



## مصادر المعلومات الدينية لدى الشباب العربي واتجاهاتهم نحو العمليات الإرهابية، دراسة ميدانية

• مها عبد المجيد صلاح عطية

تمهيد:

تقوم وسائل الإعلام بدور رئيس في تزويدنا بالمعلومات التي نحتاج إليها في حياتنا اليومية، والتي تؤثر بدورها في إدراكنا للأحداث، وفهمها، وتفسيرها، وتؤثر بالتبعية في تشكيل مواقفنا واتجاهاتنا وآرائنا إزاء القضايا والأحداث المجتمعية (رأفت مهند، ٢٠١٣).

كما تقوم وسائل الإعلام بدور مهم في نشر الوعي والثقافة الدينية داخل المجتمع، وتؤثر في مسار ونوعية الوعي الديني ومدى انتشاره في المجتمع (Afsaneh Hosseinzadeh, 2011)، أما مواقع التواصل الاجتماعي ومختلف تطبيقات الإعلام التفاعلية، فقد أصبح دورها في تشكيل وعي الجمهور بالقضايا المجتمعية المهمة ذا خصوصية لا يمكن إغفالها؛ بسبب ما تتسم به من تفاعلية وديناميكية ومرونة في تداول المعلومات والآراء وتوسيع دائرة انتشارها، فتلك التطبيقات التفاعلية لا تزودنا بالمعلومات فقط، بل تدعمها بالحوار والنقاش والتحليل، وتبادل وجهات النظر؛ لذا يمكن تصور الدور المحوري الذي من الممكن أن تقوم به بسبب نمط الاتصال التفاعلي الذي تعتمد عليه في تداول المعلومات والأفكار.

وقد امتد دور وسائل الإعلام - مع تصاعد دور وسائل الإعلام التفاعلية في نشر وتداول المعلومات والآراء - ليشمل أيضاً المعلومات الدينية والفتاوى وكثيراً من أمور العبادات والشرائع السماوية، بعد أن كانت المعلومات والآراء بشأن تلك الموضوعات ترجع - لعهود طويلة - بشكل رئيس للمؤسسات الدينية الرسمية، ووسائل الإعلام المعروفة، دون إنكار وجود محاولات للخروج على ذلك، إلا أن هذه المحاولات اكتسبت القوة والانتشار والوضوح والكثرة عندما اقتترنت بشبكة الإنترنت؛ لما تتسم به من لامركزية في نشر المعلومات، وانخفاض السيطرة الرقابية، إضافة إلى الانتشار الواسع.

والدليل على أن وسائل الإعلام الجديدة التفاعلية تقوم بدور قوي في التأثير في الوعي الديني وتشكيله، أنها أصبحت أحد أهم أدوات التواصل التي تستخدمها الجماعات الإرهابية لترويج أفكارها ونشرها بين جمهورها المستهدف من الشباب، بل وتستخدمها بكفاءة في تقديم خطاب داعم لثقافة العنف والتعصب والتطرف، وتوظف استمالات إقناعية مختلفة لحث الشباب على اعتناق ما تروج له من أفكار (مها عبدالمجيد، ٢٠١٣، ٢٠١٥)<sup>(١)</sup>.

• مها عبد المجيد صلاح عطية، أستاذ مشارك بكلية الإعلام والعلوم الإنسانية، جامعة عجمان.



وقد أفادت تقارير أمنية أمريكية تناولتها الصحافة العربية، أنه بينما يمكن أن تتناقص القدرة القتالية للجماعات الإرهابية - أمام ما تخوضه من معارك ومواجهات مع قوات مكافحة الإرهاب في الكثير من الدول المعنية - فإن قوتها وقدرتها الاتصالية تزداد قوة بتطور وتزايد استخدام وسائل الاتصال التفاعلية؛ لذا تحرص تلك الجماعات على استثمار وسائل الاتصال التفاعلية في تجنيد الشباب وتعبئتهم وتوريطهم في تنفيذ عمليات إرهابية لصالحها في أي مكان بالعالم\*.

وإجمالاً، يمكن ملاحظة ظهور المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال: الفتاوى والمعلومات الدينية التي يتم تداولها بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، أياً كان مصدرها، ومن خلال المجموعات (العامة، والخاصة) التي تتبادل النقاش في الموضوعات الدينية - Prayer Groups - Religious-Themed Social Networking Groups، والحسابات الإلكترونية الرسمية للمؤسسات والهيئات الدينية الرسمية وغير الرسمية، وكذلك الحسابات الإلكترونية للأفراد من الدعاة الدينيين سواء الرسميين أو غير الرسميين، فضلاً عن الحسابات الإلكترونية للجماعات المتطرفة والإرهابية، والأفراد التابعين لها.

ويعكس التنوع السابق في مصادر المحتوى الديني على مواقع التواصل الاجتماعي، إشكالية كبيرة تتعلق بمدى مصداقيتها الفعلية، ومدى مصداقيتها التي يدركها الجمهور، ومع تنوع وتعدد مصادر المعلومات والأخبار المتاحة على مواقع التواصل الاجتماعي، تزداد أيضاً حاجة مستخدميها إلى تدقيق هذه المعلومات؛ الأمر الذي يفسر ظاهرة نشأة حسابات على موقع Facebook تتولى تدقيق صحة المعلومات المتداولة والمنشورة على الشبكة؛ مما يؤكد الحاجة الماسة لدى جمهور مواقع التواصل الاجتماعي لوجود آليات تقيّد في تقييم مصداقية المعلومات المنشورة عليها. (Ayoungh Suh & Ruohan Li (2015).

من جانب آخر، تشهد السنوات الراهنة تصاعداً في حدة العمليات والحوادث الإرهابية التي أصبحت تطل الكثير من بلدان العالم الإسلامي والغربي، ومع تزايد حدة التوترات والأزمات وأعمال العنف، تتطرق وسائل الإعلام الجديد بمختلف تطبيقاتها بما فيها مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي، لتكون واحدة من أهم الوسائل التي يستخدمها الشباب في كل العالم لتداول الأخبار والمعلومات والآراء والأفكار؛ الأمر الذي يزيد من خطورة وأهمية الأبعاد الاجتماعية والثقافية لاستخدام هذه الوسائل في تشريك الخبرات والتجارب والترويج لأفكار بعينها.

\* تغطية صحفية مترجمة، بعنوان "قوة داعش العسكرية تتضاءل لكن خطره الإرهابي لم يتراجع"، منشورة في النسخة الورقية من جريدة الحياة، بتاريخ ٢ أكتوبر ٢٠١٦، ص (٢).



وتعد العلاقة بين الإعلام والإرهاب من أكثر العلاقات الجدلية التي فتحت مجالاً بحثياً ثرياً أمام الباحثين؛ بسبب ما تثيره من دلالات عميقة وجوهرية، سواء على مستوى تشكيل وعى الفرد دينياً، أو التأثير فيه واستقطابه، والعمل على تجنيد الشباب لصالح الجماعات الإرهابية وفق آليات واستراتيجيات ممنهجة تعتمد على تلك الجماعات، أو على مستوى علاقة المنفعة المتبادلة بين وسائل الإعلام والجماعات الإرهابية ممثلة في تحقيق الإثارة والتشويق للطرف الأول، ومضاعفة القوة الرمزية للأعمال الإرهابية لتحقيق أهداف الطرف الثاني من خلال الإعلام، أو مستوى المواجهة الفكرية للتعصب والتطرف وما يقود إليه من تورط في أعمال العنف والإرهاب.

لذا يشير كل من (Landtsheer & Kalkhoven 2010)<sup>(٢)</sup>، إلى أن قوة الإرهاب قوة رمزية اصطناعية، والإعلام هو الذي يعطيها الفرصة لتظهر، بل إن أخطر ما يحصل عليه الإرهاب من دعم يأتي إليه عن طريق الإعلام.

ومما لا شك فيه أن دراسة الروافد التي يستمد منها الشباب العربي معلوماته الدينية، وتسهم في تشكيل خبراتهم ووعيهم وثقافتهم الدينية، ومواقفهم وآرائهم إزاء الحوادث الإرهابية المختلفة، يمكن أن يكشف عن أوجه الخلل المحتملة في علاقة الشباب بمصادر معلوماتهم الدينية، والتي يمكن أن تكون أحد الأسباب وراء انزلاق البعض في هوة التفكير المتطرف، وجعله هدفاً سهلاً أمام محاولات الاستقطاب، وتوضح كذلك الإشكاليات المختلفة المرتبطة بالثقة في مصادر المعلومات الدينية، ومعايير تقييمها، وتأثير ذلك في توجهات الفرد نحو أعمال العنف والإرهاب.

ويمكن أن تفيد دراسة وفهم توجهات الأفراد نحو الإرهاب، في إدارة إدراك الأفراد لمخاطر الإرهاب، كما يمكن أن تحسن من اتصالات ما قبل وما بعد الأزمات والحوادث الإرهابية والتي لها دور في تشكيل وعي وإدراك الجمهور (تقرير اتجاهات الرأي العام الأمريكي نحو الإرهاب، ٢٠١٣)<sup>(٣)</sup>.

كما أن الفائدة التي تقدمها دراسة فكر الجماعات الإرهابية، وأسباب انزلاق بعض فئات الشباب للانخراط في صفوفها، والتعرف على سماتهم وظروفهم، تتكامل مع أهمية معرفة إلى أي مدى يمكن أن تدعم بعض فئات المجتمع العام الإرهاب، ولماذا؛ حيث تشكل هذه الفئات - بطريقة أو بأخرى - القاعدة الأساسية التي تعتمد عليها الجماعات الإرهابية في تقوية نفسها وتنفيذ مخططاتها (Kaltenthaler & Others, 2014).

ورغم أهمية دراسة مصادر المعلومات الدينية للشباب في الآونة الأخيرة، حيث تتزايد وتتنوع البدائل المختلفة التي أصبحت تتوافر لديهم، مع ما ينطوي عليه ذلك من دلالات جديدة بالبحث والدراسة خاصة عند التمييز بين المصادر الرسمية وغير الرسمية، وعلاقة ذلك أو دوره في توجيه مواقفهم نحو التعصب



والإرهاب، فإن ذلك الموضوع لم يتم تناوله على نحو واضح وكافٍ في الدراسات العلمية المختلفة، خاصة الدراسات العربية.

لذا يختص موضوع هذا البحث بدراسة مصادر المعلومات الدينية التي يستخدمها الشباب العربي، ودراسة الجوانب المختلفة المرتبطة بهذا الاستخدام بما يشمل: العوامل التي تؤثر في ثقة الشباب في المصادر الدينية، وتفضيلاته في استخدامها، ونوعية هذه المصادر، واستخدامه للمصادر التقليدية في مقابل المصادر الجديدة، والمصادر الرسمية في مقابل المصادر غير الرسمية.

كما يتناول موضوع البحث اتجاهات الشباب العربي نحو العمليات الإرهابية التي تحدث في بلدان العالم المختلفة؛ لإلقاء الضوء على طبيعة العلاقة الممكنة بين مصادر المعلومات الدينية التي يعتمدون عليها، وتشكيل توجهاتهم نحو أعمال العنف والإرهاب.

### الدراسات السابقة:

اهتمت الدراسات الإعلامية بالعوامل التي تؤثر في تقييم الجمهور لمصداقية المحتوى الذي يتلقونه من وسائل الإعلام، وزادت أهمية دراسة مصداقية المعلومات بعد ظهور تطبيقات الإعلام الاجتماعي التفاعلية، وتناولت دراسات أخرى العوامل التي تؤثر في دفع الشباب واستقطابهم لتبني فكر إرهابي متعصب، وفيما يأتي نستعرض الدراسات السابقة التي استفاد منها البحث عبر محورين؛ مصادر المعلومات وعوامل تقييم مصداقيتها، ومدى وعي الجمهور بمخاطر الإرهاب وتوجهاتهم نحو العمليات الإرهابية.

### مصادر المعلومات وعوامل تقييم مصداقيتها:

نظرًا لما يثيره المحتوى المنشور على شبكة الإنترنت بصفة عامة، وعلى مواقع التواصل الاجتماعي تحديدًا، من جدل واسع بشأن مصداقيته، فقد حظي هذا الموضوع بأهمية خاصة في الدراسات السابقة؛ فاخترت دراسة (Ayoungh Suh & Ruohan Li (2015)<sup>(4)</sup>، العوامل التي تؤثر في تقييم مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي للمعلومات المنشورة عليها، وإدراكهم مدى مصداقيتها بالتطبيق على موقع Facebook، واستخدمت الدراسة المسح الميداني على عينة قوامها ١٣٥ مفردة من مستخدمي الموقع، واعتمد التطبيق وجمع البيانات على أداة الاستبيان الإلكتروني.

وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط إيجابية دالة بين مدى التفاعلية التي يدركها مستخدم موقع التواصل الاجتماعي، ومدى شفافية الوسيلة المرتبطة بإمكاناتها في نشر وتداول المحتوى بشفافية وعلانية، وتقييم الفرد لمصداقية المعلومات المنشورة.



وبينما أكدت النتائج وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين مدى قوة الحجج المقدمة في المحتوى وتقييم الفرد لمصداقيته، أظهرت النتائج عدم وجود علاقة دالة بين مصداقية المحتوى وكل من: الاعتماد على وسيلة إعلام ما، وجودة المحتوى.

وفسرت الدراسة عدم وجود علاقة بين الاعتماد على وسيلة ما وتقييم محتواها بالمصداقية إلى سمات العينة التي يأتي معظمها من الشباب الذين اعتادوا استخدام مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة وغيرها من مصادر المعلومات المتنوعة والمتعددة والمتاحة لهم طوال الوقت؛ مما يجعلهم يميلون لاستخدام مصادر المعلومات البديلة؛ ولذا فهم أقل إحساساً بالاعتماد على وسيلة معينة مقارنة بأولئك الذين يستخدمون وسائل الإعلام التقليدية المعروفة ويقل استخدامهم لمصادر المعلومات البديلة، كما أظهرت الدراسة عدم وجود تأثيرات دالة لمستوى خبرة الشخص في العلاقة بين عوامل مصداقية المحتوى وعوامل مصداقية الوسيلة وتقييم الفرد لها بالمصداقية.

واختبرت دراسة (Sharon Wilson & Others, 2014)<sup>(٥)</sup>، مدى ثقة جمهور الشباب في المجتمعات الريفية، في الأخبار المنشورة على الإنترنت، وتقييمهم لمصداقيتها، مقارنة بتلك المعروضة في وسائل الإعلام التقليدية، واعتمدت الدراسة على المسح الميداني الكمي لعينة قوامها ١٠٠٠ مفردة من الشباب، عن طريق تطبيق أداة الاستبيان، وانتهت النتائج إلى أن الشباب في العينة يستخدمون الأخبار الرقمية؛ لأن وسائل الإعلام التقليدية غير فعالة في تلبية احتياجاتهم لمعرفة الأخبار والوصول للمعلومات الكافية، والمطلوبة فور وقوع الأحداث، فضلاً عن تشككهم في مصداقيتها واعتقادهم في أنها تخضع للرقابة والتحييزات على نحو يفوق مصادر المعلومات المتاحة لهم عبر الإنترنت.

ولنفس هذه الأسباب رأت العينة أن مصادر الأخبار البديلة والمتاحة على الإنترنت أكثر موضوعية وتحرراً من القيود والرقابة، وأكثر كفاءة في تقديم تغطيات شاملة وفورية للأحداث المهمة وقضايا الشأن العام والقضايا الخلافية، كما ترى العينة أن هذه المصادر البديلة عن وسائل الإعلام التقليدية تقدم وجهات نظر أكثر تنوعاً، وتحليلات أكثر عمقاً، وأن الكتاب والمحرفين الذين يكتبون عبر الإنترنت، أكثر تحرراً من القيود والتحييزات المهنية التي تسيطر على العاملين في وسائل الإعلام التقليدية، دون أن يعني ذلك تخلي العينة عن استخدام وسائل الإعلام التقليدية تماماً، وإنما اتجه الغالبية إلى استخدام المصادر الرقمية كمكمل لها.

كما اختبرت دراسة (Westerman 2013)<sup>(٦)</sup>، العوامل المؤثرة في تقييم الجمهور لمصداقية المعلومات المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي، وأشارت الدراسة إلى أهمية التمييز في الترشيحات والانتقائات الإخبارية بين الترشيحات المدعومة تقنياً بشكل أوتوماتيكي System generated cues، والترشيحات التي يقدمها أفراد الجمهور من مستخدمي هذه المواقع لغيرهم من المستخدمين؛ ذلك أن النوع



الأول من الترشيحات والذي يتم بشكل أوتوماتيكي يعتقد الجمهور أنه أكثر حيادية مقارنة بغيره من الترشيحات؛ لأنه يفنر إلى التحيزات الشخصية الخاصة بالأشخاص.

وقد استخدمت الدراسة الأسلوب التجريبي، على عينة قوامها ١٨١ مفردة، من طلبة الإعلام في إحدى الجامعات الأمريكية، وتم تطبيق التجربة باستخدام موقع Twitter؛ لما ينفرد به من سرعة تواتر نشر المعلومات والأخبار عليه، وتصفح أخبار بعينها تم بثها عليه، وفق عدة مهام معرفية طُلب من أفراد العينة القيام بها.

وأظهرت نتائج الدراسة أن التواتر في تحديث المحتوى المنشور على موقع Twitter لم يرتبط بشكل مباشر بتقييم المستخدمين لمصداقيته، وإنما ظهرت علاقته بالارتباط المعرفي بين الفرد والأخبار التي يتعرض لها، والذي يؤثر بدوره في تقييم الفرد لمصداقية المحتوى؛ أي أن العلاقة بين حداثة المحتوى وتقدير الأفراد لمصداقيته علاقة غير مباشرة، يتدخل فيها عامل الارتباط المعرفي بين الفرد والمحتوى، والذي يعد مؤشراً على تقييمه لمصداقية المحتوى وفق ما أظهرته نتائج الدراسة؛ لذا انتهت الدراسة إلى أن التحديثات المتواترة للمعلومات والأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي تزيد من الارتباط المعرفي بين الفرد والمحتوى؛ مما يؤثر في تقييمه له بالمصداقية.

وتناولت دراسة (Bonachristus Umeogu, 2012)<sup>(٧)</sup>، العوامل ذات الصلة بمصداقية المصدر لدى الجمهور في مجالات السياسة والدين والدعاية، وأشارت الدراسة إلى أن المصداقية مزيج بين الثقة والخبرة والجاذبية أو القبول؛ لذا فإن الخبرة الدينية التي يتمتع بها قادة الرأي الدينيون، أو يبدو أنهم يتمتعون بها، تؤثر في إدراك الجمهور لمصداقيتهم.

وأظهرت الدراسة أن قادة الرأي في المجال الديني تحديداً، يتمتعون بمكانة في المجتمع، يكتسبون منها من التقدير الذي يوليه الجمهور لأصحاب الخبرة الدينية والمتخصصين في الأمور الدينية، من الهالة التي تحيط بهم أحياناً، بصرف النظر عن مستوى خبراتهم الحقيقية في الأمور الدينية ومدى عمق دراساتهم فيها، وأن الحجج التي يسوقها رجل الدين لإقناع الجمهور تكون أكثر نجاحاً في تحقيق الهدف المطلوب إذا كانت مرتبطة بالنصوص الدينية المقدسة، أكثر من كونها مرتبطة بوجهات نظره هو.

وأشارت أيضاً إلى أن مكانة رجال الدين في المجتمع تختلف من مجتمع لآخر، فبعض المجتمعات - التي يتمتع فيها الدين بأهمية خاصة - يكتسب فيها قادة الرأي الدينيون درجة عالية من التأثير والنفوذ على النحو الذي يجعلهم مؤثرين في الجمهور حتى عندما يتحدثون في مجالات أخرى غير الدين، مثل السياسة وغيرها من قضايا الشأن العام المختلفة غير الدينية.

وأشارت دراسة (Kamarulnizam Abdullah & Others, 2012)<sup>(٨)</sup>، إلى أن العلاقة بين المؤسسات الدينية في المجتمع والجمهور العام في سياق الاتصال الرقمي التفاعلي تأثرت بالإمكانات



التي تتفرد بها وسائل التواصل الاجتماعي، خاصة التفاعل الرقمي، وإمكانية وجود استجابة فورية من المؤسسة الدينية للجمهور، وحوار لحظي Real-time chat بينهما، وأشارت أيضًا إلى بروز مفهوم "الاندماج أثناء الاتصال الرقمي" Digital-communication Involvement كمتغير مهم له دور حيوي في دراسة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الشأن الديني، كما توصلت أيضًا إلى أنه يرتبط جزئيًا بتفاعلية الفرد أثناء عملية الاتصال مع المؤسسات التي يستخدم مواقعها أو حساباتها على مواقع التواصل الاجتماعي.

واعتمدت الدراسة على التحليل الكيفي للمحتوى المنشور على الحسابات الشخصية لعدد من الأعضاء المشتركين في إحدى المجموعات ذات الطبيعة الدينية على موقع يتبع إحدى مؤسسات الدين المسيحي؛ لتحليل الكيفية التي يستخدم بها الأفراد مواقع التواصل الاجتماعي للتعبير عن قيمهم ومعتقداتهم الدينية.

تناولت دراسة (Kevin R. Canini (2011)<sup>(9)</sup> مشكلة كيفية تحديد مصادر موثوقة للحصول على المعلومات من مواقع التواصل الاجتماعي، واختبرت الدراسة العوامل المؤثرة في تقييم الأفراد لمصداقية المعلومات المنشورة عليها، والتي تجعلهم يختارون مصادر بعينها لمتابعتها والاشتراك في تلقي التحديثات التي يقدمها أفرادها على مواقع التواصل الاجتماعي والشبكات الاجتماعية.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن موضوع المحتوى نفسه، وتحليل هيكل البنية الاجتماعية للشبكة من حيث الارتباطات بين الحسابات المختلفة، من العوامل المؤثرة في تقييم مصداقية المعلومات.

واعتمدت الدراسة على تحليل الروابط كمؤشر على حركة تداول المعلومة داخل الشبكة، وما يعكسه ذلك عن بنية أو هيكل الشبكة الاجتماعية التي يتم تداول المعلومات بين أعضائها، إضافة إلى مؤشر آخر وهو النص الأصلي للمحتوى المنشور، واستخدمت الدراسة موقع Twitter كنموذج لمواقع التدوينات المصغرة؛ لملاحظة كيف يختار مستخدموه حسابات الأشخاص التي يتابعون تغريداتهم.

وأظهرت النتائج أن تقييم الأفراد لمصداقية الحساب الذي يتابعونه على الموقع يرتبط ليس فقط بالتغريدات المنشورة عليه، ولكن أيضًا بالتوجه العام لصاحب الحساب كما يوضحه الملف التعريفي الخاص به.

من جانب آخر اهتمت الدراسات العربية بدراسة استخدامات الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات، وتأثيرات ذلك في اكتسابهم للمعرفة وتشكيل وعيهم، وفي استخداماتهم لوسائل الإعلام التقليدية؛ فاخترت دراسة محمد بن علي السويد (٢٠١٥)<sup>(١٠)</sup> استخدامات الشباب السعودي لموقع (تويتر)، وتأثيرها في استخداماتهم لوسائل الإعلام التقليدية، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٧٣٧ مفردة من طلبة الجامعات الحكومية والخاصة في مدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية.



وانتهت الدراسة لعدة نتائج من أهمها، أن استخدام موقع تويتر ينتشر بين الشباب الجامعي في السعودية، كسمة غالبية، وتركزت كثافة استخدام العينة للموقع في المتابعة والقراءة فقط، وإعادة الإرسال، والتغريد، يليها بدرجة أقل الرد والتعليق والمشاركة في الوبسوم.

وبرز اهتمام الدراسات العربية بدراسة تأثيرات استخدام الشباب لوسائل الإعلام الحديثة في تشكيل الوعي السياسي للشباب العربي، واتجاهاتهم نحو القضايا السياسية المختلفة؛ فاختبرت دراسة رافت مهند (٢٠١٣)<sup>(١١)</sup> دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، بالتطبيق على عينة من طلبة الجامعات العراقية إبان حالة الحراك الشعبي في كل من الموصل والأنبار وتكريت.

واعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان في جمع البيانات من عينة قوامها ٤٣٠ مفردة، وانتهت إلى عدة نتائج منها، أن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في تشكيل الاتجاهات السياسية لطلاب جامعات الموصل والأنبار وتكريت، وأنها تسهم في طرح قضايا معاصرة تهم الشباب الجامعي، والتأثير في السلوكيات السياسية والفكر السياسي لدى الشباب الجامعي وانعكاسه على الشارع السياسي العراقي.

واختبرت دراسة تركي بن عبد العزيز السديري (٢٠١٤)<sup>(١٢)</sup>، توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات، بالتطبيق على العاملين في إدارات العلاقات العامة بقطاعات وزارة الداخلية، وعددهم ١٢٩ مفردة، تم تطبيق أداة الاستبيان عليهم لجمع البيانات المطلوبة.

وأشارت الدراسة إلى أن من أهم المعوقات التي تحد من توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات، لهفة مستخدم هذه الشبكات على معرفة أي خبر مثير، وسهولة تأثير بعض مستخدميها بما يُنشر من شائعات، وضعف اللوائح والأنظمة العقابية المطبقة ضد مروجي الشائعات.

وسعت دراسة محمد رضا (٢٠١٣)<sup>(١٣)</sup>، إلى التعرف على مصادر المعلومات السياسية لدى الشباب المصري، واختبرت دور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في تثقيفهم سياسياً، واستخدمت الدراسة أسلوب المسح الميداني؛ حيث تم تطبيق أداة الاستبيان على عينة عشوائية، قوامها ٤٥١ مفردة من الشباب المصري، وانتهت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها، أنه تبين عدم وجود علاقة بين مستوى المعرفة السياسية للعينة ومستوى التعرض للإنترنت، كما أشارت إلى أن نسبة ٥٦% من العينة يستخدمون الصحف والإنترنت بهدف الحصول على المعلومات عن القضايا والأحداث الجارية.

### مدى وعي الجمهور بمخاطر الإرهاب، وتوجهاتهم نحو العمليات الإرهابية:

بالرجوع للدراسات السابقة التي تناولت اتجاهات الجمهور نحو العمليات الإرهابية، تبين وجود نقص واضح في الدراسات العربية التي اختبرت الموضوع، وعلى الجانب الآخر يوجد عدد من الدراسات الأجنبية التي عُنيت بالموضوع، ولكن معظمها اعتمد على التطبيق في مجتمعات غير إسلامية، مقابل





قلة منها دمجت في التطبيق مجتمعات إسلامية، وحاول البحث الاستفادة من الرصيد العلمي المتاح في هذا المجال، مع الأخذ في الاعتبار المرجعية الفكرية والسياق الشامل الذي انطلقت منه الدراسات الغربية في تناول الموضوع، والذي تبدو آثاره في قراءة النتائج والتحليلات التي قدمتها حول الموضوع.

فقد تناولت دراسة مها عبد المجيد (٢٠١٥)، الخطاب الإعلامي للجماعات الإرهابية على مواقع التواصل الاجتماعي واستراتيجيات المواجهة وآلياتها، وذلك عبر دراسة تحليلية وميدانية، اعتمدت على تحليل محتوى عينة من الحسابات الإلكترونية التابعة لعدد من التنظيمات والجماعات الإرهابية على موقعي YouTube و Twitter، إضافة إلى إجراء مسح ميداني على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الجمهور العربي بلغ قوامها ١٠٤ مفردة.

وهدفت الدراسة إلى الكشف عن أوجه ومجالات استخدام الجماعات الإرهابية مواقع وتطبيقات الإعلام الاجتماعي باختلاف أنواعها، والاستراتيجيات الفكرية التي تنتهجها، والتعرف على توجهات مستخدمي تطبيقات الإعلام الاجتماعي من العرب نحو الموضوعات المرتبطة بالجماعات الإرهابية، وكيف يقيمون دور الإعلام في مواجهة الإرهاب، وتأثيراته عليهم في هذا الشأن، وطرحت نموذجاً نظرياً يشرح استراتيجية الاتصال التي تطبقها الجماعات الإرهابية في استخدام تطبيقات الإعلام الاجتماعي.

وانتهت الدراسة إلى عدة نتائج من بينها، وجود مؤشر إيجابي تمثل في غلبة نسبة من يعتقدون أن الجماعات الإرهابية ليست بنفس القوة التي يظهرها الإعلام، ووعيمهم بأن الإعلام يسعى من ذلك إلى تحقيق الإثارة والتشويق وجذب الجمهور.

كما أشارت إلى عدة مؤشرات سلبية، من بينها، اطلاع نسبة من العينة على المضامين الخاصة بالجماعات الإرهابية، واستعدادهم لإعادة نشرها دون محاولة التأكد مسبقاً من صحة هذه المعلومات، إضافة إلى وجود نسبة ملحوظة ممن أشاروا إلى أنهم قد يقومون بزيارة الصفحات والمواقع الخاصة بالجماعات الإرهابية لاحقاً، فضلاً عن وجود أشخاص قاموا - عمداً - بزيارتها من قبل، يعنى أنها تنجح في تحريك الفضول لدى هؤلاء الأشخاص للتعرف عليها على نحو أقرب.

كما أظهرت النتائج أيضاً نشاط الكيانات الإرهابية في تجديد وتوسيع نطاق نشر خطابهم عبر الإعلام الاجتماعي، وتمثلت مؤشرات ذلك في: تواتر الأخبار وتحديثات المواد الإعلامية التي ترفعها على حساباتها على مواقع Facebook, Vimeo, YouTube, Twitter، بالإضافة إلى تعدد إضافة المضمون الواحد ولكن بأسماء وعناوين مختلفة - خاصة مضامين الفيديو - بل وتحميل بعضها في صورة حلقات متسلسلة، ويوفر هذا الإجراء فرصة أكبر للوصول للمضمون ذاته بأكثر من مسار، كما أشارت إلى توظيف الجماعات الإرهابية استراتيجية الاتصال من نظير إلى نظير P2P Strategy؛ لتعزيز الأثر الإقناعي لخطابها.



أما دراسة (Kaltenthaler & Others, 2014) <sup>(١٤)</sup>، فقد اهتمت بالتعرف على الرأي العام الباكستاني إزاء العمليات الإرهابية، الموجهة بدوافع دينية تتمثل في الرغبة في حماية الإسلام، والكشف عن المصادر والعوامل المختلفة المؤثرة فيه.

وأظهرت نتائج الدراسة إجمالاً أن الغالبية العظمى من العينة تعارض الأعمال الإرهابية، وترى أنه فعل غير مبرر دينياً، وأنه يمثل مشكلة في مجتمعهم، وإن اختلفت - نسبياً - حدة معارضتها للفعل الإرهابي باختلاف الفئة المستهدفة منه، حيث كانوا أكثر تسامحاً مع الأعمال الإرهابية الموجهة نحو الهنود مقارنة بتلك الموجهة نحو الباكستانيين.

وأظهرت النتائج أيضاً أن أفراد العينة الذين يدعمون حركة طالبان ويؤيدونها، كانوا هم الأكثر دعماً للعمليات الإرهابية، واعتمدت الدراسة على تحليل نتائج ثلاثة استطلاعات للرأي تم تطبيقها على المجتمع الباكستاني، وهي استطلاع للرأي العام طبقه معهد PEW للأبحاث في ٢٠٠٥، واستطلاع للرأي العام لدى المسلمين إزاء السياسة الخارجية الأمريكية وهجمات تنظيم القاعدة عام ٢٠٠٧، واستطلاع قومي للرأي العام الباكستاني نحو العمليات الإرهابية خلال عام ٢٠٠٨.

وأثبتت نتائج الدراسة صدق فرضية وجود علاقة ارتباط عكسية بين مستوى دخل الفرد ودعمه للإرهاب، حيث ارتبط التدني في مستويات الدخل الاقتصادي بدعم المستجيبين للإرهاب، وكذلك صدق فرضية عدم وجود علاقة ارتباط بين مستوى التعليم واتجاه الفرد لدعم الإرهاب، بينما نفت النتائج فرضية وجود علاقة بين تزايد ارتباط الفرد بهويته الإسلامية مقابل تناقص ارتباطه بهويته المحلية "الباكستانية" واتجاهه لدعم الإرهاب، كما نفت فرضية وجود علاقة ارتباط إيجابي بين مدى إدراك الفرد لوجود خطر أو تهديد يواجهه الإسلام ودعمه للإرهاب كوسيلة للدفاع عن الإسلام، ونفت كذلك فرضية وجود علاقة ارتباط طردية بين مدى رغبة الفرد في أن يقوم الإسلام بدور حيوي في العالم واتجاهه لدعم الإرهاب.

كما أثبتت نتائج الدراسة أن متغيري النوع والعمر لهما تأثير دال في اتجاه الفرد نحو دعم العمليات الإرهابية، حيث ارتبطا بتشكيل اتجاه الفرد نحو دعم الإرهاب مدفوعاً بالرغبة في حماية الإسلام.

واختبرت دراسة (Povey & Adrian Cherney (2013) <sup>(١٥)</sup> العوامل التي تؤثر في إمكانية دعم المسلمين للعمليات الانتحارية الإرهابية، واعتمدت على البيانات والنتائج التي انتهى إليها تقرير الدراسة الميدانية التي أجريت من خلال معهد PEW لاستطلاع اتجاهات الرأي العام نحو الإرهاب، خلال الفترة من أبريل إلى مايو عام ٢٠١٠، على عينات من ٢٢ دولة، تضمنت بينها عدداً من الدول ديانتها الرسمية هي الإسلام، من بينها إندونيسيا، وباكستان، ودول أخرى ذات أغلبية مسلمة، وتم إجراء تحليل تدريجي متقدم Advanced aggregation analysis للنتائج التي قدمها المستجيبون من المسلمين في العينة.



وقد انتهت الدراسة إلى عدة عوامل رأى الباحثان أنها يمكن أن تعمل بمثابة مؤشرات أولية محتملة لتأييد العمليات الإرهابية الانتحارية، تتمثل في النوع، ومستوى التعليم، واعتناق معتقدات إسلامية معينة، والانتماء إلى الأقليات الطائفية المسلمة.

وناقشت الدراسة فكرة "الجهاد" التي كثيراً ما يتم تفسيرها على أنها تبرر أعمال العنف ضد المدنيين، واستندت إلى فكرة أن الاعتقادات التي لدى الجماهير نحو الموضوعات والقضايا البارزة في مجتمعاتهم يمكن أن تكون متشابهة "موحدة" خاصة إذا كانوا من المنتمين إلى جماعات لها توجهات دينية، وهذه الفكرة في حد ذاتها لا يمكن التسليم بها، فلا يمكن القول أبداً إن الانتماء لجماعة دينية واحدة يمكن أن ينعكس في أن تكون توجهات أفرادها نحو القضايا المجتمعية البارزة موحدة.

من جانب آخر، لم تطبق أداة القياس التي استند إليها تقرير مركز PEW بكافة بنودها بين المجتمعات المختلفة، مراعاة للاختلاف في التوجهات العامة لكل مجتمع إزاء القضايا القومية السياسية، وهو الأمر الذي يمثل بدوره إشكالية أخرى ترتبط بقياس توجهات الأفراد نحو قضية جدلية ولها طبيعة خاصة، وتختلف النظرة إليها باختلاف العديد من العوامل التي تشكل سياق الحياة في كل مجتمع وظروفه.

وحاولت دراسة Povey & Adrian Cherney التعامل مع تلك الإشكالية بأن ركزت في التحليل على النتائج الكلية للتطبيق، في محاولة للبحث عن القواسم المشتركة في إجابات العينة والتي يمكن أن تقدم على ذلك النحو مؤشرات محتملة متسقة بين جمهور المستجيبين من المسلمين في الدول المختلفة التي تم التطبيق فيها.

وقد انتهت دراسة Povey & Adrian Cherney إلى أن العوامل التي يمكن أن تدفع الفرد لدعم العمليات الإرهابية وتأييدها عوامل عدة، لا ترجع بالضرورة إلى عوامل دينية أو إسلامية، وإنما ترتبط بمؤشرات اجتماعية واقتصادية، إضافة إلى مؤشرات أخرى ترتبط بتوجهات العينة نحو قضايا سياسية، واجتماعية ودينية، وأثبتت أن النوع والمستوى التعليمي كانا أهم المتغيرات ذات الصلة بالخصائص السكانية الديموغرافية ارتباطاً باحتمالية تأييد العمليات الإرهابية الانتحارية، إضافة إلى أربعة مؤشرات أخرى تم استخلاصها من النتائج وجاءت ذات دلالة إحصائية، وهي: النظر إلى التطرف الديني بوصفه مشكلة، وعدم أحقية المرأة في اختيار ارتداء الحجاب أو العمل خارج المنزل، والموقف إزاء الشعائر الدينية، والسياسة الخارجية لأوباما، واستخدمت الدراسة القياس إزاء تلك القضايا كمؤشرات يمكن أن تعد أحد المخارج الممكنة لاستنتاج توجهات العينة وآرائها، غير أن تلك النتائج يجب الوقوف عندها بحذر؛ لأن تحليلها شابه بعض الاستنتاجات غير المبررة علمياً، من بينها استنتاج أن الانتماء لأقلية طائفية بعينها يعد من العوامل المرجحة لتأييد العمليات الإرهابية الانتحارية.



واعتمد استطلاع رأي (Gary LaFree & Others, 2013)<sup>(١٦)</sup>، حول توجهات الرأي العام الأمريكي نحو الإرهاب، على إجراء مسح ميداني مرحلي على عينة من المجتمع الأمريكي، عبر مرحلتين، قوامها ١.٥٧٦ مفردة تبدأ أعمارها من ١٨ عامًا فيما فوق، وركز المسح الميداني في المرحلة الأولى على رصد مدى بروز موضوع الإرهاب في اهتمامات العينة، ومدى انشغالها به، ومدى متابعتها لأخبار العمليات الإرهابية، واتخاذها سلوكيات جديدة أو مختلفة للتعامل مع هذا الشأن، أما المرحلة الثانية من الاستطلاع فقد ركزت على استطلاع ردود أفعال الجمهور المحتملة إزاء الحوادث الإرهابية.

واهتم المسح الميداني إجمالاً بتقييم مدى وعي الجمهور الأمريكي بمخاطر الحوادث الإرهابية، وتقييم الجمهور لجهود الحكومة في التعامل مع الحوادث الإرهابية، وأظهرت نتائج الاستطلاع بروز موضوع الإرهاب بين اهتمامات العينة، كما أن الغالبية العظمى من العينة رأيت أن جهود الحكومة في مواجهة الإرهاب (٣٣%) من العينة، وأنها فعالة إلى حد ما (٥٤%)، بينما رأيت نسبة أقل من ١٣% أن جهود الحكومة لم تكن فعالة في مواجهة العمليات الإرهابية داخل الولايات المتحدة.

واختبرت دراسة (Kamarulnizam Abdullah & Others, 2012)<sup>(١٧)</sup>، توجهات الجمهور في دولة ذات أغلبية مسلمة نحو العنف السياسي والحوادث الإرهابية التي تحدث في بلدان العالم المختلفة، والعوامل المؤثرة في هذه التوجهات، واعتمدت الدراسة على التطبيق الميداني في ماليزيا كدراسة حالة؛ لما تحويه من تعددية دينية وعرقية.

وانتهت نتائج الدراسة إلى أن الغالبية العظمى من العينة لا يدعمون الإرهاب - عمومًا - ولا يتعاطفون معه، ومع ذلك توجد نسبة كبيرة منهم يعتقدون أن العنف يمكن أن يكون أحد الوسائل لحل الصراعات والمشاكل.

وأظهرت الدراسة كذلك تأثير النوع على الميل للعدائية، فكان الذكور أكثر عدائية من الإناث، بينما لم يظهر تأثير لمستوى التعليم في ذلك، وأظهرت النتائج أيضًا أن اهتمام الفرد بالشأن السياسي له تأثير في توجهه نحو أعمال العنف والإرهاب، فمن لديهم ميل للسياسة والاهتمام بها أظهروا أكثر عدائية مقارنة بغيرهم في عينة الدراسة، وفسرت الدراسة ذلك بأن الإرهاب والعنف هو في معظمه فعل موجه بدافعية سياسية في كثير من الأحوال، كما أظهرت الدراسة انخفاض مستوى ثقة العينة في تغطية وسائل الإعلام المحلية والأجنبية ملف الإرهاب.

#### التعقيب على الدراسات السابقة:

باستعراض الدراسات العربية والأجنبية استفاد البحث من الملاحظات الآتية:

- تهتم الدراسات الإعلامية بالعلاقة بين الإعلام والإرهاب بأبعادها المختلفة، غير أن التركيز الأكبر ينصب على دراسة فكر الجماعات الإرهابية، واستراتيجيات الاتصال والوسائل التي تستخدمها، بينما



لا يوجد تناول واضح وكافٍ لدراسة العلاقة بين مصادر تشكيل الوعي الديني والمعرفة لدى الشباب العربي، في ضوء علاقة ذلك بمواقفهم واتجاهاتهم من الإرهاب.

- أثبتت الدراسة السابقة تنامي قوة تأثير وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الوعي لدى مستخدميها، وفي إمدادهم بالمعلومات التي تؤثر في اتخاذهم للقرارات المختلفة، وفي تشكيل توجهاتهم إزاء قضايا مجتمعاتهم، بما فيها قضية الإرهاب، خاصة مع تزايد استخداماتهم لها وثقتهم فيها مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.

- اعتمدت الدراسات السابقة على المسح الميداني الكمي، باستخدام أداة الاستبيان، في دراسة مصادر معلومات الجمهور بصفة عامة، ويمثل البعد المرتبط بمصدقية وسائل الإعلام ومصادر المعلومات المختلفة، والثقة فيها، محوراً مهماً في دراسة استخدامات الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي، ووسائل الإعلام الجديد عامة.

- تختلف العوامل التي اختبرت الدراسات السابقة علاقتها بتشكيل اتجاهات الجمهور والرأي العام إزاء قضية ما، وتبرز القدرات والإمكانيات الخاصة بوسائل التواصل الحديثة كعامل يسهم في زيادة قوة تأثيرها في الرأي العام وتوجيهه.

- نظرية "الاعتماد على وسائل الإعلام"، ونظرية "الثراء أو الكفاءة الإعلامية"، ونظرية الإقناع، ومدخل الاستخدامات والاشباعات، من أهم الأطر النظرية المفسرة التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة في فهم وتفسير استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام المختلفة، وما يترتب عليها من تأثيرات، وسعت الدراسات التي تناولت استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام الجديد إلى تطوير الأطر النظرية واقتراح نماذج نظرية تتناسب البيئة الإعلامية التفاعلية الجديدة.

وفي ضوء ما سبق، استفاد البحث من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة البحث، وأهدافه وتساؤلاته وذلك على النحو الآتي:

#### مشكلة البحث:

بينما يُفترض في تنوع مصادر المعلومات ووفرته وإتاحته، أن يعزز تشكيل الوعي لدى مستخدميها، فإن هذه الخصائص نفسها أصبحت ضمن العوامل التي تسهم في إشاعة فوضى المعلومات وبلبلة الشباب إزاء ما يتلقونه من معلومات وآراء وفتاوى دينية من مصادر عدة، مجهولة أحياناً؛ مما يجعلنا أمام إمكانيات مفرطة في استخدام تكنولوجيا المعلومات، وفي الوقت ذاته أمام إشكالية غياب المصدقية وسلامة نشر المعلومات والآراء عبر هذه التكنولوجيا.

من جانب آخر، أثبتت الدراسات السابقة تزايد استخدام الشباب لمصادر المعلومات الحديثة ببدائلها المختلفة، كنمط واضح في علاقتهم بالمعلومات، وأظهرت التأثير المتغلغل لهذه المصادر في تشكيل



وعيمهم وتوجهاتهم إزاء القضايا والموضوعات المختلفة، إلا أن الرؤية بشأن تأثير الإعلام التفاعلي الجديد - بسماته المميزة - في تشكيل الوعي الديني والثقافة الدينية لدى الشباب العربي، وفي توجهات الشباب نحو قضية الإرهاب، ما تزال غير واضحة.

ورغم اتساع قاعدة الشباب العربي الذي يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات التي تؤثر في قراراته اليومية، وتناقص اعتماده على وسائل الإعلام ومصادر المعلومات التقليدية، ونشاط الجماعات الإرهابية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وكافة وسائل الإعلام الجديد في تجنيد وتعبئة الشباب وفي الترويج لنفسها، فإن الدراسات العربية لا تقدم لنا تصورًا واضحًا بشأن معايير التفضيل وعوامل تقييم المصادقية التي يلجأ إليها الشباب العربي في التعامل مع المعلومات الدينية تحديدًا، رغم أهمية الأبعاد والدلالات المرتبطة بذلك، والتي تفيد في فهم وتفسير كيف يمكن أن تكون بعض فئات الشباب عرضة للتضليل والاستدراج للانزلاق في الفكر الديني المتطرف.

لذا يتناول موضوع هذا البحث المصادر التي يعتمد عليها الشباب العربي في الحصول على المعلومات الدينية، والمعايير التي يلجأ إليها في تقييم مصداقية هذه المصادر، ودلالات ذلك في تشكيل اتجاهاته نحو العمليات الإرهابية، ومواقفه منها.

#### أهداف البحث:

يسعى البحث إلى تحقيق هدفين رئيسيين:

- التعرف على مصادر المعلومات الدينية التي يعتمد عليها الشباب العربي، ودراسة وتحليل دلالات الاعتماد على هذه المصادر في تشكيل وعيه وثقافته الدينية، ويشمل ذلك الهدف عدة أهداف فرعية هي: التعرف على نوعية المصادر التي يستخدمونها، ومعايير التقييم التي يعتمدون عليها لتقييم مصداقية المعلومات، وعوامل الثقة والتفضيل، ومدى الرضا عن هذه المصادر، وتقييم كفاءتها وجودتها.

- الكشف عن توجهات الشباب العربي نحو العمليات والأعمال الإرهابية التي تحدث في بلدان العالم المختلفة، وتحليل دلالات ذلك فيما يتعلق بالتعصب والتحيز، أو في المقابل رفض الفعل الإرهابي في المطلق؛ مما يفيد في الانتباه إلى مزالق الخطر التي تتفد منها الجماعات الإرهابية عبر خطابها الفكري لتستقطب الشباب مستغلة الثغرات وأوجه الخلل في وعيمهم الديني والمجتمعي.

#### تساؤلات البحث:

يطرح البحث تساؤلين رئيسيين هما: ما المصادر التي يعتمد عليها الشباب العربي في الحصول على معلوماته الدينية؟ وما توجهاته ومواقفه نحو العمليات الإرهابية المختلفة، ودلالات ذلك في ضوء مصادر المعلومات الدينية التي يستخدمها؟ وتدرج تحتها عدة تساؤلات فرعية هي:



- ما مصادر المعلومات الدينية التي يستخدمها الشباب العربي؟
- ما المعايير التي يستند إليها الشباب العربي في تقييم مصداقية المحتوى الديني؟
- ما مدى اعتماد الشباب العربي على مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الجديد في الحصول على معلوماته الدينية؟
- ما مدى رضا الشباب العربي عن مصادر معلوماته الدينية وتقييمه لكفاءتها وكفايتها بالنسبة له؟
- ما أوجه الخلل والقصور التي يراها الشباب العربي في مصادر المعلومات الدينية الرسمية وغير الرسمية؟
- هل تختلف توجهات الشباب العربي نحو العمليات الإرهابية باختلاف أماكنها وضحاياها في البلدان الإسلامية مقابل الأجنبية؟
- ما مدى تعاطف أو رفض الشباب العربي للأعمال الإرهابية؟
- ما المؤشرات المختلفة والدلالات التي يثيرها واقع استخدام الشباب لمصادر المعلومات الدينية، واتجاهاتهم نحو العمليات الإرهابية؟

#### منهجية البحث وإجراءاته:

#### نوع البحث:

ينتمي البحث إلى فئة الدراسات الوصفية والتحليلية؛ حيث يتجاوز حد التعريف بمصادر المعلومات الدينية التي يستخدمها الشباب العربي، والأبعاد المختلفة لهذا الاستخدام، إلى تحليل دلالاته فيما يتعلق بقضية الإرهاب، وينتج البحث لتحليل ومناقشة العوامل التي يمكن أن تؤدي لانحراف فئات من الشباب إلى الفكر الديني المتعصب، من خلال التركيز على وجهة نظر الأفراد أنفسهم في المحتوى المتداول وتقييمهم له، وذلك اتساقاً مع طبيعة وسائل الإعلام الجديد بوصفها تتركز حول الفرد الذي يستخدمها.

User-oriented media

#### المنهج المستخدم وأسلوب جمع البيانات:

اعتمد البحث على المنهج الوصفي، واستخدم أسلوب المسح الميداني الكمي، بالتطبيق على عينة من الشباب العربي من مستخدمي شبكة الإنترنت؛ حتى يمكن الحصول على بيانات محددة توفر أوصافاً كمية دقيقة للظاهرة محل الدراسة.



## أداة جمع البيانات وإجراءات تطبيقها:

اعتمد البحث على أداة الاستبيان الإلكتروني التي تضمنت عدة فئات رئيسة منها، مدى اهتمام عينة الشباب العربي بالحصول على المعلومات الدينية، ومصادر معلوماتهم الدينية، وأنماط استخدامهم لها، ومعايير تقييم المعلومات الدينية التي يحصلون عليها، ومدى رضاهم عن مصادر معلوماتهم الدينية، والإشكاليات التي تواجهها العينة فيما يتعلق بالمعلومات الدينية، وتوجهات العينة نحو العمليات الإرهابية في البلدان الإسلامية والأجنبية، ورؤى العينة حول دلالات تلك العمليات الإرهابية، وسمات العينة.

وقد بدأ تطبيق الاستبيان الإلكتروني في أول يولييه ٢٠١٦، من خلال نشره على شبكة الإنترنت عبر الحساب الشخصي للباحثة، مع توجيه الدعوة لمن تنطبق عليهم الخصائص المطلوبة في العينة - من حيث الفئة العمرية والجنسية العربية - للإجابة على الاستبيان، كما تم توجيه الدعوة لعدد من المتطوعين من مختلف الجنسيات العربية - من الشباب الذين يتسمون بارتفاع مستوى نشاطهم الاتصالي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويظهر ذلك في ارتفاع عدد أصدقائهم، وكثافة تفاعلهم على هذه المواقع - للتعاون في تطبيق الاستبيان، فقاموا بدورهم بإعادة نشر الاستبيان على حساباتهم الإلكترونية، وحث متابعيهم من الشباب العربي الذين تنطبق عليهم الخصائص المطلوبة في العينة على الإجابة عليه.

كما تم توجيه الاستبيان عبر تطبيقات الهاتف الاتصالية لعينة ممن تنطبق عليهم المواصفات المطلوبة، وحثهم على إعادة توجيهه لغيرهم ممن تتحقق فيهم مواصفات العينة، وأخيراً، تم نشر الاستبيان عبر تقنية التعليم الإلكتروني الخاص بطلبة كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية بجامعة عجمان، واستمر التطبيق حتى الأول من أغسطس ٢٠١٦، تم بعدها إغلاق نظام تلقي الإجابات على أداة الاستبيان.

## العينة وسماتها:

نظراً لاستحالة وجود إطار عام لمجتمع البحث من مستخدمي شبكة الإنترنت، ومواقع التواصل الاجتماعي، وتطبيقات الهاتف الاتصالية المرتبطة بالإنترنت؛ بسبب ما يتسم به من ديناميكية شديدة وتغير مستمر بالزيادة والنقصان، وضخامة أعداد المستخدمين وتشتتهم وصعوبة حصرهم، اعتمد تطبيق البحث على جمع البيانات من العينة العمدية المتاحة التي تنطبق عليها سمات مجتمع البحث من الشباب العربي المسلم من الجنسين، ممن يستخدمون الإنترنت، وتتراوح أعمارهم بين ١٨ و ٤٠ عاماً، وتختلف مستوياتهم التعليمية والاقتصادية والاجتماعية، وبلغ حجم العينة ١٥٥ مفردة، وأجابوا جميعهم عن كافة أسئلة الاستبيان، ولم يتم استبعاد أي حالة.

وقد تم سحب العينة وفق أسلوب كرة الثلج، بتوجيه أداة الاستبيان لمن تنطبق عليهم المواصفات المطلوبة، ثم متابعة استمرار التطبيق بين عدد أكبر من المستجيبين من مجتمع البحث، ووفق هذا





الأسلوب يعتمد الباحث في سحب العينة على اتباع الترشيحات التي يحصل عليها من عدد من الأشخاص الذين يختارهم عمدياً ابتداءً؛ لأنه تتوفر فيهم خصائص مجتمع البحث، ثم يقومون هم بعد ذلك بترشيح عدد آخر من الأشخاص وفقاً للخصائص المطلوب توافرها وهكذا، الخ، وتستمر العينة في التزايد وفقاً لهذه الترشيحات التي تتم في ضوء ما يحدده الباحث مسبقاً من خصائص مطلوب توافرها في العينة، ولكن مع توخي الحذر والتدقيق في طبيعة الاختيارات والترشيحات التي يقوم بها الأفراد؛ للتأكد من مدى انطباق خصائص المجتمع وتوافرها فيهم، وفيما يأتي بيان تفصيلي بسمات العينة:

- تكونت العينة من ٦٧.١% من الإناث (١٠٤ مفردات)، و ٣٢.٩% من الذكور (٥١ مفردة)، تتوزع أعمارهم بنسب متقاربة على الفئات العمرية الثلاث؛ حيث تساوت نسبة من يقعون في الفئة العمرية من ١٨ إلى ٢٣ عاماً، مع نظرائهم في الفئة العمرية من ٣١ إلى ٤٠ عاماً، وبلغت ٣٢.٢% (٥٠ مفردة)، وبلغت نسبة من يقعون في الفئة العمرية من ٣١ إلى ٤٠ عاماً ٣٥.٥% (٥٥ مفردة).
- نسبة ٧٤.٨% من العينة (١١٦ مفردة) يحملون المؤهل الجامعي، و ٢٠% (٣١ مفردة) حاصلون على درجات علمية، و ٥.٢% (٨ مفردات) يحملون مؤهلاً متوسطاً، وتنوعت جنسيات مفردات العينة فاشتملت على مستجيبين من البلدان العربية: مصر، والسعودية، والإمارات، والعراق، واليمن، وتونس، وفلسطين، وسوريا، ولبنان، وسلطنة عمان، والأردن، والكويت، والسودان، والمغرب، وليبيا.

### الإطار النظري للبحث:

أشارت دراسة (Afsaneh Hosseinzadeh, 2011)، التي تناولت العلاقة بين الإعلام والثقافة الدينية لدى الفرد، إلى أن المعلومات الدينية تنتقل للجمهور عبر وسائل الإعلام، وتأخذ طريقها بعد ذلك لتنتشر وتتغلغل في حياة المجتمع وثقافته وعاداته، إلا أن هذه الوسائل لديها متطلبات ربحية، وليست حيادية، وبالتالي فكل الرسائل التي تنقلها - بما فيها المحتوى الديني - يرتبط بتوجهاتها وأهدافها؛ وبناءً عليه، فإن وعي / أو عدم وعي الفرد بالمسائل والأمور الدينية، وبطبيعة الإعلام وتوجهاته ودوافعه، يؤثر في سلامة إدراكه للمحتوى الديني الذي يتلقاه من وسائل الإعلام (Zadeh, 2011)<sup>(١٨)</sup>.

ولفهم الكيفية التي تتأثر بها عملية نقل المعلومات الدينية للأفراد عبر وسائل الإعلام، وكيف تؤثر فيهم، يجب التمييز بين الإعلام كوسيلة، ولغة، ومنظومة متكاملة (Hjarvard, 2006):

١- الإعلام كوسيلة، يقدم الرموز والنصوص الدينية، ويركز على بعض الموضوعات والقضايا الدينية ويتجاهل أخرى وفق الأجندة الإعلامية، فتختلف مصادر المعلومات الدينية التي يعتمد عليها الإعلام، فقد تعتمد كلية على المؤسسات الدينية الرسمية أو غير ذلك.

٢- الإعلام كلغة، يؤثر في كيفية تقديم المعلومات والأفكار الدينية، وأسلوب صياغتها في الرسائل الإعلامية، ومدى ارتباط ذلك بسمات الجمهور.



٣- الإعلام كمنظومة متكاملة، يقدم المحتوى الديني، وله دور في تيسير الوصول للمعلومات الدينية للجمهور، وفي إتاحتها، ومدى إمكانية طرحها للنقاش عبر أنماط اتصال تفاعلية، ومرنة أو لا.

وقد أجملت دراسة (Zoonen, 2012) المداخل النظرية التي تبنتها الدراسات السابقة في تناول الظواهر الدينية في علاقتها بالإعلام، في: مدخل التشابه Similarity بين الإعلام والدين، ويتناول العلاقة بين الإعلام والدين من خلال وجه التشابه بينهما، باعتبار كل منهما يعتمد على عملية اتصال؛ لذا فهذا المدخل يركز على الجانب الاتصالي في الدين، واعتماده على الرسائل التي تتضمن الرموز والدلالات، إضافة لوجود أطراف فاعلة فيه، وهي المؤسسات الدينية باختلافها.

ومدخل التمايز والاختلاف Distinction، ويركز على تأثير الإعلام القوي والمتغلغل في تفاصيل الحياة اليومية للأفراد في المجتمعات الحديثة؛ مما يجعل تأثيره واضحاً وملموساً في مجال الوعي والثقافة الدينية.

ثم مدخل التقارب والتداخل Mediatization / Convergence: وينظر للعلاقة بين الإعلام والدين بوصف الإعلام هو المصدر الذي ينقل الخبرة الدينية إلى المتلقي، وهم بدورهم لا يحصلون على المعلومات الدينية من مصادرها الأولية بل من وسائل الإعلام؛ وبالتالي يمكن للإعلام القيام بتسويق وترويج أفكار ورموز دينية بعينها.

وأخيراً مدخل الارتباط النسبي: ويرى أن الدين والإعلام يرتبطان بطريقة متغيرة وغير مستقرة، ولا يمكن حتى توقعها والتنبؤ بمسارها؛ لأن هذا الارتباط يعتمد على الكيفية التي يستخدم بها الجمهور الإعلام، وفقاً لما لديهم من أسباب وأهداف، والتفسيرات التي يدركونها للرسائل الإعلامية وللعلومات الدينية، والعوامل المختلفة ذات الصلة بذلك، مثل التوقيت، وطبيعة المحتوى المطروح، والوسيلة الإعلامية نفسها.

ويفيد المدخلان (الثالث والرابع) في تحديد زاوية تناول الظاهرة موضوع البحث، وهي تقع في نطاق ثلاثة محاور أساسية تتفاعل في إنتاجها وتتطلب بالضرورة أخذها في الاعتبار عند تفسير النتائج، ويتمثل المحور الأول في مدى استخدام الشباب العربي لوسائل الإعلام (التقليدية والحديثة) للحصول على المعلومات الدينية، واعتمادهم عليها كمصادر تشكل معارفهم وثقافتهم الدينية، وتأثير ذلك في اتخاذ القرارات وتوجيه سلوكياتهم، وفي تشكيل اتجاهاتهم نحو العمليات الإرهابية، ويتمثل الثاني في عوامل تقييم مصداقية المحتوى الديني ومدى الثقة فيه، وتقييم مدى كفاءته وتلبيته لاحتياجاتهم، أما المحور الثالث فيتعلق بالخصوصية التي تميز وسائل التواصل الاجتماعي عن وسائل الاتصال الأخرى، ودلالات ذلك في تشكيل التأثير في مستخدميها، وفي المجتمع.



وفيما يأتي استعراض لتلك المحاور في ضوء النماذج النظرية التي تفسر كلاً منها، بما يشكل في مجمله القاعدة النظرية التي يستند إليها هذا البحث في تفسير نتائجه.

### الاعتماد على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات الدينية وتأثيرات ذلك:

تقوم وسائل الإعلام بإمداد الجمهور بالمعلومات التي يحتاج إليها في فهم الذات، والآخرين في المجتمع، وفي توجيه سلوكه والتصرف في المواقف المختلفة، وفي الترفيه وتقليل التوتر، وكلما زاد إدراك الفرد لقدرة وسيلة إعلامية ما على تلبية احتياجاته تلك، زاد اعتماده عليها؛ وبالتالي زادت قوة تأثيرها في تفكيره وقناعاته، وتوجهاته، وسلوكه، ليس فقط على المستوى الفردي، وإنما أيضاً على مستوى علاقته بالمجتمع الذي يعيش فيه، وتلك هي الفكرة الجوهرية في نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency Model، والذي شكل أساساً نظرياً اعتمدت عليه العديد من الدراسات السابقة في تفسير علاقة الأفراد بمصادر المعلومات، وتأثيراتها فيهم (Chen, 2013 & Yoonwhan, 2009).

وهو ما يعني أن مصادر المعلومات الدينية التي يستخدمها الشباب العربي، ويعتمدون عليها، تقوم بدور محوري ورئيس في فهمهم لأنفسهم ولمجتمعاتهم والثقافات المحيطة بهم، وفي توجيه سلوكياتهم، وتشكيل قناعاتهم وتوجهاتهم إزاء القضايا المختلفة، خاصة قضية الإرهاب؛ لما لها من صلة مباشرة بحياتهم، خاصة في ضوء الآونة الأخيرة التي تشهد حالة عدم استقرار في كثير من البلدان العربية والإسلامية.

كما أن انتماء الفرد لمجموعات افتراضية ذات طبيعة دينية، واستقائه للمعلومات الدينية من خلالها ومن خلال التفاعل مع أفرادها، يمكن أن يؤثر على علاقته بالكيانات الدينية في جماعته المحلية (مثل المسجد)، سواء كان هذا التأثير إيجابياً أو سلبياً (Afsaneh Hosseinzadeh, 2011).

### الثقة في مصادر المعلومات، وعوامل تقييم مصداقيتها:

ربطت الدراسات السابقة بين الاعتماد على وسائل الإعلام، والثقة فيها والشعور بمصداقيتها، وعدت كثافة استخدام وسيلة إعلامية ما، والنظر إليها بوصفها تتفرد بقدرتها على تلبية احتياجات الفرد من المحتوى دون غيرها من وسائل الإعلام الأخرى، أهم مؤشرات الاعتماد على تلك الوسيلة.

من جانب آخر، ميزت بين مصداقية الوسيلة الإعلامية، ومصداقية المصدر، ومصداقية المحتوى الذي ينقله عبر الوسيلة، وأشارت إلى أن عملية تقييم المصداقية يمكن أن تعتمد على إحدى طريقتين؛ (١) إما التركيز على العوامل ذات الصلة بالمحتوى نفسه، مثل معايير جودته: الدقة، والموضوعية، والحدثة، فضلاً عن مدى قوة الحجج الإقناعية التي يقدمها، أما الطريقة الثانية في تقييم المصداقية، فتتمثل في التركيز على سمات تتعلق بالوسيلة الإعلامية التي تنتقل المحتوى، لا على سمات المحتوى



نفسه، مثال ذلك: مدى تفاعلية الوسيلة، مدى ما تتسم به من شفافية وعلانية من حيث القدرة على نشر المحتوى بحرية وتداوله دون قيود رقابية عليه بالحذف أو ما شابه.

ولفتت الدراسات السابقة الانتباه إلى أن تقييم مصداقية المحتوى وفق الطريقة الأولى يتطلب بذل جهد معرفي أعلى من تقييمه وفق الطريقة الثانية، وحيث يختلف الأفراد في قدراتهم ومهاراتهم المعرفية والعقلية، فهم يختلفون أيضاً في معايير التقييم التي يقومون بها؛ فعندما يكون مستوى القدرات المعرفية والعقلية للفرد مرتفعاً، فإنه عادة ينزع إلى اتباع الطريقة الأولى (المركزية) في تقييم المحتوى نفسه، ويتعامل معه بحذر، فيهتم مثلاً بتقييم دقة المعلومات، وحداتها، وجودتها، وعندما يكون مستوى القدرات والمهارات العقلية والمعرفية منخفضاً، ينزع الفرد إلى اتباع الطريقة الثانية (الطرفية) في تقييم المعلومات، ويتعامل بحذر أقل مع المعلومات والمحتوى، ولا يقوم بنفس الجهد ولا العمليات المعرفية التي تتطلب منه تركيزاً أكبر، ولكن يركز أكثر على معايير تقييم الوسيلة لا المحتوى.

كما أشارت الدراسات السابقة إلى أن دافع الفرد للحصول على المعلومات، وقدرته على تقييمها يؤثر في أي طريقة سوف يتبعها في التقييم، (Ayoung Suh & Ruohan Li, 2015)؛ (Kevin R. Canini & Others, 2011).

في ضوء ما سبق، نستنتج أن انخفاض مستوى القدرات والمهارات المعرفية والعقلية، يمكن أن يقود الفرد في تقييمه للمحتوى والمعلومات الدينية المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي، إلى الاعتماد على معايير ليست ذات صلة بالمحتوى المنشور نفسه من حيث جودته ودقته، وقوة ما يسوقه من منطق وحجج، وإنما سوف يعتمد أكثر على معايير لا علاقة لها بالمحتوى، مثل عدد المعجبين بالأطروحة، وعدد من قاموا بإعادة نشر المعلومة، ومدى التفاعل المصاحب للمحتوى، وغير ذلك من المعايير التي تتصل بالوسيلة ولا علاقة لها بالمعلومة نفسها؛ وبالتالي يمكن أن يكون هؤلاء الأشخاص أكثر عرضة للتضليل، خاصة إذا كان تعرضهم للمعلومات الدينية يتم بشكل عرضي لا يرتبط بهدف مقصود للبحث عن المعلومة الدينية واستخدام أكثر من مصدر للحصول عليها.

### خصوصية وسائل التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات الدينية:

ميزت الدراسات السابقة بين وسائل الإعلام التقليدية المعروفة، ومصادر المعلومات البديلة، التي تشمل فيما بينها وسائل التواصل الاجتماعي، وأشارت إلى وجود علاقة ارتباط بين الثقة في وسائل الإعلام التقليدية، والاتجاه للبحث عن مصادر معلومات بديلة، والذي يمثل سلوكاً اتصالياً أعلى من حيث الجهد والعمدية والانتقائية ومستوى التفاعلية، ويعكس اختلافاً في سمات وتوجهات الجمهور الذي يهتم بالبحث عن مصادر معلومات بديلة، كما يمكن أن يكون مؤشراً على اختلاف عادات وأنماط استخدامه للمعلومات مقارنة بمن يعتمدون على وسائل الإعلام التقليدية. وأثبتت نتائج الدراسات السابقة أن الشباب



هم - عادة - الأكثر اتجاهاً للبحث عن مصادر معلومات بديلة، والأقل اعتماداً على وسائل الإعلام التقليدية، وبالتبعية هم أقل ثقة فيها (Nikolaus, 2010).

ويظهر وسائل التواصل الاجتماعي، تحول فعلياً جمهور الإعلام من تلقي المعلومات، إلى البحث عنها بعمدية، وممارسة أعلى درجات الانتقائية في الاختيار من بين العديد من مصادر المعلومات المتنوعة، وكذلك انتقل إلى التفاعل بنشاط في الحصول على المعلومات التي يحتاج إليها ولو من خلال التفاعل الافتراضي عبر الإنترنت.

وبالتالي فإن وسائل التواصل الاجتماعي وتطبيقاته المختلفة أكثر تركيزاً على الفرد الذي يستخدمها؛ ولذا فإن فهم وتفسير العوامل المؤثرة في اعتماده على وسيلة ما للحصول على المعلومات، وثقته فيها، وطبيعة وقوة تأثيراتها فيه، يجب أن يركز على منظور الفرد نفسه في علاقته بمصادر المعلومات، من حيث مدى إدراكه لتفاعليتها وقدرتها على تلبية احتياجاته وتمتعها بالمصداقية وقدرتها على دمجها في تلقي الخبرات وتشاركتها وإتاحة المعلومات له بكفاءة.

ومنذ سنوات طويلة، ربطت نظرية الحضور الاجتماعي Social Presence بين قدرة وسيلة الإعلام على تعزيز شعور الفرد بالتشارك والإحساس بالحضور الاجتماعي وتبادل الخبرات المشتركة بين مستخدمي وسيلة الإعلام، وقوة التأثير الاجتماعي للاتصال في سلوك الأفراد المشتركين فيه، ووفق النظرية، فسرت الدراسات السابقة أسباب تفاوت وسائل الإعلام في كفاءتها وقدراتها على التأثير في مستخدميها (Zadeh, 2011).

وبالنظر لوسائل التواصل الاجتماعي بما تعتمد عليه من اتصال تحاوري Conversational Communication، وبروز نمط الاستخدام التشاركي Participatory use للمعلومات وكافة أشكال المحتوى الذي تنقله، ومرونة تبادل الاتصال من خلالها زمنياً ما بين اتصال لحظي وآخر أجل يتحكم المستخدم في توقيته، يمكن إدراك الخصوصية التي تنفرد بها عن وسائل الإعلام الأخرى من حيث قدرتها على تدعيم شعور الفرد بالحضور الاجتماعي، خاصة عند استخدامها في الحصول على المعلومات الدينية؛ حيث تتخذ الظاهرة الدينية سماتها الجماعية، عندما يأخذ الأفراد بنقل خبراتهم المنعزلة (الفردية) إلى بعضهم البعض، في محاولة لتحقيق المشاركة والتعبير عن التجارب الخاصة في تجربة عامة (فوشان عبد القادر، ٢٠١١).

أثبتت الدراسات السابقة أيضاً أن اندماج الفرد Involvement في عملية الاتصال أثناء استخدامه وسيلة إعلام ما، يعزز التأثيرات الناجمة عن هذا الاستخدام في سلوك الفرد وفي تشكيل اتجاهاته، ويرتبط هذا الاندماج بدوره بمدى التفاعلية التي يدركها الفرد في الوسيلة التي يستخدمها



(Yoonwhan, 2009؛ مها عبد المجيد، ٢٠٠٧)، وبالتالي فإن تفاعلية وسائل التواصل الاجتماعي والتي تميزها عن غيرها من وسائل الاتصال، تؤهلها للتأثير بقوة في مستخدميها.

وتتفرد وسائل التواصل الاجتماعي أيضاً بإمكانية نشر المعلومة أو الرأي (المحتوى أياً كان)، وتداوله بين أفراد الجمهور على نحو يتسم بالشفافية والعلانية، وفي ضوء ذلك يتشكل إدراك الفرد لمدى شفافية وسيلة الاتصال Media transparency، وهو ما أثبتته دراسة (2015) Ruohan Li & Ayoung Suh بوصفه أحد العوامل التي ترتبط بتقييم الفرد لمصداقية المحتوى الذي يتلقاه من وسيلة الإعلام والثقة فيه.

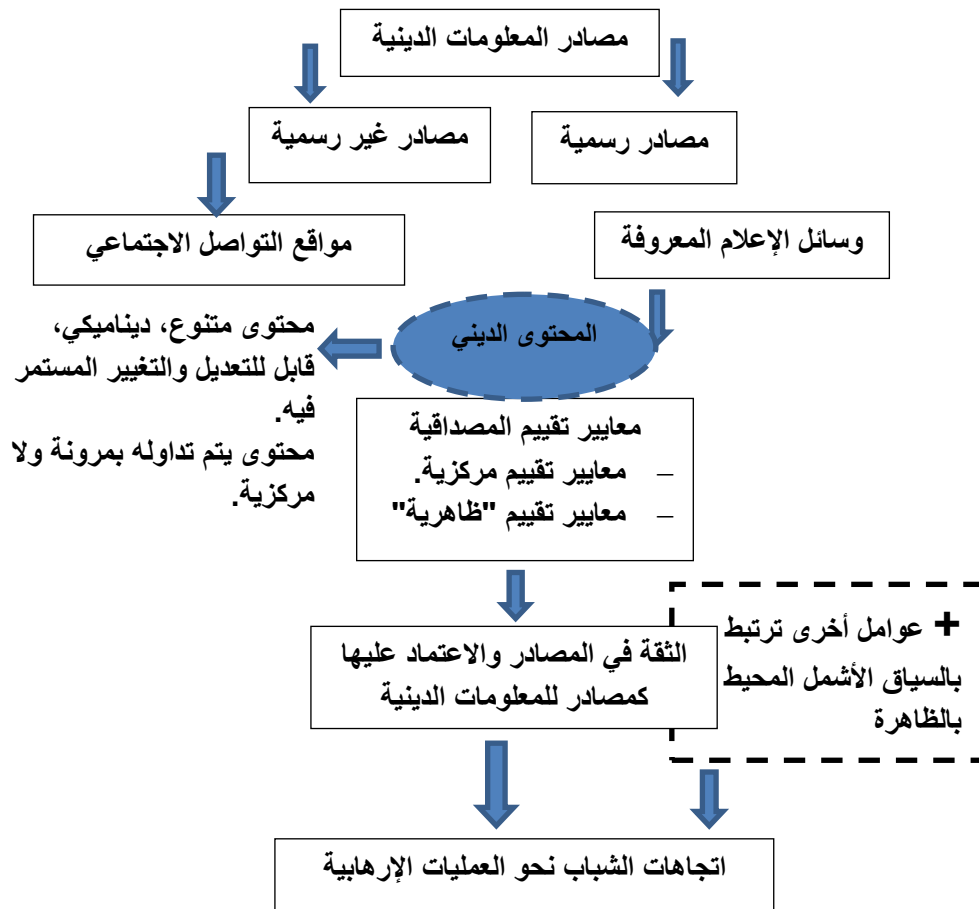
إضافة لما سبق، إذا كانت وسائل الإعلام تختلف فيما بينها من حيث مدى ما تقدمه للجمهور من وفرة وإتاحة للمعلومات، وسهولة والوصول إليها، وبالتالي تتفاوت في مدى فاعليتها في تزويدهم بالمعلومات، وفق نظرية الثراء الإعلامي أو Media Richness مما يؤثر في تفضيل الجمهور لها، واعتماده عليها (Zadeh, 2011)؛ فذلك بدوره يمكن أن يفسر التزايد المستمر في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقاته في الحصول على المعلومات، وفي التواصل وتبادل النقاش؛ لما تحظى به من قدرة على تزويد مستخدميها بالمعلومات بمختلف وسائطها وأشكالها، خاصة وقت وقوع الأحداث المهمة والطارئة مثل الحوادث الإرهابية، كما أنها توفر المعلومات ووجهات النظر من مصادر متنوعة ومختلفة إلى مدى بعيد في توجهاتها وفي نوعيتها.

من جانب آخر، أشارت دراسة مها عبد المجيد (٢٠١٥) إلى أن من مقومات نمو الفكر الإرهابي والمتطرف والترويج له ونشره بين فئات الشباب المستهدف، ما يتعلق بخصائص مواقع التواصل الاجتماعي نفسها، وما تتطوي عليه من جوانب تسهم في تهيئة بيئة اتصالية تدعم نشر ثقافة العنف والتعصب والإرهاب والترويج لها، وأجملت المقومات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الاتصال التفاعلية بصفة عامة لنمو الفكر الإرهابي وانتشاره في: انهيار السياق الاتصالي وسيولة تدفق المعلومات، ووجود أجنداث ومصالح فئوية تحت ستار التعبير الحر عن الرأي، وانتقالها من ديمقراطية تداول الاتصال والتعبير عن الرأي إلى ثقافة الفوضى، ومن سهولة تمرير الأخبار والمعلومات إلى كفاءة نشر الشائعات، ومن كونها أدوات للتواصل الاجتماعي إلى وسائل لخلق التكتلات ونشر ثقافة التخوين.

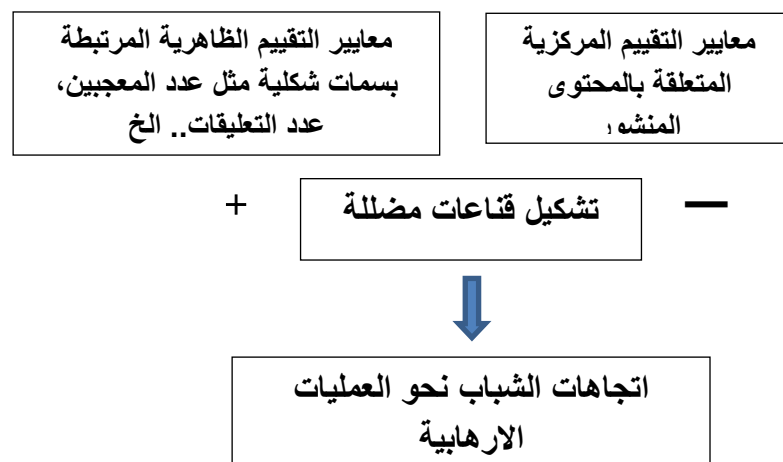
في ضوء المداخل والنظريات السابقة، تعزز الخصوصية التي تتفرد بها وسائل الإعلام الاجتماعي وتطبيقاته التفاعلية، من قدرتها على التأثير بقوة في مستخدميها، بل وتعد مؤشراً على عملية التغيير طويل الأمد التي تحدث في الكيانات والمؤسسات الاجتماعية، وفي ثقافة المجتمع وتفاعله معها؛ بسبب التنامي في قوتها وتغلغل تأثير الإعلام في مجالات ومناحي الحياة المختلفة، بما يشمل التأثير في كمية ونوعية وتوجه المحتوى الديني المطروح للجمهور، فضلاً عن التأثير في المؤسسات والرموز الدينية التي يقدمها للجمهور، وفي تفاعل الجمهور معها (Andreas Hepp & Veronika Krönert, 2008).



شكل {١} نموذج توضيحي للعلاقة بين مصادر المعلومات الدينية وتشكيل اتجاهات الشباب نحو العمليات الإرهابية



شكل {٢} يبين العلاقة بين معايير تقييم المحتوى الديني المقدم في وسائل الإعلام وتشكيل اتجاهات الشباب نحو العمليات الإرهابية





## نتائج البحث:

نستعرض فيما يأتي نتائج البحث مقسمة إلى محورين رئيسيين وفق الهدف الرئيس له، وهما:

المحور الأول: مصادر المعلومات الدينية لدى العينة، وتوجهاتهم بشأنها، وثقتهم فيها، ومدى رضاهم عنها. المحور الثاني: اتجاهات العينة نحو العمليات والحوادث الإرهابية.

المحور الأول: مصادر المعلومات الدينية لدى العينة، وتوجهاتهم بشأنها، وثقتهم فيها، ومدى رضاهم عنها:

### أولاً: مصادر المعلومات الدينية التي يستخدمها أفراد العينة ويعتمدون عليها:

يتضمن هذا المحور استعراضاً لنتائج البحث فيما يتعلق بمدى اهتمام العينة بالبحث عن المعلومات الدينية والاطلاع عليها، ومصادر المعلومات الدينية التي يستخدمها أفراد العينة عادة ويعتمدون عليها، واستخدام العينة للمواقع الإلكترونية كمصادر للمعلومات الدينية، واستخدام مصادر متنوعة مقابل الاكتفاء بمصدر واحد للحصول على المعلومات الدينية، والاهتمام بتدقيق مصادر المعلومات التي تستخدمها العينة عامة، ومصادر معلوماتهم الدينية تحديداً.

#### • مدى الاهتمام بالبحث عن المعلومات الدينية والاطلاع عليها:

أظهرت نتائج البحث أن اهتمام الغالبية العظمى من العينة - بنسبة ٦٧.٧% (١٠٥) مفردات - بالبحث عن المعلومات الدينية والاطلاع عليها، يقتصر بالحاجة إليها فقط، مقابل ٢٣.٢% (٣٦) مفردة، يهتمون "كثيراً" بالبحث عنها والاطلاع عليها، و ١٤% (٩) مفردات، "نادراً" ما يفعلون ذلك.

جدول (١) يبين مدى اهتمام مفردات العينة بالبحث عن المعلومات الدينية والاطلاع عليها.

مدى الاهتمام بالبحث عن المعلومات الدينية والاطلاع عليها	ك	%
كثيراً	٣٦	٢٣.٢
عند الحاجة إليها فقط	١٠٥	٦٧.٧
نادراً	١٤	٩
اجمالي	١٥٥	١٠٠

#### • مصادر المعلومات الدينية التي يعتمد عليها أفراد العينة ويستخدمونها عادة:

تتنوع مصادر المعلومات الدينية التي يعتمد عليها أفراد العينة، ويسأل العينة عن مصادر المعلومات الدينية التي يلجأون عادة إليها ويعتمدون عليها، أظهرت النتائج أن اللجوء للأهل، أو المعارف والأصدقاء ممن يثق المستجيب في ثقافتهم الدينية، يُعد النمط الأول الذي تلجأ إليه "عادة" النسبة الأكبر من العينة ٥٤.٨% (٨٥) مفردة، يلي ذلك المواقع الدينية الرسمية على الإنترنت ٥٠.٣% (٧٨) مفردة،





ثم الرجوع للمصادر الدينية الأولية من كتب ومراجع دينية مكتوبة بنسبة ٤١.٣% (٦٤) مفردة، يليه الاستعانة بخدمة Ask Google بنسبة ٣٩.٤% (٦١) مفردة، ثم التواصل مباشرة مع أحد المشايخ عبر الخط الساخن لدار الإفتاء بنسبة ٢٧.٧% (٤٣) مفردة، ثم مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٩% (٨ مفردات)، وأخيراً التواصل مع البرامج الدينية التلفزيونية بنسبة ٥.٢% (٨ مفردات).

جدول (٢) يبين مصادر المعلومات الدينية التي يعتمد عليها أفراد العينة ويستخدمونها عادة

ك	%	عندما أحتاج لمعرفة ما دينية، استخدم عادة:
٨٥	٥٤.٨	اسأل من أثق في ثقافتهم الدينية من الأهل أو المعارف والأصدقاء
٧٨	٥٠.٣	المواقع الدينية الرسمية على الإنترنت
٦٤	٤١.٣	أرجع إلى الكتب والمراجع الدينية المكتوبة
٦١	٣٩.٤	اطرح ما لدي من تساؤل عبر موقع Google
٤٣	٢٧.٧	اتواصل مباشرة مع أحد المشايخ عبر الخط الساخن لدار الإفتاء
١٤	٩	مواقع التواصل الاجتماعي
٨	٥.٢	اتواصل مع المشايخ عن طريق البرامج التلفزيونية
٤	٢.٦	أخرى

• استخدام المواقع الإلكترونية على الإنترنت للحصول على المعلومات الدينية:

تفضل النسبة الأكبر من العينة ٤٣.٩% استخدام أي موقع إلكتروني ديني عبر الإنترنت للحصول بسرعة على المعلومات الدينية التي يحتاجونها "أحياناً"، بينما نسبة ٣٤.٨% "نادراً" ما يفعلون ذلك، ونسبة ٢١.٣% يقومون بذلك "عادة".

جدول (٣) يبين مدى تفضيل العينة لاستخدام المواقع الإلكترونية كمصادر للمعلومات الدينية

ك	%	أفضل استخدام أي موقع إلكتروني ديني عبر الإنترنت للحصول بسرعة على ما أحتاجه من معلومات دينية
٣٣	٢١.٣	عادة
٦٨	٤٣.٩	أحياناً
٥٤	٣٤.٨	نادراً
١٥٥	١٠٠	إجمالي

• استخدام مصادر متنوعة مقابل الاكتفاء بمصدر واحد للحصول على المعلومات الدينية:

تحرص النسبة الأكبر من العينة ٥٣.٥% على تنوع مصادر معلوماتهم الدينية وعدم الاكتفاء بمصدر واحد، مقابل نسبة ٤٠.٦% يحرصون على ذلك "إلى حد ما"، ونسبة ٥.٨% "لا يحرصون" على ذلك.



جدول (٤) يبين مدى حرص العينة على تنوع مصادر معلوماتهم الدينية

أحرص على تنوع مصادر معلوماتي الدينية ولا أكتفي بمصدر واحد	ك	%
أوافق	٨٣	٥٣.٥
إلى حد ما	٦٣	٤٠.٦
لا أوافق	٩	٥.٨
إجمالي	١٥٥	١٠٠

- الاهتمام بتدقيق مصادر المعلومات التي تستخدمها العينة عامة، ومصادر معلوماتهم الدينية تحديداً:

يدقق الغالبية العظمى من العينة بنسبة ٧٥.٥% (١١٧ مفردة) "عادة" في مصادر المعلومات التي يستخدمونها، خاصة مصادر المعلومات الدينية، بينما ٢٠.٦% (٣٢ مفردة) يفعلون ذلك "أحياناً"، و ٣.٩% (٦ مفردات) "نادراً" ما يفعلون ذلك.

جدول (٥) يبين مدى اهتمام العينة بتدقيق مصادر معلوماتهم عامة، ومصادر معلوماتهم الدينية تحديداً

بصفة عامة، أدقق في مصادر المعلومات التي استخدمها، خاصة مصادر المعلومات الدينية	ك	%
عادة	١١٧	٧٥.٥
أحياناً	٣٢	٢٠.٦
نادراً، لا داعي لذلك.	٦	٣.٩
إجمالي	١٥٥	١٠٠

- مدى حرص العينة على التأكد من صحة المعلومات الدينية التي يحصلون عليها من الإنترنت: تحرص النسبة الأكبر من العينة ٦٩% (١٠٧ مفردات) "عادة" على التأكد من صحة المعلومات الدينية التي يحصلون عليها من الإنترنت، مقابل نسبة ٢٣.٩% (٣٧ مفردة) يحرصون على ذلك "إلى حد ما"، و ٧.١% (١١ مفردة) "نادراً" ما يحرصون على ذلك.

جدول (٦) يبين توزيع العينة من حيث مدى الحرص على التأكد من صحة المعلومات الدينية المنشورة على الإنترنت

أحرص على التأكد من صحة المعلومات الدينية التي أحصل عليها من الإنترنت	ك	%
عادة	١٠٧	٦٩
إلى حد ما	٣٧	٢٣.٩
نادراً	١١	٧.١
إجمالي	١٥٥	١٠٠



## ثانياً: الثقة في مصادر المعلومات الدينية، وعوامل تقييم مصداقيتها:

ويتضمن هذا المحور استعراضاً لنتائج البحث فيما يتعلق بكل من: أكثر المسائل الدينية التي تشغل العينة ولا يجدون مصادر دينية موثوقة بشأنها، محدودية أو تعدد مصادر المعلومات الدينية التي تثق فيها العينة، والعوامل التي تؤثر في ثقة العينة في مصادر المعلومات الدينية، ومدى الثقة في الإنترنت كوسيلة للحصول على المعلومات الدينية، والمعايير التي تعتمد عليها العينة في تقييم صحة المعلومات الدينية المنشورة على الإنترنت، والأساليب التي تلجأ إليها العينة للتأكد من صحة المعلومات الدينية المشكوك فيها، ومدى ثقة العينة في الدعاة الدينيين الرسميين أكثر من غيرهم، والعوامل التي تؤثر في ثقة العينة في الداعية الديني ومصداقيته.

### ● أكثر المسائل الدينية التي تشغل العينة ولا يجدون مصادر دينية موثوقة بشأنها:

- تأتي في مقدمة المسائل الدينية التي تشغل عينة الشباب ولا يجدون مصادر دينية موثوقة للحصول على معلومات واضحة بشأنها، ما يتعلق بفتاوى التكفير إزاء بعض الفئات والطوائف من الناس، وذلك بنسبة بلغت ٢١.٩% (٣٤ مفردة)، وهو ما يحمل دلالة مهمة بشأن المداخل التي تنفذ منها الجماعات الإرهابية والمتطرفة لإشاعة تفكير طائفي متعصب.
- يليها ما يتعلق بفقهاء المرأة، بنسبة ١٦.١% (٢٥ مفردة)، ثم ما يتعلق بالمعاملات بين الناس في الحياة اليومية بنسبة ١٤.٢% (٢٢ مفردة)، يليها ما يتعلق ببعض الحوادث الإرهابية بنسبة ١٢.٣% (١٩ مفردة)، وينسب أقل ما يتعلق بالعبادات ٥.٢% (٨ مفردات).
- وأخيراً المسائل المالية مثل الزكاة والميراث بنسبة ٣.٩% (٦ مفردات)، بينما اختارت نسبة ١٨.١% من العينة (٢٨ مفردة) "جميع ما سبق".

جدول (٧) يبين توزيع أفراد العينة حسب مدى رضاهم عن مصادر المعلومات الدينية التي يستخدمونها

من أكثر المسائل الدينية التي تشغلني ولا أجد بشأنها معلومة واضحة من مصدر ديني أثق فيه	ك	%
أمور تتعلق بفتاوى التكفير إزاء بعض الفئات والطوائف من الناس	٣٤	٢١.٩
أمور تتعلق بفقهاء المرأة	٢٥	١٦.١
أمور تتعلق بالمعاملات بين الناس في الحياة اليومية	٢٢	١٤.٢
أمور تتعلق ببعض الحوادث والاعتداءات الإرهابية	١٩	١٢.٣
المسائل المالية مثل الزكاة والميراث	٦	٣.٩
أمور تتعلق بالعبادات مثل الصلاة والحج والصوم	٨	٥.٢
جميع ما سبق	٢٨	١٨.١
أخرى	١٣	٨.٤



• محدودية أو تعدد مصادر المعلومات الدينية التي تثق فيها العينة:

تثق الغالبية العظمى من العينة ونسبتهم بلغت ٩٤.٨% (١٤٧ مفردة) في مصادر محددة ومعودة للحصول على المعلومات الدينية، مقابل ٥.٢% فقط (٨ مفردات) رفضوا القول بذلك.

جدول (٨) يبين توزيع العينة من حيث مدى محدودية أو تعدد مصادر المعلومات الدينية التي يثقون فيها

لا أثق إلا في مصادر محددة ومعودة للحصول على المعلومات الدينية	ك	%
أوافق	١٤٧	٩٤.٨
لا أوافق	٨	٥.٢
إجمالي	١٥٥	١٠٠

• العوامل التي تؤثر في ثقة العينة في مصادر المعلومات الدينية:

أظهرت النتائج أن العوامل ذات الصلة بالمحتوى الديني المعروض تأتي في المقدمة، فالغالبية العظمى من العينة ٧٣.٥% (١١٤ مفردة) تتأثر ثقتهم فيها ارتباطاً بمدى استخدام نصوص من القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة، يلي ذلك طبيعة الأدلة الشرعية التي تستند إليها في تقديم الفتاوى والتفسيرات، بنسبة ٥٢.٩% (٨٢ مفردة).

ثم يلي ذلك العوامل المرتبطة بالمصدر الذي يقدم المعلومة، حيث أشارت نسبة ٥١.٦% (٨٠ مفردة) إلى أن مدى وسطية واعتدال الآراء التي يقدمها المصدر الديني تؤثر في ثقتهم، ثم طبيعة المؤسسة الدينية التي تصدر عنها المعلومة أو الفتوى، من حيث كونها رسمية أو لا، بنسبة ٤١.٣% (٦٤ مفردة)، فمدى اتساق مواقف المؤسسة الدينية التي تصدر عنها المعلومة وعدم تناقضها، بنسبة ٢٤.٥% (٣٨ مفردة)، وأشار ٢٠% (٣١ مفردة) إلى أن ثقتهم تتأثر بتأثير الوسيلة التي يتم تقديم المعلومات الدينية من خلالها، وسائل إعلام معروفة أو مواقع على الإنترنت.

جدول (٩) يبين توزيع العينة من حيث العوامل التي تؤثر في ثقتهم في مصادر المعلومات الدينية

من العوامل التي تؤثر في ثقتي في مصادر المعلومات الدينية	ك	%
استخدام نصوص من القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة	١١٤	٧٣.٥
طبيعة الأدلة الشرعية التي تستند إليها في تقديم الفتاوى والتفسيرات	٨٢	٥٢.٩
مدى وسطية واعتدال الآراء التي يقدمها المصدر الديني	٨٠	٥١.٦
طبيعة المؤسسة الدينية التي تصدر عنها المعلومة أو الفتوى، من حيث كونها رسمية أو لا.	٦٤	٤١.٣
مدى اتساق موقف المؤسسة الدينية التي تصدر عنها المعلومة وعدم تناقض مواقفها	٣٨	٢٤.٥
الوسيلة التي يتم تقديم المعلومات الدينية من خلالها، وسائل إعلام معروفة أو مواقع على الإنترنت	٣٧	٢٣.٩
الدولة التي ينتمي إليها المصدر الديني	٣١	٢٠



• المعايير التي تعتمد عليها العينة في تقييم صحة المعلومات الدينية المنشورة على الإنترنت:

تعتمد الغالبية العظمى من العينة بنسبة ٧٠.٣% (١٠٩ مفردات) في تقييمها لصحة المعلومة الدينية المنشورة على الإنترنت، على معيار تقييم يرتبط بالمحتوى نفسه، ويتمثل في الأدلة الشرعية التي تستند إليها المعلومة، وهو ما يتسق مع النتيجة السابقة التي انتهى إليها البحث بشأن العوامل التي تؤثر في ثقة العينة في مصادر المعلومات الدينية بصفة عامة.

يلي ذلك تقييم المعلومة بناءً على المصدر الديني الذي وردت عنه، وذلك بنسبة ٦١.٣% (٩٥ مفردة)، ثم الاعتماد في التقييم على معيار أعمال العقل والاجتهاد الشخصي بالنظر في مدى ارتباط المعلومة بالخير العام للمجتمع وعدم الإضرار بأحد، وذلك بنسبة ٤٣.٩% (٦٨ مفردة).

وتقيم نسبة ٣١% من العينة (٤٨ مفردة) المعلومة الدينية في ضوء مدى اتساقها مع معلوماتهم الدينية السابقة، بينما اختارت نسبة ٥.٨% فقط من العينة (٩ مفردات) معيار تقييم يرتبط بطبيعة وخصائص الوسيلة، وهو كثرة عدد المتفاعلين مع المعلومة ومدى انتشارها وتداولها بين الناس، وأخيراً تعتمد نسبة ١٣.٥% من العينة (٢١ مفردة) على كافة معايير التقييم السابقة.

جدول (١٠) يبين توزيع العينة حسب معايير تقييم الأفراد لصحة المعلومات الدينية المنشورة على الإنترنت

يعتمد تقييمي لصحة المعلومة الدينية المنشورة على الإنترنت على:	ك	%
الأدلة الشرعية التي تستند إليها المعلومة	١٠٩	٧٠.٣
المصدر الديني الذي وردت عنه المعلومة	٩٥	٦١.٣
مدى ارتباطها بالخير العام للمجتمع وعدم الإضرار بأحد	٦٨	٤٣.٩
مدى اتساقها مع معلوماتي الدينية السابقة	٤٨	٣١
كثرة عدد المتفاعلين معها ومدى انتشارها وتداولها بين الناس واقتناعهم بها	٩	٥.٨
جميع ما سبق	٢١	١٣.٥
أخرى	٣	١.٩

• الأساليب التي تلجأ إليها العينة للتأكد من صحة المعلومات الدينية المشكوك فيها:

تلجأ النسبة الأكبر من العينة ٤٩% (٧٦ مفردة) إلى البحث على الإنترنت بين عدة مصادر رسمية وغير رسمية؛ للتأكد من صحة المعلومات الدينية المشكوك فيها، يلي ذلك اللجوء إلى مصادر دينية رسمية وتجاهل ما عدا ذلك من مصادر، ويقوم بالإجراء السابق نسبة ٤٤.٥% (٦٩ مفردة)، يليهم ٤٢.٦% (٦٦ مفردة) يستندون إلى المعلومة التي يرتاحون إليها ويعتقدون بقناعاتهم الشخصية أنها الأصح.



جدول (١١) يبين توزيع أفراد العينة من حيث الأساليب التي يلجؤون إليها للتأكد من صحة المعلومات الدينية المشكوك فيها

ك	%	عندما أتشكك في معلومة دينية أقوم بما يلي:
٧٦	٤٩	أبحث على الإنترنت بين عدة مصادر رسمية وغير رسمية
٦٩	٤٤.٥	ألجأ إلى مصادر دينية رسمية وأتجاهل ما عدا ذلك
٦٦	٤٢.٦	استند إلى المعلومة التي أرتاح إليها وأعتقد بقناعاتي الشخصية أنها الأصح
١٢	٧.٧	أخرى

• ثقة العينة في الدعاة الدينيين الرسميين أكثر من غيرهم:

توضح بيانات الجدول {١٢} تقارب نسبة من يعتقدون أن الدعاة والأئمة الرسميين أكثر مصداقية من الدعاة غير الرسميين، مع من أجابوا بأنهم " لا يعرفون"، فبلغت نسبة الفئة الأولى ٣٨.٧% من العينة (٦٠ مفردة)، وبلغت نسبة الفئة الثانية ٣٥.٥% (٥٥ مفردة) أجابوا بأنهم لا يعرفون، بينما رفضت نسبة ٢٥.٨% (٤٠ مفردة) الرأي بأن الأئمة والدعاة الرسميين أكثر مصداقية من الدعاة غير الرسميين.

جدول (١٢) يبين توزيع آراء أفراد العينة بشأن الثقة في الأئمة والدعاة الرسميين مقابل غير الرسميين

ك	%	الدعاة والأئمة الرسميين أكثر مصداقية من غيرهم من الدعاة غير الرسميين
٦٠	٣٨.٧	أوافق
٥٥	٣٥.٥	لا أعرف
٤٠	٢٥.٨	لا أوافق
١٥٥	١٠٠	إجمالي

• العوامل التي تؤثر في ثقة أفراد العينة في الدعاة الدينيين ومصداقيتهم:

أظهرت النتائج أن العوامل المرتبطة بالمحتوى الذي يقدمه المصدر تتصدر مقدمة العوامل التي تؤثر في ثقة العينة في الداعية الديني ومصداقيته؛ فالغالبية العظمى من العينة بنسبة ٧١.٦% (١١١ مفردة) تتأثر ثقنتهم فيه تبعاً للنصوص الدينية التي يستند إليها والحجج العقلية المنطقية التي يستخدمها، يلي ذلك ما يتعلق بشخصه هو نفسه، ممثلاً في الطريقة التي يتعامل بها مع الآراء المخالفة لرأيه وتوجهاته، ويتأثر بذلك ٥٦.١% (٨٧ مفردة)، ثم طبيعة انتمائه للمؤسسة الدينية الرسمية في الدولة، ويتأثر بذلك ٣٣.٥% من العينة (٥٢ مفردة)، فالتوجه أو المذهب الديني الذي ينتمي إليه بنسبة ٣٢.٣% (٥٠ مفردة)، يلي ذلك اهتمامه بالتفاعل مع الجمهور ومواكبته للأحداث والقضايا الراهنة بنسبة ٢٩.٧% (٤٦ مفردة)، ثم مدى ظهوره في وسائل الإعلام الرسمية، بنسبة ١٦.٨% (٢٦ مفردة)، فمدى تواجده بكثافة وانتشاره على مواقع التواصل الاجتماعي، بنسبة ١٤.٨% (٢٣ مفردة)، وكثرة عدد المتابعين له على مواقع التواصل الاجتماعي، ويتأثر بذلك ٧.١% من العينة (١١ مفردة).



جدول (١٣) يبين توزيع أفراد العينة وفقاً للعوامل التي تؤثر في ثقتهم في الدعاة الدينيين

من العوامل التي تؤثر في ثقتي في الداعية الديني ومصداقيته من وجهة نظري	ك	%
النصوص الدينية التي يستند إليها والحجج العقلية المنطقية التي يستخدمها	١١١	٧١.٦
الطريقة التي يتعامل بها مع الآراء المخالفة لرأيه وتوجهاته	٨٧	٥٦.١
أن يكون منتمياً للمؤسسة الدينية الرسمية في الدولة	٥٢	٣٣.٥
التوجه أو المذهب الديني الذي ينتمي إليه الداعية	٥٠	٣٢.٣
اهتمامه بالتفاعل مع الجمهور ومواقفته للأحداث والقضايا الراهنة	٤٦	٢٩.٧
ظهوره في وسائل الإعلام الرسمية	٢٦	١٦.٨
تواجده بكثافة وانتشاره على مواقع التواصل الاجتماعي	٢٣	١٤.٨
كثرة عدد المتابعين له على مواقع التواصل الاجتماعي	١١	٧.١
أخرى	٧	٤.٥

ثالثاً: المصادر الرسمية في مقابل المصادر غير الرسمية للحصول على المعلومات الدينية:

يركز هذا المحور على نتائج البحث فيما يتعلق بعلاقة العينة بالمصادر الرسمية الدينية، وذلك من حيث الثقة فيها والاعتماد عليها للحصول على المعلومات الدينية والفتاوى، وتفضيل العينة الحصول على المعلومات الدينية من الأئمة والمشايخ التابعين للمؤسسات الدينية الرسمية.

• ثقة العينة في المصادر الرسمية والاعتماد عليها للحصول على المعلومات الدينية والفتاوى:

أظهرت النتائج أن ٣١% من العينة يعتقدون أن المصادر الرسمية الدينية هي المصدر الأول الذي يتقنون فيه ويعتمدون عليه، بينما النسبة الأكبر من العينة ٤٣.٩% (٦٨ مفردة)، تشككت في ذلك، من خلال الإجابة بـ "إلى حد ما"، عند سؤالهم ما إذا كانت المصادر الرسمية مثل دار الإفتاء وغيرها ليست بالضرورة هي المصادر الأولية التي يتقنون فيه ويعتمدون عليها للحصول على المعلومات الدينية والفتاوى، ونسبة ٢٥.٢% (٣٩ مفردة) وافقوا على ذلك الرأي.

جدول (١٤) يبين توزيع العينة وفقاً لمدى ثقتهم في المصادر الرسمية والاعتماد عليها كمصدر أول للحصول على المعلومات الدينية والفتاوى

المصادر الرسمية مثل دار الإفتاء وغيرها ليست بالضرورة هي المصدر الأول الذي أتقن فيه واعتمد عليه للحصول على المعلومات الدينية والفتاوى.	ك	%
أوافق	٣٩	٢٥.٢
إلى حد ما	٦٨	٤٣.٩
لا أوافق	٤٨	٣١
إجمالي	١٥٥	١٠٠



• تفضيل الحصول على المعلومات الدينية من الأئمة والمشايخ المعتمدين في المؤسسات الدينية الرسمية:

توضح بيانات الجدول {١٥} أن الغالبية العظمى من العينة بنسبة ٦٢.٦% (٩٧ مفردة) تفضل الحصول على المعلومات الدينية من الأئمة والمشايخ المعروفين المعتمدين في المؤسسات الدينية الرسمية، بينما يفضل ذلك "إلى حد ما" نسبة ٢٣.٢% (٣٦ مفردة)، ولا تفضل ذلك الإجراء نسبة ١٤.٢% من العينة (٢٢ مفردة).

جدول (١٥) يبين توزيع أفراد العينة حسب تفضيلهم الحصول على المعلومات الدينية من الأئمة والمشايخ المعتمدين في المؤسسات الدينية الرسمية

أفضل الحصول على المعلومات الدينية من الأئمة والمشايخ المعروفين المعتمدين في المؤسسات الدينية الرسمية.	ك	%
أوافق	٩٧	٦٢.٦
إلى حد ما	٣٦	٢٣.٢
لا أوافق	٢٢	١٤.٢
إجمالي	١٥٥	١٠٠

رابعاً: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات الدينية:

يستعرض هذا المحور نتائج البحث عبر عدة محاور فرعية هي: آراء العينة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات الدينية، وآراء العينة في ظاهرة الدعاة الدينيين المتواجدين على مواقع التواصل الاجتماعي، وتأثير مواقع التواصل الاجتماعي في سلامة نشر المعلومات الدينية وتداولها، ومدى الثقة في المعلومات الدينية المتداولة عليها.

• آراء العينة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات الدينية:

تم الاستدلال على آراء العينة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات الدينية من خلال تقصي آراء العينة في ميزة تنوع وتعدد مصادر المعلومات الدينية المتاحة على مواقع التواصل الاجتماعي، وآرائهم في تداول المعلومات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأظهرت النتائج ما يأتي:

- توضح بيانات الجدول {١٦} أن النسبة الأكبر من العينة تبنت موقفاً محايداً إزاء ميزة تنوع وتعدد مصادر المعلومات الدينية المتاحة على مواقع التواصل الاجتماعي، وبلغت نسبتهم ٤٠% من العينة (٦٢ مفردة)، بينما نسبة ٣١.٦% من العينة (٤٩ مفردة) لم تعجبهم تلك الميزة، مقابل ٢٨.٤% أعجبهم ذلك التنوع.





- في المقابل، توضح بيانات الجدول {١٧} أن الغالبية العظمى من العينة بنسبة ٨٦.٥% (١٣٤ مفردة)، توافق على وجود فوضى في المعلومات الدينية التي يتم نشرها وتداولها على مواقع التواصل الاجتماعي، مقابل ١١% من العينة (١٧ مفردة) أجابوا بـ "لا أعرف"، و ٢.٦% فقط (٤ مفردات) رفضوا ذلك الرأي.

جدول (١٦) يبين توزيع آراء العينة في تنوع وتعدد مصادر المعلومات الدينية المتاحة على مواقع التواصل الاجتماعي

يعجبني تنوع وتعدد مصادر المعلومات الدينية المتاحة على مواقع التواصل الاجتماعي	ك	%
موافق	٤٤	٢٨.٤
محايد	٦٢	٤٠
غير موافق	٤٩	٣١.٦
إجمالي	١٥٥	١٠٠

جدول (١٧) يبين توزيع آراء العينة في فوضى تداول المعلومات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

توجد فوضى في المعلومات الدينية التي يتم نشرها وتداولها على مواقع التواصل الاجتماعي	ك	%
موافق	١٣٤	٨٦.٥
لا أعرف	١٧	١١
غير موافق	٤	٢.٦
إجمالي	١٥٥	١٠٠

• آراء العينة في ظاهرة تواجد دعاة دينيين على مواقع التواصل الاجتماعي وانتشارهم عليها:

توضح بيانات الجدول {١٨} أن النسبة الأكبر من العينة ٤٧.١% (٧٣ مفردة) لم توافق على إيجابية ظاهرة تواجد دعاة دينيين على مواقع التواصل الاجتماعي، كما لم توافق على الثقة فيهم حتى ممن لديهم عدد كبير من المتابعين، ونسبة مقاربة بلغت ٤٠.٦% (٦٣ مفردة) أجابوا بـ "لا أعرف"، ونسبة ١٢% فقط من العينة (١٩ مفردة)، وافقوا على إيجابية ظاهرة تواجد دعاة دينيين على مواقع التواصل الاجتماعي ويتقنون فيهم، خاصة ممن لديهم عدد كبير من المتابعين.



جدول (١٨) يبين توزيع العينة حسب آرائهم في ظاهرة تواجد الدعاة الدينيين على مواقع التواصل الاجتماعي

ك	%	الدعاة الدينيون المتواجدون على مواقع التواصل الاجتماعي، ظاهرة إيجابية، أثنى فيهم خاصة من لديهم عدد كبير من المتابعين
١٩	١٢.٣	موافق
٦٣	٤٠.٦	لا أعرف
٧٣	٤٧.١	غير موافق
١٥٥	١٠٠	إجمالي

- آراء العينة في دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الفوضى والبلبلة في المعلومات الدينية: يوضح الجدول {١٩} أن الغالبية العظمى من العينة بنسبة ٦١.٩% (٩٦ مفردة)، ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت بكثرة في حدوث بلبلة وارتباك في المعلومات الدينية لدى الشباب، مقابل ٣٢.٩% من العينة (٥١ مفردة) رأوا أن ذلك يحدث "أحياناً"، ونسبة ٥.٢% فقط (٨ مفردات) رأوا أنه "قلما يحدث ذلك".

جدول (١٩) يبين توزيع العينة وفق آرائهم في دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر البلبلة والفوضى في المعلومات الدينية

ك	%	ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في حدوث بلبلة وارتباك في المعلومات الدينية لدى الشباب
٩٦	٦١.٩	يحدث ذلك كثيراً.
٥١	٣٢.٩	أحياناً.
٨	٥.٢	قلما يحدث ذلك.
١٥٥	١٠٠	إجمالي

- ثقة العينة في المعلومات الدينية المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي: تشير النتائج إلى تشكك الغالبية العظمى من العينة بنسبة بلغت ٨٩% (١٣٨ مفردة) في الكثير من المعلومات الدينية المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي، مقابل ١١% (١٧ مفردة) فقط رفضوا القول بذلك.

جدول (٢٠) يبين توزيع العينة حسب مدى الثقة في المعلومات الدينية المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي

ك	%	أصبحت أتشكك في الكثير من المعلومات الدينية المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي
١٣٨	٨٩	موافق
١٧	١١	غير موافق
١٥٥	١٠٠	إجمالي



### خامساً: رضا العينة عن مصادر المعلومات الدينية المتاحة وتوجهاتها نحوها:

يستعرض هذا المحور نتائج البحث فيما يتعلق بمدى رضا العينة عن مصادر المعلومات الدينية التي يستخدمونها، وعن قدرتها على توجيههم في حياتهم اليومية، وآرائهم بشأن جودة مصادر المعلومات الدينية المتاحة للشباب العربي وكفاءتها، وأكثر المسائل والموضوعات الدينية التي تشغل العينة ولا يجدون إجابات وافية بشأنها في مصادر المعلومات التي يستخدمونها.

#### • مدى رضا العينة عن مصادر المعلومات الدينية التي يستخدمونها:

تشير نتائج البحث إلى أن النسبة الأكبر من العينة وتبلغ ٤٣.٢% (٦٧ مفردة) "راضون" عن مصادر معلوماتهم الدينية، ويرون أنها توجههم جيداً في حياتهم اليومية، ونسبة ٢٧.١% (٤٢ مفردة) من العينة راضون جداً.

بينما نسبة ١٧.٤% (٢٧ مفردة) محايدون، ونسبة ٩% (١٤ مفردة) فقط "غير راضين" عن مصادر معلوماتهم الدينية، ولا عن توجيهها لهم في حياتهم اليومية، و٣.٢% (٥ مفردات) "غير راضين على الإطلاق"، وهو ما يشير إلى ارتفاع معدلات الرضا بمستوييه، مقارنة بمعدلات عدم الرضا بمستوييه.

#### جدول (٢١) يبين توزيع أفراد العينة حسب مدى رضاهم عن مصادر المعلومات الدينية التي يستخدمونها

أشعر بالرضا عن مصادر معلوماتي الدينية وهي توجهني جيداً في حياتي اليومية.	ك	%
راضي جداً	٤٢	٢٧.١
راضي	٦٧	٤٣.٢
محايد	٢٧	١٧.٤
غير راض	١٤	٩
غير راض على الإطلاق	٥	٣.٢
إجمالي	١٥٥	١٠٠

#### • آراء العينة في جودة مصادر المعلومات الدينية المتاحة للشباب العربي وكفاءتها:

تُظهر النتائج انخفاض تقييم النسبة الأكبر من العينة لجودة مصادر المعلومات الدينية المتاحة للشباب العربي، وظهر ذلك من خلال استطلاع آرائهم بشأن مدى جودة وكفاءة ومصداقية مصادر المعلومات الدينية المتاحة للشباب العربي، وبشأن العلاقة الممكنة بين التأثر بالفكر الإرهابي والقصور والخلل في مصادر المعلومات الدينية المتاحة للشباب، ومدى تناول الفتاوى والبرامج الدينية المعروضة في الإعلام العربي لاحتياجاتهم الحقيقية في الحياة اليومية، وتفصيل ذلك فيما يأتي وفق بيانات الجدولين {٢٢} و {٢٣}:



- وافقت نسبة ٥٤.٨% من العينة (٨٥ مفردة) على أن الشباب العربي لا يجد مصادر جيدة وموثوقاً فيها للحصول على المعلومات الدينية التي تمس أمور حياتهم اليومية، مقابل ٤٥.٢% (٧٠ مفردة) رفضوا القول بذلك.
  - كما وافقت نسبة ٨٣.٢% من العينة (١٢٩ مفردة) على القول بأن التأثير بالفكر الإرهابي والمتطرف يرجع إلى القصور والخلل في مصادر المعلومات الدينية المتاحة للشباب العربي، مقابل ١٦.٨% من العينة (٢٦ مفردة) رفضوا القول بذلك.
  - حسب بيانات الجدول (٢٣)، وافقت كذلك النسبة الأكبر من العينة ٥٥.٥% (٨٦ مفردة) من العينة على أن معظم الفتاوى والبرامج الدينية المعروضة في الإعلام العربي بعيدة عن احتياجاتهم الحقيقية في الحياة اليومية، مقابل ٢٥.٢% (٣٠) رفضوا ذلك، و ١٩.٤% (٣٩ مفردة) أجابوا بـ "لا أعرف".
- جدول (٢٢) يبين توزيع العينة وفقاً لآرائهم في جودة مصادر المعلومات الدينية المتاحة للشباب العربي

العبارة		موافق		غير موافق	
لا يجد الشباب العربي مصادر جيدة وموثوق فيها للحصول على المعلومات الدينية التي تمس أمور حياتهم اليومية		٨٥	٥٤.٨%	٧٠	٤٥.٢%
التأثر بالفكر الإرهابي والمتطرف يرجع إلى القصور والخلل في مصادر المعلومات الدينية المتاحة للشباب العربي		١٢٩	٨٣.٢%	٢٦	١٦.٨%

جدول (٢٣) يبين توزيع العينة وفقاً لآرائهم في تلبية البرامج الدينية لاحتياجاتهم الحقيقية في الحياة اليومية

معظم الفتاوى والبرامج الدينية المعروضة في الإعلام العربي بعيدة عن احتياجاتنا الحقيقية في الحياة اليومية.		ك	%
موافق		٨٦	٥٥.٥%
لا أعرف		٣٩	٢٥.٢%
غير موافق		٣٠	١٩.٤%
إجمالي		١٥٥	١٠٠%

### المحور الثاني: اتجاهات العينة نحو الحوادث الإرهابية:

نستعرض نتائج هذا المحور فيما يتعلق بمدى تعاطف العينة مع ضحايا الحوادث الإرهابية باختلاف هويتهم (من الأجانب ومن المسلمين والعرب)، والحوادث الإرهابية التي يذكرها أفراد العينة، وأثرت فيهم من بين الحوادث الإرهابية التي وقعت مؤخراً، ومدى اهتمام العينة بمعرفة أخبار الحوادث الإرهابية ومتابعة تفاصيلها أيًا كان مكانها وضحاياها، ورأي العينة في موقف العرب من الحوادث الإرهابية في الدول الغربية مقارنة بالدول الإسلامية، وسلوك العينة فيما يتعلق بأخبار الحوادث الإرهابية، وتقييم الفرد لمستوى ثقافته الدينية، ومدى اعتداله الديني، وشخصية الإرهابي من وجهة نظر العينة.



• مدى تعاطف العينة مع ضحايا الحوادث الإرهابية باختلاف هويتهم (من الأجانب ومن المسلمين والعرب):

- أظهرت النتائج وفق ما هو موضح في الجدول {٢٤} أن النسب الأكبر من العينة تبنت توجيهًا محايدًا أو بتعبير أدق "متوازنًا" نحو ضحايا الحوادث الإرهابية باختلاف هوياتهم، وتفصيل ذلك فيما يأتي:
- رفضت نسبة ٧٣.٥% (١١٤ مفردة) القول بعدم الشعور بالتعاطف مع ضحايا العمليات الإرهابية من الأجانب، كما رفضت نسبة ٦١.٣% (٩٥ مفردة) القول إن الحوادث الإرهابية التي تقع في الغرب ما هي إلا رد فعل طبيعي ومبرر للظلم الذي يتعرض له العرب والمسلمون بسبب الغرب.
  - ووافقت الغالبية العظمى من العينة بنسبة ٩٠.٣% (١٤٠ مفردة) على القول إنهم لا يشعرون بفرق بين كون ضحية العمل الإرهابي عربيًا أو أجنبيًا، وما يهم أنه إنسان.
  - ورفضت نسبة ٤٠.٦% من العينة (٦٣ مفردة) الرأي القائل إن ضحايا الإرهاب من العرب والمسلمين أكثر من غيرهم استحقاقًا للتعاطف معهم.
  - كما رفضت نسبة ٦١.٧% (٩٥ مفردة) الرأي القائل إن العمليات الإرهابية في أوروبا وأمريكا ترد للمسلمين العدوان والظلم الذي يتعرضون له في كثير من بلاد العالم.

جدول (٢٤) يبين توزيع العينة حسب تعاطفهم مع ضحايا الحوادث الإرهابية باختلاف هويتهم

إجمالي		لا أوافق		محايد		موافق		العبارة
١٥٥	%١٠٠	١١٤	%٧٣.٥	٢٨	%١٨.١	١٣	%٨.٤	لا أشعر بالتعاطف مع ضحايا العمليات الإرهابية من الأجانب في أوروبا أو أمريكا أو غيرها
١٥٥	%١٠٠	٩٥	%٦١.٣	٣٣	%٢١.٣	٢٧	%١٧.٤	الحوادث الإرهابية التي تقع في الغرب هي رد فعل طبيعي ومبرر للظلم الذي يتعرض له العرب والمسلمين بسبب الغرب
١٥٥	%١٠٠	٦٣	%٤٠.٦	٣٨	%٢٤.٥	٥٤	%٣٤.٨	ضحايا الإرهاب من العرب والمسلمين هم أكثر من غيرهم استحقاقًا للتعاطف معهم
١٥٥	%١٠٠	٢	%١.٣	١٣	%٨.٤	١٤٠	%٩٠.٣	لا أشعر بفرق بين كون ضحية العمل الإرهابي عربي أو أجنبي، المهم أنه إنسان
١٥٥	%١٠٠	٩٥	%٦١.٧	٣٨	%٢٤.٧	٢٢	%١٣.٦	العمليات الإرهابية في أوروبا وأمريكا ترد للمسلمين العدوان والظلم الذي يتعرضون له في كثير من بلاد العالم.



• مدى اهتمام العينة بمعرفة أخبار الحوادث الإرهابية ومتابعة تفاصيلها أياً كان مكانها وضحاياها:

أظهرت النتائج أن الغالبية العظمى من العينة بنسبة بلغت ٧٢.٣٠% (١١٢) مفردة، اهتمت بمتابعة الحوادث الإرهابية التي وقعت خلال الشهور الماضية من هذا العام في مناطق العالم المختلفة، وحرصت على معرفة كافة التفاصيل والمعلومات الممكنة بشأنها، مقابل (٤٣) مفردة بنسبة ٢٧.٧% لم يهتموا بذلك.

جدول (٢٥) يبين توزيع العينة وفقاً لمدى اهتمامهم بمعرفة أخبار الحوادث الإرهابية أياً كان مكانها وضحاياها

ك	%	تابعت باهتمام الحوادث الإرهابية التي وقعت خلال الشهور الماضية في مناطق العالم المختلفة وحرصت على معرفة تفاصيلها والمعلومات الممكنة بشأنها
١١٢	٧٢.٣	نعم تابعتها
٤٣	٢٧.٧	لا، لم أهتم بمتابعتها.
١٥٥	١٠٠	إجمالي

• سلوك العينة فيما يتعلق بأخبار الحوادث الإرهابية:

بدراسة مدى اهتمام العينة بالتفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي مع أخبار الحوادث الإرهابية التي تقع في المنطقة العربية، مقابل تلك التي تحدث في أوروبا وأمريكا، أظهرت النتائج رفض الغالبية العظمى من العينة بنسبة ٦٧.١% (١٠٤ مفردات)، القول إن تفاعلهم مع أخبار الحوادث الإرهابية على مواقع التواصل الاجتماعي يقتصر على تلك الحوادث التي تقع في المنطقة العربية، وأنه لا يعينهم تلك التي تقع في أوروبا وأمريكا، مقابل نسبة ٢٧,٧% (٤٣) مفردة، اختاروا الحيادية إزاء ذلك، ووافقت عليه نسبة لا تتجاوز ٥.٢% من العينة أي (٨) مفردات.

جدول (٢٦) يبين توزيع العينة وفقاً لمدى اهتمامهم بالتفاعل مع أخبار الحوادث الإرهابية

ك	%	أفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي مع أخبار الحوادث الإرهابية التي تقع في المنطقة العربية، ولا يعني ما يحدث في أوروبا وأمريكا.
٨	٥.٢	موافق
٤٣	٢٧.٧	محايد
١٠٤	٦٧.١	غير موافق
١٥٥	١٠٠	إجمالي

• آراء عينة الشباب في موقف العرب من الحوادث الإرهابية التي تقع في الدول الغربية مقارنة بالدول الإسلامية:

- بسؤال العينة عن آرائهم في موقف العرب من الحوادث الإرهابية التي تضرب الدول الغربية، وحول تعاطف العرب معها، في حين أنهم اعتادوا ما يحدث من إرهاب في عدد من الدول الإسلامية



ويتجاهلون، أظهرت النتائج موافقة النسبة الأكبر من العينة ٥٢.٩% (٨٢) مفردة على الرأي السابق، بينما تساوت تقريباً نسبة من رفضوا ذلك الرأي ومن أجابوا بأنهم لا يعرفون؛ فبلغت نسبة من رفضوا ٢٣.٢% (٣٦) مفردة، ونسبة من أجابوا بلا أعرف ٢٣.٩% (٣٧) مفردة.

- وبتقصي آراء العينة بشأن إذا كان أغلب العرب والمسلمين لا يتعاطفون مع ضحايا الإرهاب الأجانب في أوروبا وأمريكا، ولكنهم يظهرون عكس ذلك خوفاً من اتهامهم بالعنصرية والتطرف، أظهرت النتائج أن الأقلية من العينة وافقت على ذلك الرأي، ولم تتجاوز نسبتهم ٢٢.٦% أي (٣٥) مفردة.

- في المقابل تقاربت نسبة من اختاروا الحياد إزاء ذلك الرأي، مع من رفضوه، فبلغت نسبة المحايدون ٤٠.٦% أي (٦٣) مفردة، يليهم الراضون ونسبتهم بلغت ٣٦.٨% أي (٥٧) مفردة.

#### جدول (٢٧) يبين توزيع العينة وفق آرائهم بشأن مواقف العرب من الحوادث الإرهابية في البلاد العربية مقارنة بغيرها

ك	%	يستاء الكثير من العرب من الحوادث الإرهابية التي تضرب الدول الغربية ويتعاطفون معها، في حين أنهم اعتادوا ما يحدث من إرهاب في عدد من الدول الإسلامية ويتجاهلونه
٨٢	٥٢.٩	أوافق
٣٧	٢٣.٩	لا أعرف
٣٦	٢٣.٢	غير موافق
١٥٥	١٠٠	إجمالي

#### جدول (٢٨) يبين توزيع العينة وفق آرائهم بشأن مصداقية تعاطف العرب والمسلمين مع ضحايا الإرهاب من الأجانب

ك	%	أغلب العرب والمسلمين لا يتعاطفون مع ضحايا الإرهاب الجانب في أوروبا وأمريكا ولكنهم يظهرون عكس ذلك خوفاً من اتهامهم بالعنصرية والتطرف.
٣٥	٢٢.٦	أوافق
٦٣	٤٠.٦	محايد
٥٧	٣٦.٨	غير موافق
١٥٥	١٠٠	إجمالي

#### • موقف العينة إزاء ربط كافة العمليات الهجومية بالإرهاب:

توضح بيانات الجدولين {٢٩-١} و {٢٩-٢} أن النسبة الأكبر من العينة ٥٨.٤% ، ترى أنه في بعض الحالات - ليس كلها - يستخدم الغرب لفظة "الإرهابي" للإساءة إلى الفدائيين والأبطال من المسلمين، بينما ٢٧.٩% لا يوافقون على ذلك، ويرون أن الغرب لا يستخدم تلك اللفظة على نحو يسيء للفدائيين والأبطال والشهداء من المسلمين، في المقابل وافقت نسبة ١٣.٦% على أن الغرب يستخدم لفظة "إرهابي" للإساءة إلى الفدائيين والأبطال المسلمين؛ مما يقدم مؤشرين:



- أن النسبة الأكبر من العينة لا تدين فعلياً كل العمليات والحوادث الإرهابية، وترى أن بعضها يمكن ألا يندرج تحت نطاق الإرهاب.
- أن النسبة الأقل من العينة ترى أن كافة ما يحدث من عمليات وحوادث يصفها الإعلام الغربي بأنها إرهابية على أنها فعلاً كذلك.

جدول (٢٩-١) يبين توزيع العينة حسب مواقفهم من ربط كافة العمليات الهجومية بالإرهاب

ك	%	لفظ الإرهابي استخدمه الغرب للإساءة إلى الفدائيين والأبطال من المسلمين
٢١	١٣.٦	أوافق
٩٠	٥٨.٤	ليس في كل الحالات
٤٣	٢٧.٩	لا أوافق
١٥٥	١٠٠	إجمالي

وتتسق تلك النتيجة مع النتيجة الأخرى التي أظهرها البحث بشأن موقف أفراد العينة ممن يوصفون في الإعلام العربي بأنهم إرهابيون، وأن بعضهم قد يكون صاحب قضية وعلى حق؛ فالنسبة الأكبر من العينة ٤٣.٢% لا يعرفون إذا ما كان ليس كل من يوصف في الإعلام العربي بأنه إرهابي، ضال أم لا؟ وأن بعض أولئك يكونون على حق وأصحاب قضية يدافعون عنها، بينما وافقت نسبة ٣٢.٢% على ذلك الرأي؛ مما يشير إلى عدم اقتناعهم بتصنيفات الإعلام العربي لمرتكبي عدد من الحوادث والعمليات الهجومية، ويرون أن من بينها ما لا يعد إرهاباً، ورفضت نسبة أقل بلغت ٢٤.٥% الرأي السابق، ورأت أن كل من يصفه الإعلام العربي بأنه "إرهابي" هو كذلك بالفعل.

جدول (٢٩-٢) يبين توزيع العينة حسب مواقفهم من ربط كافة العمليات الهجومية بالإرهاب

ك	%	ليس كل من يطلق عليه الإعلام العربي "إرهابي" ضال، ولكن بعضهم له قضية وعلى حق ويجب عليه أن يتمسك بمبدأه
٥٠	٣٢.٣	أوافق
٦٧	٤٣.٢	لا أعرف
٣٨	٢٤.٥	لا أوافق
١٥٥	١٠٠	إجمالي

غير أن الحذر واجب عند التعامل مع تلك النتائج التي أسفر عنها البحث لعدة أسباب:

- أنه ما يزال هناك خلط والتباس كبير بين الفعل الإرهابي وفعل المقاومة والجهاد في الكثير من وسائل الإعلام، التي ترتبط معالجتها وتناولها للقضايا والأحداث بتوجهاتها وأجنداتها.
- ينعكس ذلك في معلومات متناقضة تبثها وسائل الإعلام أحياناً، إضافة إلى اختلاف وتباين دلالات الألفاظ التي تستخدمها وسائل الإعلام.





- كما أن المستوى الفكري للفرد، وخبراته الشخصية السابقة وغيرها من عوامل تؤثر في حكمه على القضايا بما فيها الفصل بين الإرهاب وفعل مقاومة المحتل في بعض الدول.

### تقييم الفرد لثقافته الدينية ورؤيته الشخصية لمفهوم "التدين" وتصوره عن شخصية الإرهابي:

نظرًا لطبيعة موضوع البحث، والإشكالية التي يتناولها وارتباطها بالتوجه الديني لدى الفرد ومدى اعتداله أو تطرفه، تم استطلاع آراء المستجيبين من حيث تقييمهم لمستوى الثقافة الدينية لديهم، وتصوراتهم ومدى اعتدال توجهاتهم في الحياة بصفة عامة، وهو تقييم ذاتي يقوم به الفرد لنفسه، ولم يعتمد البحث على استخدام مقاييس عدة رغم أهمية ذلك؛ لصعوبة تنفيذه عملياً في إطار جوهر موضوع البحث وهدفه الرئيس.

ورغم ما يعتري استخدام "التقرير الذاتي" للحصول على إجابات من أفراد العينة من ذاتية شديدة، فإن هذا الأسلوب في الحصول على البيانات قد يكون هو الأنسب إجرائياً في ضوء صعوبة تقييم مستوى الثقافة والوعي الديني والاعتدال الفكري للأفراد دون دراسة منفردة تفصيلية تركز على هذا الجانب تحديداً. ومما يوفر أكبر قدر ممكن من الخصوصية والحرية للمستجيب وينأى به عن محاولة أن يحظى بالقبول الاجتماعي من خلال الإجابة بمثالية على الأسئلة، أنه تم تطبيق أداة الاستبيان إلكترونيًا، ولم يُطلب من المستجيب ذكر اسمه لإفساح المجال أمامه لحرية الإجابة.

### • تقييم الفرد لمستوى ثقافته الدينية، ومدى ما يتسم به من اعتدال أو تطرف في التفكير:

وقد تم الاستدلال على ذلك من خلال استطلاع آراء العينة بشأن تقييم مستويات ثقافتهم الدينية، ثم ما يعتقدون بشأن مدى اعتدال أفكارهم وتوجهاتهم في الحياة بصفة عامة، وأظهرت النتائج المبينة في الجدولين {٣٠} و {٣١} أن الغالبية من العينة بنسبة ٦٠% مستوى ثقافتهم الدينية متوسط، يليهم ٢٥.٨% قيموا مستواها بأنه مرتفع، مقابل ٧.١% قيموا مستوى ثقافتهم الدينية بأنه منخفض، و ٥.٢% رأوا أن لديهم ثقافة دينية مرتفعة المستوى جداً، ونسبة ١.٩% رأوا أن ثقافتهم الدينية مستواها منخفض جداً.

وتعتقد الغالبية العظمى من العينة بنسبة ٧٢.٣% أنهم معتدلون في أفكارهم وتوجهاتهم في الحياة بصفة عامة، مقابل ٢٧.٧% يعتقدون ذلك "إلى حد ما"، ولا يوجد من بين أفراد العينة من يعتقد أنه غير معتدل في أفكاره وتوجهاته في الحياة بصفة عامة.



جدول (٣٠) يبين توزيع العينة حسب مستويات ثقافتهم الدينية كما يعتقدونها

هل تعتقد أن لديك ثقافة دينية جيدة وكافية؟	ك	%
منخفضة جداً	٣	١.٩%
منخفضة	١١	٧.١%
متوسطة	٩٣	٦٠%
مرتفعة	٤٠	٢٥.٨%
مرتفعة جداً	٨	٥.٢%
إجمالي	١٥٥	١٠٠

جدول (٣١) يبين توزيع العينة حسب ما يعتقدون بشأن مدى اعتدال توجهاتهم وأفكارهم بصفة عامة

أعتقد أنني شخص معتدل في أفكاري وتوجهاتي في الحياة بصفة عامة	ك	%
نعم أعتقد ذلك	١١٢	٧٢.٣%
إلى حد ما	٤٣	٢٧.٧%
لا أعتقد ذلك	صفر	صفر
إجمالي	١٥٥	١٠٠

• مفهوم أفراد العينة عن "الشخص المتدين" والمعايير التي يتأثر بها هذا المفهوم:

تنوعت المعايير التي تم إدراجها لقياس مفهوم أفراد العينة عن الشخص المتدين، ما بين معايير شكلية، أي تتصل بالجانب الشكلي الظاهر لممارسة مفهوم التدين، ومعايير أخرى روحانية أو ضمنية لا تتصل بشكل ممارسة العبادات ولكن بمضمونها الروحاني والفكري.

وتشير النتائج إلى أن النسبة الأكبر من العينة ربطت بين تدين الشخص وجوانب جوهرية ضمنية في فهم الدين، لا ترتبط بالجانب الشكلي الظاهري فيه، ويعد هذا بطبيعة الحال مؤشراً جيداً؛ حيث ترى نسبة ٥٢.٩% أن المتدين هو "من يسالم الجميع في معاملاته ولا يؤدي أحداً، بصرف النظر عن مدى التزامه بالعبادات"، وهو ما يشير إلى أن السمات الظاهرية للتدين والتي ترتبط بممارسة العبادات، لا تمثل أساساً جوهرياً في رؤية النسبة الأكبر من العينة لحقيقة التدين ومفهومه.

وفي المقابل توجد نسب أخرى من العينة ربطت بين سمات ظاهرية للتدين وتصوراتهم الشخصية بشأن تدين الفرد:

- حيث ربطت نسبة ١٨.١% من العينة، بين "الالتزام بالعبادات والحرص على دعوة الآخرين للالتزام بها" وتدين الشخص، ورأوا أن الشخص المتدين هو من يقوم بذلك.
- يلي ذلك الربط بين التدين و"كثرة استناد الشخص في حديثه إلى الأصول الشرعية من القرآن الكريم والحديث الشريف"، ورأت ذلك نسبة ٩% من العينة.



- ورأت نسبة ٨.٤% من العينة أن المتدين هو من يتبع مبدأ الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ولو بشدة إذا لزم الأمر.

#### جدول (٣٢) يبين توزيع العينة حسب وجهات نظرهم في مفهوم "الشخص المتدين"

الشخص المتدين من وجهة نظري الشخصية هو:	ك	%
من يسالم الجميع في معاملاته ولا يأذي أحدًا بصرف النظر عن مدى التزامه بالعبادات	٨٢	٥٢.٩
من هو على نفس ملتي الدينية ويلتزم بالعبادات	٨	٥.٢
من لديه معرفة وثقافة دينية واسعة، بصرف النظر عن مدى التزامه بالعبادات	٧	٤.٥
من يلتزم بالعبادات ويحرص على دعوة الآخرين للالتزام بها.	٢٨	١٨.١
من يستند في حديثه كثيرا إلى القرآن الكريم والحديث الشريف.	١٤	٩
من يحرص على الالتزام بمظهر محافظ وملتزم في ملابسه.	٣	١.٩
من يتبع مبدأ الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ولو بالشدة إذا لزم الأمر.	١٣	٨.٤

#### • أبرز المشكلات الراهنة التي يعاني منها الشباب ويمكن أن تمثل منفذاً لاستقطابهم فكرياً:

بسؤال أفراد العينة عن أبرز المشكلات الراهنة التي يواجهونها كشباب عربي، وتتنوع البدائل بين عدد من المشكلات التي يعتقد الباحث أنها يمكن أن تكون ذات صلة باستقطاب الشباب العربي فكرياً واستهدافهم بالتجنيد لصالح الجماعات الإرهابية المتطرفة، أظهرت النتائج المبينة في جدول {٣٣} أن مشكلة التخبط بين مصادر المعلومات وانتشار الشائعات ومحاولات إشاعة الفتنة تنصدر أبرز المشكلات التي يعاني منها الشباب العربي الراهن من وجهة نظر العينة، وذلك بنسبة بلغت ٦٨.٢%، يليها فقد الثقة في حكومات بلادهم وصناع القرار فيها بنسبة ٦٤.٣%، ثم الفجوة بين واقع الحياة التي يعيشونها والفتاوى الدينية التي تقدم لهم بنسبة ٥٥.٨%، وأخيراً افتقاد النموذج أو القدوة والمثل الأعلى بنسبة ٥٠%.

#### جدول (٣٣) يبين توزيع العينة حسب آرائهم في أبرز المشكلات التي يعاني منها الشباب العربي

من المشكلات التي يواجهها الشباب العربي راهناً	ك	%
التخبط بين مصادر المعلومات وانتشار الشائعات ومحاولات إشاعة الفتنة	١٠٥	٦٨.٢
فقد الثقة في حكومات بلادهم وصناع القرار فيها	٩٩	٦٤.٣
الفجوة بين واقع الحياة التي يعيشونها والفتاوى الدينية التي تقدم لهم	٨٦	٥٥.٨
افتقاد النموذج أو القدوة والمثل الأعلى	٧٧	٥٠
أخرى	٨	٥.٢

#### مناقشة النتائج

أظهرت نتائج البحث عدة مؤشرات بشأن مصادر المعلومات الدينية التي تستخدمها عينة الشباب العربي، وبشأن اتجاهاتهم نحو العمليات الإرهابية، وفيما يأتي مناقشة هذه المؤشرات في ضوء ما تقدمه من دلالات.



**ففيما يتعلق بمصادر المعلومات الدينية لدى العينة؛ حملت النتائج مؤشرات إيجابية، وأخرى ذات دلالة سلبية إلى حد ما، خاصة أن الأخيرة تأتي على عدة مستويات، منها مستوى كفاءة، وتوافر المصادر الدينية التي يمكنهم الوثوق بها فيما يثور بأذهانهم من تساؤلات دينية خلافية أحياناً، ومستوى ثقة العينة في مصادر المعلومات الدينية، ومهاراتهم في تقييم وتمييز مصادر المعلومات الدينية خاصة الإلكترونية، كذلك على مستوى نوعية استخدام الشباب لهذه المصادر وعاداتهم فيه، ومخرجات ذلك الاستخدام في تشكيل وعيهم الديني.**

وتفصيل ما سبق ظهر في تصدر فتاوى التكفير مقدمة أكثر المسائل الدينية التي تشغل عينة الشباب التي لا يجدون مصادر دينية موثوقة للحصول على معلومات واضحة بشأنها، وهو ما يحمل دلالة مهمة بشأن المداخل التي تنفذ منها الجماعات الإرهابية والمتطرفة لإشاعة تفكير طائفي متعصب.

كما ظهر في اهتمام الغالبية العظمى من العينة بالبحث عن المعلومات الدينية والاطلاع عليها، عند الحاجة إليها فقط؛ مما يشير إلى أن استخدام مصادر المعلومات الدينية لا يكون في أغلب الحالات بهدف تشكيل الوعي وتطوير الثقافة الدينية وتعزيزها لدى غالبية العينة، وإنما يكون للتعامل مع مواقف محددة في الحياة.

وهو ما يشير إلى اختزال واضح للدور الذي يمكن أن تقوم به مصادر المعلومات الدينية في حياتنا، وانكماشها إلى مساحة التعامل مع مواقف الحياة العابرة الطارئة دون أن تمثل مدخلاً أساسياً في التفكير والوعي.

إضافة لما سبق، كشفت النتائج أنه برغم تنوع وتعدد مصادر المعلومات المتاحة للشباب في مختلف مجالات الحياة بصفة عامة، فإن اللجوء للأهل، أو المعارف والأصدقاء ممن يوثق في ثقافتهم الدينية، جاء هو النمط الأول بين مصادر المعلومات الدينية التي يعتمد عليها أفراد العينة، وذلك في حد ذاته يمكن أن يمثل مؤشراً خطراً؛ لأنه ليس بضرورة الحال أن تتسم هذه المعلومات بالصحة والدقة، كما أنه يحمل ضمناً الإشارة إلى عدم كفاءة مصادر المعلومات الدينية الأخرى أو ربما عدم ثقة الأغلبية فيها، وهذه النقطة تحديداً تحتاج لدراسة أخرى مفصلة لاستجلائها.

ولفتت النتائج الانتباه أيضاً إلى تقدم الاستعانة بخدمة Ask Google في الحصول على المعلومات الدينية بين المصادر الأخرى، بل إنها تقدمت على استخدامات خدمات الخط الساخن لدور الإفتاء، وربما يرجع ذلك إلى سهولة وتوافر إتاحة الخدمة طول الوقت، بعكس خدمات الخط الساخن التي ترتبط عادة بوقت محدد على مدار اليوم؛ مما يتطلب إعادة النظر في إتاحة الخدمة وتوافرها بشكل أكبر، وأيضاً في الإعلان عنها وتعريف الجمهور بها.



ورغم أن النتائج أظهرت أهمية المواقع الدينية الرسمية على الإنترنت كأحد المصادر التي يستخدمها الشباب للوصول إلى المعلومات الدينية التي يحتاجون إليها، لكن السؤال الذي يطرح نفسه، هل تجيد العينة تمييز المواقع الدينية الرسمية عما سواها من مواقع دينية موجودة على الإنترنت؟؛ لأن ذلك قد يرتبط بمستوى خبرة الفرد نفسه باستخدام الإنترنت وتدقيق المواقع الإلكترونية التي يستخدمها عليها، كما أنه يرتبط من جانب آخر بمدى وضوح وشفافية الجهة المسئولة عن الموقع الديني وتحديد هويته بوضوح. تتأكد أهمية الملاحظة السابقة، في ضوء النتيجة الآتية التي أسفر عنها البحث بسؤال العينة عن أفضلية استخدام أي موقع ديني على الإنترنت للحصول بسرعة على المعلومات التي يحتاجون إليها؛ حيث أكدت النسبة الأكبر من العينة اتباع ذلك الإجراء، مفضلين استخدام أي موقع إلكتروني ديني عبر الإنترنت للحصول بسرعة على المعلومات الدينية التي يحتاجونها، سواء ممن أجابوا بـ "عادة، أو أحياناً"، وهو ما يرفع من خطورة ذلك المؤشر؛ لأنه يضع مستخدمي الإنترنت من الشباب في دائرة الاستهداف عبر استخدامهم مواقع دينية غير رسمية بالضرورة وغير واضحة الهوية.

أما المؤشرات الإيجابية بشأن استخدام الشباب مصادر المعلومات الدينية فتتمثل في الاهتمام بتتبع مصادر المعلومات الدينية وعدم الاكتفاء بمصدر معلومات واحد، وتهتم بذلك النسبة الأكبر من العينة سواء ممن يتبعون ذلك الإجراء "عادة" أو "أحياناً"، واهتمام النسبة الأكبر من العينة بتدقيق مصادر معلوماتهم الدينية "عادة"، وإن كانت نسبة من العينة ٢٠.٦% يفعلون ذلك أحياناً، ونسبة أقل نادراً ما يقومون بذلك؛ ما يشير إلى الحاجة للتوعية بأهمية تدقيق مصادر المعلومات، خاصة المصادر الدينية، إضافة إلى حرص النسبة الأكبر من العينة على التأكد من صحة المعلومات الدينية التي يحصلون عليها من الإنترنت، سواء "عادة" أو "أحياناً"، ولا تحتل مواقع التواصل الاجتماعي مكانة ملحوظة في قائمة مصادر المعلومات الدينية التي يستخدمها الشباب؛ حيث جاءت في آخر قائمة البدائل المختلفة التي تستخدمها العينة للحصول على المعلومات الدينية، إلا أن ذلك لا ينفي تقدم مصادر المعلومات الإلكترونية المتاحة على الإنترنت بصفة عامة، ممثلة في المواقع الدينية الرسمية وخدمة Ask Google الإلكترونية.

**وفيما يتعلق بعوامل الثقة في مصادر المعلومات الدينية وتقييم مصداقيتها، جاءت نتائج البحث منطقية ومتسقة فيما بينها، ومتسقة بالمثل مع نتائج الدراسات السابقة؛ حيث أشارت النتائج إلى أن تقييم العينة لمصداقية مصادر المعلومات الدينية والثقة فيها، يرتبط أولاً بالعوامل والمعايير ذات الصلة بالمحتوى الديني المعروف، ممثلة في مدى استخدام نصوص من القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة، وطبيعة الأدلة الشرعية التي تستند إليها في تقديم الفتاوى والتفسيرات، وكانت الدراسات السابقة التي تناولت عوامل تقييم الجمهور لجودة المحتوى الإعلامي قد أكدت أن المحتوى ما يزال هو الفاعل الرئيس**



في جذب انتباه الجمهور بصفة عامة، وتتسحب القاعدة نفسها على المضمون الإعلامي الديني، ذلك أن المحتوى نفسه ومدى جودته وقوة حجته واعتداله هو الأقدر على جذب الشباب والتأثير فيهم.

يلى العوامل الموضوعية المرتبطة بالمحتوى، العوامل المرتبطة بالمصدر الذي يقدم المعلومة الدينية، من حيث مدى وسطية واعتدال الآراء التي يقدمها، والدولة التي ينتمي إليها، ثم طبيعة المؤسسة الدينية التي تصدر عنها المعلومة أو الفتوى، من حيث كونها رسمية أو لا، ومدى اتساق مواقف المؤسسة الدينية التي تصدر عنها المعلومة وعدم تناقضها، وفي النهاية جاء العامل المرتبط بوسيلة الاتصال كأحد العوامل التي تؤثر في ثقة الفرد في المعلومات الدينية التي يحصل عليها، وذلك من حيث كونها إحدى وسائل الإعلام التقليدية المعروفة أو أحد المواقع الموجودة على الإنترنت.

كما تتسق النتائج التي انتهى إليها البحث فيما يتعلق بالعوامل التي تؤثر في ثقة العينة في مصادر المعلومات الدينية عامة، وكذلك المعايير التي يلجأون إليها لتقييم صحة المعلومات الدينية المنشورة على الإنترنت تحديداً؛ حيث تعتمد الغالبية العظمى في الحالتين على معايير ترتبط بالمحتوى نفسه، متمثلة في الأدلة الشرعية التي تستند إليها المعلومة.

غير أن هذه النتيجة تحمل دلالة تستدعي التفكير في احتمالية وجود إشكالية ما، فإذا كانت النسبة الأكبر من العينة تبحث عن المعلومات الدينية عند الحاجة إليها فقط، ويرون أن مستوى ثقافتهم الدينية متوسط، فهل هذا يؤهل العينة على النحو المناسب لتقييم المصادقية وفق المحتوى نفسه؟ ووفق ما يتضمنه من أدلة شرعية؟ خاصة أن الجماعات والتنظيمات الإرهابية تعتمد بالفعل على استخدام الأدلة الشرعية، ولكن توظفها على نحو مضلل يخدم أهدافها في الترويج لأفكار مغلوطة.

من جانب آخر، أظهرت النتائج مؤشراً إيجابياً تمثل في ارتفاع نسبة العينة ممن يعتمدون في تقييمهم لصحة المعلومات الدينية المنشورة على أعمال العقل والاجتهاد الشخصي بالنظر في مدى ارتباط المعلومة بالخير العام للمجتمع وعدم الإضرار بأحد؛ مما يعني ضرورة تركيز الاهتمام على تنمية مهارات التفكير المنطقي والتحليلي في التعليم بصفة عامة، وتعليم المقررات الدينية بصفة خاصة.

وبينما تقدمت المعايير المرتبطة بالمحتوى، يليها المعايير المرتبطة بالمصدر، ثم المعايير الذاتية المرتبطة بالخبرة السابقة للفرد نفسه، ومستوى ثقافته الدينية، جاء في النهاية معيار الوسيلة التي تحمل المعلومة الدينية ممثلاً في مدى كثرة عدد المتفاعلين مع المعلومة ومدى انتشارها وتداولها بين الناس، وهو ما يتفق وتأخر أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات الدينية للعينة.

**وفيما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات الدينية، تشير النتائج إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات الدينية لا يحظى باستحسان أو قبول واضح بين العينة، واتضح ذلك من عدة مؤشرات، تتمثل فيما يلي:**



- تتبنى النسبة الأكبر من العينة موقفًا محايدًا إزاء ميزة تنوع وتعدد مصادر المعلومات الدينية المتاحة على تلك المواقع، كما أن نسبة أخرى واضحة لم تعجبهم تلك الميزة، والنسبة الأقل هي التي أشارت لإعجابها بتلك الميزة، واتساقًا مع تلك النتيجة رأت الغالبية العظمى من العينة أنه توجد فوضى في المعلومات الدينية التي يتم نشرها وتداولها على مواقع التواصل الاجتماعي.
- كما لا توافق النسبة الأكبر من العينة على إيجابية ظاهرة تواجد دعاة دينيين على مواقع التواصل الاجتماعي، كما لم توافق على الثقة فيهم حتى ممن لديهم عدد كبير من المتابعين، وانخفضت في المقابل نسبة من وافقوا على إيجابية ظاهرة تواجد دعاة دينيين على مواقع التواصل الاجتماعي، وأشاروا إلى تفتهم فيهم خاصة ممن لديهم عدد كبير من المتابعين.
- ورأت الغالبية العظمى من العينة أن مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت بكثرة في حدوث بلبله وارتباك في المعلومات الدينية لدى الشباب العربي، كما تشككت الغالبية العظمى من العينة في الكثير من المعلومات الدينية المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي.

**وفيما يتعلق بالدعاة الدينيين الرسميين وغير الرسميين وعوامل تقييم مصداقيتهم، تلفت النتائج الانتباه بشأن ثقة العينة في الدعاة الدينيين الرسميين؛ حيث تتقارب نسب من لا يعرفون إذا ما كان الدعاة الرسميون أكثر مصداقية من غير الرسميين، مع من يعتقدون أن الدعاة الرسميين أكثر ثقة ومصداقية من غير الرسميين، كما توجد نسبة غير ضئيلة لا يمكن إغفالها لا يعتقدون أن الأئمة والدعاة الرسميين أكثر مصداقية من الدعاة غير الرسميين، وهو ما يعد مؤشرًا على أهمية إجراء دراسة تفصيلية عن العلاقة بين الدعاة الرسميين والجمهور من الشباب العربي، والعوامل المؤثرة في هذه العلاقة، والصورة الذهنية للأئمة والدعاة الرسميين لدى الشباب العربي، وتوجهاتهم نحوهم.**

وبطبيعة الحال، تؤكد هذه المؤشرات أهمية تطوير مهارات الدعاة الرسميين لتكون قادرة على تشكيل وعي الشباب العربي وتحسينهم ضد منافذ الفكر المتطرف.

ومن المؤشرات الإيجابية التي أظهرتها نتائج البحث، أن العوامل ذات الصلة بالمحتوى الذي يقدمه الداعية الديني - ممثلة في النصوص الدينية التي يستند إليها والحجج العقلية المنطقية التي يستخدمها - تتصدر العوامل التي تؤثر في ثقة العينة فيه، يلي ذلك العوامل المرتبطة بشخص الداعية الديني، ممثلة في العوامل الآتية بالترتيب، الطريقة التي يتعامل بها مع الآراء المخالفة لرأيه وتوجهاته، ثم طبيعة علاقته بالمؤسسة الدينية الرسمية في الدولة أو انتمائه لها، يليها التوجه أو المذهب الديني الذي ينتمي إليه، ثم اهتمامه بالتفاعل مع الجمهور ومواكبته للأحداث والقضايا الراهنة، ثم مدى ظهوره في وسائل الإعلام الرسمية، يلي ذلك مدى تواجده بكثافة وانتشاره على مواقع التواصل الاجتماعي، ثم كثرة عدد المتابعين له



على مواقع التواصل الاجتماعي، وتشير النتيجة السابقة إلى أهمية إدراك الشباب لمدى التوازن والاعتدال في فكر الداعية أو المصدر الديني الذي يتعرضون له، كمعيار للحكم عليه بالمصادقية والثقة فيه.

بيد أنه من أوجه القصور في نتائج البحث أنها لم تظهر مدى إيجابية أو سلبية تأثير عدد من العوامل الشخصية المرتبطة بالداعية أو المصدر الديني في ثقة العينة فيه، مثال ذلك أنه ما يزال هناك غموض بشأن ما إذا كانت علاقة المصدر الديني بالمؤسسة الدينية الرسمية وانتماؤه لها يؤثر سلباً أو إيجاباً في ثقة العينة فيه.

ومن المؤشرات السلبية التي أظهرتها نتائج البحث، تشكك النسبة الأكبر من العينة في اعتبار المصادر الدينية الرسمية مصادرها الأولية التي تثق فيها وتعتمد عليها في الحصول على المعلومات الدينية، كما أن نسبة أخرى من العينة - لا يمكن تجاهلها - أجمت بالموافقة على أن هذه المصادر الرسمية لا تعد فعلاً بالضرورة هي المصادر الأولية التي تثق فيها وتعتمد عليها.

ولا تتعارض تلك النتيجة مع النتيجة الأخرى التي أظهرت تفضيل الغالبية العظمى من العينة الحصول على المعلومات الدينية من المصادر الدينية المعروفة المعتمدة في المؤسسات الدينية الرسمية، فالتفضيل لا يتنافى مع كونها لا تعد المصادر الأولية بصفة عامة، خاصة أن نسبة تفوق الثلث تقريباً من العينة جاءت إجاباتهم ما بين التشكيك في هذا التفضيل، ورفضه.

**رضا العينة عن مصادر معلوماتهم الدينية:** انتهى البحث في هذا الشأن إلى مستويين من النتائج؛ نتائج على المستوى الشخصي لأفراد العينة من خلال سؤالهم مباشرة عن مدى رضاهم عن مصادر المعلومات الدينية التي يستخدمونها؛ حيث ظهر أن النسبة الأكبر من العينة راضون عن مصادر معلوماتهم الدينية ويرون أنها توجههم جيداً في حياتهم اليومية.

بينما تمثل المستوى الآخر في النتائج بالنسبة لتقييم الوضع العام لمصادر المعلومات الدينية المتاحة للشباب العربي من وجهة نظر العينة، وعلى هذا المستوى تحديداً، ظهر الانخفاض الواحد في رضا العينة وتقييمها لمصادر المعلومات الدينية المتاحة؛ فالنسبة الأكبر من العينة رأت أن الشباب العربي لا يجد مصادر جيدة وموثوقاً فيها للحصول على المعلومات الدينية التي تمس أمور حياتهم اليومية، ورأت كذلك أن معظم الفتاوى والبرامج الدينية المعروضة في الإعلام العربي بعيدة عن احتياجاتهم الحقيقية في الحياة اليومية، كما أن الغالبية العظمى من العينة رأت أن التأثير بالفكر الإرهابي والمتطرف يرجع إلى القصور والخلل في مصادر المعلومات الدينية المتاحة للشباب العربي.

ويمكن تفسير ذلك في ضوء إجابة الغالبية العظمى من العينة على السؤال بشأن مدى اهتمامهم بالبحث عن المعلومات الدينية، واقتران ذلك بالحاجة إليها فقط؛ مما يوضح أنه عند تقييم العينة لمصادر المعلومات الدينية التي يستخدمونها على نحو شخصي، فإن الرضا هنا يرتبط بمدى سدها لاحتياجاتهم





الوقتي في الحصول على المعلومة الدينية، غير أن تقييمهم لكفاءة وجودة مصادر المعلومات الدينية بصفة عامة ارتبط بتقييمهم وآرائهم في الوضع العام لكفاءة تلك المصادر وتأثيرها إيجاباً أو سلباً في تشكيل وعي الشباب وثقافتهم الدينية.

**انتهى البحث إلى عدة نتائج بشأن اتجاهات العينة نحو العمليات الإرهابية، والتي بدورها تطرح مؤشرات وتحمل دلالات نناقشها فيما يأتي:**

فرغم استمرارية التغطية الإعلامية للحوادث الإرهابية وكثافتها، فإنها ما تزال تمثل حدثاً لافتاً يحظى باهتمام الغالبية العظمى من العينة لمتابعته ومعرفة تفاصيله بصرف النظر عن أماكن وقوعها، كما أن الغالبية العظمى من العينة تهتم بالتفاعل مع أخبار تلك الحوادث على مواقع التواصل الاجتماعي بصرف النظر عن أماكن وقوعها، وهو ما يتسق ونتائج الدراسات السابقة التي أكدت أهمية وخصوصية العلاقة بين الإعلام وبين الإرهاب، فكلاهما مدعوم بوجود الآخر بطريقة أو بأخرى.

ورغم أن النسبة الأكبر من العينة تتبنى اتجاهاً متوازناً نحو ضحايا الحوادث الإرهابية بصرف النظر عن الجنس والدين والهوية، فإنه لا يمكن تجاهل نسب العينة التي رأت أن العمليات الإرهابية في أوروبا وأمريكا ترد للمسلمين العدوان والظلم الذي يتعرضون له في كثير من بلاد العالم، وأن ضحايا الإرهاب من العرب والمسلمين أكثر من غيرهم استحقاقاً للتعاطف معهم، وأن الحوادث الإرهابية التي تقع في الغرب هي رد فعل طبيعي ومبرر للظلم الذي يتعرض له العرب والمسلمون بسبب الغرب، فرغم أنها ليست هي النسب الأكبر فإنها لا تعد في حد ذاتها نسباً ضئيلة؛ مما يرفع مؤشر الخطر الكامن في هذا المنحى من الشعور والتفكير إزاء العمليات الإرهابية، وتبريرها إذا استهدفت ضحايا من غير المسلمين ومن غير العرب.

وتتضح أهمية هذه الدلالة في ضوء ما أشارت إليه الدراسات السابقة من أن أحد المحاور الفكرية الرئيسية التي تستهدفها الجماعات الإرهابية في خطابها الإعلامي الدعوي هو تبرير العمليات الإرهابية، مستخدمة نفس الحجج السابقة، التي تعتقد فيها نسب من العينة، أن ذلك إنما هو دفاع عن المسلمين ورد للعدوان والظلم الذي يتعرضون له.

ويعد الخوف من الاتهام بالعنصرية أو التطرف، أحد العوامل التي تؤثر في تشكيل ردة فعل الشخص إزاء الحوادث الإرهابية؛ حيث رأت نسبة من العينة أن أغلب العرب والمسلمين لا يتعاطفون مع ضحايا الإرهاب الأجانب في أوروبا وأمريكا، ولكنهم يظهرون عكس ذلك خوفاً من اتهامهم بالعنصرية والتطرف، ورغم أنها النسبة الأقل، فإنه لا يمكن تجاهلها، خاصة أن النسبة الأكبر جاءت ممن اتخذوا موقفاً محايداً إزاء ذلك، وليس ممن رفضوه.



كما ترى النسبة الأكبر من العينة وجود تناقض في موقف الشعوب العربية من الحوادث الإرهابية التي تقع في العالم الإسلامي مقابل نظيرتها التي تقع في الدول الغربية؛ حيث وافقوا على وجود حالة من الاعتياد والتجاهل لما يقع من إرهاب في عدد من الدول الإسلامية مقابل الاهتمام والتعاطف بنظيرتها التي تقع في الدول الغربية.

**فيما يتعلق بمستويات الثقافة الدينية لدى العينة وفق تقييماتهم الشخصية، وتصوراتهم الذاتية لمفهوم "التدين":**

انتهى البحث إلى نتائج متوقعة فيما يتعلق بتقييم الفرد لمستوى ثقافته الدينية، ومدى ما يتسم به من اعتدال؛ حيث رأت الغالبية أن مستوى ثقافتهم الدينية متوسط، وتعتقد الغالبية العظمى من العينة أنهم معتدلون في أفكارهم وتوجهاتهم في الحياة بصفة عامة، وانخفضت نسبة من اعتقدوا في ذلك إلى حد ما، بينما لم يوجد من بين أفراد العينة من يعتقد أنه غير معتدل في أفكاره وتوجهاته في الحياة بصفة عامة، غير أن نسبة من يعتقدون أنهم معتدلون في أفكارهم وتوجهاتهم في الحياة بصفة عامة، قد لا تعبر عن الحقيقة؛ لأن من سمات المتعصبين أنهم لا يدركون ذلك ويعدون تفكيرهم دائماً صحيحاً ورأيهم دائماً صواباً.

تكشف النتائج عن مؤشر إيجابي فيما يتعلق بتصورات ورؤى العينة لمفهوم التدين، فهي تشير إلى أن السمات الظاهرية للتدين -والتي ترتبط بممارسة العبادات - لا تمثل أساساً جوهرياً في رؤية النسبة الأكبر من العينة لحقيقة التدين ومفهومه؛ حيث ربطت تلك النسبة من العينة بين تدين الشخص وجوانب جوهرية ضمنية في فهم الدين، ويعد هذا بطبيعة الحال مؤشراً جيداً.

في المقابل توجد نسب أخرى من العينة ربطت بين سمات التدين الظاهرية وتصوراتهم الشخصية بشأن تدين الفرد، إلا أن أكثرها إثارة للانتباه من رأوا أن المتدين هو من يتبع مبدأ الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ولو بشدة إذا لزم الأمر، وهو ما يمكن أن يكون مؤشراً خطراً؛ لأن اختيار هذا البديل كمؤشر عن تدين الشخص من وجهة نظر الفرد، يعبر عن وجود توجهات متشددة لديه، قد تتضمن إكراه الآخرين أو استخدام العنف ضدهم كما ذكر في البديل.

ورغم ضالة هذه النسبة عند مقارنتها بما سبقها، فإنه لا يمكن الاستهانة بها، ويجب النظر إليها في ضوء علاقتها بإجابات أفراد العينة على سؤالهم عن مدى اعتدال أفكارهم وتوجهاتهم في الحياة بصفة عامة؛ حيث يبدو وجود تناقض؛ إذ أجاب جميع أفراد العينة بأنهم معتدلون في توجهاتهم وأفكارهم. ومع ذلك، فإن استجاباتهم على السؤال الحالي تؤكد أن ذوي التوجهات الدينية المتعصبة لا يدركون أنهم متعصبون، وإنما يعتقدون أنهم ينفذون أوامر الدين، وتلك تحديداً هي الفئة التي يمكن أن تكون الطرف



الأضعف في الحلقة، والأسهل للاستهداف؛ لذا تحتاج إلى توجيه مزيد من الاهتمام لها وتوجيهها بخطاب ديني وفكري معتدل يصحح ما لديهم من مفاهيم.

**وفيما يتعلق بأبرز المشكلات التي يواجهها الشباب العربي من وجهة نظر العينة ودلالاتها في استقطابهم للفكر المتطرف، فإنه بسؤال أفراد العينة عن أبرز المشكلات الراهنة التي يواجهونها كشباب عربي، وتتويع البدائل بين عدد من المشكلات، يعتقد الباحث أنها يمكن أن تكون ذات صلة باستقطاب الشباب العربي فكرياً واستهدافهم بالتجنيد لصالح الجماعات الإرهابية المتطرفة، أظهرت النتائج أن مشكلة التخبط بين مصادر المعلومات وانتشار الشائعات ومحاولات إشاعة الفتنة تنصدر أبرز المشكلات التي يعاني منها الشباب العربي الراهن من وجهة نظر العينة، يليها فقد الثقة في حكومات بلادهم وصناع القرار فيها، ثم الفجوة بين واقع الحياة التي يعيشونها والفتاوى الدينية التي تقدم لهم بنسبة ٥٥.٨%، وأخيراً افتقاد النموذج أو القدوة والمثل الأعلى.**

وتُعد تلك النتائج مؤشراً خطراً؛ بسبب ارتفاع نسب العينة التي تعاني من كل مشكلة من هذه المشكلات، خاصة مشكلة الفتنة وتضارب المعلومات والتي تمثل مدخلاً أساسياً لتشكيل الرأي والموقف في الحياة إزاء القضايا والأحداث المختلفة؛ الأمر الذي يعني أنه توجد ظروف وسياق عام مواتٍ يتيح للجماعات الإرهابية استخدام أبرز ملامحه في استقطاب الشباب العربي نحو الفكر الإرهابي.

وتلقت نتائج البحث - وما تثيره من دلالات ومؤشرات - الانتباه إلى عدة أوجه من الخلل في علاقة الشباب العربي بمصادر المعلومات الدينية، وفي أدائها في حياتهم وتأثيرها في تشكيل وعيهم وثقافتهم الدينية، كما تظهر النتائج أيضاً مؤشرات سلبية تحمل دلالات خطيرة فيما يتعلق بتوجهات نسب من الشباب إزاء العمليات الإرهابية، ورؤيتهم لها ومبرراتها، ويمكن القول إن كلا العاملين معاً يمثل أحد نقاط القوة التي تستغلها الجماعات الإرهابية والتنظيمات المتطرفة في استقطاب الشباب العربي نحو الفكر الإرهابي، مستفيدة في ذلك من سمات الواقع الراهن وما يضح به من إشكاليات وقضايا خلافية من جانب، وضعف وقصور في كفاءة ممارسة مصادر المعلومات والمعرفة - خاصة الدينية - لدورها في تشكيل وعي وثقافة الشباب من جانب آخر.

وعلى ذلك النحو، تصبح إعادة النظر في مصادر المعلومات الدينية، من حيث توافرها، وجودتها، وتنوعها، ومدى ثقة الشباب فيها وإدراكهم لمصداقيتها، مطلباً حيويًا يتكامل مع مطلب التركيز على تنمية مهارات التفكير المنطقي والتحليلي لدى الأطفال والنشء، ويتكامل أيضاً مع ضرورة - بل وحتمية - الوقوف تفصيلاً على مفردات الخطاب الديني المعروض في وسائل الإعلام المختلفة، وأهمية إخضاعه للمراجعة والرصد الآني المستمر لمعرفة مدى مقارنته من إشكاليات الواقع المعاش وتلبيته للمتطلبات الواقعية لدى الشباب من المعرفة الدينية، والمعرفة إجمالاً، إضافة إلى ضرورة تقديم مزيد من الدراسات التفصيلية التي تتناول علاقة الشباب العربي بالدعاة الدينين وتقييمهم لهم، خاصة أن الواقع يشير إلى



خطورة تأثير تلك العلاقة وتبعاتها سواء من خلال فرط الثقة في شخصيات قد لا تكون كفوًا لها، أو من خلال فقدان الثقة في الدعاة والأئمة المطلوب أن يكون دورهم أكثر تصدراً للمشهد وأكثر فاعلية في التأثير في الشباب والنشء.

## المراجع:

١- انظر المراجع التالية:

- مها عبد المجيد، "الخطاب الإعلامي للجماعات الإرهابية على مواقع التواصل الاجتماعي - استراتيجيات المواجهة وآلياتها"، بحث مشارك في المؤتمر الدولي الأربعين للإحصاء وعلوم الحاسب الآلي وتطبيقاتها، "الإعلام وقضايا المجتمع بين المهنية والمسئولية الاجتماعية"، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، ٢٨-٢٩ أبريل ٢٠١٥.
- مها عبد المجيد، "استراتيجيات الاتصال في مواقع الجماعات الإرهابية على شبكة الإنترنت - دراسة تحليلية"، مجلة "شؤون اجتماعية"، الإمارات العربية المتحدة، العدد ١٢١، ربيع ٢٠١٣.
- 2- Kalkhoven, Lieuwe and Christ'l De Landtsheer. "Assessing the Symbolic Power of Terrorism in a Mediated World." In *Proceedings of annual meeting of the ISPP 33rd Annual Scientific Meeting*, July 7, 2010. Recalled online on November 27, 2014. San Francisco: ISPP, 2010.
- 3- LaFree, Gary, Stanley Presser, Roger Tourangeau and Amy Adamczyk. "U.S. Attitudes toward Terrorism and Counterterrorism." *A Department of Homeland Security Science and Technology Center of Excellence*, (2013):2-17.
- 4- Ruohan Li and Ayoung Suh. "Factors Influencing Information credibility on Social Media Platforms: Evidence from Facebook Pages." *Procedia Computer Science* 72, (2015): 314-328.
- 5- Wilson, Sharon, Pauline Leong, Carmen Nge and Ngerng Miang Hong. (2014). "Trust and Credibility Of Urban Youth On Online News Media". *Jurnal Komunikasi Malaysian Journal of Communication* 27, no. 2 (2014): 97-120.
- 6- Westerman, David, Patric R. Spence and Brandon Van Der Heide. (2013)" Social Media as Information Source: Regency of Updates and Credibility of Information." *Journal of Computer-Mediated Communication* 19, (2014): 171-183.
- 7- Umeogu, Bonachristus. "Source Credibility: A Philosophical Analysis." *Open Journal of Philosophy* 2, no. 2 (2012): 112-115.
- 8- Smith, Brian. "Digital conversion: Social media, Engagement, and the 'I am a Mormon' Campaign." *PRism* 9, no. 1(2013): 1-13.
- 9- Canini, Kevin, Bongwon Suh and Peter L. Pirolli." Finding Credible Information Sources in Social Networks Based on Content and Social Structure." In *Proceedings of IEEE*



*International Conference on Privacy, Security, Risk, and Trust, and IEEE International Conference on Social Computing, 2011.*

١٠- محمد بن علي بن محمد السويد، (٢٠١٥)، "استخدامات الشباب السعودي لموقع التواصل الاجتماعي (تويتر) وتأثيرها على درجة علاقتهم بوسائل الإعلام التقليدية، دراسة ميدانية على عينة من طلبة الجامعات الحكومية والخاصة في مدينة الرياض"، بحث مقدم في مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعية، التطبيقات والإشكاليات المنهجية، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. منشور على شبكة الإنترنت وتم استدعاؤه بتاريخ ٢ يوليه ٢٠١٦ من العنوان الآتي:

<https://units.imamu.edu.sa/Conferences/smumc/Documents/%D8%AF%20%D9%85%D8%AD%D9%85%D8%AF%20%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%88%D9%8A%D8%AF.pdf>

١١- رأفت مهند، (٢٠١٣)، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة الجامعات في الموصل، والأنبار، ونكريت"، رسالة ماجستير، قسم الصحافة والإعلام، كلية الآداب والعلوم، جامعة البترا الأردنية، بحث منشور على شبكة الإنترنت وتم استدعاؤه بتاريخ ٢٥ يونيو ٢٠١٦ من العنوان الآتي:

<https://www.uop.edu.jo/En/Research/Theses/Documents/%D8%B1%D8%A3%D9%81%D8%AA%20%D9%85%D9%87%D9%86%D8%AF%20%D8%B9%D8%A8%D8%AF%20%D8%A7%D9%84%D8%B1%D8%B2%D8%A7%D9%82.pdf>

١٢- تركي بن عبد العزيز السديري، (٢٠١٤)، "توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات، بالتطبيق على العاملين في إدارات العلاقات العامة بقطاعات وزارة الداخلية"، بحث ماجستير منشور، كلية العدالة الجنائية، قسم الدراسات الأمنية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية، تم استدعاؤه بتاريخ ٢٠ يوليه ٢٠١٦ من شبكة الإنترنت من العنوان الآتي:

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

١٣- محمد رضا محمد حبيب، (٢٠١٣)، "دور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في التنقيف السياسي للشباب المصري دراسة ميدانية"، بحث منشور على شبكة الإنترنت، وتم استدعاؤه بتاريخ ٢٥ يونيو ٢٠١٦ من العنوان الآتي:

[http://scholar.cu.edu.eg/?q=hermes/files/mhmd\\_rd\\_hbyb.pdf](http://scholar.cu.edu.eg/?q=hermes/files/mhmd_rd_hbyb.pdf)

14- Kaltenthaler, Karl, William J. Miller., Stephen Ceccoli and Ron Gelleny. "The Sources of Pakistani Attitudes toward Religiously Motivated Terrorism." *Studies in Conflict & Terrorism* 33, no.9 (2014): 815-835.

15- Cherney, Adrian and Jenny Povey. "Exploring Support for Terrorism Among Muslims." *Perspectives on Terrorism* 7, no. 3 (2013): 5-16.

16- LaFree, Gary. Stanley Presser, Roger Tourangeau. Adamczyk, Amy, (2013). "U.S. Attitudes toward Terrorism and Counterterrorism," Report to the U.S. Department of Homeland Security, Science and Technology Directorate's Resilient Systems Division. College Park, MD: START, 2013



- 17- Kamarulnizam Abdullah, "Perception and Attitudes toward Terrorism in a Muslim Majority Country", *Asian Social Science* 8, no. 4 (2012): 77-89.
- 18- Hosseinzadeh, Afsaneh. (2011) "The Role of Social Media in Religion: Dialogues or conversations?" M.A. in communications sciences. Recalled on: August 20, 2016. Available online on:  
[http://www.academia.edu/14382725/The\\_Role\\_of\\_Social\\_Media\\_in\\_Religion\\_Dialogues\\_or\\_conversations](http://www.academia.edu/14382725/The_Role_of_Social_Media_in_Religion_Dialogues_or_conversations).