الخطاب الإسلامي في ظل تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي، قراءة لعينة من الصور الدينية عبر شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف.

15- أمين عبد الواحد رضا، الإساءة لنبي الإسلام صلى الله عليه وسلم في وسائل التواصل الاجتماعي وسبل مواجهتها، دراسة مقدمة إلى المؤتمر العالمي عن الرسول صلى الله عليه وسلم الذي تقيمه الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، 2013

**.v. المواقع الإلكترونية:**

1-الإساءة للديانات على الفيسبوك صفحات تنشذ الشهرة عبر استقزاز المشاعر،2011

<http://www.sahafi.jo>،2011/07/21

2-بيبرس سامية 2021، ظاهرة ازدياد الأديان والرسول ودور جامعة الدول العربية في التصدي لها،العدد177، منشورة في [https:// arabaffairsonline.com](https://arabaffairsonline.com)،2021/06/18

3- بن ناصر العبود فهد ،2010،الفيسبوك والإساءة للمسلمين، الرياض، العدد15314  
<https://www.alriyadh.com>،2021/05/05

4- شودب محمد،2019، مفهوم المعتقدات الدينية ، سطور

<https://sotor.com>،2021/07/22.

الملاحق

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي  
جامعة مولود معمري تيزي وزو  
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية  
قسم العلوم الإنسانية

إيديولوجيات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على ازدراء الأديان

دراسة وصفية تحليلية على الرأي العام العربي إزاء الإساءة إلى الرسول (ص) من خلال الفيس بوك

إستمارة بحث في إطار إنجاز مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص إتصال جماهيري

تحت إشراف الاستاذ الدكتور:

شفيق ايكوفان

من إعداد الطالبتين :

صبرينة سليمان

منال تكلي

في إطار التحضير لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال يسرنا أن نقدم لمستخدمي الفايسبوك مجموعة من الأسئلة و العبارات التي تخص موضوع البحث تحت عنوان "إيديولوجيات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على ازدراء الأديان"،والمطلوب منكم الإجابة حول الأسئلة المطروحة ،و وضع الإشارة ( X ) في الخانة المناسبة بما يتوافق مع اتجاهاتكم و يعبر عن آرائكم فعلا و تأكدوا أن المعلومات المقدمة من طرفكم لن يطلع عليها أحد و سوف تستخدم فقط لأغراض علمية لا غير و هذه الاستمارة ذات قيمة و أهمية علمية للبحث الأكاديمي فقط .

شكرا لحسن تعاونكم مسبقا.

السنة الجامعية: 2021/2020

المحور الأول : البيانات الشخصية

- 1- الجنس: ذكر  أنثى
- 2- السن :من 15 إلى 30 سنة  من 31 إلى 40 سنة  من 41 فما فوق
- 3- المستوى التعليمي : غير متعلم  ابتدائي  متوسط
- ثانوي  جامعي  دراسات عليا

المحور الثاني : التنوع الديني و حرية الرأي

- 4- هل تبدي احتراما للديانات الأخرى بما في ذلك الديانات الغير سماوية ؟  
نعم  لا  لا أدري
- 5- هل أنت مستعد لانتقاد ديانات أخرى غير دينك ؟ نعم  لا  لا أدري
- 6- إذا كانت الإجابة نعم هل سبق و أن قمت بذلك ؟ نعم  لا
- 7- في رأيك التنوع الديني أو التعددية الدينية؟ خلاف  اختلاف   
لا أدري
- 8- هل تعترف بتعددية الثقافات و الأديان و العرقيات ؟ نعم  لا   
لا أدري

9- لماذا فشلت المجتمعات العربية في الاستفادة من تنوعها الديني في رأيك ؟

.....  
.....  
.....

10- ما مكانة الرسول صلى الله عليه و سلم بالنسبة لك؟ خط أحمر

مسألة قابلة للنقاش

أخرى حددها.....

11-متى يصبح التنوع الديني غنى و انسجاما و تناغما؟

.....  
.....  
.....

12-هل الأديان تقيد حرية الرأي في رأيك ؟  لا  لا أدري

13-هل التدين يعطيك الحرية المطلقة أن تبدي رأيك باسم الدين ؟

نعم  لا  لا أدري

14- هل يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي أن تغير من معتقداتك الدينية ؟

نعم  لا  لا أدري

15- هل هناك حوار ثقافي ديني راقى على مستوى وسائل الإعلام الرقمية ؟

نعم  لا  لا أدري

16- كيف تنظر للآراء الناقدة لديك ؟ آراء متطرفة  آراء تثير الفتنة   
آراء حرة

17- ما هو موقفك من الآراء الناقدة لديك ؟ ترفضها مباشرة  تحلل مدلولها   
تتناقشها

أخرى حددها.....

المحور الثالث: خصوصيات الحوار الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي و تكوين الرأي العام الديني

18- هل هناك اختلاف بين الحوار وجها لوجه و الحوار عبر مواقع التواصل الاجتماعي بخصوص الأديان؟ نعم  لا  لا أدري

19- هل زيادة النقاش حول المواضيع الدينية يساهم في ظاهرة ازدياد الأديان عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟ نعم  لا  لا أدري

20- ما هي الخصوصيات التي قدمتها مواقع التواصل الاجتماعي في الحوار الديني ؟

.....  
.....  
.....  
.....

21- هل ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي أكثر في ؟

التعريف بالأديان  ازدياد الأديان  الحوار بين الأديان  لا أدري

22- هل هناك إنصاف معلوماتي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تناول القضايا

الدينية بين الإسلام و باقي الديانات ؟ نعم  لا  لا أدري

23- حدد آليات النشر الديني الأكثر إثارة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

الفيديو  الصورة  النص  الرسومات

24- هل تعتبر الفيديوهات التي تحمل طابعا دينيا نوعا من أنواع التواصل عبر مواقع

التواصل الاجتماعي ؟ نعم  لا  لا أدري

25- هل تبحث عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن الأشخاص الحاملين لنفس أفكارك ؟

نعم  لا  أحيانا

26- كيف يتم التأكد من معتقدات الأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

.....  
.....  
.....

27- هل تنظم إلى مجموعات تحمل نفس المعتقد ؟ نعم  لا

28- ما هي العناصر المتحكمة في تكوين الرأي العام الديني ؟

طبيعة القضية  المواقف حولها  أساليب عرضها   
وسيلة العرض

المحور الرابع: استخدام الفايسبوك في ازدياد الأديان و موقف الجمهور منها

29- هل الفايسبوك أصبح وسيلة للتراشق بين مختلف الأديان ؟

نعم  لا  أحيانا  لا أدري

30- ما هي أكثر الديانات تعرضا للتهجم من الآخرين؟

.....  
.....

31- هل من حق مستخدمي الفايسبوك توجيه تهجم على الديانات الأخرى ؟

نعم  لا  لا أدري

32- لماذا لا يتم التحكم في المنشورات التي تزدي الأديان ؟

إستراتيجية إدارة الفايسبوك  ضعف الرأي العام  تحالف دولي ضد الإسلام

أخرى حددها

.....  
.....  
.....

33- فيما تتجلى مظاهر الإساءة للرسول صلى الله عليه و سلم عبر الفايسبوك؟

.....  
.....  
.....

34- ماهي الحدود الفاصلة بين حرية التعبير و ازدراء الأديان ؟

.....  
.....  
.....

35- عندما يتعرض دينك للازدراء ماهو الموقف المباشر لك ؟ استتكار السلوك   
الرد عليه  تأنيب الرأي العام  الرد بالإساءة على الدين المخالف   
عدم الرد

36- ماهي مظاهر ردود فعلك عن الإساءة لديانتك ؟

نشر فضائل دينك  انتقاد الدين المسيء  الثأر المادي من المسيء   
أخرى حددها.....

37- عند تعرض دينك للإساءة هل تقاطع مواقع التواصل الاجتماعي ؟

نعم  لا

38- ما هو شعورك عندما يتعرض دينك للإساءة ؟ الغضب  التمسك أكثر

بالدين  كره المسيء  نبذ ديانة المسيء  أتقبل الأمر

الفهـ رس

## فهرس الدراسة

الصفحة	فهرس الدراسة
أ	الشكر و العرفان
ب	الاهداء
ث	ملخص الدراسة
د	خطة الدراسة
3	الإشكالية
6	أسباب اختيار الموضوع
7	أهمية الدراسة وأهدافها
8	منهج الدراسة و ادواته
10	مجتمع البحث و عينته
14	تحديد المفاهيم ومصطلحات الدراسة
17	الدراسات السابقة
22	الخلفية النظرية
	قائمة مراجع الجانب المنهجي
الفصل الأول: المعتقدات الدينية وحقوق الإنسان	
30	تمهيد الفصل
31	المبحث الأول: مفهوم المعتقدات الدينية وخصائصها
31	المطلب الأول: تعريف المعتقدات الدينية وتطور نشأتها
33	المطلب الثاني : خصائص المعتقدات الدينية
35	المطلب الثالث: التنوع الديني ومسألة الثقافة الإسلامية
47	المبحث الثاني: المعتقد الديني كحق إنساني
47	المطلب الأول: علاقة الدين بالحق الإنساني
50	المطلب الثاني: الحماية القانونية لحرية الاعتقاد الديني
51	المطلب الثالث: العلاقة بين الاعتقاد الديني وحرية الرأي
59	خلاصة الفصل
	قائمة مراجع الفصل الأول
الفصل الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي وحوار الأديان	
63	تمهيد الفصل

## فهرس الدراسة

64	المبحث الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي وأنواعها
64	المطلب الأول: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها
66	المطلب الثاني: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
68	المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
70	المبحث الثاني: حوار الأديان عبر مواقع التواصل الاجتماعي
70	المطلب الأول: خصوصيات الحوار الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي
81	المطلب الثاني: آليات التواصل الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي
89	المطلب الثالث: تكوين الرأي العام الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي
93	خلاصة الفصل
	قائمة مراجع الفصل الثاني
الفصل الثالث: ازدرء الأديان عبر الفايسبوك بين حرية الرأي وإقصاء الآخر	
97	تمهيد
98	المبحث الأول: مفهوم ازدرء الأديان
98	المطلب الأول: تعريف ازدرء الأديان
98	المطلب الثاني: آليات وطرق ازدرء الأديان
101	المطلب الثالث: استخدام الفايسبوك في ازدرء الأديان
109	المبحث الثاني: التكيف الحقوقي لازدرء الأديان
109	المطلب الأول: الاتجاه المساند لتجريم ازدرء الأديان مع حرية الرأي والتعبير
111	المطلب الثاني: الاتجاه المعارض لتجريم ازدرء الأديان مع حرية الرأي والتعبير
112	المطلب الثالث: موقف جمهور الفايسبوك من مسألة ازدرء الأديان
119	خلاصة الفصل
	قائمة مراجع الفصل الثالث
الفصل الرابع: النتائج واستنتاجات الدراسة	
122	المبحث الأول: النتائج والاستنتاجات الدراسة
122	المطلب الأول: النتائج
124	المطلب الثاني: الاستنتاجات
126	المبحث الثاني: البدائل المقترحة على ضوء الإستنتاجات
	قائمة المراجع
الملاحق	

## فهرس الدراسة

135	استمارة الاستبيان
س	فهرس الجداول
ز	فهرس الدراسة

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
12	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	1
13	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	2
13	يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	3
37	يبين احترام المبحوثين للديانات الأخرى و علاقته بمتغير المستوى التعليمي	4
39	يوضح استعداد المبحوثين لانتقاد الأديان الأخرى وعلاقته بالمستوى التعليمي	5
41	يبين قيام المبحوثين فعليا بانتقاد الديانات الأخرى	6
42	يبين العلاقة بين نظرة المبحوثين للتنوع الديني و متغير السن	7
43	يبين اعتراف المبحوثين بتعدد الثقافات و الأديان و العرقيات	8
44	يبين آراء المبحوثين في فشل المجتمعات العربية في الاستفادة من تنوعها الديني	9
45	يبين مكانة الرسول (ص) عند المبحوثين	10
46	يبين متى يصبح التنوع الديني غنى و انسجاما و تناغما	11
53	يبين آراء المبحوثين في اعتقادهم أن الدين يقيد حرية الرأي	12
54	يبين إتاحة التدين الحرية المطلقة لإبداء الرأي باسم الدين	13
55	يبين تغيير مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) للمعتقدات الدينية للمبحوثين	14
56	يبين وجود حوار ديني راقى عبر الفايسبوك من منظور المبحوثين	15
57	يبين نظرة المبحوثين للآراء الناقدة لدينهم	16
58	يبين موقف المبحوثين للآراء الناقدة لدينهم	17
73	يوضح اختلاف الحوار الديني ووجه لوجه و الحوار عبر الفيس بوك بخصوص الأديان	18

فهرس الجداول

75	يوضح تسبب النقاش الحاد حول المواضيع الدينية في انتشار ظاهرة ازدياء الأديان عبر الفايسبوك وعلاقته بمتغير المستوى التعليمي	19
77	يوضح رأي المبحوثين حول الخصوصيات التي قدمتها مواقع التواصل الاجتماعي في الحوار الديني	20
78	يبين طبيعة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار الأديان	21
80	يوضح اعتقاد المبحوثين بؤدود حوار منصف بين الإسلام وباقي الأديان وعلاقته بمتغير المستوى التعليمي	22
84	يوضح آليات النشر الديني للمبحوثين عبر الفايسبوك	23
85	يبين اعتقاد المبحوثين أن الفيديوهات الحاملة للطابع الديني من أنواع التواصل عبر الفايسبوك	24
86	يوضح بحث المبحوثين عن الأشخاص الحاملين لنفس أفكارهم عبر الفايسبوك	25
87	يوضح كيفية التأكد من معتقدات الأشخاص عبر الفايسبوك	26
88	يوضح انضمام المبحوثين إلى مجموعات فايسبوكية تحمل نفس المعتقد	27
91	يوضح العناصر المتحكمة في تكوين الرأي العام الديني للمبحوثين	28
103	يوضح اعتقاد المبحوثين أن الفيسبوك عبارة عن حلبة للتراشق بين الأديان	29
104	يوضح آراء المبحوثين عن أكثر الديانات تعرضا للتهجم من الآخرين	30
105	يبين آراء المبحوثين إذا كان من حقي مستخدمي الفايسبوك توجيه تهجم على الديانات الأخرى	31
106	يوضح سبب عدم التحكم في المنشورات التي تزديري الأديان	32
107	يوضح مظاهر الإساءة للرسول ص عبر الفايسبوك	33
108	يبين إجابات المبحوثين حول الحدود الفاصلة بين حرية التعبير وازدياء الأديان	34
115	يوضح الموقف المباشر للمبحوثين عند تعرض دينهم للإزدراء	35

## فهرس الجداول

116	يبين ردود أفعال المبحوثين عن الإساءة لديانتهم	36
117	يوضح إجابات المبحوثين عن مقاطعتهم الفايسبوك عند تعرض الدين للإساءة	37
118	يبين شعور المبحوثين عند تعرض دينهم للإساءة	38