

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عمار ثليجي - الاغواط
كلية العلوم الاعلام و الاتصال
اعلام واتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة



مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام و الاتصال بحقل اتصال و علاقات العامة

الصورة الذهنية للإسلام عبر منصة NETFLIX

دراسة استطلاعية على عينة من طلبة تخصص اتصال و علاقات عامة

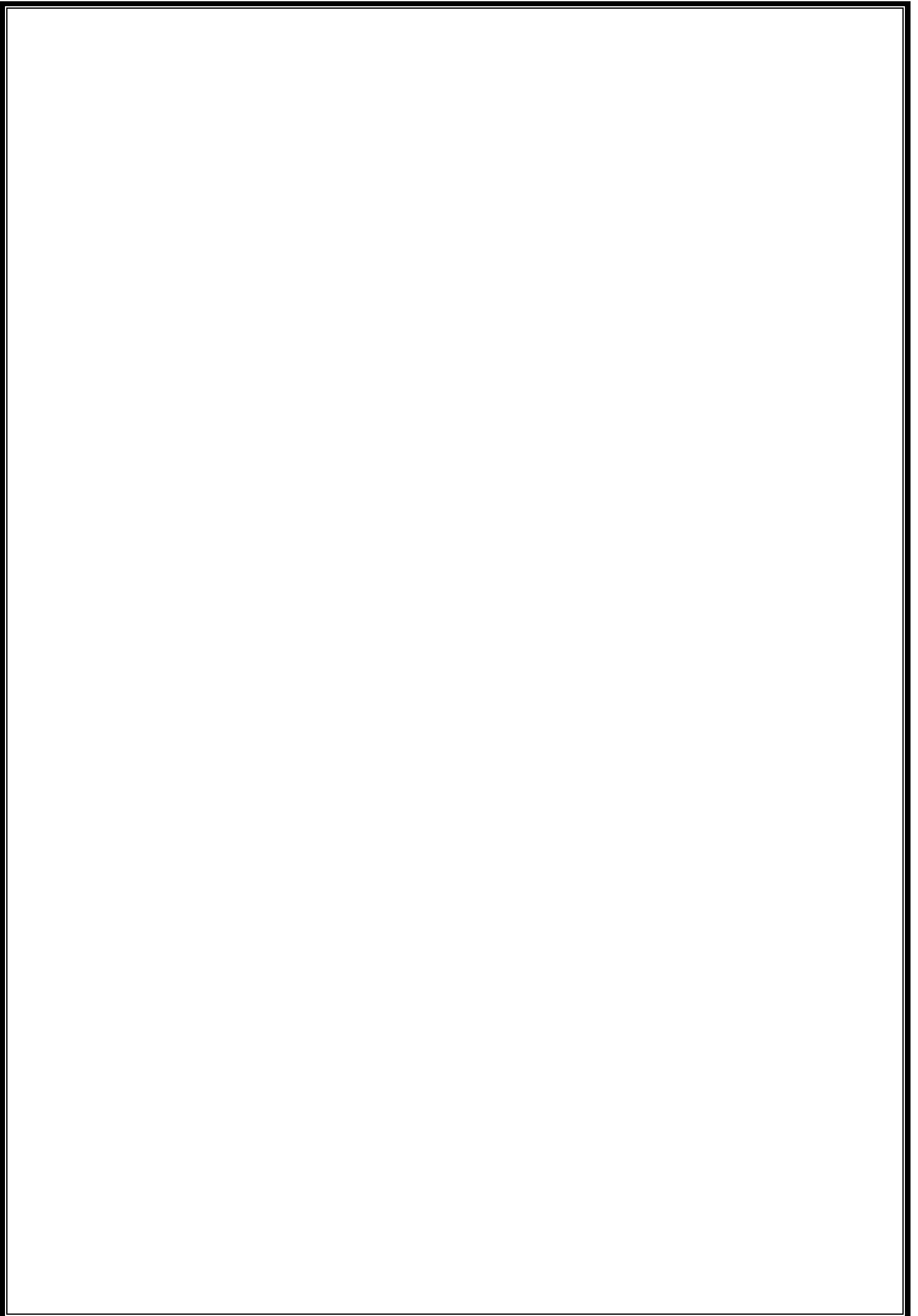
إشراف الدكتور: عبد القادر النوعي

إعداد الطالبتين :

- متيجي وئام
- فلاح إيمان وفاء

<u>الاسم و اللقب :</u>	<u>الجامعة</u>	<u>الصفة</u>
طريف عطاء الله	جامعة عمار ثليجي / الاغواط	رئيسا
النوعي عبد القادر	جامعة عمار ثليجي / الاغواط	مشرفا
محمد بن عزوزي	جامعة عمار ثليجي / الاغواط	مناقشا

السنة الجامعية : 2022/2021



بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

"وَقُلْ رَبِّیْ زَوْنِیْ عِلْمًا"

صَدَقَ اللّٰهُ الْعَظِیْمُ

كلمة شكر

نتقدم بالشكر مقدما إلى جهود مشرفنا الدكتور عبد القادر النوعي التي بفضلها اتممنا هذا العمل المتواضع والذي بتشجيعه وحسن اشرافه بذلنا كل ما في وسعنا لكي تكون هذه الدراسة بين يديكم .

كما نتقدم بالشكر إلى الأساتذة الكرام الذي كان لنا وفرا من الحظ ان نتعلم من جهودهم الصادقة ونحظى بطيبة تعاملهم معنا في ظل هذا المشوار الاكاديمي الذي سيصبح ذكرى جميلة مخلدة بفضل شخصهم الطيب والعطوف ...

كما لا ننسى ان نشكر رفاق الدرب، الزملاء والأحباء الذي تقاسمنا مرارة وحلاوة طلب العلم وتشاركنا الشقاء والسراء خضم هذا الدرب الطويل الذي اثمر اجمل الصداقات، إلى عبير وصبرين وايناس، كل الشكر والحب والتقدير لكم...

كما اتقدم بشكر حار لزميلتي ورفيقة دربي واختي ايمان ..

و شكر خاص للأهل والأقارب ..

إيمان و ونام

إهداء

نهدي هذا العمل المتواضع إلى كل من يحب العلم والتطلع، إلى كل من يتطلع إلى الخوض في المجتمع ومعالجة مشاكله، وكل من يرى أن السبيل الوحيد لتقدم الجزائر هو العلم والاجتهاد..

كما نهديه أيضا إلى كل أستاذ آمن بنا وبمجهوداتنا

ونام وایمان

الفهرس

- كلمة شكر
- الإهداء
- الملخص بالعربية
- الملخص بالإنجليزية
- مقدمة

ا. الإطار المنهجي

- 1 (1) مقدمة
- 2 (2) الإشكالية
- 3 (3) التساؤلات
- 4 (4) تحديد المفاهيم والمصطلحات
- 4-3 (5) أسباب اختيار الموضوع
- 5 (6) أهداف الدراسة
- 6 (7) أهمية الدراسة
- 7 (8) منهج الدراسة
- 7 (9) مجتمع البحث و العينة
- 8 (10) ادوات جمع البيانات
- 9 (11) الدراسات المشابهة
- 10

اا. مدخل مفاهيم يحول الصورة الذهنية

- 1 (1) مفهوم الصورة الذهنية
- 17 (2) البدايات التاريخية للصورة الذهنية
- 18 (3) مصادر وأبعاد تكوين الصورة الذهنية
- 19 (4) خصائص الصورة الذهنية
- 20 (5) أنواع الصورة الذهنية
- 22-21 (6) تشكيل الصورة الذهنية
- 23 (7) الأبعاد النفسية والاجتماعية للصورة الذهنية
- 25 -24

8) دور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية.....26-27

9) نقاط التشابه بين الصورة الذهنية والصورة الإعلامية والصورة النمطية.....28

10) خلاصة الفصل31

III. الإسلام والمسلمين في مضامين Netflix

1) الفتاة المسلمة من خلال منصة netflix35

2) الرجل المسلم من خلال منصة netflix36

3) الشخصيات المسلمة من خلال منصة netflix37

IV. نتائج الدراسة

1) قراءة و التعليق على النتائج46-70

2) الإجابة عن التساؤلات71

3) الخلاصة

4) الخاتمة

5) الملاحق .

الملخص بالعربية

تهدف دراستنا هذه إلى فهم ووصف العلاقة التأثيرية التي تربط بين مضامين الدين الاسلامي عبر منصة netflix والصور الذهنية لدى الطلبة الجامعيين، حيث جاء دراستنا استطلاعية لتجيب وتصف بعض التأثيرات التي تحاول المنصة العالمية netflix بثها وغرسها لدى متابعيها بما يتعلق بصورة الإسلام والمسلمين، ولقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي لوصف المضامين المغروسة ضد الإسلام، تحديد ملامحها ومحاولة فهمها جيدا، فقد اخترنا عينة من 30 فردا لكي نرى آرائهم وكيف يتعاملون ويتناولون تلك المضامين وكيف تنعكس عليهم وعلى تفكيرهم وذلك من خلال أداة الاستبيان الالكتروني.

الملخص بالإنجليزية :

Our study aims to understand and describe the influential relationship between the content of Netflix that is associated with Islamophobia and intellectual images in undergraduate students. Our survey responds and describes some of the influences that the global platform Netflix is trying to broadcast and instill with its followers regarding the image of Islam and Muslims , Due to our study, we relied on the descriptive curriculum to describe the implements against Islam. We have selected a sample of 50 individuals to see their opinions and how they deal with them and how they reflect on them and their thinking through

the e-questionnaire tool , Even though most members of the specimen were aware of the fact that the contents were distorted and aimed in instilling negative mental images of Islam and Muslims.

مقدمة

مقدمة :

شهد العالم في العقد الأخير تغيرا شبة جذري فيما يتعلق الأمر بوسائل الإعلام التقليدية، فمع ظهور الانترنت حتى انصهرت كل الوسائل في تقنية واحدة، وأصبح الانترنت هو ملك العصر نظرا لما قدمه من خدمات ووسائل غيرت شكل العالم وتعاملاته. كما غير وسائل الإعلام وقيمتها بالنسبة للجماهير

وفي خضم هاته التغيرات ظهر بما يعرف بالمنصات الرقمية التي احتلت مكانة التلفزيون و أصبحت وسيط اكثر حميمية بين المشاهد و المنصة ، حيث غيرت شكل المحتوى الترفيهي و زودته بمجال اكثر حرية مما كانت عليه القنوات التلفزيونية و رقابة الإعلامية ، مما جعل القائمين على صناعة المحتويات الترفيه الى التوجه الى المنصات الرقمية لفاعليتها و حريتها مما شجعهم على التطرق لمواضيع حساسة و جريئة و حتى عنصرية ، فعلى عكس التلفزيون الذي يتمتع برقابة شديدة ، المنصات الرقمية ترحب بشتى أنواع المواضيع دون رقابة . ولعل اشهر المنصات و الأولى في مجالها ، هي منصة Netflix و التي تتميز بمضامينها المشهورة و سياستها المنفتحة على الثقافات في انحاء العالم ، فمنصة Netflix نجحت في جمع كل الثقافات من الامريكية الى الاسيوية الى الأوروبية تحت صفحة واحدة يتحكم بها المشاهد بنقرة واحدة ، حيث بسطت سيطرتها بفاعليتها على الجميع ، كما اصبح مجال خصب للتبادل الثقافي و غرس المفاهيم و الرموز ، و اهم مثال لذلك هو عكس منصة Netflix للمضامين المتعلقة بالإسلام و المسلمين و الثقافة الإسلامية بشكل عرضها للعديد من الانتقادات اللاذعة ، حيث انها تعتمد

نشر صورة نمطية و مسيئة للإسلام و المسلمين مما اثار سخط العديد و اتهموا المنصة بكونها تحاول نشر صورة مسيئة للإسلام .

و هذا هو موضوع دراستنا، حيث تطرقنا فيها الى اربعة فصول ، " الفصل الأول " الاطار المنهجي و "الفصل الثاني" تطرقنا فيه الى الصورة الذهنية مفهومها و بدايتها التاريخية ، مصادر و ابعاد تكوينها ، خصائصها ، أنواعها و كيفية تشكيلها ، إضافة الى الابعاد النفسية والاجتماعية للصورة الذهنية و دور وسائل الاعلام في تشكيل الصورة الذهنية ونقاط التشابه بين الصورة الذهنية والصورة الاعلامية والصورة النمطية .

و جاء في " الفصل الثالث " بعنوان الإسلام والمسلمين في مضامين Netflix ، حيث وصفنا كيف يتم تصوير الفتاة المسلمة في اعين Netflix و ايضا الرجل المسلم ، إضافة الى تصوير لشخصيات الإسلامية في Netflix) ، في الفصل الرابع و الأخير تطرقنا فيه الى النسب والنتائج التي توصلنا لها بعد جمعنا للبيانات اللازمة عبر استبيان الالكتروني الذي عرض على المبحوثين الذي يقدر عددهم 50 عبر مجموعة طلاب سنة ثانية ماستر في موقع فيسبوك، و تمت الإجابة عن الاستبيان من طرف 39 فردا فقط من العينة ، وبعد قراءة الجداول و التعليق عليها توصلنا الى نتائج و إجابات عن تساؤلات الدراسة .

الجانب المنهجي

1. الإطار المنهجي

الإشكالية

التساؤلات

تحديد المفاهيم والمصطلحات

اسباب اختيار الموضوع

أهداف الدراسة

أهمية الدراسة

منهج الدراسة

مجتمع البحث و العينة

أدوات جمع البيانات

مجالات الدراسة

الدراسات المشابهة

الإشكالية :

يعتبر الإعلام الجديد نقطة تحولية في تكنولوجيا الاتصال و الإعلام ، حيث أصبح الركن الترفيهي للعديد من المستخدمين للإنترنت والمنصات الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي، ونظرا للتفاعلية والمرونة والتنوع المضامين والخدمات وسهولة التعااطي معه، أصبح العديد يفضل الولوج إليه بدلا عن الوسائل التقليدية كالتلفزيون والراديو، ومع ظهور منصات المشاهدة بفعل التطور التكنولوجي وضرورة تغيير الأساليب القديمة، والاندماج مع الإعلام الجديد، حيث أصبحت تشهد اقبالا كبيرا من مختلف الأجناس والأعمار ولتنوع المضامين وملائمتها لمختلف الأذواق، حيث يشعر المتفرج ان المنصات الرقمية تصنع أفلام ومسلسلات خصيصا له، ومع انتشار وباء كورونا والحجر الصحي زاد الاقبال على المنصات الرقمية او لعل اشهرها منصة Netflix، حيث يشير موقع Affide¹، ان عدد المشتركين في منصة Netflix 203.66 مليون مشترك حول العالم، 66.7 مليون مشترك مدفوع في اوروبا والشرق الاوسط وافريقيا، واكتسبت Netflix حسب نفس الموقع 28.89 مليون عضوية جديدة على مدار العامين الماضيين مما يجعلها المنصة الاسرع نموا وقد تزايد الاقبال على منصة Netflix بسبب الحجر الصحي حيث أصبح العديد متفرغين للمشاهدة والترفيه ولعل اكثر شريحة متأثرة هي الشباب، حيث يوجد العديد من المناقشات والمنشورات على مواقع التواصل الاجتماعي حول مضامينها كما هناك انتقادات حادة لبعض مضامينها الاسلاموفوبيا والداعمة للمثليين والمروجة للبيدوفيليا، مما اثار استياء العديد من المسلمين، حيث جاء في موقع طريق الاسلام ب²مثال بعنوان (Netflix والاجندة الخفية) ان هناك اجندة لهدم القيم والاخلاق واعادة هندستها في العالم وفي مقال اخر في جريدة الرياض بعنوان (شيطنة الاسلام في Netflix)³ ان Netflix فيها تحامل ضد العرب والمسلمين وإصرار على تهميتهم وشيطنتهم " وانطلاقا من هاته الملاحظات والانتقادات

¹ إحصائيات النمو ومشاركي Netflix: كم عدد الأشخاص الذين يشاهدون Netflix في عام 2021؟، تم التصفح يوم 19/02/2022 بتوقيت 5:48 <https://www.affde.com/ar/netflix-users.htm>

² Netflix و الاجندة الخفية، 27-01-2022 ، طريق السلام ، تم التصفح يوم 18/02/2022/ بتوقيت 6:22 ، <https://ar.islamway.net>

³ بدر بن سعود، شيطنة الاسلام في Netflix ، جريدة الرياض، نشر في 17 سبتمبر 2020م ، تم تصفح يوم 19/02/2022 بتوقيت 7:13 <https://www.alriyadh.com>

اللاذعة حول مضامين منصة في مواقع التواصل الاجتماعي، أصبح لدينا فضول حول طبيعة مضامين Netflix والمتابعين والمشاركين بها، ونهدف إلى محاولة تفسير وفهمها بشكل علمي ودراسة دقيقة تجاوب على التساؤل الرئيس :

- الاسلام عبر منصة netflix ؟

التساؤلات :

(1) ماهي اتجاهات طلبة قسم اعلام و اتصال بجامعة الاغواط نحو مضامين الدين الاسلامي عبر منصة netflix ؟

تحديد المفاهيم والمصطلحات :

الصورة :

لغة : جاء في لسان العرب :

في أسماء الله تعالى : المصور هو الذي صور جميع الموجودات ورتبها، فأعطى كل شيء منها صورة خاصة وهيئة مفردة يتميز بها على اختلافها وكثرتها. وتصورت الشيء، توهمت صورته، فتصور لي، والتصوير التماثيل.

ويقول ابن الأثير: الصورة ترد في لسان العرب على ظاهرها، وعلى معنى حقيقة الشيء وهيئته وعلى معنى صفته، يقال: صورة الفعل كذا وكذا أي هيئته، وصورة الأمر.¹

اصطلاحاً : هو إبراز الصورة إلى الخارج بشكل فني بعد مرورها بمخيلة المصور وكما يقول المثل الصيني فإن "الصورة أبلغ من ألف كلمة" ولكم هزت صورة إعلامية من خلال التلفزيون أو السينما أو الصحف مشاعر الناس وفجرت ثورات، ويتوقف أثر الصورة على خصائص مستقبل الرسالة الإعلامية وقدرته على استيعاب مغزاها وفهمها وفك رموزها، خاصة مع التطور الكبير والمذهل في التعامل مع الصورة إنتاجاً وتركيباً وتوزيعاً وتحكماً في الحجم.²

الصورة الذهنية :

لغة : ينقسم مفهوم الصورة الذهنية إلى مفردتين : الصورة والذهنية، والصورة تعني الشكل الذي يتميز به الشيء³. أما مفردة الذهنية فإنها تشير إلى الذهن، والذهن هو العقل، كذلك الفطنة والحفظ، وبهذا فإن الذهن يطلق على الإدراك والتفكير الاستدلالي عن طريق انشاء العلاقات، فالصورة الذهنية لغة هي صورة الشيء وتصوره في هيئته وحقيقته وظاهره يكونها

¹ ابن منظور، لسان العرب، دار المعارف، القاهرة، باب الصاد، (صور)، ص 2425.

² جمال العيفة، الصورة في عصر التكنولوجيا مسحة جمالية ومشكلة أخلاقية، جامعة عنابة، ص 3.

³ احمد جبار، الصورة الذهنية: قراءة في أبعاد المفهوم، نقاط التقاطع والاختلاف بين الصورة الذهنية والنمطية وعلاقتها بالعلاقات العامة، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والانسانية، المجلد 07، العدد 01، ص 284.

الذهن في ضوء إدراكه واستدلاله للأشياء. اصطلاحاً : يعرفها قاموس لي بريستول في طبعته الثانية كلمة image بانها تشير إلى التقديم العقلي لأي شيء لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر، أو هي إحياء أو محاكاة لتجربة حسية ارتبطت بعواطف معينة.¹ كما عرفها د. علي عجوة بـ " الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات شخص معين، أو نظام ما، أو شعب أو جنس بعينه، أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية، أو مهنة معينة أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة و غير المباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الافراد واتجاهاتهم وعقائدهم، وبغض النظر عن صحة أو عدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعا صادقا ينظرون من خلاله إلى ما حولهم ويفهمونه أو يقدرونه على أساسها²

- Netflix :

هي شركة ترفيهية أمريكية أسسها ريد هاستنغز ومارك راندولف في 29 أغسطس 1997، في سكوتس فالي، كاليفورنيا تتخصص في تزويد خدمة البثّ الحي والفيديو حسب الطلب وتوصيل الأقراص المدمجة عبر البريد. في عام 2013، توسعت شركة Netflix بإنتاج الأفلام والبرامج التلفزيونية، وتوزيع الفيديو عبر الإنترنت اعتبارًا من 2017، اتخذت شركة Netflix مدينة لوس غاتوس، كاليفورنيا مقرًا لها.

عملت شركة Netflix في البداية بتقديم خدمة بيع وتأجير الأقراص المدمجة (دي في دي، وبلو راي)، بعد عام من تأسيس الشركة قرر هاستنغز إيقاف مبيعات الأقراص المدمجة للتركيز على خدمة التأجير عبر البريد في عام 2007، وسعت الشركة أعمالها بتقديم خدمة البثّ عبر الإنترنت، مع إبقاء خدمة تأجير الأقراص المدمجة. توسعت الشركة عالميًا لتوفر خدماتها في كندا في عام 2010 واستمرت بتوسيع خدماتها عالميًا في يناير، عام 2016، باتت الشركة توفر خدماتها حول العالم في أكثر من 190 دولة، تتوفر

¹. عبدالله مصطفى عبدالله الفار، بور الصورة الذهنية للمنظمات الأهلية في بناء العلاقة الاستراتيجية مع جمهور المستفيدين، قدم هذا البحث استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة ماجستير في إدارة الأعمال بكلية التجارة في الجامعة الإسلامية بغزة، ص 24.

². علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتاب، الطبعة 2، القاهرة، 2014، ص 9.

خدمة Netflix في الوطن العربي) ما عدا سوريا بسبب العقوبات الأمريكية (بواجهة مستخدم عربية مع إمكانية تشغيل الترجمة العربية للأفلام والمسلسلات .
في عام 2013، اتجهت Netflix نحو مجال صناعة الأفلام والمسلسلات، وبدأ عرض أول مسلسل أصلي تقدمه الشركة" بيت من ورق . " بعدها ازداد عدد البرامج الأصلية التي أنتجها Netflix من الأفلام، والمسلسلات، البرامج الوثائقية، وعروض الستاند أب كوميدي أطلق Netflix حوالي 126 عملاً أصلياً في عام 2016، أكثر من أي شبكة أو قناة كابل تلفزيونية.

أعلنت شركة Netflix في شهر أكتوبر من عام 2018 عن زيادة عدد مشتركين الخدمة ليصل إلى 137 مليون مشترك من جميع أنحاء العالم، من ضمنهم 58 مليون مشترك في الولايات المتحدة.

أسباب اختيار الموضوع :

إن اختيارنا لهذا الموضوع لم يأتي من فراغ وعبث، وإنما هناك دوافع واعتبارات دفعتنا إلى اختيار هذا الموضوع بالذات ، ولعل من أهم الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار موضوع الدراسة نذكر :

1. الأسباب الذاتية :

✓ تعرضنا شخصياً لهاته المنصة ومضامينها

✓ موضوع حساس ومثير للاهتمام

2. الأسباب الموضوعية :

✓ موضوع دراسة جديد ومثير للاهتمام في قسم الاعلام بجامعة الاغواط .

✓ قلة الدراسات التي بحثت في الموضوع

✓ أهمية المنصات الرقمية واحتلالها لمكانة التلفزيون

أهداف الدراسة :

- ✓ إثراء الرصيد العلمي
- ✓ محاولة فهم وتفسير العلاقة بين الشباب والمضامين الاعلامية
- ✓ محاولة ابراز العلاقة بين الشباب والمنصة الرقمية Netflix

أهمية الدراسة :

تتبع أهمية الدراسة من كونها تتناول موضوعا هاما وحساسا بما يتعلق بصورة الذهنية للإسلام والمنصات الرقمية، حيث ان الحضور القوي للمنصات وعلى رأسها منصة Netflix وبراعة القائمين على انتاج بعض المضامين في دس وغرس بعض المفاهيم والصور المضللة، قد يؤثر على تصور المسلمين عن اسلامهم قبل غيرهم وقد يكون لها أثر خطير في المستقبل على الشباب ونظرتهم لدينهم وبعض المواضيع الحساسة وصورهم عن الثقافات والديانات.

منهج الدراسة :

اختيارنا لموضوعنا الذي يتناول موضوع الصورة الذهنية للإسلام عبر منصة Netflix، ونظرا ان الاخيرة هي ظاهرة جديدة على المجتمع الأعواطي التي انتشرت مع الحجر الصحي و الكورونا، وباعتبار ان المنصات الرقمية هي ظاهرة جديدة الظهور والتطور واجهنا صعوبات في وجود دراسات سابقة تتكلم على نفس الموضوع مما يخول لنا ارضية معرفية تجعلنا نتعمق في دراسة الموضوع ومتغيراته اعماق، الا ان حداثة الموضوع وتبلوره مؤخرا فقط وعدم وجود معلومات كافية لفهم الظاهرة والخروج بمتغيرات، اضطرنا إلى انتهاج المنهج الوصفي لوصف الظاهرة وتحديد ملامحها ومحاولة فهمها جيدا.

مجتمع البحث والعينة :

لاحظنا انه هاته الظاهرة تؤثر على شريحة كبيرة من الشباب ابتداء من المراهقين إلى البالغين لشهرة المنصة وخدماتها التي أصبحت تنافس اكبر التطبيقات التواصل الاجتماعي. إلى اننا حددنا مجتمع البحث والذي هو طلبة اعلام واتصال في جامعة الاغواط وذلك لان موضوعنا موضوع اعلامي بدرجة اولى وحساس، كما نتوقع (نأمل) انه سيثير

اهتمام اصحاب التخصص حوله وبالتالي نتوقع استجاباتهم تكون جديده وتتبع عن نظرة اصحاب لديهم فكرة عن اهمية الاعلام الجديد ووسائله . اما العينة التي اخترناه فهي طلبة ثانياة ماستر، دفعة 2021-2022 ،حيث اخترنا 50 طالبا للإجابة على الاستبيان، كما حددنا 3 خصائص مهمة لاختيار العينة :

- امتلاكهم لحساب Netflix او يتعاطون مع مضامين من خلال منصات مجانية أخرى
- طلبة اعلام واتصال (تخصص علاقات عامة)
- وأخيراً اختيارنا للهاته العينة بالذات هو ان طلبة اخر طور سيكونون اكثر تكويننا وتمكن ذوي معرفة ونظرة اعرق للظواهر الاعلامية التي دراستنا جزءا منها، لذا اجاباتهم والبيانات التي سيزودوننا بها لن تكون مجرد اراء فقط بل نأمل ان يغلب عليها معرفتهم

- ادوات جمع البيانات:

تعتبر مرحلة جمع البيانات مرحلة مهمة جدا ، ان دقة النتائج التي يتوصل اليها الباحث و مدى صحتها و تطابقها مع الواقع تتوقف على الاختيار السليم و المناسب لادوات جمع البيانات لذا وقع اختيارنا على اداة الاستبيان ، نكرر مجددا طبيعة دراستنا الاستطلاعية نظرا لشح الدراسات و الرصيد المعرفي بصدد عنوان دراستنا افضل لجمع البيانات التي تساعدنا في فهم الظاهرة ووصفها هي اداة الاستبيان واختارنا ايضا الاستبيان عمدا لعدة اسباب التالية:

- سهولة انتشاره و التعامل معه
- لديه خصائص احصائية تساعدنا على تحليل البيانات بشكل افضل
- يبقي العينة مجهول مما يجعله اكثر راحة و صدقا في اجاباته
- مساحة اكبر لتعليق العينة على الاسئلة المفتوحة التي بنيناها في استبياننا.

- يستقطب عددا اكبر من العينة عكس الاستبيان التقليدي.

مجالات الدراسة :

- ✓ المجال البشري: طلبة علوم اعلام واتصال، جميع المستويات
- ✓ المجال المكاني : جامعة عمار ثليجي الاغواط، كلية علوم الاعلام والاتصال.
- ✓ المجال الزمني : 2022، منذ بداية فيفري إلى غاية نهاية شهر ماي .

الدراسات المشابهة :

وجاء الترتيب من حيث الاقدم إلى الأحدث :

أ- الدراسة الاولى :

للباحث لعرباوي نصير بعنوان (صورة الاسلام والمسلمين في الاعلام الغربي) المنشورة في مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 22، جوان 2016 . والتي تطرق فيها الي التساؤلات التالية :

كيف ينظر الاعلام الغربي للإسلام والمسلمين ؟ ما هي الدوافع الكامنة وراء تشويه صورة الاسلام والمسلمين ؟ وماهي الرموز والشبهات التي تعرضت لهذه الحملة ؟ وماهي اليات وسبل تصحيح هذه الصورة ؟ واجاب عن هاته الاسئلة بالمحاور الاتية :

1) دور وسائل الاعلام في بناء صورة نمطية : وتطرق فيه الباحث إلى مفهوم الصورة النمطية وسائل الاعلام وكيف تبني وتساهم في رسم الصورة الذهنية وتكريرها وتثبيتها لكي تتحول إلى صورة نمطية مع مرور الوقت وكيف يقوم الاعلام الغربي ببيت معلومات ويرسخ المغالطات حول الاسلام والمسلمين عبر وسائلها الاعلامية.

2) العوامل الكامنة وراء تشويه صورة الاسلام والمسلمين: يرى الباحث ان العوامل متعددة هناك من يرجعها إلى الصراع التاريخي الحضاري بين الغرب والشرق، وهناك من يرجعها إلى الصراع السياسي والاقتصادي المعاصر، ويضيف الباحث بعض الاسباب وهي : الخوف من الاسلام، الصراع مع الاسلام، احداث 11 سبتمبر، النفوذ الصهيوني في وسائل الاعلام الغربي.

(3) مظاهر رموز وشبهات عن الاسلام والمسلمين في الاعلام الغربي: وتطرق فيه الباحث إلى : مظاهر الاسلام والمسلمين في وسائل الاعلام الغربية، الشبهات الشائعة عن الاسلام والمسلمين (المسلمون ارهابيون ويمارسون العنف، الاسلام دليل تخلف ورجعية)، الرموز المشوهة في وسائل الاعلام الغربية (الرسول عليه الصلاة والسلام، اماكن العبادة، المرأة المسلمة)

(4) سبل تصحيح صورة الاسلام والمسلمين: وذلك على مستوى الدول الاسلامية ثم مستوى الاعلام الإسلامي، ثم يأتي على مستوى رجال الدين والفكر والتعليم، وعلى مستوى الجاليات المسلمة المقيمة في الخارج .

وفي الاخير يختتم الباحث دراسته بأن أخطر التحديات التي يواجهها الاسلام هي انتشار ظاهرة تشويه صورة المسلمين والاسلام في العديد من الوسائل الغربية اضافة إلى انعدام استراتيجية واضحة المعالم لدى الدول الاسلامية ضد هذه الظاهرة.

ب- الدراسة الثانية :

للباحث بن عيشة بن عبد الكريم (صورة الاسلام والمسلمين في الاعلام الغربي، مقتطفات فكرية)، جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم- الجزائر، مجلة الحكمة للدراسات الاسلامية، المجلد 03، العدد 02، 2016، ص 55-77، والتي تطرق فيه الباحث إلى ثلاث محاور :

أولاً : صورة الاسلام والمسلمين في الكتب المدرسية والقصص والرسومات الكاريكاتورية : حيث جاء الباحث بالعديد من الدراسات التي اجريت على بعض المدارس الامريكية ما بين الستينات والسبعينيات للبحث في الصورة التي يتم بها وصف العرب والمسلمين في الكتب المدرسية الامريكية وقد اسفرت النتائج ان غالبية الكتب قد اخطأت في مواضيع كثيرة وانها تكرر الصورة النمطية الموروثة عن الاسلام والمسلمين وتعمل على استمرارها، اضافة إلى الرسومات الكاريكاتورية التي تسيئ إلى صورة الاسلام والرسول عليه الصلاة والسلام وخصوصا بعد احداث 11سبتمبر 2001 وحرب العراق مما جعل الاعلام الغربي يلجأ إلى الكاريكاتور

الساخر لتبرير الحرب على العراق وتصوير الاسلام على انه دين ارهاب وقمع كما اتهمهم بالشيوعية والفاشية الاسلامية .

ثانياً: صورة الاسلام والمسلمين في الصحافة المكتوبة: وجاء الباحث في هذه الدراسة بالعديد من الدراسات التي تثبت تحيز الصحافة الغربية إلى اسرائيل وتشويه صورة وسمعة المسلمين وذلك ببعض السمات المتمثلة بالبداوة والطباع الاستبدادية، القذارة، انخفاض مستوى المعيشة ويرجع السبب ذلك التحيز إلى مكاسب سياسية ودينية

ثالثاً : صورة الاسلام والمسلمين في التلفزيون والسينما : حيث جاء الباحث بالعديد من الدراسات التي تشير إلى الجهود السينمائية في هوليوود لازالت تعتمد تصوير المسلمين بالصورة النمطية كبدو وهمج قبيحي المنظر وغير متحضرين في المقابل هناك الرجل الغربي المتحضر والذكي الذي ينقذ ويصحح ما خلفه المسلم الارهابي، ويرجع الباحث ان من احد اهم اسباب انتشار الاسلاموفوبيا في هوليوود هي سيطرة اليهود على الوسائل الاعلامية الامريكية وشركات الانتاج، واللجوء إلى تنميط العرب وتشويه صورتهم وفي الجانب الاخر اظهر اليهود والغرب بالصورة الجيدة والمتحضرة وفي الخاتمة يشير إلى ان علاقة السياسة بالإعلام في بناء اجندتها من اجل خدمة مصالح واهداف مسطرة .

ت- الدراسة الثالثة :

بعنوان (مصادر الصورة الذهنية والنمطية للإسلام والمسلمين في وسائل الإعلام الغربية) للباحثين فريدة فلاك وداود جفاقله ، جامعة محمد خيضر بسكرة (الجزائر)، مجلة الباحث في العلوم الانسانية والاجتماعية.

جاءت هذه الدراسة لتبحث في مصادر الصورة الذهنية والنمطية للإسلام والمسلمين في وسائل الاعلام الغربية، وذلك بالإجابة عن الإشكالية الآتية : ماهي أهم المصادر التي أسست للصورة النمطية للإسلام والمسلمين في وسائل الإعلام الغربية؟ وينبثق عن الإشكالية التساؤلين التاليين:

✓ ما مرجعيات صورة الإسلام والمسلمين في الغرب ووسائل إعلامهم؟

✓ - ماهي الصورة الذهنية والنمطية للإسلام والمسلمين في الإعلام الغربي؟

ليجيب الباحثين عليه عبر المراحل التالية :

1) مرجعيات الصورة النمطية للإسلام والمسلمين في الغرب : وضح الباحثين ان جذور الصورة النمطية للإسلام ليس وليدة اللحظة الراهنة إنما هي نتيجة تراكم قرون من التشكيل، بل أكثر من ذلك يرجع بعض المفكرين المعاصرين العلاقة بين الإسلام والغرب إلى تلك العلاقة القديمة بين الشرق والغرب والتي كانت سائدة قبل الإسلام بقرون طويلة ويعتبر الاستشراق، الاستعمار ، التنصير من اهم المصادر التي ساهمت في تشكيل الصور الذهنية للإسلام، كما ان كل مصدر لديه خصائصه وتفاصيل اكثر لا يكفينا ذكرها كلها.

➤ الصورة الذهنية والنمطية للإسلام والمسلمين في الثقافة ووسائل الإعلام الغربية:

تعد وسائل الإعلام إحدى المؤسسات الاجتماعية والثقافية التي تسهم في تشكيل الصورة الذهنية والنمطية في مخيلة الأفراد نظراً لانتشارها الواسع وقدرتها على الاستقطاب ناهيك عن المزايا والخصائص الأخرى التي تجعل منها نافذة مفتوحة على العالم يستقي منها الفرد المعلومات والتجارب والخبرات، لذا تلجأ بعض الاجندات الخفية إلى استغلال وسائل الاعلام في تكوين صور ذهنية ونمطية ضد الاسلام، حتى ان بعضها أصبح مكرر وسخيف، من الصحافة والكاريكاتور الساخر إلى السينما و القنوات الاعلامية كلها وسائل تحاول ترسيخ صور نمطية وذهنية مشوهة للإسلام كدين قبلي بدائي ومتعصب .

ث- الدراسة الرابعة :

للباحثة مريم قروشي بعنوان (صورة الاسلام والمسلمين في وسائل الاعلام في ظل التغيرات الراهنة سياقات التناول الاعلامي الغربي لصورة الاسلام والمسلمين)،
جامعة باتنة 01، مجلة المقدمة، العدد 1، ص 25.

وجاءت هذه لدراسة لتجيب على التساؤل الاتي :

ما علاقة السياقات الاعلامية الغربية (السلبية) بصورة الاسلام والمسلمين ؟
للإجابة على هذه الدراسة تطرقت الباحثة إلى :

(1) مقاربة مفاهيمية نظرية للدراسة :

أ. مفهوم السياق

ب. مفهوم نظرية السياق

(2) علاقة السياق ببعض المفاهيم ذات صلة :

أ. العلاقات العامة الدولية : مدخل الاتصال عبر الثقافات

ب. الصورة الذهنية: بيئة الاعلام الغربي

(3) فحص لبعض السياقات الاعلامية الغربية حول الاسلام والمسلمين :

أ. سياق الارهاب : رؤية تحليلية

ب. سياق صراع الحضارات : بين الاسلام والغرب.

ت. خاتمة

وقد خرجت الدراسة بنتائج الآتية :

- أهمية البيئة الدولية المتغيرة التي يعد الغرب فاعلها الرئيسي في تغير وتطور السياقات الاعلامية المتمحورة حول الاسلام والمسلمين.
- التركيز على دور السياق الاعلامي في العملية الاتصالية بهدف ايجاد صورة ايجابية عن الاسلام والمسلمين.
- عدم اغفال الدور الكامن للنزعة الاستعمارية للغرب في تفعيل السياقات الاعلامية القائمة على رفض الاخر المتنافس لحضارته.
- الانتباه لعامل سرعة تدفق المخرجات الاعلامية الغربية التي غالبا ما تحمل في طياتها توجهات صحفية مسيئة ومتطرفة ازاء الاسلام والمسلمين حيث تعتمد على تلميح وصور ضمنية وهو نهج استخفائي يقدم عبارات واصطلاحات مثل العالم الاسلامي الذي يستخدم في سياق الصراعات الانسانية والحضارية
- احيانا يكون السياق الاعلامي سلبي يبدو طبيعيا وحيانا يتطلب جهدا لفهمه وادراكه.
- وجود خلفيات كثير تتم عن ترميز سلبي ضد الاسلام والمسلمين.

- مركزية دور الشركات العابرة للقوميات المسيطرة على وسائل الاعلام الغربية، التي تسعى إلى ترسيخ صورة نمطية عن الاسلام والمسلمين بوصفها تهديدا لنمط الحياة الغربي وكونهم انموذج التخلف اللامنطقي .
- وجوب ايلاء المزيد من الاهتمام البحثي بـ " العلاقات العامة الدولية "، كونها اسلوب جديد للعمل السياسي ومجال ابتكار يأتي الاعلام كوسيلة لتنفيذ هذه العلاقات
- ارتباط السياقات الاعلامية الغربية بنماذج ثقافية معينة واجندات سياسية.
- وجود نظريات جزئية تؤطر هذه السياقات الاعلامية الغربية السلبية عن الاسلام والمسلمين تحتاج لمزيد من البحث والتحليل
- ضرورة التعامل الاعلامي الاسلامي بصفة عامة مع السياقات الاعلامية السلبية والخطيرة في نفس الوقت، وفق محاذير معينة .

مدخل مفاهيمي حول الصورة الذهنية

مدخل مفاهيمي حول الصورة الذهنية

- ✓ مفهوم الصورة الذهنية
- ✓ البدايات التاريخية للصورة الذهنية
- ✓ مصادر وابعاد تكوين الصورة الذهنية
- ✓ خصائص الصورة الذهنية
- ✓ انواع الصورة الذهنية
- ✓ تشكيل الصورة الذهنية
- ✓ الابعاد النفسية والاجتماعية للصورة الذهنية
- ✓ دور وسائل الاعلام في تشكيل الصورة الذهنية
- ✓ نقاط التشابه بين الصورة الذهنية والصورة الاعلامية والصورة النمطية.
- ✓ خلاصة الفصل

1. مفهوم الصورة الذهنية :

تعتبر الصورة الذهنية مفهوم شاسع يختلف باختلاف المجالات المعرفية مما يفسر تعدد التعاريف المتعلقة بالصورة الذهنية، ولعل ان هذا التعريف هو اشملمهم حيث يعرف الصورة الذهنية على انها : (هي التخزين المتراكم من الافكار والانطباعات والاحكام الموجودة في ذهن الانسان والتي تكونت بفعل قدرات حسية مباشرة او غير مباشرة اتجاه فرد او جماعة او منظمة او ظاهرة وهذا التخزين مصدرا من مصادر العملية العقلية " التفكير " والتي تقود إلى اتخاذ القرارات والاحكام اتجاه الاشياء وعادة ما يكون ذلك التخزين المتراكم من الصور الذهنية مشحونا بالعاطفة بحيث تكون تلك الانطباعات والاحكام اما سلبية او ايجابية)¹

وتعرف ايضا بأنها تمثيل منظم للموضوع ما للنظام المعرفي للفرد. وهي بنية تراكمية من السمات التي هي تمثيل نحو التجانس، فهي تمثل نموذجا مبسطا لبيئة الفرد وتتشأ مع تلقي الفرد رسائل عن طريق الاتصال المباشر وغير مباشر، وتتميز بأنها تشكل واقعا صادقا لأصحابها ينظرون من خلاله ويتصرفون على اساسه، وتعرف كذلك بانها الانطباع الذي يخلد في الذهن، وهو عقلي نحو شخص او شيء معين، وهذا الانطباع يحصر جميع الخبرات من تلك الاشياء في عبارات محددة وتصور سريع في الذهن اثناء سماع ذلك الاسم او رؤية ما يمثله من صورة او منتجات، كما تعرفها الموسوعة الاعلامية بانها ذلك لانطباع الذي يكونه الفرد للأشياء المحيطة به متأثر بالمعلومات المخزنة عنها وفهمه لها وبذلك فالصورة الذهنية هي نتاج تفاعل عناصر المعرفة والادراك.²

2. البدايات التاريخية للصورة الذهنية :

لقد تعددت الرؤى حول البدايات الاولى لظهور مفهوم الصورة الذهنية حسب اختلاف تخصصات الباحثين واختلاف الحقبة الزمنية لكل باحث، وسنحاول ذكر هذه البدايات فيما يلي:

¹ باقر موسى ، مرجع سابق ، ص 56-57
² لعرباوي نصير ، صورة الاسلام و المسلمين في الاعلام الغربي ، مجلة العلوم الاجتماعية ، العدد 22 ، جوان 2016 ، ص 261.

اوردت بعض المراجع ان اول بداية لظهور مفهوم الصورة الذهنية كان مع ارسطو وهو من وضع الركائز الاساسية التي تطور منها هذا المصطلح والكثير من التنظيرات اللاحقة حول مفهوم الصورة مقابلة للماهية او المبدأ، فأصبحت الصورة عند ارسطو هي ما يتحدث به الشيء وهي مقابلة للمادة فليس هناك وظيفة فالطبيعة وعلم النفس والمنطق وعلى وفق ذلك قدم نظريته المعروفة عن العلل الاربعة :

علة مادية / علة صورية / علة فعالية / علة غائية.

من الممكن القول ان الصورة عند ارسطو هي المعنى التي ينتج عند اتحاد بالصورة وبذلك تعد الصورة هي المبدأ الذي يعرف عند ارسطو بالموجود الجزئي هو الموجود الفعلي ... والصورة عن ارسطو علة صورية للمادة أي عندما نقول عن شيء انه موجود يعني قد تعين حسب صورته، وعندما يفسد الشيء. أي أن صورته قد انحلت. اما بداية هذا المصطلح من خلال ما جاء به روجيس دوبري في كتابه (حياة الصورة وموتها) فيما يروي عن احد اباطرة الصين امر كبير رسامي القصر لمحو صورة الشلال الذي رسمه في لوحة جدارية لان خربير المياه كان يمنعه من النوم، وكان هذا التعبير اقرب ما يكون لوصف الصورة ذهنية، والصورة المنطقية، كمقابل للمصطلح الإنجليزي image ناتج عن تعدد الاجتهادات في الترجمة العربية للمصطلح.

أما البدايات الفعلية من خلال ما جاء به منير محمد حجاب في كتابه (الاتصال الفعال للعلاقات العامة) حيث اورد بأن هذا المصطلح ظهر للوجود عام 1908م على يد العالم جراهام دالاس الذي اشار في كتابه (الطبيعة البشرية والسياسة) إلى ان الناخبين في حاجة إلى تكوين شيء مبسط ودائم ومنظم عند الثقة في مرشح ما.

وكمصطلح له علاقة بالمنشآت التجارية لم يستخدم الا مع بداية النصف الثاني من القرن العشرين، ثم ما لبث ان استخدم في مجالات سياسية واعلامية ومهنية مختلفة. في حين يعتبر البعض ان الصحفي الامريكي الشهير (والتر ليبمان) اول من طرق هذا الباب في كتابه (الرأي العام) الصادر عام 1922م اللبناات الاولى وتصوراته الخاصة للاستخدامات المتعددة لهذا المفهوم .

وكانت دراسة (كترزبرلي) عام 1933م اول دراسة امريكية رائدة في المجال حيث استهدفت جمهورا محددًا من الامريكيين لمعرفة سمات وتوصيفات عامة عن الصورة الذهنية النمطية التي يحملونها عن مجموعات قومية وعرقية مختلفة منها "الالمان، الامريكان، الانجليز، الزنوج، الأفارقة، اليهود..." وحسب الدكتور علي عجوة في كتابه (العلاقات العامة والصورة الذهنية) فقد بدأ استخدام مصطلح الصورة الذهنية image عندما أصبح لمهني العلاقات العامة تأثير كبير على الحياة الامريكية، وقد كان لظهور كتابه (تطوير صورة المنشأة) للكاتب الامريكي لي بيستول lee Bristol عام 1960م اثر كبير في نشر مفهوم صورة المنشأة بين رجال الاعمال، وما لبث هذا المصطلح ان تزايد استخدامه في المجالات التجارية والسياسية والاعلامية والمهنية.¹

3. مصادر وابعاد الصورة الذهنية :

- مصادر الصورة الذهنية :

تتمثل مصادر تكوين الصورة الذهنية فيما يلي :

❖ **المصادر المباشرة :** من خلال احتكاك الفرد اليومي بغيره من الافراد والانظمة والقوانين مما يكون الانطباعات الذاتية عن المنظمة او جهة معينة بالصورة، وهذه الخبرة المباشرة اقوى في تأثيرها على عقلية الفرد وعواطفه اذ احسن توظيفها، تماما مثل ما تتكون صورة الاسلام من خلال الاحتكاك المواطن الغربي بالأقليات المسلمة هناك، سواء بالإيجاب او السلب.

❖ **المصادر الغير مباشرة :** وتتمثل فيما يتعرض له الفرد من رسائل شخصية يسمعها من الاصدقاء او عبر وسائل الاعلام عن مؤسسات واحداث واشخاص ودول لم يرههم ولم يسمع منهم مباشرة، وفي هذا النوع من الخبرة تلعب وسائل الاعلام المسموعة والمرئية دورا اساسيا في تكوين الانطباعات التي تشكل الصورة الذهنية، والاعلام

¹. خديجة قروف، واقع الصورة الذهنية لدى اساتذة جامعة 8 ماي 1945، مذكرة لنيل شهادة ماستر، تخصص علاقات عامة، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية، قسم علوم اعلام و اتصال و علم مكتبات، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2020/2019، ص 22، 23.

الغربي ساهمت بشكل كبير في رسم صورة الاسلام في مخيلة الغربي، اضافة إلى كتب الرحالة والمستشرقين والمناهج الدراسية وغيرها من المصادر.¹

- أبعاد الصورة الذهنية :

هناك إجماع بين معظم الباحثين على ان الصورة الذهنية تشتمل على ثلاثة مكونات اساسية تتمثل فيما يلي :

❖ **البعد المعرفي** : ويقصد بهذا البعد المعلومات التي يدرك من خلالها الفرد موضوعا او قضية او مؤسسة وتعتبر هذه المعلومات هي الاساس الذي تبنى عليه الصورة الذهنية التي يكونها الفرد عن الآخرين والمؤسسات بناءا على دقة المعلومات والمعارف التي نحصل عليها من هاته المؤسسات، وتكون دقة الصورة الذهنية التي نكونها عنها ووفقا للبعد المعرفي فان الاخطاء في الصورة الذهنية المتكونة لدى الافراد هي اخطاء ناتجة اساسا عن المعلومات والمعارف الخاطئة التي حصل عليها هؤلاء الافراد

❖ **البعد الوجداني** : يقصد بالبعد الوجداني الميل بالإيجاب او السلب اتجاه موضوع او قضية او شخص او مؤسسة في إطار مجموعة صور ذهنية التي يكونها الافراد، ويتشكل الجانب الوجداني مع الجانب المعرفي ،ومع مرور الوقت تتلاشى المعلومات والمعارف التي يكونها الافراد نحو القضايا والمؤسسات والموضوعات المختلفة ويدير البعد الوجداني بين الايجابية والسلبية .

❖ **البعد السلوكي** : يعكس سلوك الفرد بطبيعة الصورة الذهنية المشكلة لديه اتجاه المؤسسات حيث ترجع اهمية الصورة الذهنية إلى احد ابعادها الا انها تمكن من التنبؤ بسلوك الافراد، فسلوكيات الافراد يفرض منطقيا .²

¹. اميرة برباص ، الصورة الذهنية للإسلام لدى الفرنسيين (دراسة ميدانية) ، مذكرة ماستر في علوم الاسلامية ، تخصص دعوة و اعلام و اتصال ، جامعة الشهيد حمه لخضر ، الوادي ، 2017/2016 ، ص 42 .

². هدى غرسي ، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الخدمانية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال ، اتصال و علاقات عامة ، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية ، جامعة العربي بن مهيدي ، ام بواقي ، 2015/2014 ، ص 87

4. خصائص الصورة الذهنية :

- هناك العديد من الخصائص التي تتسم بها الصورة الذهنية من بينها :
- **عدم الدقة:** أكد العديد من الباحثين ان الصورة الذهنية لا تتسم بالدقة، ولعل مرجع ذلك اساس ان الصورة الذهنية لا تعبر بالضرورة عن الواقع الكلي لاسيما وان الافراد عادة يلجؤون إلى تكوين فكرة شاملة عن الآخرين من خلال معلومات قليلة يحصلون عليها لعدم القدرة على جمع المعلومات الكاملة.
 - **الثبات والمقاومة للتغيير:** فالصورة الذهنية تميل إلى الثبات ومقاومة التغيير، وتتعدد العوامل التي تحدد وتؤثر في كمية وكيفية التغيير المحتمل في الصورة الذهنية وبعض هذه المتغيرات يتعلق بالصور ذاتها وبعضها الاخر يتعلق بالرسائل الواردة من خلالها.
 - **التعميم وتجاهل الفروق الفردية:** تقوم الصورة الذهنية على التعميم المبالغ فيه، ونظرا لذلك فالأفراد يفترضون بطريقة آلية ان كل فرد من افراد الجماعة موضوع الصورة تنطبق عليه صورة الجماعة ككل على الرغم من وجود اختلافات وفروق فردية .
 - **التنبؤ بالمستقبل :** تسهم الصورة في التنبؤ بالسلوك والتصرفات المستقبلية للجمهور تجاه المواقف والقضايا والازمات المختلفة، فالصورة الذهنية المنطبعة لدى الافراد باعتبارها انطباعات واتجاهات لدى الأفراد حول الموضوعات والقضايا والأشخاص يمكن أن تنبئ بالسلوكيات التي قد تصدر عن الجماهير مستقبلا.¹
 - **تخطي حدود الزمان والمكان :** تتسم الصورة الذهنية بتخطيها لحدود الزمان والمكان، فالفرد لا يقف في تكوينه لصورة الذهنية عند حدود معينة بل ليتخطاها ليكون صورا عن بلده ثم العالم الذي يعيش فيه، بل وتمتد الصور التي يكونها إلى ما وراء المجرة التي يسكنها، وعلى مستوى الزمان، فالإنسان يكون صورا ذهنية عن الماضي، ويكون صورا ذهنية عن الحاضر، اضافة إلى المستقبل، وبذلك يكون الانسان صورا ذهنية

¹ جلطي خديجة، البيات الاتصال الداخلي و دوره في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام و الاتصال، تخصص علاقات عامة، قسم العلوم الانسانية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2018/2019، ص 66-67

عن الازمنة والاماكن المختلفة، وفقا لمعارفه ومدركاته، ومشاهداته اضافة إلى قدرته على التخيل والاستنتاج.¹

5. أنواع الصورة الذهنية :

يقسم خبير العلاقات العامة فرانك جفكينز :

- **الصورة المرآة:** وهي الصورة التي ترى المنشأة نفسها من خلالها، وإسقاطا على موضوعنا هي الصورة التي يرى المسلمون بها أنفسهم.
- **الصورة الحالية:** وهي التي يرى بها الآخرون المؤسسة، أي هي الصورة التي يراها بها الغرب.
- **الصورة المرغوبة:** وهي التي تود المنشأة أن تكونها لنفسها في أذهان الجماهير. ويكن القول أنّ هذه الصورة التي نسعى جميعا لتكوينها في ذهن الآخر، المنافية للتشويه والمبرزة لحقيقة الإسلام.
- **الصورة المثلى:** وهي أمثل صورة يُكن أن تتحقق إذا أخذنا في الاعتبار منافسة المنشآت الأخرى وجهودها في التأثير على الجماهير، ولذلك يُكن أن تسمى بالصورة الواقعية، وقد تكون الصورة المثلى أو الواقعية هي ما يظهر فيه الإسلام وسط جهود من التأثيرات الخارجية، في إطار العداء وشن حملات التشويه ضد الإسلام والمسلمين ونبههم.
- **الصورة المتعددة:** وتحدث عندما يتعرض الأفراد لممثلين مختلفين للمنشأة، ويعطي كل منهم انطبعا مختلفا عنها، ومن الطبيعي أن لا يستمر هذا التعدد طويلا فإما أن يتحول إلى صورة إيجابية أو إلى صورة سلبية أو أن تجمع بين الجانبين صورة موحدة تظلمها العناصر الإيجابية والسلبية تبعا لشدة تأثير كل منها على هؤلاء الأفراد، وهو

¹ عبد الله مصطفى عبد الله الفارا ، مرجع سابق ، ص 15 .

ما يحدث في تثيل الإسلام من طرف المسلمين، بين من يرسم صورته الحقيقية الطيبة، وبين من يشوهها سواء بجهل أو بحسن نية ومن غير قصد¹.
ومن تصنيفات الصورة الذهنية هناك أيضا :

- **الصورة الذهنية الإيجابية:** وهي نتاج سمات إيجابية تثير الإعجاب و التأييد لدى المتلقون، وللوصول إلى هذا النوع من الصور فإن المنظمة تحتاج إلى شروط معينة تؤدي إلى قبولها من طرف الجمهور واقتناعه بها.
- **الصورة القومية أو صورة الدولة:** وتلخص في جهود السلطة القائمة أو الدولة من أجل تشكيل صور إيجابية عنها وهو ما يحتاج إلى استراتيجيات اتصالية وقوى إعلامية فعالة وفاعلة.
- **الصورة النمطية (المقولة):** وهي صورة سلبية راسخة تكون دائما بمثابة حاجز أمام تعرض الجمهور لرسائل جديدة لتحافظ على الصورة الأولى. ويظهر لنا من هذا التصنيف أن الصورة الذهنية تستمد نوعها وطبيعتها من ماهية الرسائل الموجهة والمشكلة للصورة المراد تبليغها عن موضوع معين ومن الأثر الذي تحدثه في أوساط الجماهير².

6. تشكيل الصورة الذهنية:

تشير العديد من الدراسات إلى أن الصورة الذهنية أساس مورث، لها أهميتها الكبيرة في التعرف على الاتجاهات المتماثلة وقياس شدتها عند إحداث عمليات التغيير أو التعديل في تلك الصور، وقد أشار نيمان دان إلى أن معظم عمليات تكوين الصورة الذهنية وتطويرها ترتبط بالبيئة التي يعيش فيها الفرد وموقعه من العالم الخارجي وطبيعة العلاقات الشخصية والأسرية وعلاقات الصداقة والسلوكيات السائدة في المجتمع ونوعية المشاعر والأحاسيس والانفعالات وتتأثر هذه الصورة بمجموعة من العوامل التي تؤدي إلى إحداث تغييرات فيها بالسلب والإيجاب.

¹. اميرة برياص ، مرجع سابق ، ص 44 .

². عبدالقادر علال ، الصورة الإعلامية ، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر ، الوادي العدد 3 مجلد 7، سبتمبر 2019 . ص 49.

كما تتكون الصورة الذهنية من خلال تمثل المعلومات والمضمون الإعلامي بأشكاله وأنواعه وجعله القوت الأساس الذي تتغذى منه الصورة الذهنية وتقوم عليها أية عملية تحاول التطوير أو التعديل تستهدف الصورة الذهنية. مع هذا الدور المحوري للمعلومات والمضامين الإعلامية في تشكيل الصورة الذهنية فإنها ليست مجرد كم هائل من المعلومات فحسب، لكنها معلومات مرئية لصاحبها ومصنوفة في الذهن وفق محددات خاضعة لذاتية الشخص. فهي عملية تطويع وتنسيق للكم من المعلومات عن الذات وعن الآخر في الماضي والحاضر والمستقبل حتى تكون في شكل مترابط ونسق منتظم ويمكن أن نبني على ذلك أن عملية تشكيل الصورة تبدأ باستقبال المعلومات ومن ثم تصنيفها للاحتفاظ بها في الذهن وفق معايير وظروف خاصة ومن ثم الانصهار والاستقرار على القالب والهيئة التي تبدو بها، فالعملية لا تخرج من كونها مشابهة لمجموعة من العدسات التي تكون أمام كم هائل من الأضواء ومع ذلك تقوم بتجميع هذه الأضواء وتركيزها في نقطة واحدة حتى تكون أكثر وضوحاً.¹

كما تقطع الصورة الذهنية ثلاثة مراحل لاستقرارها في ذهن المتلقي وهي :

- **المرحلة الأولى:** المعرفة، فمعرفة الشيء هو الخطوة الأولى في الصورة داخل العقل عنده المعرفة التفصيلية تؤكد المعلومة أكثر من الإجمالية.
- **المرحلة الثانية:** الإدراك إي ربط المعرفة بالمفاهيم والثقافة الشخصية السابقة للتحويل إلى إدراك عقلي كامل ويتمثل بقناعة كاملة عن الجهة والقضية.
- **المرحلة الثالثة:** السلوك وتتمثل في صيغة التفاعل مع الك وأسلوب التعبير عنه ايجابيا أو سلبيا علميا أو قوليا او حتى ذهنيا.²

²هدى غرسي ، مرجع سابق ، ص 96 .

7. الأبعاد النفسية والاجتماعية للصورة الذهنية :

في علم النفس تم اعتبار الصورة الذهنية احدى المكونات الثلاثة الفرعية للوعي والشعور وكان المكونان الاخران هما : الاحساسات والانفعالات وكانت تتم معاملة الصور في سياق هذا الاستخدام، باعتبارها تمثيلا عقليا لخبرة حسية سابقة، ويكون هذا التمثيل بمثابة النسخة الأخرى لهذه الخبرة وكان يتم اعتبار هذه النسخة اقل حيوية من الخبرة الحسية ولكنها تظل قابلة لتعرف عليها وادراكها باعتبارها ذاكرة لهذه الخبرة، هذا المعنى الخاص تم نقله واستخدامه بعد ذلك في مجال علم النفس المعرفي حيث تم النظر إلى الصورة باعتبارها:

1. الصورة الذهنية مجرد صورة حرفية للخبرة الأساسية فليس هناك ما يشبه عملية اسقاط شريحة مصورة مصغرة على شاشة من خلال جهاز عرض ولكن هذه الصورة تكون من قبيل الصورة التي تبدو كما لو كانت هي الصورة الاصلية وهذا يعني ان التفكير بالصور هو عملية معرفية تنشط كما لو كان المرء يمتلك صورة ذهنية مماثلة للمشهد الخاص الموجود في العالم الواقعي.
2. ان الصورة الذهنية لم يعد ينظر لها بالضرورة باعتبارها مجرد انتاج لواقعة او لحادثة مبكرة، ولكن بدل من ذلك اعتبارها تتضمن عمليات تركيب وبهذا المعنى فان الصورة لم يعد ينظر اليها باعتبارها نسخة مكررة فمثلا يمكن ان تتصور حيوان وحيد القرن وهو يقود دراجة نارية بخارية وهي صورة لا يمكن ان تكون نسخة لصورة أخرى او خبرة واقعية تمت رؤيتها من قبل
3. هذه الصورة التي في دماغ يبدو انها قابلة للتكييف او التحكم ومن ثم يمكن للمرء ان يتصور وحيد القرن وهو يقود دراجته في اتجاهه او بعيدا او حوله... الخ
4. ان الصورة الذهنية ليست قاصرة بالضرورة على التمثيلات البصرية ، رغم ان هذا النوع بالتأكيد هو اكثر شيوعا، فمثلا يمكن ان يقوم المرء بالتفصيل او تنويع معين في صورة سمعية او لصورة سمعية وتوجد لدى افراد اخرين صورة متعلقة بالتذوق بالفم او الشم او بالأنف.

5. هذا النمط من الاستخدام يمتد ليشمل مصطلحا اخر شديد الصلة به، حتى من الناحية الاثنولوجية الا وهو مصطلح الخيال رغم ان المعاني هي اكثر معاني الصورة شيوعا وهذا المصطلح الذي هو عملية تنظيم جديد لمجموعة من الخبرات الماضية بحيث تتجمع متسلسلة متماسكة بينها كثير من العلاقات المختلفة التي تؤلف صورا جديدة لم تكن موجودة من قبل، والتخيل نوعين : تخيل انشائي ويرمي إلى البناء ومساعدة الفرد على مشكلاته الحاضرة او المستقبلية، والتخيل الهدام ويبعد الانسان عن عالم الحقائق إلى عالم الأوهام بشكل يؤثر على حياته ¹.

هذه الرؤية الحديثة لتأثير التصور العقلي هي تاريخيا ذات جذور عميقة وعتيقة في معظم ثقافات العالم التقليدية بل في الديانات أيضا، فالأطباء السحرة او الشمانيون لدى القبائل الافريقية واليونان ومنهم ارسطو وطاليس، وأبو قراط، كانوا يعتقدون ان الصورة توقظ الروح في المخ، فتنشط القلب وسائر أعضاء الجسد، كما كانوا يعتقدون ان التصور القومي للمريض يؤدي إلى ظهور اعراضه فعليا لذا ظهر في المجتمعات الحديثة العناية بالجانب النفسي والروحي للإنسان وجعله أولى من علاج الامراض الجسدية فقد ثبت علميا اذا تغللت النفس تغل الجسد والعكس ليس دائما صحيح

ومن زاوية أخرى أصبح الاعلام هو الأداة المشتركة والرئيسية في حياتنا تعودنا على ان نتعرض لها بشكل يومي ونتعامل معها كمكون أساسي لا يمكن الاستغناء عنه فانتشرت وسائل الاعلام في السنوات الأخيرة انتشارا كبيرا في المجتمعات، ومما لا شك فيه ان لكل وسيلة من وسائل الإعلام القدرة على الاقناع تختلف باختلاف المهمة الاقناعية للجمهور كما ان للتلفزيون " اليد الطولي " في حياتنا تواجدا وتعرضا وتأثيرا لأنه كما (ولبرشرام) : ((ان له الغلبة على جميع الوسائل، وهو باب سحري إلى عالم الخيال والروعة والإشارة، انه دعوة كلها اغراء للاسترخاء النفسي وطرح مشاكل الحياة ومتاعبها، حيث يستغرق الانسان في متعة جميلة مع شخصيات القصة التي تجري حوادثها على الشاشة)) وهو ما يؤكد مقدرة هذه الوسيلة ودورها في تكوين الصور الذهنية وبالتالي خلق الاتجاهات والقيم للأفراد

¹ بن عيسى الشيخ، بناء الصورة الذهنية في وسائل الاعلام، مجلة بحوث و دراسات في الميديا الجديدة، المجلد 1، عدد 04، ص 21.

ان الفرد يحصل على المعلومات والآراء والمواقف من وسائل الاعلام وتساعد على تكوين تصور للعالم الذي يحيا فيه ويعتمد عليها بالإضافة إلى خبرته في التعرف على الواقع المحيط به، كما تعد احتمالات تأثر الفرد بما يتعرض له من وسائل الاعلام، احتمالات كبيرة لان لهذه الوسائل دورا كبيرا في الطريقة التي نبني بمقتضاها تصورنا للعالم، حيث تلعب المعلومات التي تتناقلها وسائل الاعلام وخاصة تلك التي تتصف بالاستمرارية في تكوين معارف الجمهور وانطباعاته وتؤدي في النهاية ربما بعد مناقشتها مع الذات والغير، إلى تشكيل الصور العقلية التي تؤثر في تصرفات الانسان وتتسج علاقاتهم بذواتهم وذوات الاخرين، مكونة علائق بينية بين الانسان ومحيطه¹.

8. دور وسائل الاعلام في تشكيل الصورة الذهنية:

تؤدي وسائل الاعلام دورا كبيرا ورئيسيا في تشكيل الصور الذهنية عن المواضيع والقضايا لدى المتلقين والجمهور المستقبلة لمضامينها ورسائلها سواء كانت سمعية او بصرية او مكتوبة، ومن هنا تجمع الدراسات الإعلامية على ان الاعلام بوسائله الحديثة "انما يصدر عن تصورات وأفكار ومبادئ تمل على إحداث تغيير مقصود في المجتمع المستهدف".

وهناك تفاوت ما بين الوسائل الإعلامية من حيث تأثيرها على الجمهور، فمن يسمع ويرى و ليس مثل ما يسمع فقط أو كما يقرأ فقط لذا نجد التلفزيون يستحوذ على الحصة الكبرى من التأثير على المشاهدين والجمهور أكثر من بقية الوسائل فهو يشكل الاتجاه السائد في المجتمع و يقدم لنا الجيد والريء، السعادة والشقاء، القوة والضعف، مما أكسبه اهمية خاصة من خلال الطريقة التي نبني بها الواقع الاجتماعي، وقد أثبتت الدراسات اهمية التلفزيون مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى في كثير من الدول المتقدمة و النامية على السواء، ومرد هذه القدرة على التأثير للتلفزيون هو تميزه عن غيره من حيث جمعه بين الرؤية والصوت والحركة واللون وبإمكانه تكبير حجم الأشياء الصغيرة لتبدو واضحة وتقديم الأحداث وقت حدوثها مع جمع المشاهدين وإيجاد قاسم مشترك بينهم أثناء

¹. مرجع سابق ، ص 22 - 23

المشاهدة، وبرأي فضيل دلو فإن " وسائل الإعلام تقوم بدور كبير الأهمية في المجتمعات الحديثة في مقدمتها التلفزيون في نقل المعلومات والتأثير في قيم وسلوك وأفكار الافراد، وتلجأ وسائل الإعلام إلى المبالغة وتضخيم تقديم القضايا والمواضيع لترسيخ وجهة نظرها وتحقيق مبتغياها لدرجة يصل فيها المتلقي إلى تخيل معرفته بالشخصيات المتداولة في وسائل الإعلام وانه على علاقة مباشرة بهم وأحيانا يرى نفسه ممثلا فيها في بعض الصفات ويستلهم منها لتأثره الشديد بها ولما ارتسم في ذهنه عنها.¹

وتزايدت أهمية هاته الوسائل كمصدر للمعرفة حتى أصبحت في العصر الحديث هي المصدر الرئيسي الذي يتلقى من خلاله الجمهور على المعلومات ويرى ولبرشرام ان حوالي 70 بالمئة من الصور التي يبينها الانسان مستمدة من وسائل الاعلام الجماهيرية، وبالتالي فقد ضاق المجال امام نتائج الخبرة الشخصية لتصبح سمات الصورة الذهنية كما تزايدت إمكانيات ثبات الصورة الذهنية مع تزايد أهمية الدور التي تؤديه هذه الصور في تشكيل اتجاه المتلقين.

على هذا الأساس يوجه اهتمام كبير لهذه الوسائل وتنفق الملايين من الدولارات لامتلاكها بهدف بناء وتشكيل الصورة العقلية والذهنية للأفراد والتحكم في مواقفهم ومعتقداتهم.

وتشكل وسائل الاعلام الصورة الذهنية او تقوم بتدعيمها من خلال ثلاث

عمليات هي:

- **التركيز:** تستغل وسائل الإعلام حاجة الافراد إلى التصنيف وعدم قدرتهم على استيعاب الاحداث والمشكلات العالمية والاجتماعية المعقدة، وعدم قدرتهم على البحث عن المعلومات او تحليلها او تفسيرها للتركيز على زوايا معينة من الاحداث او شخصيات معينة تدخل في عملية التصنيف والذي يؤدي إلى تبسيط الاحداث او شخصيات معينة تدخل في عملية التصنيف والذي يؤدي إلى تبسيط الاحداث، لكن عملية التركيز هذه تميل إلى التوافق مع الصور النمطية الموجودة او تؤكد على سمات الجديدة لهذه الصور او تؤدي إلى صنع صور جديدة .

¹. عبد القادر علال ، مرجع سابق ، ص 52 .

- **التكرار** : تقوم وسائل الاعلام بتقوية الصور النمطية الموجودة، كما تقول بتدعيمها عن طريق تكرار السمات والصفات التي تتضمنها هذه الصور من خلال الشخصيات والتركيز على زوايا معينة من الاحداث مع تكرار هذه الزوايا حتى تصبح هذه الصور جزء من الواقع.
- **الحذف** : تقوم وسائل الاعلام بحذف حقائق معينة او زوايا احداث التي تتناقض مع الصور المراد ترويج لها، والحذف من اهم العوامل التي تؤدي إلى تكريس الصورة النمطية حيث ان وسائل الاعلام لا تقدم خلفية الاحداث وعندما تختفي الحقائق الاحداث من السياق لا يكون امام المتلقي شوى الاقتناع بالتفسير الذي يقدمه المسيطرون على المجتمع مما يقلل من قدرته على فهم الاحداث وتفسيرها.¹

9. نقاط التشابه بين الصورة الذهنية والصورة الاعلامية والصورة النمطية :

- **الصورة الذهنية** : هي تسويق لكل ما هو ايجابي عن الشخص او المؤسسة والمنظمة وغيرها حسب طبيعة النشاط ،وتحتاج بذل مجهودات وامكانيات معتبرة وتنسيق وتوحيد الجهود داخليا لتحقيق الاشباع والاقناع، ويسعى هؤلاء رسم وحفر معالم هذه السمات في ذاكرة المتلقي وغالبا ما تعمل العلاقات العامة في إطار برامجها المسطرة على هذه النقطة مثال عن ذلك تعزيز العلامة التجارية في ذهن الزبائن ،وينتظر ان يكون العائد او الصدى ايجابي عنها من قبل الجمهور .
- **الصورة النمطية stéréotype** : عادة ما تختزل جوانب سلبية عن الموضوع المطروح، حيث يكون الاخر محصور في نموذج معين يحمل سمات وصفات وخصائص محددة، مثلا عندما يتحدث الغرب عن المسلمين وفق لصورة معينة انهم متعطشين للدماء، البطش، القتل، ..الخ وهي صورة التي يحملها الاخر عنا، والعكس صحيح حيث يعتبر ويصنف العرب والمسلمين الغرب بانه قوة امبريالية يطمح من

¹. عذراء عبواج ، صورة الإسلام و المسلمين في الاعلام الغربي بين حقائق التشويه وامكانيات التغيير ، مجلة المقدمة، العدد الأول ، ص 152 - 153 .

المزيد من السيطرة والقوة ولا يعترف بحقوق الآخرين رغم ادعاءاته الباطلة بالحرية والديمقراطية.

تكون الصورة النمطية عن الآخر هي نتاج مخزون ثقافي أو عبر وسائل ووسائط الاعلام وليس بالضرورة عن طريق المعاشة اليومية ففي كثير ما يغير الاشخاص والمؤسسات نظرتهم الخاطئة للآخر بسبب المعلومات المتداولة في قوالب جاهزة.

ويمكن الاشارة للعلاقة القائمة بين الصورة الاعلامية بباقي الصور الأخرى النمطية والذهنية، فهناك نقاط تقاطع واضح حيث تتجلى في كون وسائل الإعلام بغض النظر عما تقدمه من معلومات ومعطيات سواء دقيقة أو غير ثابتة متحيزة أو موضوعية، تلتزم بالقيم الاخلاقية في ممارسة المهنة، كل ذلك ينسج ملامح خاصة في ذهنية المتلقي على شكل صور يخزنها في ذاكرته، هذا القصف المركز على المتلقي حسب طبيعة الوسيلة وخطها ونهجها الافتتاحي، عوامل تساهم في رسم الصورة الذهنية لدى متلقي الوسيلة مكتوبة - سمعية - سمعية بصرية - ومنه هذا التركيز الاعلامي على الموضوعات خصوصا إذا شابها القولية والتحريف والتكرار المقصود بقوالب فنية على شكل تقارير وبروتجات إلى جانب تحقيقات وموائد مستديرة للنقاش وغيرها يشكل في نهاية المطاف جانب من جوانب الصورة النمطية السلبية عن الموضوع أو الحدث المراد التسويق له بخلفيات تنال من مجتمعات او اشخاص ومؤسسات ومنظمات.

خلاصة الفصل :

جاء في هذا الفصل كل ما هو متعلق بالصورة الذهنية من تعاريف ومفاهيم وخصائص، وذلك لفهم جيد لصورة الذهنية، حيث لا يمكن التطرف لها وربطها مع مضامين منصة Netflix بدون فهم عميق للصورة الذهنية في كل مجالاتها، حيث تطرف هذا الفصل إلى مفهوم الصورة الذهنية ثم إلى البدايات التاريخية للصورة الذهنية ومصادر تكوينها، إضافة إلى خصائص الصورة الذهنية وأنواعها، تشكيل الصورة الذهنية، كما شرحنا أيضا الأبعاد النفسية والاجتماعية للصورة الذهنية، ودور وسائل الاعلام في تشكيل الصورة الذهنية ونقاط التشابه بين الصورة الذهنية والصورة الاعلامية والصورة النمطية.

الإسلام والمسلمين في مضامين Netflix

الإسلام والمسلمين في مضامين Netflix

- المرأة المسلمة عبر منصة netflix :

بعد متابعة بعض اعمال Netflix الاصلية نجد العديد من التمثيلات التي نوعا ما مسيئة للإسلام وتنتشر صورة نمطية، ولعل ان مسلسها الأصلي الاسباني بعنوان ELITE، (النخبة) افضل من صور الصورة النمطية للعائلة المسلمة، والذي يتكلم عن مدرسة النخبة لأغنياء في اسبانيا والذي ينجح بعض من الطلبة الفقراء ان يلتحقوا بها، والتي من بينهم فتاة مسلمة، يصور المسلسل الفتاة المسلمة بالفتاة الذكية والطموحة لكنها تعاني من قمعها وتسلطا من ابوها المتزمت، كما جاء في المسلسل أيضا ان فرض عليها خلع حجابها في المدرسة نظرا لقوانينها التي تمنع أي رمز ديني او عرقي، ومع تسلسل الاحداث تقع الفتاة في حب شخص في المسلسل مما يستدعي منها ان تتخلى عن بعض من صفاتها للاندماج مع البيئة الجديدة المحيطة بها، ومن اجل الحب أيضا، كما تطرق المسلسل إلى العلاقة التي تربط الفتاة بأسرتها، حيث تتحول شخصيتها من فتاة قوية وذات شخصية في المدرسة الذي هدفها الوحيد الفوز بالمنحة الدراسية إلى أمريكا، وبين شخصيتها مع عائلتها الخائفة والمطيعة.

- الرجل المسلم عبر منصة netflix :

كما تم وصف الاب العربي المسلم بالأب العصبي الذي يحل كل شيء بالعنف والصراخ، والام المطيعة الخاضعة لزوجها، كما تم اختيار الأخ الأصغر للفتاة المسلمة ان يكون مثلي الجنسي ومروج للمخدرات.

كما جاء في مسلسل تركي اخر من انتاج Netflix، بعنوان "طيف إسطنبول"، والذي يتحدث عن موضوع مهم الا وهو تأثير الثقافة الجاهلة والعادات والتقاليد على النفس وتأثيرها على الامراض النفسية، كما يصور الفرق والصراع بين المجتمع العلماني والمسلم في تركيا، كما تم تصوير الفتاة المسلمة بالقروية الخاضعة الساذجة التي تعمل كخادمة في منزل شخص علماني يعيش بحرية وله علاقات جنسية متعددة وتقع في حبه، مما يتركها في صراع بين ما تربت عليه وما بين حبهما الخفي له، كما يروي المسلسل كيف ان العائلة المسلمة تعاني من بعض المشاكل النفسية التي تستدعي تدخل طبي لكن بدل من ذلك يلجؤون إلى الحلول التقليدية والمشايخ، فالأخ عنيف ويعاني باضطراب ما بعد الصدمة بعد خدمته في الجيش، والزوجة تعاني من اكتئاب حاد ولا تلجأ إلى المعالجة الطبية بل تكتفي بأراء الشيخ، والأخت تعاني من الاغماء الناتج عن صدمات نفسية غير معالجة، في خضم الاحداث يتم روي قصص العديد من الشخصيات التي تتداخل بين الجهل والعلم والتحرر والخضوع إلى السلطة الدينية، على رغم من واقعية العمل وتطراً لموضوع حساس وفي الصميم الا انه على خلاف المسلسل الاسباني Elite الذي بالغ في تصويره الجانب السيء للمسلمين والإسلام، كان عمل مدروس جيداً ولمم بالثقافة التركية والإسلام، فقد كان عمل واقعي بحت ويثير سخط من لا يمتلكون القدرة على تحمل النقد.

1. الشخصيات الإسلامية في Netflix:

جاء في مقال للجزيرة "المسيح" .. "مسلسل يفجر غضبا في وجه Netflix " أن المسلسل اثار الكثير من الجدل حتى قبل خروجه للنور، فقد تجاوزت عدد مشاهدات الإعلان الرسمي 12 مليون مشاهدة خلال شهر واحد، وخرجت حملات للمطالبة بوقفه، حيث وقع أكثر من 3500 عريضة للمطالبة بوقفه مع وصفه بأنه دعاية سيئة وشريرة للإسلام.

وشن رواد مواقع التواصل في العالم العربي حملة واسعة ضد المسلسل بمجرد عرض إعلانه أول ديسمبر الماضي، ليتجدد الجدل اليوم بعرضه كاملا على موقعها. وتحدث المغردون بأن الهدف من المسلسل خلط الأمر على المسلمين والتشويش على معتقداتهم والتشكيك فيها، حيث يظهر المسيح الدجال على أنه المخلص والمنقذ للاجئين من الحروب بالدول الإسلامية إلى بر الأمان في إسرائيل، في حين يكون "تنظيم الدولة" هو عدو المسيح الذي يحارب رسالته، على حد وصفهم.¹

¹. محمد موسى، المسيح...مسلسل يفجر غضبا في وجه Netflix، جريدة الجزيرة، في 02/1/2020، تم تصفح يوم 27/05/2022 بتوقيت 14:08 ، <https://www.aljazeera.net/news/arts>

نتائج الدراسة

نتائج الدراسة

- تمهيد
- عرض وقراءة نتائج الدراسة
- تعليق على نتائج الدراسة
- مناقشة نتائج الدراسة و الإجابة عن التساؤلات
- الخاتمة

تمهيد :

بعد اعدادنا للاستبيان الالكتروني و احكامه ، تم وضعه في مجموعة للطلبة طور الثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة على موقع " فيسبوك" ، مع خاصية اغلاق الاستبيان عند وصوله لـ 50 مبحوث ، الا انه و مع الاسف لم يتم الاجابة عن الاستبيان الالكتروني الا من طرف 39 مبحوث ، دامت فترة الاجابة عن الاستبيان اكثر من 30 يوما ، لذلك نعتبر ان العينة لم تتفاعل معنا كما توقعنا ان تفعل على رغم طول المدة ، و بالرغم من قلة المبحوثين الذين اجابوا عن الاستبيان الا انهم زودونا بمعلومات مكنتنا من فهم و الوصول الى ما اردنا الوصول اليه ، و تشير الجداول الاتية الى الاجابات التي تحصلنا عليها من طرف المبحوثين في نسب مئوية اضافة الى قراءة للنسب و استخلاص للنتائج الدراسة :

الجدول رقم (1): يوضح توزيع المبحوثين حسب الجنس

النسبة	التكرار	الجنس
38,5%	15	ذكر
61,5%	24	أنثى
100%	39	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نجد أغلبية المبحوثين كانت من فئة الإناث واللواتي قدر عددهن بـ 61,5% أي 24 فتاة من أصل عينة عددها 39 مبحوث اجابوا على الاستبيان ، ثم تأتي نسبة الذكور بنسبة 38,5%، أي 15 ذكر من اصل 39 مبحوث ، والفجوة كبيرة بين النسبتين كما نلاحظ ولعل ذلك راجع للمفهوم الجندي¹ الذي يفرضه المجتمع على الفتيات المتعلقة بمشاهدة المسلسلات والأفلام كهواية انثوية اكثر منها هواية للشباب. كما نرجع ايضا ذلك لطبيعة الثقافة في مجتمعنا التي تعطي متسع اكثر حرية للشباب على خلاف الفتيات في ممارسة هوايات مختلفة و عديدة والبقاء خارج المنزل اكثر من الفتيات مما يعطهن وقت اكثر لمشاهدة المنصات و محاولة ترفيهه على انفسهم بنشاطات لا تتطلب الخروج من المنزل لطبيعة الثقافة الذكورية الغالبة في المجتمع الأوغاوي .

الجدول رقم (2): يوضح توزيع المبحوثين حسب العمر :

النسبة	التكرار	العمر
56.4%	22	أقل من 24 سنة
43.6%	17	24 سنة فأكثر
100%	39	المجموع

من خلال الجدول (2) نرى ان نسبة توزيع العينة حسب السن تتغلب عليها نسبة الطلبة "الأقل من 24 سنة" بنسبة 56.4% ثم فئة الطلبة الأكثر من 24 سنة بنسبة 43.6%، كما نلاحظ ان النسبة متقاربة جدا، مما يوضح ان منصة Netflix تستحوذ على اهتمام مختلف الفئات العمرية من المراهقين غاية الى البالغين ، و ذلك يرجع لشهرة المنصة و فاعليتها ، حيث تأخذ بالاعتبار اهتمامات جميع الفئات العمرية و تتنوع في صنع و انتاج مضامين لتستحوذ على اكبر شريحة ممكنة ، فهي تبث جميع أنواع المضامين الترفيهية من الأفلام الى الوثائقيات الى المسلسلات و حتى البرامج الرياضية و الكوميديا و حتى خاصة مضامين خاصة بالأطفال وذلك بكل اللغات و تعتمد أيضا ادماج كل الثقافات تحت اسمها ، فإذن الجدول أعلاه يشير ان نسب متقاربة ذلك لان المنصة تتمتع بشهرة و خطة ترويج محكمة و ذكية ودليل على نجاحها في الاستحواذ على اذواق مختلف الفئات العمرية .

الجدول رقم (3): ما رأيك في منصة Netflix :

النسبة	التكرار	الرأي في منصة Netflix
10,3	4	سيئة
53,8	21	مقبولة
35,9	14	جيدة
%100	39	المجموع

أما بما يتعلق بأراء العينة حول منصة Netflix يشير الجدول رقم (3) ان العينة اجابت بنسبة 53,8% بانها "مقبولة" أي 21 فردا من ضمن 39 يرون انها مقبولة ، ثم بنسبة 35,9% بانها "جيدة" أي 14 فردا يعتقدون انها منصة جيدة ، اما نسبة مما أجابوا بانها "سيئة" فهي النسبة الأقل بنسبة 10,3% أي 4 افراد فقط ، ولعل رؤية معظم العينة انها مجرد منصة مقبولة اكثر منها جيدة يرجع لعنوان الاستبيان حيث وضحنا العلاقة بين المنصة و الصورة المسيئة للإسلام في عنوان دراستنا و بالتالي في الاستبيان أيضا ، مما جعل العينة ترى انها مقبولة اكثر منها جيدة لانهم ربطوا بين المنصة و تشويهها للإسلام ولم يريدوا ان يظهروا انه يفضلون منصة تهدد دينهم الثمين ، حيث ان المنصة تحتوي على مشتركين بالملايين و أرباح بالملايين الدولارات كما اشرنا في الإشكالية ، لذا نرجع ان سبب إختيار معظم العينة لكونها مقبولة اكثر منها جيدة راجع للعنوان الذي يربط بينها و بين تشويهها لصورة الإسلام .

الجدول رقم (4): تاريخ استخدام Netflix:

النسبة	التكرار	تاريخ استخدام Netflix
79,5	31	أقل من 3 سنوات
5,1	2	3-5 سنوات
15,4	6	أكثر من 5 سنوات
%100	39	المجموع

كما يشير الجدول رقم (4) ان النسبة الأكبر من العينة تستخدم المنصة منذ اقل من 3 سنوات بنسبة 79,5%، أي 31 فردا من اصل 39 فردا ، يليه نسبة 15,4% تقول انها تستخدم المنصة منذ اكثر من 5 سنوات، ونسبة 5,1% تجيب بانها تستخدم المنصة من 3-5 سنوات، نلاحظ ان تاريخ الاستخدام للعينة مضطرب قليلا، فالنسب الكبرى تتراوح بين من يتابعون المنصة قبل ان تصبح منصة مشهورة والآخرين بعد شهرتها فقط. ولعل ذلك راجع انها أصبحت اكثر شهرة في الوطن العربي في وقت الحجر الصحي بسبب الفراغ و الوقت المتسع الذي اصبح للجميع ، أي اخر 3 سنوات فقط 2019-2020-2021 كما ان مواقع التواصل الاجتماعي ساعدت في شهرة المنصة خلال فترة الحجر الصحي حيث شارك الكثير ان المنصة أصبحت الشيء الوحيد الممتع الذي ساعدهم على تقضية الوقت في الحجر. مما يدعنا لنا تفسيرين ان معظم مشتركين في المنصة ما بين مشتركين قداماء ، لديهم القدرة المالية للاشتراك و يفضلون المضامين الأجنبية الترفيهية ، و ما بين المشتركين للمنصة في فترة الحجر الصحي بعد زيادة شهرتها فقط .

الجدول رقم (5): عدد ساعات استخدام Netflix :

النسبة	التكرار	عدد ساعات استخدام Netflix
71,8	28	أقل من ساعتين
28,2	11	أكثر من ساعتين
%100	39	المجموع

أما الجدول رقم (5) يشير ان النسبة الأكبر من العينة بنسبة 71,8% تستخدم المنصة اقل من ساعتين، بالمقابل نسبة 28,2% تستخدم المنصة لأكثر من ساعتين، هذه النسب تثير القليل من القلق بما يتعلق بتعاطي العينة مع مضامين Netflix، حيث انه يصعب ان يكون " اقل من ساعتين مشاهدة" يجعل العينة تلاحظ وتحلل المضامين المسيئة للإسلام عبر Netflix . حيث ان Netflix تعتمد نشر المثلية وبعض المفاهيم و تتميط بعض الصور النمطية والتي في موضوعنا تتعلق بالصورة النمطية و المسيئة للإسلام ، لكنها مضامين مشفرة و ليس واضحة ، أي انها تتطلب وقتا اكثر من المشتركين او المشاهدين في ان يتفحصون العديد من المواضيع في العديد من الاعمال والتي تأخذ وقتا أطول من ساعتين فقط من المشاهدة ، لذا نرى ان هاته النسبة مشكوك فيها قليلا ، وتشير الى ان افراد العينة اما يريدون ان يتضحون بصورة انهم غير مكترئين و لا يضيعون وقتهم الثمين على المنصة ، او انهم بالفعل هاته نسبة تعاملهم مع المنصة و بالتالي يجعل من الصعب الاعتقاد انهم بالفعل اخذوا الوقت الكافي لملاحظة المضامين المشوهة للإسلام و التتميط للثقافة الإسلامية عبر المنصة

الجدول رقم (6): استخدام منصة Netflix بشكل يومي :

النسبة	التكرار	استخدام يوميا Netflix
94,9	37	لا
5,1	2	نعم
%100	39	المجموع

يشير الجدول رقم (6) ان نسبة كبيرة من العينة لا تستخدم المنصة بشكل يومي بنسبة 94,9% مقابل نسبة 5,1% من العينة اجابت بنعم على استخدام المنصة بشكل يومي. كما ان هذه النسب أيضا تثير القلق لعدم استخدام المنصة بشكل يومي يجعل من الصعب ان يلم المتابع بمعظم الاعمال ويلاحظ كيف تعمل المنصة في ترويج لبعض الأفكار والمفاهيم والقيم باختلاف اللغات والثقافات والأهداف. حيث على الأقل يجب ان يكون الاستعمال يومي لكي يلاحظ المتابعين كيف يتم تصوير الإسلام و المسلمين في مضامين المنصة ، لذا هاته الإجابات تجعلنا نتردد قليلا بالوثوق بإجابات العينة ، حيث يصعب جدا ان يتكون لهم فكرة عن كيفية تعمل المنصة على غرس بعض الرموز و كيفية تنميتها للإسلام لا يتابعون المنصة بشكل يومي و بمعدل اقل من ساعتين .

الجدول رقم (7): غير مما تعرف يمتلك حساب على Netflix :

النسبة	التكرار	امتلاك الغير حساب Netflix
59,0	23	قليل
23,1	9	كثير
17,9	7	كثيرا جدا
%100	39	المجموع

وجاء في جدول رقم (7) ان إجابات العينة تشير إلى ان النسبة الأكبر منها بنسبة 59% يعرفون القليل مما يمتلكون حساب Netflix ، تأتي بعدها نسبة 23,1% أجابوا انهم يعرفون الكثير مما يمتلكون حساب Netflix ، ثم نسبة 17,9% أجابوا انهم يعرفون الكثير جدا يمتلكون حسابات Netflix. أي ان نسبة كبيرة من العينة لا تعرف العديد مما يمتلكون المنصة ، أي انها ليس على انتشارا واسع بين العينة كما توقعنا ، و لعل ذلك راجع أيضا انها منصة مدفوعة الاجر ، لذا اسمها معروف و اعمالها أيضا لكن من خلال منصات مجانية التي تسرق اعمالها و تترجمها و تبثها ، بالتالي نفس هاته النسب ان العينة تتابع اعمالها عبر منصات مجانية ، لكن قليلا مما هم مشتركين فيها لأنها ليس منصة مجانية .

الجدول رقم (8): الإعجاب بشكل وفاعلية منصة Netflix :

النسبة	التكرار	الإعجاب بمنصة Netflix
35,9	14	لا
64,1	25	نعم
%100	39	المجموع

ويشير الجدول رقم (8) ان نسبة كبيرة من العينة بنسبة 64,1% أي 25 فردا من العينة يقرون بإعجابهم لشكل وفاعلية منصة Netflix، ثم تأتي نسبة 35,9%، تجيب بـ لا.

على الرغم من انه سبق و وضح في الجداول السابقة ان معظم العينة ترى انها منصة مقبولة فقط ، لكن في هذا الجدول معظم العينة تقر بإعجابهم بالمنصة كل هذا يدل على انه هناك تناقض بين الإعجاب و الكره للمنصة ، والتي توضحه النسب ، ولعل ذلك راجع لسيطرة التطبيقات و المنتجات و كل ما هو متعلق بالأمريكان، حيث انها مسيطرة عالميا و نجحت في ترسيخ ان كل ما هو امريكي هو الأفضل في العالم ، مما يجعل العينة في اضطراب بين فاعلية و احترافية المنصة من حيث الشكل والفكرة و التنوع في المضامين و اللغات و محتويات الترفيه و اعجابهم بهذا ، و بين عنصريتها اتجاه الأقليات الأخرى و تجاه الإسلام و تميطيها لنا كمسلمين التي لا يثير اعجاب افراد العينة .

الجدول رقم (9): البرامج المفضلة:

النسبة	التكرار	البرامج المفضلة
46,2	18	المسلسلات
53,8	21	الأفلام
%100	39	المجموع

والجدول رقم (9) بعنوان البرامج المفضلة يوضح ان العينة اختارت الأفلام بنسبة 53,8% والمسلسلات بنسبة 46,2%، وكما نلاحظ ان النسب متقاربة جدا، مما يوضح ان كلا من مسلسلات وأفلام منصة Netflix ينالون اعجاب العينة التي يقدر عددها ب 39 . لكن نسبة مشاهدة الأفلام اكثر من المسلسلات يمكن تفسيرها مع قلة مشاهدة المنصة من طرف العينة كما و سبق توضيحها كما ان المنصة تجتهد في الترويج للأفلام اكثر من المسلسلات كونها اكثر ربحا من المسلسلات ، كما انه معروف عن المنصة انها تروج أكثرية للأفلام تجارية حين تكون مواضيع تلك الأفلام تافهة و سطحية لكنها تجذب المشاهدين

الجدول رقم (10): الأعمال المفضلة :

النسبة	التكرار	الأعمال المفضلة
43,6	17	أوروبا
7,7	3	آسيا شمالية جنوبية
10,3	4	العالم العربي
38,5	15	أمريكا (الشمالية الجنوبية)
%100	39	المجموع

أما في جدول رقم (10) فالنسب تشير ان العينة اجابت ان الاعمال الأوروبية هي المفضلة بنسبة 43,6%، لتليها الاعمال الامريكية (الشمالية والجنوبية) بنسبة 38,5%، وفي المرتبة ما قبل الأخيرة كانت الاعمال العربية حيث تم اختيارها بنسبة 10,3%، لتاتي الاعمال الاسيوية بالمرتبة الأخيرة بنسبة 7,7%. و ذلك يرجع لسيطرة المسلسلات الأوروبية خصوصا الاسبانية في الوطن العربي ، لما حققته من نجاح بعد مسلسل casa del papel ، مما يجعل المشاهدين مهتمين بأعمال الأوروبية و الامريكية للسمعة الجيدة و القصص الممتعة التي تصدر عنهم

الجدول رقم (11): المضامين الإباحية في سياق مبرر له :

النسبة	التكرار	المضامين الإباحية
79,5	31	لا
20,5	8	نعم
%100	39	المجموع

يشير الجدول أعلاه ان النسبة الأكبر من العينة (79,5%) لا ترى ان المضامين الإباحية في سياق مبرر لها في اعمال منصة Netflix، لتاتي بعدها نسبة 20,5 % من العينة يجوبون بنعم ويرون ان المضامين الإباحية في سياق مبرر له . وهذا متوقع حيث ان الجنس والاباحية تابو في ثقافتنا و مجتمعا حيث يصعب التحدث عنه ، كما ان الإباحية شيء محرم و غير مستحب لنا كمسلمين اذن من المتوقع ان تكون النسبة الراضة للمضامين في الإباحية في مضامين منصة Netflix نسبة عالية

الجدول رقم (12): حيادية المضامين :

حيادية المضامين	التكرار	النسبة
لا	20	51,3
نعم	19	48,7
المجموع	39	%100

يشير الجدول رقم (12) ان بنسبة 51,3% من العينة يرون ان مضامين Netflix لا تتمتع بالحيادية، اما بالمقابل اجابت العينة بنسبة 48,7% بنعم وترى ان مضامينها حيادية، هذه النسب تشير الا ان هناك تضارب بين العينة ما بين مؤيد ومعارض للمضامين و تقارب النسب يشير ان المشتركين في المنصة اما مؤيدين لها ام معارضين ، أي بين معجبين بالمنصة ام هناك من اخذهم الفضول لتجربتها و تجربتهم لم تكن جيدة

الجدول رقم (13): المضامين الممثلة للعرب :

النسبة	التكرار	المضامين الممثلة للعرب
12,8	5	واقعية
35,9	14	واقعية لكن مبالغ فيها
51,3	20	غير واقعية
%100	39	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نجد أن أفراد العينة غير راضين عن منتجات Netflix الممثلة للعرب، حيث صرح 20 مبحوث من العينة بنسبة 51.3% عن انعدام الواقعية في هاته الأعمال، بينما جاء في المرتبة الثانية من الأفراد الذين صرحوا بواقعية المضامين لكن مع جزء من المبالغة وكان عددهم 14 فرد بنسبة 35.9% ليلهم في الاخير أفراد العينة الذين صرحوا بأن هاته المضامين واقعية وهم 5 أفراد بنسبة 12.8%. و نرجع ذلك لملاحظتنا ان المجتمع الجزائري لا يفرق بين العمل درامي و العمل الواقعي ، حتى في الاعمال العربية و الجزائرية نجد دائما انتقادات لاذعة للمضامين و القصص و المواضيع المطروحة في الأفلام و المسلسلات ، حيث ان الجمهور الجزائري محافظ جدا و يحب ان يرى المضامين التي تعزز له فقط ويرفض الاعمال الواقعية و الجريئة . لذا هاته النسبة تثبت ذلك .

الجدول رقم (14): تشويه صورة الإسلام

النسبة	التكرار	تشويه الاسلام
20,5	8	لا
79,5	31	نعم
%100	39	المجموع

يشير الجدول أعلاه، ان 31 مبحوث من العينة يرون ان Netflix تشوه صورة الإسلام في مضامينها اي بنسبة 79,5 %، في المقابل كانت نسبة 20,5 % تعارض وتجييب بـ " لا " على تشويه Netflix للإسلام في مضامينها. أي ان معظم العينة تعتقد ان المنصة تعتمد تشويه صورة الإسلام . كما يجب ان نضيف ان مواقع التواصل الاجتماعي و ما ينشره الناس عن آرائهم بمنصة Netflix تؤثر على اراء البعض عن المنصة .

الجدول رقم (15): نمطية صورة الإسلام:

النسبة	التكرار	نمطية الاسلام
20,5	8	لا
79,5	31	نعم
%100	39	المجموع

ويشير الجدول رقم (15)، ان العينة بنسبة 79,5 % ترى Netflix تتعمد على ترويج صورة نمطية عن الإسلام والمسلمين في مضامينها، حيث 8 من مبحوثين يرون العكس بنسبة 20,5 %. مما يشير الا ان معظم العينة على وعي و دراية بما تتعمده المنصة من تهميط ليس فقط للإسلام بل أيضا للثقافات و الديانات الأخرى ، مما يشير الا ان الوعي و الانتقاد لدى العينة موجود اتجاه منصة netflix و مضامينها.

الجدول رقم (16): تشويه صورة الإسلام عبر:

النسبة	التكرار	تشويه الاسلام عبر
20,5	8	الشخصيات الدينية
28,2	11	الأحداث والتاريخ الاسلامي
51,3	20	الثقافة الاسلامية
%100	39	المجموع

أما الجدول رقم (16) يشير إلى ان المبحوثين يعتقدون ان الثقافة الإسلامية هي الأكثر تشويها من خلال Netflix بمعدل 20 مبحوث متفق مع هذا الرأي، بنسبة 51,3 %، لتأتي بعدها الاحداث والتاريخ الإسلامي بنسبة 28,2 % يعتقدون ان التاريخ الإسلامي يتم تشويه في مضامين Netflix، في النسبة الأقل تأتي الشخصيات الدينية بنسبة 20,5 % . وذلك يرجع لغنى الثقافة الإسلامية فهي تشير الى العديد من الرموز التي تميز المسلمين عن غيرهم ، كاللباس و الاكل و اللهجة و الأماكن ، حيث يصعب للأجانب ان يعلمون الفرق بينها لتعددتها و تميزها ، لذا من السهل جدا ان يساء عكس الثقافة العربية من خلال اعين اجنبية و بتالي يتم تشويهها و يتم رصد ذلك التشويه بسهولة من الطرق العرب والمسلمين .

الجدول رقم (17): تعمد الإساءة للديانات :

النسبة	التكرار	تشويه الديانات
71,8	28	الاسلام فقط
28,2	11	اليهودية والمسيحية
%100	39	المجموع

أما الجدول (17) الذي يجيب عن تشويه الديانات الأخرى من طرف Netflix، يشير إلى ان 28 من المبحوثين يرون ان الإسلام فقط يتم تشويهه من طرف Netflix بنسبة 71,8%، اما بالنسبة " لليهودية والمسيحية " ف 11 فردا من العينة يعتقدون انها أيضا يتم تشويهها بنسبة 28,2%. فمن خلال ملاحظتنا لمضامين المنصة اتضح لنا انها أيضا تتعمد تشويه بعض الديانات الأخرى ، و مما يوضحه الجدول ان العينة لا ترى ذلك و تتفق فقط انها تتعمد لتشويه الإسلام ولعل ذلك راجع لتحيزهم فقط للإسلام.

الجدول رقم (18): ترسيخ صورة ذهنية مسيئة للإسلام:

النسبة	التكرار	الصورة الذهنية
28,2	11	لا
71,8	28	نعم
%100	39	المجموع

وأخيرا في الجدول رقم (18)، ترى معظم العينة بنسبة 71,8% ان منصة Netflix تعتمد إلى ترسيخ صورة ذهنية مسيئة للإسلام عبر مضامينها، وفي المقابل ترى نسبة 28,2% العكس صحيح ويجيبون بـ " لا " ويختلفون مع فكرة ان Netflix تعتمد ترسيخ صورة ذهنية مسيئة للإسلام عبر مضامينها .

- نتائج الدراسة :

من خلال ما سبق نجد أن أفراد العينة غير راضون عن المضامين التي تتعارض مع قيم ووجهات المجتمع العربي على الرغم من تناقض للإجابات التي تختلف بين قلة مدة مشاهدة المضامين وبين تنديد الشديد للمبجوثين ضد Netflix لما تتعمده من نشر معلومات مغلوبة عن الاسلام يجعلنا نستخلص امرين :

- اما ان المبجوثين متأثرين بما ينشر عن Netflix في مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رغم من قلة مشاهدتهم لبرامجها الا انهم يصرحون انها تعتمد تشويه صورة الاسلام و المسلمين ، اي انهم مؤثرين بالمقالات و التحليلات و الاجتهادات الذي قاموا بها بعض من المؤثرين و المغردين على مواقع التواصل الاجتماعي
- او ان مضامين Netflix واضحة جدا و صارخة حول تمييطها للإسلام و المسلمين مما جعل على رغم من قلة ساعات المشاهدة ان يلاحظ المبجوثين انها تعتمد تشويه الاسلام و الشخصيات و الثقافة الاسلامية .

ولا يقتصر الجدل حول القيمة الفنية لهذه الأفلام والمسلسلات، لكنه يمتد ويحتد أحياناً عندما يصل إلى الهوية الاجتماعية والسياسية، حين يتهم البعض شبكات مثل Netflix بتعمد تشويه قيم المجتمع العربي من خلال أعمالها، ويرى بعضهم أن هذه الأعمال تعكس واقع ما ينتمون إليه أكثر من القيم التي يدافع عنها الآخرون.

ربما تكون المسألة مسألة اختيارات لم تكن متاحة من خلال التلفزيون العادي أصبحت الآن أقرب من خلال وسيط جديد، وربما يكون الأمر تغيراً في موازين القوى، إذ تواجه منظومات الإنتاج المحلي الآن عملاقاً عالمياً. لذلك على رغم من أن معظم العينة كانت ضد مضامين Netflix و ترى أنها تتعمد الإساءة إلى الإسلام و المسلمين إلا أن فاعلية و شكل المنصة يثير إعجاب المبحوثين كما جاء في الجدول رقم (8) حيث أشادوا بإعجابهم لفاعلية المنصة بنسبة 64,1 % ، وهذا إذ كان يشير إلى شيء فهو يشير إلى أن منصة Netflix نجحت في ترسيخ مكانيتها و مكانتها عالمياً .

كما لاحظنا أيضاً تضارب بين الإجابات حيث في الأسئلة الموجهة المغلقة التي تم توجيه المبحوثين فيها . كانوا ضد مضامين منصة Netflix و ما تنشر من أفكار و مضامين ، إلا أن عندما تم توجيه سؤال مفتوح عن هل يجب مقاطعة منصة Netflix كانت معظم الإجابات تجيب بـ لا ، حيث أجاب 14 مبحوث من أصل 26 بأنه لا يجب مقاطعة المنصة حيث جاءت بعض الإجابات هكذا :

- " لا يجب مقاطعة المنصة بل يجب تغيير الصورة النمطية للبلدان الإسلامية التي تم التصوير فيها ، ويجب فرض شروط تنقل الواقع و الصورة الحقيقية للإسلام و المسلمين من قبل الدول الإسلامية على أصحاب الأعمال السينمائية و الأعمال التلفزيونية التي تبث على المنصة ، لأنه في رأي أن الدول الإسلامية هي التي لا تهتم بالصورة التي يروج لها عن مدتهم من طرف هذه المنصات ولا تفرض شروط من شأنها عرض الثقافة الإسلامية كما يجب "
- " الغاء الإباحية والشذوذ و الابتعاد عن تشويه صورة الإسلام و اظهار المسلمين في صورة رجعية و التخلف والعنف "

اما من أيد مقاطعة المنصة كانت اجابتهم كالاتي :

- نعم ان مع من يوافق على مقاطعتها ، ومن وجهة نظري انها تعتمد على نشر افلام و معتقدات تتنافى مع الثقافة الاسلامية و تحاول تكرارها في اعمالها ، و هناك منصات افضل منها تحتوي على جميع الافلام و المسلسلات على غرار Netflix التي لا تحتوي على جميع الافلام المتنوعة ، هي فقط تعتمد نشر افلام تتنافى مع الثقافة الاسلامية .
- نعم ، فمنها ازداد انتشار مصطلح الاسلاموفوبيا "

كما جاء عند سؤال ما هي الحلول المقترحة كي لا تؤثر هاته المضامين على المستخدمين للمنصة ، جاءت الاجابات كالاتي :

- اقترح على المستخدمين وضع مساحة من الوعي و مسافة بينهم و بين ما يبث من مضامين اي انه لا يجب ان يتأثروا بالواقع المصور امامهم لأنه حتى في المجتمعات الغربية لا يوجد مثل ما هو مصور . انما هو تضخيم لبعض القضايا فقط و التعامل مع ما يبث على انه محتوى ترفيهي "
- " لا اظن انه هناك من يتأثر بمثل هذه المضامين لان منصة Netflix معروفة بانها تنشر عادات و قيم تتنافى مع المجتمع الاسلامي ، ربما فئة قليلة فقط "

من خلال ما سبق نستخلص ان اجابات المبحوثين كانت متضاربة بين مؤيد و معارض للمنصة ، كما اختلفت اجاباتهم و آرائهم حول المنصة باختلاف نظرتهم للأشياء و تحليلهم للواقع ، كما اننا نعتقد انهم متأثرين بما ينشر عن المنصة في مواقع التواصل الاجتماعي اكثر من تأثرهم مع التعاطي مع المنصة و ذلك من خلال النسب التي تشير للاستخدام

القليل والمحدود للمنصة و اعجابهم بها وبفاعليتها الا في الوقت نفس يعارضون ما تنشره و لا يستطيعون مقاطعة المنصة.

و الان بعد استخلاص النتائج نحاول الإجابة عن تساؤلات الدراسة :

ماهي اتجاهات طلبة قسم اعلام و اتصال بجامعة الاغواط نحو مضامين الدين الاسلامي عبر منصة netflix ؟

العلاقة : نرى من خلال قراءة النتائج ان اتجاهات الطلبة متضاربة و متحيزة في نفس الوقت ، نلاحظ وعي العينة بانه يعتمد تشويه صورة الإسلام و اللجوء الى تنميط الثقافة الإسلامية وما يتعلق بها ، الا اننا نرى في نفس الوقت اعجاب و تفاعل كبير مع المنصة على رغم من ذلك ، لذا لا يمكننا ان نجزم ان العلاقة التأثيرية هي سلبية و ضد المنصة قطعاً ، او انها اتجاهات تأثيرية إيجابية تدعم و تشجع المنصة ، فالمنصة فكرة جديدة و وسيط مريح و خالي من الإعلانات . كما ان شهرتها قد تعطي الانطباع بالاحترافية التي تجذب العديد لها ، لكن سياستها المتحيزة و التي تتعمد الإساءة الى الإسلام و الأقليات يجعل لآراء حولها ، متناقضة و تتراوح بين الاعجاب و الازدراء .

كما نرى من خلال النتائج ان ليس هناك تأثير كبير على طلبة الاعلام في جامعة الاغواط من طرف مضامين Netflix على الصورة الذهنية للإسلام ، حيث رأينا من خلال الإجابات على الأسئلة المفتوحة ان العينة على وعي و تعارض تلك المضامين و الصور . كما انهم يعتقدون بمقاطعة و المنصة و اقترحوا بعض الحلول ، مما يشير الى ان لم تؤثر تلك المضامين على صورتهم للإسلام ، حيث نرى في أجوبة العينة على السؤال المفتوح الاتي ، انهم ليسوا متأثرين بما تنشره المنصة من مضامين معادية للإسلام حيث كانت لإجابات كالاتي :

- هل تعتقد ان يجب مقاطعة منصة نتفلكس ؟ اذكر السبب

1) نعم، انا مع من يوافق على مقاطعتها من وجهة نظري انها تعتمد نشر افلام و معتقدات تنتفى مع الثقافة الاسلامية و تحاول تكرارها في اعمالها ، وهناك منصات افضل منها تحتوي على جميع الافلام و المسلسلات على غيرار نتفليكس التي لا تحتوي على جميع الافلام المتنوعة هي فقط تعتمد نشر افلام تنتفى مع الثقافة الاسلامية.

2) لا

3) تعتمد بناء صورة مسيئة للإسلام

4) لا أعرف فأنا لا أستخدمها كثيرا

5) لا تمثل المتجمع العربي بالأخص و المجتمع المسلمين على عموما

- (6) نعم لأنها تعطي انطباع سيء عن المسلمين و الدين الاسلامي و والعرب بصفة خاصة
- (7) نعم لأن تأثيرها اكثر من نفعها
- (8) يجب الاصلاح لا الايقاف
- (9) لتشويهها لصورة الإسلام
- (10) كثرة الاباحية وترسيخ الشذوذ و تشويه الاسلام
- (11) لا
- (12) نعم فمنها إزداد مصطلح الاسلام فوبيا في الانتشار
- (13) نعم لأنها تحاول تشويه الاسلام و قيمه وللمحافظة على قيم شبابنا
- (14) نعم يجب مقاطعتها و خاصة عند مقاطع تركيا لهذه المنصة
- (15) وعلاه نقاطها انا نتفرج فلفلم لي نحب مش المنصة لي تفرض
- (16) نعم
- (17) لا يجب مقاطعة المنصة بل يجب تغيير الصورة النمطية للبلدان الإسلامية التي يتم التصوير فيها ويجب فرض شروط تنقل الواقع والصورة الحقيقية للإسلام والمسلمين من قبل الدول الإسلامية على أصحاب الأعمال السينمائية والأعمال التلفزيونية التي تبث على المنصة، لأنه في رأيي الدول الإسلامية هي التي لا تهتم بالصورة التي يروج لها عن مدنهم من طرف هذه المنصات ولا تفرض شروط من شأنها عرض الثقافة الإسلامية كما يجب.
- (18) لا يجب ان نختار ماذا نشاهد الافلام المناسبة
- (19) نعم ، بسبب ثقافتها الاباحية

كما لم نلاحظ أي تأثير أو انعكاس مضامين Netflix المعادية للإسلام على الصورة الذهنية لطلبة الاعلام بجامعة الاغواط ، بل بالعكس . كانت الأجوبة تشير الى مدى وعيهم بتلك المضامين و الى مدى لا يشجعون على انتشارها حيث جاءت الأجوبة كالآتي على الأسئلة المفتوحة :

○ ما هي الحلول التي تقترحها كي لا تؤثر هاته المضامين على المستخدمين للمنصة ؟

- (1) لا نتركها في متناول الاشخاص ذوي العقيدة ضعيفة
- (2) لا أظن أن هناك من يتأثر بمثل هذه المضامين لان منصة Netflix معروفة بأنها تنشر عادات و قيم تتفق مع المجتمع الاسلامي ، ربما فئة قليلة فقط.
- (3) استخدامها قليلا
- (4) مقاطعة
- (5) ليست لي حلول مع الأسف
- (6) تقليل ساعات الاستخدام
- (7) مقاطعة
- (8) لا يوجد حل سوى مقاطعة المنصة لكن للأسف نحن كعرب اكبر المتضامنين مع من يضرنا ولا ينفعنا حسبنا الله و نعم الوكيل
- (9) استخدام منصات أخرى
- (10) هو كل شخص وميوله وهدفه من اشتراك لا تستطيع اقتراح حلول
- (11) يجب الاستشارة بمسلمين معتمدين
- (12) افتعال ضجة عبر سيوشل ميديا من طرف المسلمين على تشويه صورة الاسلام حتى تخف هذه المضامين
- (13) الغاء الاباحية و افكار الشذوذ و الابتعاد عن تشويه صورة الاسلام و اظهار المسلمين في صورة الرجعية والتخلف و العنف
- (14) الاطلاع على الثقافة الإسلامية
- (15) هي لا تأثر عادي

- (16) عدم المتابعة
- (17) مراقبة. المسلسلات و عدم عرضها في الدول الإسلامية
- (18) أقترح على المستخدمين وضع مساحة من الوعي ومسافة بينهم وبين ما يبث من مضامين أي أنه لا يجب أن يتأثروا بالواقع المصور أمامهم لأنه حتى في المجتمعات الغربية لا يوجد مثل ما هو مصور وانما هو تضخيم لبعض القضايا فقط والتعامل مع ما يبث فقط على أنه محتوى ترفيهي.
- (19) يجب الابتعاد عن الافلام الغير مناسبة
- (20) عدم استعمالها
- (21) مقاطعة و حجب المنصة

الخاتمة

الختامة :

وفي الأخير نستنج ان الآراء حول أي موضوع عرضة للتناقض والتباين ، ويصعب ان يكون هناك رأي نافيا ومحددا ، خصوصا بما يتعلق بالصورة الذهنية للأشياء وما يحيط بنا ، حيث ان هناك العديد من الأشياء التي تساهم في تكوينها ، ذلك لا ينفي ان مضامين المنصة جاءت حيادية وممثلة بنسبة كبيرة لكل الثقافات والديانات ، كما اننا لا ننفي انها لا تعتمد التشويه والتنميط لصورة الإسلام والمسلمين ، الا ان بعد مشوار بحثنا وتطلعنا في خضم دراستنا ، نختم الامر بان الموضوع هو موضوع نسبي يتعلق اكثر بشخص الافراد ، فالإعلام التقليدي او الجديد كان لا يزال يحاول ان ينشد بعض الاجندات الخفية سواء كانت لأسباب سياسية او تجارية او دينية ثقافية ،

وان المشاهدين منهم من يتأثر ، على حسب مستوياتهم الفكرية ، الا انه ومع الميديا الجديدة ووجود مساحة شاسعة للنقد والتنديد ، لا يجب ان يكون هناك قلق على مثل هاته المواضيع ، حيث ان أي شخص يلاحظ شيء و ينتقده يكون هناك الالاف مما يدعمونه ومن يخالفونه ، كل هذا عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهذا أيضا بخصوص منصة Netflix وما تنشره من اعمال جيدة او مسيئة ، حتى اذ اساءت او تسيئ ، فكونها شركة تجارية في الأخير فهي تتأثر بالانتقادات التي تطالها في مواقع التواصل الاجتماعي و بالتالي تنشر اعتذار او تتوخي الحذر فيما تنطرق اليه في مضامينها ، اما بالنسبة للمتابعين فهناك من يتأثر ثم يعي من خلال تلك الآراء ولانتقادات ، والعكس صحيح ، اذن الموضوع جدا نسبي وتدخله ابعاد ثقافية واجتماعية ومؤهلات شخصية كالوعي والنقد والقابلية للتعلم و التطور.

المراجع

المراجع

- المعاجم :

- (1) ابن منظور ، لسان العرب ، دار المعارف ، القاهرة ، باب الصاد ، (صور) .

- الكتب :

- (2) باقر موسى، *الصورة الذهنية في العلاقات العامة* ، دار اسامة للنشر و التوزيع ، الطبعة الاولى ، عمان ، الاردن ، 2014 .
- (3) علي عجوة ، *العلاقات العامة والصورة الذهنية* ، عالم الكتاب ، الطبعة 2 ، القاهرة ، 2014 .

- الدراسات :

- (4) جمال العيفة ، *الصورة في عصر التكنولوجيا مسحة جمالية و مشكلة اخلاقية* ، جامعة عنابة .
- (5) احمد جبار ، *الصورة الذهنية : قراءة في أبعاد المفهوم، نقاط التقاطع و الاختلاف بين الصورة الذهنية و النمطية وعلاقتها بالعلاقات العامة* ، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية و الانسانية ، المجلد 07 ، العدد 01 .
- (6) عبدالله مصطفى عبدالله الفارا ، *دور الصورة الذهنية للمنظمات الأهلية في بناء العلاقة الاستراتيجية مع جمهور المستفيدين* ، قُدّم هذا البحث استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة ماجستير في ادارة الاعمال بكلية التجارة في الجامعة الاسلامية بغزة .
- (7) لعرباوي نصير ، *صورة الاسلام و المسلمين في الاعلام الغربي* ، مجلة العلوم الاجتماعية ، العدد 22 ، جوان 2016 .
- (8) خديجة قروف ، *واقع الصورة الذهنية لدى اساتذة جامعة 8 ماي 1945* ، مذكرة لنيل شهادة ماستر ، تخصص علاقات عامة ، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية ، قسم علوم اعلام و اتصال و علم مكتبات ، جامعة 8 ماي 1945 ، قالمة ، 2020/2019
- (9) اميرة برباص ، *الصورة الذهنية للإسلام لدى الفرنسيين (دراسة ميدانية)* ، مذكرة ماستر في علوم الاسلامية ، تخصص دعوة و اعلام و اتصال ، جامعة الشهيد حمه لخضر ، الوادي ، 2017/2016

- (10) هدى غرسي ، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال ، اتصال و علاقات عامة ، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية ، جامعة العربي بن مهيدي ، ام بواقي ، 2015/2014.
- (11) جلطي خديجة ، اليات الاتصال الداخلي و دوره في تحسين صورة المؤسسة الخدمائية ، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام و الاتصال ، تخصص علاقات عامة ، قسم العلوم الانسانية ، جامعة عبد الحميد بن باديس ، مستغانم ، 2019/2018
- (12) عبدالقادر علال ، الصورة الإعلامية ، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر ، الوادي العدد 3 مجلد 7، سبتمبر 2019.
- (13) بن عيسى الشيخ ، بناء الصورة الذهنية في وسائل الاعلام ، مجلة بحوث و دراسات في الميديا الجديدة ، المجلد 1 ، عدد 04
- (14) عذراء عيواج ، صورة الإسلام و المسلمين في الاعلام الغربي بين حقائق التشويه و إمكانيات التغيير ، مجلة المقدمة ، العدد الأول.

المقالات :

- (15) إحصائيات النمو ومشاركي Netflix: كم عدد الأشخاص الذين يشاهدون Netflix في عام 2021؟ ، تم التصفح يوم 19/02/2022 بتوقيت 5:48
- <https://www.affde.com/ar/netflix-users>
- (16) netflix و الاجندة الخفية ، 27-01-2022 ، طريق السلام ، تم التصفح يوم 18/02/2022/ بتوقيت 6:22 ، <https://ar.islamway.net> .
- (17) بدر بن سعود، شيطنة الإسلام في Netflix ، جريدة الرياض، نشر في 17 سبتمبر 2020م ، تم تصفح يوم 19/02/2022/ بتوقيت 7:13 ، موقع <http://www.alriyadh.com>
- (18) 2022/05/27 مسلسل (المسيح) ويكيبيديا. https://ar.wikipedia.org/wiki/mohammed_moussa ، المسيح...مسلسل يفجر غضبا في وجه Netflix ، جريدة الجزيرة ، في 02/1/2020 ، تم تصفح يوم 27/05/2022 بتوقيت 14:08 ، <https://www.aljazeera.net/news/arts>

الملاحق

اسئلة الاستبيان :

استبيان حول الصورة الذهنية للإسلام عبر منصة Netflix

اسم الجامعة: عمار تليجي
اتصال و علاقات عامة.

اسم الكلية: العلوم الإنسانية والحضارة
اسم التخصص:

(1)الجنس:

ذكر () أنثى ()

(2)السن:

من 18- 24 ()

اكبر من 24 ()

(3) هل تمتلك حساب نتفلكس ؟

نعم () لا ()

(4) هل غيرك مما تعرف يمتلك حساب على منصة نتفلكس ؟

كثير جدا () كثير () قليل ()

(5) ما رأيك في منصة نتفلكس ؟

سيئة () مقبولة () جيدة () ممتازة ()

(6) عدد ساعات استخدامك لمنصة نتفلكس ؟

اقل من ساعتين () أكثر من ساعتين ()

(7) هل تستخدم المنصة بشكل يومي ؟

نعم () لا ()

8) هل يعجبك شكل و فاعلية منصة نتفلكس؟

نعم () لا ()

9) أيا من البرامج التالية تفضل أكثر؟

المسلسلات () الأفلام () الوثائقيات ()

10) تفضل متابعة أعمال من أكثر؟

أوروبا () ، آسيا (شمالية – جنوبية) () ، إفريقيا () ، العالم العربي () ، أمريكا (الشمالية – الجنوبية) () .

11) هل ترى أن كثرة المضامين الإباحية في سياق مبرر له؟

نعم () لا ()

12) هل ترى أن كثرة المضامين المثلية مبرر لها؟

نعم () لا ()

13) هل تعتقد أن مضامينها حيادية و تعكس الثقافات و الدول؟

نعم () لا ()

14) ما رأيك في مضامينها الممثلة للعرب و الإسلام؟

واقعية () واقعية لكن مبالغ فيها قليلا () غير واقعية ()

15) هل تعتقد أنها تتعمد تشويه صورة المسلمين في مسلسلاتها؟

نعم () لا ()

16) هل تعتقد انها تتعمد بناء صورة نمطية مسيئة عن الإسلام؟

نعم () لا ()

17) هل تعتقد أنها تتعمد الإساءة للمسلمين عبر تشويه:

الشخصيات الدينية () الأحداث و التاريخ الإسلامي () الثقافة الإسلامية ()

18) هل تعتقد أنها تتعمد الإساءة للإسلام فقط ، أو كل الديانات السماوية بينما فيهم المسيحية و اليهودية ؟ اذكر الديانة الاخرى :

الإسلام فقط () الديانات الأخرى أيضا : () اليهودية () ، المسيحية ()

19) هل تعتقد أن منصة نتفلكس نجحت في ترسيخ بعض الصورة الذهنية المسيئة للإسلام لدى مستخدميها ؟

نعم () لا ()

20) هل تعتقد انه يجب مقاطعة منصة نتفلكس ؟ اذكر السبب :
- نعم () ، السبب :

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

.....
- لا، السبب:

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

ما هي الحلول التي تقترحها كي لا تؤثر هاته المضامين على المستخدمين للمنصة؟:

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

.....

.....

انتهت الأسئلة - شكرا جزيلآ على إجاباتكم –

الجدول :

الجدول رقم (1): يوضح توزيع المبحوثين حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	15	%38,5
أنثى	24	%61,5
المجموع	39	%100,0

الجدول رقم (2): يوضح توزيع المبحوثين حسب العمر

العمر	التكرار	النسبة
أقل من 24 سنة	22	%56.4
24 سنة فأكثر	17	%43.6
المجموع	39	%100,0

الجدول رقم (3): ما رأيك في منصة نتفلكس؟

النسبة	التكرار	الرأي في منصة نتفلكس
10,3	4	سيئة
53,8	21	مقبولة
35,9	14	جيدة
%100,0	39	المجموع

الجدول رقم (4): تاريخ استخدام نتفلكس

النسبة	التكرار	تاريخ استخدام نتفلكس
79,5	31	أقل من 3 سنوات
5,1	2	3-5 سنوات
15,4	6	أكثر من 5 سنوات
%100,0	39	المجموع

الجدول رقم (5): عدد ساعات استخدام نتفلكس:

النسبة	التكرار	عدد ساعات استخدام نتفلكس
71,8	28	أقل من ساعتين
28,2	11	أكثر من ساعتين
%100,0	39	المجموع

الجدول رقم (6): استخدام منصة نتفلكس بشكل يومي

النسبة	التكرار	استخدام نتفلكس يوميا
94,9	37	لا
5,1	2	نعم
%100,0	39	المجموع

الجدول رقم (7): غير مما تعرف يمتلك حساب على نتفلكس

النسبة	التكرار	امتلاك الغير حساب نتفلكس
59,0	23	قليل
23,1	9	كثير
17,9	7	كثيرا جدا
%100,0	39	المجموع

الجدول رقم (8): الإعجاب بشكل وفاعلية منصة نتفلكس:

النسبة	التكرار	الاعجاب بمنصة نتفلكس
35,9	14	لا
64,1	25	نعم
%100,0	39	المجموع

الجدول رقم (9): البرامج المفضلة:

النسبة	التكرار	البرامج المفضلة
46,2	18	المسلسلات
53,8	21	الأفلام
%100,0	39	المجموع

الجدول رقم (10): الأعمال المفضلة

النسبة	التكرار	الأعمال المفضلة
43,6	17	أوروبا
7,7	3	آسيا شمالية جنوبية
10,3	4	العالم العربي
38,5	15	أمريكا (الشمالية الجنوبية)
%100,0	39	المجموع

الجدول رقم (11): المضامين الإباحية في سياق مبرر له

النسبة	التكرار	المضامين الإباحية
79,5	31	لا
20,5	8	نعم
%100,0	39	المجموع

الجدول رقم (12): حيادية المضامين

النسبة	التكرار	حيادية المضامين
51,3	20	لا
48,7	19	نعم
%100,0	39	المجموع

الجدول رقم (13): المضامين الممثلة للعرب:

النسبة	التكرار	المضامين الممثلة للعرب
12,8	5	واقعية
35,9	14	واقعية لكن مبالغ فيها
51,3	20	غير واقعية
%100,0	39	المجموع

الجدول رقم (14): تشويه صورة الإسلام:

النسبة	التكرار	تشويه الاسلام
20,5	8	لا
79,5	31	نعم
%100,0	39	المجموع

الجدول رقم (15): نمطية صورة الإسلام

النسبة	التكرار	نمطية الاسلام
20,5	8	لا
79,5	31	نعم
%100,0	39	المجموع

الجدول رقم (16): تشويه صورة الإسلام عبر netflix

النسبة	التكرار	تشويه الاسلام عبر
20,5	8	الشخصيات الدينية
28,2	11	الأحداث والتاريخ الاسلامي
51,3	20	الثقافة الاسلامية
%100,0	39	المجموع

الجدول رقم (17): تعمد الإساءة للديانات :

النسبة	التكرار	تشويه الديانات
71,8	28	الاسلام فقط
28,2	11	اليهودية والمسيحية
%100,0	39	المجموع

الجدول رقم (18): ترسيخ صورة ذهنية مسيئة للاسلام :

النسبة	التكرار	الصورة الذهنية
28,2	11	لا
71,8	28	نعم
%100,0	39	المجموع

