دور الإعلام الجديد في دعم الحوار وتقبل الرأي الآخر بين الشباب العربي: الفيس بوك نموذجاً

د. تامر محمد صلاح الدين سكر
مدرس الإذاعة والتليفزيون كلية الإعلام جامعة فاروس

الملخص

المقدمة: ساعد موقع الفيس بوك فى زيادة مجال الحوار وتبادل الآراء والتعارف وفرصة لتقبل الآخر والآراء المختلفة ما بين الشباب، كما أدى إلى زيادة هامش الحرية فى التعبير عن الرأى والثقافات المختلفة، وقد برزت أهمية الحوار وتقبل الرأى الآخر حيث أن المتأمل لواقع الشبكات الاجتماعية ومواقع التواصل الاجتماعى يجد أن الخلاف فى الرأى هو السائد، والاتفاق على رأى قلما يحدث.

المشكلة: زادت أهمية الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعى فى التعبير عن الآراء ووجهات النظر، وهو الأمر الذى تطلب معرفة الدور الذى يقوم الاعلام الجديد "ممثلاً فى الفيسبوك كنموذج" فى الحوار ومن هنا تتحدد مشكلة الدراسة فى العلاقة بين مستوى الاعلام الجديد من حيث كم التعرض ونوعية المضمون، وأسباب الاستخدام من جهة، ودعم الحوار وتقبل الآخر لدى الشباب العربى من جهة أخرى، وقوفا على الدور الذى يمكن أن يسهم به الاعلام الجديد فى التأثير على الشباب العربى لتحقيق المسؤولية المجتمعية إذا ما أحسن استثمارها واستغلالها وتوجيهها بشكل جيد.

الأهداف: التعرف على تأثير الاعلام الجديد وخاصة الفيسبوك على دعم الحوار وتقبل الآخر لدى الشباب العربي، التعرف مدى ثقة الشباب العربى فى الاعلام الجديد وما يقدمه من معلومات عن مختلف القضايا المجتمعية.

نوع الدراسة: تنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات والبحوث الوصفية.

المنهج: تعتمد الدراسة على منهج المسح.

مجتمع الدراسة: ويتحدد مجتمع هذه الدراسة فى الشباب العربى خاصة شباب دول (السعودية- مصر- البحرين- تونس).

العينة: تتحدد عينة الدراسة الميدانية فى عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب العربي. وتم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة الاستبيان الالكترونى والتى تم تطبيقها على عينة من الشباب العربى من السعودية، مصر، البحرين، تونس. يعتمد الإطار النظرى للدراسة على نظريتين هما نظرية الإعلام الجديد (المعالجة الجديدة لوسائل الإعلام) ونظرية المجال العام.

النتائج: هناك تفوق واضح للفيس بوك فى تكوين أراء الشباب العربى نتيجة لتوافر عاملين أساسيين أولهما وهو سماح هذه الوسائل بحرية أكبر بكثير من الوسائل التقليدية وقدرتها على تحقيق المشاركة بفاعلية، وثانيهما هناك تهديد حقيقى للوسائل التقليدية التى ثبت عجزها وفشلها بدرجات مختلفة.

The role of new media in support of dialogue and accept the other opinion among Arab youth "Facebook model

Introduction: Help your site Facebook to increase the field of dialogue and exchange of views and networking and the opportunity to the other to accept different opinions among the young, also led to increase the margin of freedom of expression and different cultures, and with the nature of Arab society in the last period and due to the witnessing of events, both at the political level or economic or social.

Problem: Increased importance of relying on social networking sites to express their views and opinions, which require knowledge of the role of the new media"as represented by the Facebook model "in the dialogue, and here is determined by the study a problem in the relationship between the level of new media in terms of how much exposure and the quality of content, the reasons to use one hand.

Goals: Identify the impact of new media, especially Facebook on the support and acceptance of others among Arab youth dialogue., To identify the extent of the Arab youth's confidence in the new media and the support of information on various community issues.

Type of study: This study is a descriptive study.

Methodology: The study based on the survey methodology and community study and determined community of this study in the Arab young people especially young states (Saudi Arabia- Egypt, Bahrain- Tunisia).

Sample: The field study sample is determined in a random sample of 400 single of the Arab youth.

Results: There outweigh the clear Facebook in forming the opinions of Arab youth as a result of the availability of two key factors. First, which allow this freedom means much more than traditional means and ability to achieve actively participate and, secondly, there is a real threat to traditional methods that have been proven inability and failure to varying degrees.

المقدمة:

شهدت الساحة الإعلامية الاتصالية تحولات متسارعة فى السنوات الأخيرة أدت إلى تغيرات كبيرة تضم كافة تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية، التى جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التى نريدها، فى الوقت الذى نحدده وبالشكل الذى نحدده من خلال الأجهزة الالكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت، والتفاعل مع المستخدمين الآخرين، فظهرت تقنيات وأساليب اتصالية حديثة تبعها تغير فى الخصائص والوظائف الاتصالية الجديدة لم تكن موجودة من قبل، منها التحول من وسائل الاتصال الجماهيرى ذات الاتجاه الواحد، والمحتوى المتجانس، إلى تقنيات الاتصال التفاعلية ذات الاتجاهين، والمضامين المتعددة، وما تبعه من ظهور مجتمع اتصالى جديد اصطلح عليه البعض الاعلام الجديد، وهو مظهر اتصالى جديد غير فى طبيعة المشهد الاتصالى حول العالم والذى يعد من الظواهر الاتصالية الإعلامية الجديدة.

إن الإعلام الجديد هو المرحلة الأكثر تطورا، حتى الآن، على الصعيد التقني، وكل ما أضافه من مزايا يرجع إلى استغلال التطور التقنى من حيث قدرته على سد الفجوة المعلوماتية من خلال إتاحة المعلومة والرأى على نطاق أوسع وبكفاءة أعلى، باستثمار الوسائل الاتصالية الحديثة.(١)

ولاشك أن وسائل الإعلام الحديثة والمعاصرة المرتبطة بالتكنولوجيا الرقمية أحدثت ثورة جديدة فى عالم الإعلام والاتصال، ويثير الإعلام الجديد منذ ظهوره إشكاليات عدة، كما يفرض مجموعة من التحديات على أكثر من صعيد. وتعتبر قضية التعارض والتكامل بين الإعلام الجديد والقديم واحدة من القضايا الجدلية التى أثارت ولا تزال اهتمام الباحثين فى مجال الإعلام والاتصال والمهتمين بهذا الحقل المعرفي، حيث يبرز فى هذا الشأن اتجاهان: أحدهما يرى أن الإعلام الجديد هو إعلام المستقبل الذى لن يكون فيه مكان لوسائل الإعلام التقليدية، والثانى يرى إمكانية التعايش جنبا إلى جنب بين جميع نماذج الإعلام والاتصال قديمها وحديثها.(٢)

ويتميز الاعلام الجديد عن القديم بخاصية الحوار بين الطرفين، صاحب الرسالة ومستقبلها، ومع ذلك فإن الفواصل بين الإعلام الجديد والقديم ذابت لأن القديم نفسه أعيد تكوينه وتحسينه ومراجعته ليلتقى مع الجديد فى بعض جوانبه.(٣)

كما استطاعت وسائل الإعلام الجديدة إسقاط الحواجز بين الشعوب واستعادت البشرية اتصالها المألوف ببعضها، وانهارت حواجز الاقتباس والاقتداء والانتقاء والانبهار وانطلقت ثورة المعلومات تؤثر فى من يرغب ومن هو مستعد دون معوقات أو تعقيدات، ليصبح هناك حوارات وتفاعلات لا تنتهي، ولتصبح الثقافة الإنسانية بوتقة تصهر كافة الثقافات فى تفاعل حضاري مستمر.(٤)

كما أن الشباب العربى فى حاجة ماسة إلى حوار عقلانى يؤمن بالآخر ويسعى لتجنب الصدامات ويحاول توسيع أفاق التفاهم والتعايش والتعارف من خلال التواصل وتسليط الأضواء على أوجه المشاركة بين أبناء المجتمع الواحد بعضهم البعض أو بين المجتمعات العربية.

واستطاعت وسائل الإعلام الجديد أن تقوم بدور جوهرى فى الأحداث الاجتماعية والاقتصادية والسياسية بالمنطقة مؤخرا، مما أدى إلى تكثيف استخدام وسائل الإعلام الجديد، ومنها شبكات التواصل الاجتماعى بشكل كبير خلال الأعوام الأخيرة، الأمر الذى يمكن أن يعزو إلى الشعبية الواسعة التى تحظى بها مواقع إلكترونية مثل فيسبوك، وتوتير، ويوتيوب، فالإنترنت أصبح بمثابة منصة مفتوحة لتبادل المعلومات، مما دعا كثير من المنظمات والمؤسسات إلى تعزيز دور الحجم الهائل للمحتوى المعلوماتى المتوفر عبر الإنترنت وربط الجمهور بالمنظمة من خلال إنشاء صفحات لها على مواقع التواصل لتحقيق شعبية أكبر.

وشهدت وسائل التواصل الاجتماعى ومنها الفيسبوك كأحد أدوات الإعلام الجديد نهوضا وتأثيرا كبيرا خلال الأعوام القليلة الماضية، وتورد الإحصائيات الخاصة بوسائل الإعلام الاجتماعية أن نسبة ازدياد أعداد مستخدمى فيسبوك خلال الربع الأول من عام ٢٠١١ فى جميع أنحاء المنطقة العربية بنسبة ٣٠% مقارنة بـ١٨% فقط فى الفترة نفسها من العام الذى سبقه، حيث أسهمت المنطقة العربية بالعدد الأكبر لمستخدمى فيسبوك الجدد خلال هذه الفترة نتيجة الثورات العربية، فى حين شهد الموقع نموا أبطأ فى أوروبا وأمريكا الشمالية، وبحلول نوفمبر ٢٠١١ ازداد عدد مستخدمى فيسبوك فى المنطقة بنسبة ٨٠% فى عام واحد.(٥)

كما أشارت إحدى الدراسات إلى أن العدد ارتفع إلى ١,٩ مليار فى نهاية ٢٠١٤، ليتجاوز حاجز مليارى مستخدم فى ٢٠١٥، وتشهد مختلف شبكات التواصل الاجتماعى لاسيما فيسبوك إقبالا واستخداما متزايدا فى جميع مناطق العالم، وعلى المستوى العربي، أظهرت دراسة إقليمية مؤخرا ارتفاع عدد مستخدمى شبكات التواصل الاجتماعى الرئيسية على شبكة الإنترنت (فيسبوك، تويتر، لينكد إن) ليسجل مؤخرا ما مجموعه ٧٠,٣ مليون مستخدم عربي.

ويعد الفيسبوك من أشهر المواقع الاجتماعية على مستوى العالم، وقد تم إطلاقه فى فبراير ٢٠٠٤، ويمكن من خلال هذا الموقع الذى يعد من مواقع الشبكات الاجتماعية أن يقوم المستخدم بإضافة أصدقاء إلى ملفه الشخصي، ويقوم بتحديثه، ويصل هذا التحديث إلى جميع أصدقائه، وأصدقاء أصدقائه، إضافة إلى إمكانية الانضمام إلى موقع المنظمات المهنية والتعليمية وغيرها.(٦)

وقد ساعد موقع الفيسبوك فى زيادة مجال الحوار وتبادل الآراء والتعارف وفرصة لتقبل الآخر والآراء المختلفة بين الشباب، كما أدى إلى زيادة هامش الحرية فى التعبير عن الرأى والثقافات المختلفة، ومع طبيعة المجتمع العربى فى الفترة الاخيرة ونظرا لما يشهده من أحداث سواء على المستوى السياسى أو الاقتصادى أو الاجتماعي، برزت أهمية الحوار وتقبل الرأى الآخر، حيث أن المتأمل لواقع الشبكات الاجتماعية ومواقع التواصل الاجتماعى يجد أن الخلاف فى الرأى هو السائد، والاتفاق على رأى قلما يحدث، الأمر الذى يدعو لدراسة واقع دور الاعلام الجديد فى دعم الحوار وتقبل الرأى الآخر على شبكات التواصل الاجتماعى فى المجتمعات العربية، للوقوف على طبيعة استخدام الاعلام الجديد للاستفادة من وسائله واسعة الانتشار.

يمكن القول أن الإعلام الجديد يشير إلى حالة من التنوع فى الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التى حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية خاصة فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية والتخصيص وهما تأتيان نتيجة لميزة رئيسة هى التفاعلية.

مشكلة الدراسة:

يعد الإعلام الجديد (والفيسبوك نموذجا) صاحب دور فاعل فى تعزيز التواصل والتعارف وفتح قنوات لدعم الحوار وتقبل الرأى الآخر بين الشباب العربى، وفى مساعدتهم على تحقيق التواصل والاندماج عبر بزوغ مجتمعات افتراضية، يتأكد من خلالها تواجدهم كأفراد لديهم نفس الفرص المخولة للآخرين، بغض النظر عن البلد أو الأصل أو اللون أو العرق أو النوع، والمستوى الاجتماعى أو الاقتصادي. ويرتبط الأمر كذلك بقدرة هذه الشبكات على إيجاد نوع من التقارب والتضامن والوحدة بين فئات الشباب من الدول العربية المختلفة على المستويين الداخلى والخارجي.

والوضع الحالى للإعلام الجديد عبر الانترنت، شهد حركة ديناميكية من التطور والانتشار، مما جعلها تتحول من أداة إعلامية نصية مكتوبة إلى أداة إعلامية سمعية وبصرية للتواصل الاجتماعى والثقافى ومسرح لتبادل الآراء والحوار بين المستخدمين وخاصة صغار المستخدمين من الشباب والمراهقين مما تؤثر فى قراراتهم واستجاباتهما، فى محاولة من أولئك المؤثرين لتغيير الآراء والمفاهيم، والأفكار، والمشاعر، والمواقف، والسلوك، ومع ما تشهده المنطقة العربية من أحداث (سياسية- اقتصادية- اجتماعية- وغيرها)، زادت أهمية الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعى فى التعبير عن الآراء ووجهات النظر، وهو الأمر الذى تطلب معرفة الدور الذى يقوم الاعلام الجديد (ممثلا فى الفيسبوك كنموذج) فى الحوار ومن هنا تتحدد مشكلة الدراسة فى العلاقة بين مستوى الاعلام الجديد من حيث كم التعرض ونوعية المضمون، وأسباب الاستخدام من جهة، ودعم الحوار وتقبل الآخر لدى الشباب العربى من جهة أخرى، وقوفا على الدور الذى يمكن أن يسهم به الاعلام

الجديد فى التأثير على الشباب العربى لتحقيق المسؤولية المجتمعية إذا ما أحسن استثمارها واستغلالها وتوجيهها بشكل جيد، ويمكن تحديد مشكلة الدراسة أكثر فى التساؤل التالي ما دور الإعلام الجديد، الفيسبوك نموذجا، فى دعم الحوار وتقبل الرأى الآخر بين عينة من الشباب العربي؟

تساؤلات الدراسة:

١. ما تأثير الإعلام الجديد على دعم الحوار وتقبل الآخر لدى الشباب العربي؟
٢. ما مدى ثقة الشباب العربى فى موقع الفيسبوك وما يقدمه من معلومات عن مختلف القضايا المجتمعية؟
٣. ما أساليب استفادة الشباب العربى من مواقع الفيسبوك فى دعم الحوار وتقبل الآخر وزيادة المسئولية المجتمعية لديهم؟
٤. ما أساليب عرض المعلومات التى يفضلها الشباب العربى عبر موقع الفيسبوك؟
٥. ما دوافع واستخدامات الشباب العربى للفيسبوك؟
٦. ما أبرز مواقع التواصل الاجتماعى التى يفضلها الشباب العربى من حيث الاستخدام؟
٧. ما كثافة تعرض الشباب العربى للفيسبوك؟
٨. ما تقييم الشباب العربى للغة الحوار المستخدمة عبر الفيسبوك فى (السعودية- مصر- البحرين- تونس)؟

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في:

١. أهمية الحصول نتائج علمية منهجية مقننة حول الدور الذى يقوم به الاعلام الجديد الفيسبوك فى دعم الحوار وتقبل الآخر لدى الشباب العربي.
٢. تنبع أهميتها من الدور الذى يمكن أن يقوم به الاعلام الجديد فى تناول وعرض قضايا الحوار وتقبل الآخر خاصة بالشباب باعتبارهم من أهم الفئات فى المجتمع التى تتميز بتأثرها الشديد بما تتعرض له من رسائل.
٣. ما ذهبت إليه بعض الدراسات والأبحاث من ارتفاع معدل إقبال الشباب العربى على الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعى كما جاء في، الأمر الذى من شأنه التعرف على أسباب إقبال الشباب.
٤. أهمية المرحلة العمرية (الشباب) التى يتم دراستها، حيث يعتبر الشباب العربى الفئة السكانية الأكبر فى المجتمعات العربية، والتى من خلالها يتم بناء تلك المجتمعات، ونظرا لخطورة الدور المستقبلى المنوط بهم القيام به.
٥. أهمية التوصل لمعلومات حول دور وتأثيرات وسائل الإعلام الجديد على القضايا المجتمعية فى ظل المخاطر التى يشهدها المجتمع العربي.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الجديد وخاصة الفيسبوك على دعم الحوار وتقبل الآخر لدى الشباب العربى وذلك من خلال:

١. التعرف على مدى تعرض عينة الدراسة للإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعى ودوافع تعرضهم.
٢. التعرف على مدى ثقة الشباب العربى فى الاعلام الجديد وما يقدمه من معلومات عن مختلف القضايا المجتمعية.
٣. التعرف على أساليب استفادة الشباب العربى من مواقع التواصل الاجتماعى فى دعم الحوار وتقبل الأخر وزيادة المسئولية المجتمعية لديهم.
٤. التعرف على اتجاهات عينة الدراسة نحو احترام الرأى والرأى الآخر.

الدراسات السابقة:

من خلال البحث فى الدراسات السابقة التى ترتبط بموضوع الدراسة يتم عرض الدراسات فى محورين كما يلي:

- المحور الأول دراسات تناولت علاقة الشباب بالإعلام الجديد، ورصدها الباحث على النحو التالي: منها دراسة حسنى محمد نصر (٢٠١٥) عن اتجاهات البحث والتنظير فى وسائل الاعلام الجديدة.[٧] ورصدت الدراسة وسائل الاعلام الجديد والتى نشأت مع تحول شبكة الانترنت إلى وسيلة اتصال جماهيرية كما تقدم الدراسة تحليلا نقديا للتطورات والمفاهيم النظرية المهمة فى حقل وسائل الاعلام الجديدة وكم استعرضت جهود الباحثين فى الاتصال والعلوم الأخرى ذات الصلة والخاصة بتطبيق نظريات الاتصال الراهنة على وسائل الاعلام الجديدة والاتجاهات النظرية والبحثية، كما اعتمدت الدراسة على التحليل الكيفى وتحليل لعينة من الإنتاج العلمى المنشور ويتعلق بوسائل الاعلام الجديدة وشبكات التواصل الاجتماعي.

أشارت دراسة أسامة محمد عبدالرحمن (٢٠١٤)[٨] إلى أن شبكة الفيسبوك تقوم بأمداد الشباب الجامعى بالمعلومات حول قضايا الفساد فى مصر، حيث أن تلك القضايا تحتل المرتبة الأولى فى ترتيب القضايا المختلفة والتى يتم طرحها عبر شبكة الفيسبوك.

ورصدت دراسة مهدى محمد القصاص (٢٠١٤)[٩] أثر الإعلام الالكترونى على منظومة القيم فى القرية المصرية فى محاولة لرصد أهم التغيرات إيجابية كانت أم سلبية لقيم الشباب، ومن النتائج أن استخدام الشباب لوسائل الإعلام الالكترونى (النت- الموبايل- الفضائيات) منحتهم مزيدا من حرية التعبير عن آرائهم وما يشعرون به تجاه الأحداث التى يمر بها المجتمع المصرى، وأثرت وسائل الإعلام الالكترونى سلبا على قيم الشباب.

أجرت رباب الجمال دراستها (٢٠١٣)[١٠] للتعرف على تأثير وسائل الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعى عبر شبكة الانترنت) على النسق القيمى والأخلاقى لدى الشباب بهدف الوصول لوضع آلية لتعزيز القيم الأخلاقية. يتمثل مجتمع الدراسة فى فئة الشباب السعودى وذلك فى المرحلة العمرية من (١٨- ٣٥) سنة، وتتمثل عينة البحث فى عينة عشوائية متعددة المراحل ممثلة من الشباب السعودى وتوصلت الدراسة إلى نتائج منها ارتفع معدل استخدام الشباب لشبكة الانترنت وأكدت العينة بأكملها بنسبة ١٠٠% أنهم يستخدمون الانترنت، وأكدت نسبة ٨٦,٣٣% من العينة أنهم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعى عبر الانترنت بانتظام كما أكدت دراسة أحمد يونس حمودة (٢٠١٣)[١١] على أن شبكات التواصل الاجتماعى تقوم بدور فعال ومؤثر بدعم الدور التنموى للشباب الفلسطينى وتحديد مسئولياته المجتمعية تجاه قضاياه المختلفة، حيث شبكات التواصل الاجتماعى تعمل على زيادة الوعى الثقافى والسياسي، وتعتبر نافذة فريدة من نوعها تتيح حرية التعبير بطلاقة عن الأوضاع المجتمعية السائدة، كما تتيح الفرصة للمشاركة ومناقشة القضايا المجتمعية، وتعتبر قنوات اتصالية فعالة لتشكيل رأى خاص، ومراقبة البيئة المجتمعية.

وهو الأمر الذى أكدته دراسة مصطفى الجزيرى ومحمود لطفى ونوره عبدالله (٢٠١٣)[١٢] أن الشبكات الاجتماعية مصدر معلوماتى مهم تعتمد عليه المرأة الصعيدية بشكل خاص، والجمهور بشكل عام فى استنباط المعلومات ومتابعة الأخبار والأحداث حول المرشحين للانتخابات الرئاسية ٢٠١٢ وبرامجهم الانتخابية.

كما أشارت دراسة محمود لطفى وهاجر شعبان (٢٠١٣)[١٣] أن أهم أسباب ودوافع استخدام النخبة المصرية عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعى أن الشبكات الاجتماعية مصدر مهم للمعلومات عن القضايا المختلفة ثم مناقشة القضايا السياسية والاجتماعية واستخدمها لتبادل ومشاركة وتكوين رأى عام نحو القضايا السياسية والاجتماعية كما يتم استخدامها لأنها تساعد على النقاش مع الآخرين بشأن القضايا المثارة.

كما رصدت دراسة (Meredith Conroy, and others 2012)[14] إلى أن الفيسبوك وغيره من مواقع التواصل الاجتماعى خلق وسائل جديدة لسد الهوة بين الشباب المستخدم من خلال التفاعلية وتأثيرها الواقع المجتمعى والسياسى فى المجتمع، كما أن شبكات التواصل الاجتماعى تتيح نافذة للحوار حول مختلف الموضوعات المجتمعية.

واختبرت دراسة (C. Mckinney, Kelly& L. Duran, 2012)[15] التعرف على طبيعة استخدام الشباب الجامعى لموقعى الفيسبوك وتويتر، بالتطبيق على عينة من الطلاب، ومن النتائج، أن دوافع استخدام موقع الفيسبوك وتويتر هى التواصل مع الأصدقاء المحيطين بنسبة ٧٩%، المشاركة مع الأصدقاء فى المعلومات والصور ٦٨%، التسلية ٧٢%، للاسترخاء ٦٣%، وكشفت نتائج الدراسة أيضا أن متوسط معدل استخدام الطلاب لموقع تويتر بلغ ٣,١٠، فى مقابل ٤,٤١ لموقع الفيسبوك، ومعدل إرسال رسائل للأصدقاء فى تويتر ٢,٧١، فى مقابل ٢,٧٩ فى الفيسبوك.

وهو الأمر الذى أكدت عليه دراسة (Lucia Vesnic Alujevic, 2012)[16] حيث أشارت إلى أن تطور الويب فى أوروبا وانتشار شبكات التواصل الاجتماعى يؤدى إلى المزيد من المشاركة وإدراج أكثر من المواطنين فى العمليات السياسية على مستوى الاتحاد الأوروبي، ويجعله أكثر دراية بالقضايا المجتمعية التى تحدث فى الاتحاد الأوربي.

وسعي ممدوح عبدالواحد (٢٠١٢)[١٧] لرصد دور شبكات التواصل الاجتماعي في التحولات السياسية التي شهدها المجتمع المصرى في السنوات الأخيرة، وخلصت الدراسة الى عدد من النتائج أهمها إسهام شبكات التواصل الاجتماعي بدور رئيسي في التحولات السياسية التي شهدها المجتمع المصرى، ولشبكات التواصل الاجتماعي دور فعال ومهم في التحولات السياسية بمساهمتها في قيام ونجاح ثورة ٢٥ يناير، والتأثير الكبير لشبكات التواصل الاجتماعي في الثورات العربية وخاصة الثورة المصرية حيث تمثل دورها بصورة رئيسية في التعبئة الأيديولوجية للثورة وتنظيم وقائعها وأحداثها، وأتاحت فضاء للتعبير عن الحركات الاجتماعية الجديدة مثل حركة شباب ٦ ابريل، وحركة كفاية.

وفى دراسة سحر خميس وجولد وكاترن فون (٢٠١٢)[١٨] سعت لوصف كيفية استخدام النشطاء السياسيين لأشكال الاتصال الجديدة، خاصة الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي مثل تويتر والفيسبوك ومواقع تبادل الفيديو، كأدوات لتسليط الضوء على انتهاكات النظم السياسية ضد مواطنيها، وتشجيع صحافة المواطن وتشكيل الرأي العام وتنظيم وتعبئة المواطنين. كما حاولت الدراسة التعرف على الكيفية التي تم بها التكامل بين النشطاء الالكترونيين النشطاء على أرض الواقع.

وقام زهير عابد (٢٠١٢)[١٩] بإجراء دراسة عنوانها "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي". وهدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى جمهور طلبة الجامعات الفلسطينية فى غزة، وتوصلت الدراسة إلى أن هؤلاء الطلبة يثقون فى شبكات التواصل الاجتماعى وبالدور الذي تقوم به في تشكيل الرأي العام لديهم بدرجة ٥٨,٢%، وأظهرت نتائج الدراسة أن طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي فى المرتبة الأولى في منازلهم. وتتمحور دراسة طاهر أبوزيد (٢٠١٢)[٢٠] حول دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأى العام الفلسطينى فى قطاع غزة، ومدى تأثيرها على واقع المشاركة السياسية، لا سيما بعد النتائج الكبيرة التي حققتها المواقع الاجتماعية التفاعلية إبان ثورات الربيع العربى، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها تؤثر المواقع الاجتماعية التفاعلية في زيادة الوعي السياسي لدى أفراد المجتمع.

ورصد محمود الفطافطة (٢٠١٢)[٢١] فى دراسته عن "مدى علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأى والتعبير في فلسطين: الفيسبوك نموذجا". واقع حرية الرأي والتعبير في فلسطين ومدى التبادل والاستفادة التى من الممكن أن يوفرها المجال الاتصالي الجديد للحركات الاجتماعي الفلسطينية في تنظيم ذاتها والتعبير عن أحلامها في قضايا كبرى.

وهدفت دراسة عبدالله ممدوح مبارك الرعود (٢٠١١)[٢٢] إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعى فى التغيير السياسى فى تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين. وأسفرت الدراسة عن عدة نتائج أهمها: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية فى تقدير المبحوثين لدور شبكات التواصل الاجتماعى فى التغيير السياسى فى تونس ومصر ووجود فروق ذات دلالة إحصائية فى تقدير المبحوثين لدور الشبكات التواصل الاجتماعى فى التغيير السياسى فى تونس ومصر.

وسعت دراسة منال منصور (٢٠١١)[٢٣] إلى التعرف على دوافع تعرض الشباب الجامعى لموقع الفيسبوك ونوعية الموضوعات التى يناقشها الشباب عبر الموقع والتعرف على أهم التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية الناتجة عن تعرض الشباب الجامعى للموقع، وذلك بالتطبيق على عينة عمديه من الشباب الجامعى وأسفرت الدراسة عن عدة نتائج أهمها جاءت المواقع الاجتماعية فى الترتيب الأول بنسبة ٤٠,٢% وبالنسبة لأهم المواقع الاجتماعية وأكثرها استخداما لدى الشباب الجامعى جاء الفيسبوك فى الترتيب الأول وثبت صحة الفرض الأول القائل بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الشباب الجامعى لموقع الفيسبوك وبين التأثيرات المترتبة على ذلك.

وسعت دراسة عبده حافظ (٢٠١١)[٢٤] إلى التعرف على الدوافع الحقيقية للتواصل بين الشباب الجامعى من خلال الشبكات الاجتماعية، وأكدت نتائج الدراسة أن تواصل الشباب الجامعى من خلال الشبكات الاجتماعية يعد ظاهرة اجتماعية أكثر منها ضرورة أحدثتها التكنولوجيا الحديثة، وأظهرت أن إدمان الفئة الشبابية على الاستخدام المفرط للشبكات الاجتماعية، أدى إلى فقدان المهارات المطلوبة لإقامة علاقات اجتماعية فى البيئة المجتمعية الواقعية، وتراجع الاتصال الشخصى المواجهى فى مقابل التواصل عبر الشبكات الاجتماعية، الأمر الذى يؤدى إلى جنوح الشباب نحو الاغتراب الاجتماعي.

وأشارت دراسة حياة بدر (٢٠١١)[٢٥] أن وسائل الإعلام المختلفة تعمل على إدارة الحوار بين الحضارات والثقافات المختلفة، إلا أن الصورة النمطية عن المجتمعات هى التى تسيطر على طبيعة التغطية الإعلامية للأحداث المختلفة.

وكشفت سميرة شيخاني (٢٠١٠)[٢٦] فى دراستها بعنوان "الإعلام الجديد في عصر المعلومات" عن ماهية الإعلام الجديد الذي ولد في عصر المعلومات وذلك في ضوء ظاهرتى تفجر المعلومات والاتصال عن بعد، كما يسعى البحث إلى التعريف بالإعلام الجديد، وتحديد سماته والعوامل التى أسهمت في ظهوره وتطوره. وتحديد الوسائل التقنية التي يستخدمها في توصيل رسائله الاتصالية، والتحولات الكبرى في صناعة الصحافة المطبوعة والوسائل الإلكترونية والوقوف على تأثيرات هذا النمط الإعلامي الجديد في وسائل الاتصال.

وهو الأمر الذى أكدت عليه دراسة محمد عبده محمد بدوي (٢٠١٠)[٢٧] أن برامج الرأى بالقنوات الفضائية العربية تقوم بدور فى دعم ثقافة الحوار بين الجمهور العربى بنسبة ما إلا أن غالبية المبحوثين لا يشاركون فى برامج الرأى العربية التى تبثها القنوات الفضائية العربية.

وهدفت دراسة محمود حمدى عبدالقوى (٢٠٠٩)[٢٨] إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية الافتراضية، ودور هذه الشبكات فى تنمية الوعى السياسى لدى الشباب، وتشكيل اتجاهاتهم نحو المشاركة السياسية على عينة من الشباب، وعلى موقع Facebook، ومن نتائج الدراسة أن نسبة الذين يستخدمون شبكة الفيسبوك لأغراض سياسية بلغت ٥٠,٧%.

وهدفت دراسة رضا عبدالواحد أمين (٢٠٠٩)[٢٩] إلى معرفة خصائص مستخدمى موقع يوتيوب على الإنترنت من الشباب الجامعى ومعرفة أنماط الاستخدام وأسسه ومدى انتشاره بين هذه الفئة العمرية الهامة وتوصلت الدراسة إلى أن الإعلام الجديد حول المستخدمين إلى منتجي رسائل إعلامية، وحقق لهم مفهوم الجمهور النشط بكافة أبعاده، وتخطى بهم من مرحلة الجمهور النشط إلى المرسل النشط للمضامين الإعلامية في مواقع تبادل ملفات الفيديو (يوتيوب).

وفى بحث محمد أحمد القضاة (٢٠٠٩)[٣٠] عن الثقافة كمتغير في الاتصال

التفاعلى عبر وسائل الإعلام الجديد إلى التعرف علي دور الثقافة كمتغير في الاتصال التفاعلي عبر وسائل الإعلام الجديد؛ الإنترنت، والمواقع الإلكترونية والاتصال عبر وسائل النقل الحي التلفازي، والهواتف النقالة، وغيرها من وسائل الاتصال الحديثة، وطالبت النتائج وسائل الاعلام الجديد بأن تعطي جرعات ثقافية أوسع في صفحاتها، لأن صراعنا اليوم هو صراع ثقافي، وليس صراعا سياسيا.

وجاءت ورقة عبدالمحسن بدوي (٢٠٠٩)[٣١] البحثية بعنوان مشكلات الإعلام الجديد لتسهم في شرح وتوضيح أبعاد هذا المصطلح الجديد وتعكس بعض المسائل التي تشكل خارطة الإعلام الجديد وتدعم بنيانه حيث تضمنت محاور الورقة تشريعات الإعلام الجديد وأخلاقياته التي تعد المرتكز الرئيس له والقالب الذي يضم تنظيمه المهني وإطاره القانوني وتناولت موضوع الخصوصية من خلال جوانبها وتأثيراتها الأخلاقية التي تعكس مدي خرق الإعلام الجديد لحرمة الحياة الخاصة.

فى حين هدفت دراسة الشيماء إبراهيم وهدى العدل (٢٠٠٩)[٣٢] التعرف على المدونات الموجودة علي شبكة الإنترنت وأهميتها وتأثيرها على المجتمع، وفهم وتحليل العلاقة بين المدونات ومفهوم حرية الرأي والتعبير، وتحويل المدونات إلى طاقة إيجابية فى المجتمع بحيث تعود بالنفع علي الشباب والمجتمع كله.

وركز عبدالرحمن الشامى (٢٠٠٥)[٣٣] فى دراسته على أن الإعلام الجديد أدى إلى ظهور ما يمكن تسميته بالتشتيت والفردية التي اتسم بها الجمهور المتعرض له، وأدى إلى غياب الوسيلة التى يمكن أن يلتف حولها الجمهور بالملايين لتبث عليهم مضمونا موحدا، حيث توفر الإنترنت بدائل كثيرة، وتقدم عددا لا متناه من المعلومات يبحر فيها الإنسان ما شاء، وأشار إلى أن كثيرا من المداخل النظرية لفهم طبيعة الإعلام الجديد لابد وأن تتواءم مع خصائصه التي تختلف كليا عن الإعلام التقليدي.

واختبرت دراسة يورستا دونج وداى كيننث (Urista Dong& Day)[34] التعرف على العوامل التى تحفز الأشخاص على استعمال مواقع التواصل الاجتماعى ممثلة بموقعى (ماى سبيس والفيسبوك)، بهدف تلبية رغباتهم واحتياجاتهم وتوصلت لعدة نتائج منها يستخدم المبحوثون مواقع التواصل الاجتماعى لإشباع حاجاتهم الشخصية ورغباتهم مع الآخرين، نظرا لكون هذه المواقع من أكثر الوسائل قدرة على توصيل المعلومات إلى الآخرين مهما كان عددهم وبشكل لحظى، ويسهم استخدام شبكات التواصل الاجتماعى فى تبنى ورعاية العلاقات مع الآخرين من خلال المضمون والخطابات التى تصاغ بشكل لحظى على الشبكة.

- المحور الثاني يتناول البحوث والدراسات التى تعرضت للإعلام والإعلام الجديد والاهتمام بثقافة الحوار: حيث دراسة حسان عمر بصفر عن الاتصال وثقافة الحوار (٢٠٠٨).[٣٥] والتى ترمى إلى استكشاف دور وسائل الإعلام من صحافة وإذاعة وتلفزيون فى نشر ثقافة الحوار الوطنى التى تنعكس على الحياة الاقتصادية والاجتماعية لقطاعات عديدة من شرائح المجتمع السعودى من طلبة جامعيين وغيرهم، إضافة إلى أهمية دور الاتصال عبر الإنترنت وأهمية اتصال الطلاب على مستوى الاتصال الشخصي.

وتقدم دراسة صالح السيد عراقى (٢٠٠٨)[٣٦] نموذج مقترح لثقافة الحوار فى القنوات التليفزيونية العربية وفقا لرأى خبراء (أساتذة الاعلام وبعض معدى ومقدمى ومخرجى البرامج الحوارية فى القنوات التليفزيونية العربية) وجمهور مشاهدين تلك القنوات، أنه يجب أن يتم الاهتمام بالرأى والرأى الأخر، والعمل على عدم تهميش أى فئة وإتاحة الفرصة للحوار بكل حرية ودون قيود سياسية او دينية أو عرقيه.

اختبرت دراسة يحى جبر وعبير حمد (٢٠٠٨)[٣٧] دور المؤسسات التعليمية والأهلية فى نشر ثقافة الحوار، حيث استهدفت التعرف على دور كل من المدرسة والمسجد والتليفزيون فى نشر ثقافة الحوار، وتناولت المعوقات التى تعوق هذه المؤسسات فى أداء دورها فى نشر ثقافة الحوار، وأوضحت دور الإعلام فى تعزيز الهوية القومية والتفاعل بين الشعوب العربية من خلال ما يسمى بحوار الأجيال أو حوار الثقافات.

وحاولت دراسة استقلال أحمد الباكر (٢٠٠٧)[٣٨] حول ثقافة الحوار الأسرى، استهدف التعرف على دور الحوار الأسرى فى تدعيم العلاقات الأسرية، كما استهدفت قياس العلاقة بين الصحة النفسية للأبناء وبين ثقافة الحوار فى الأسرة، وتوصلت الدراسة إلى أن ٨٦% من أفراد العينة يتمتعون بجو من السعادة بسبب الحوار الأسرى فى مقابل ١٤% لا يشعرون بالسعادة فى حياتهم الأسرية بسبب فقدان الحوار داخل الأسرة، كما توصلت الدراسة أيضا إلى أن ٨٩% من أفراد العينة تؤمن بأن للحوار فوائد إيجابية على الأسرة بينما يستشعر ١١% منهم أن الحوار ليس له قيمة إيجابية على الأسرة.

واستهدفت دراسة مركز الحوار الوطنى السعودى (٢٠٠٥)[٣٩] التعرف على وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس فى الجامعات السعودية فى مستوى ثقافة الحوار فى المجتمع السعودى، ومدى تقبل المجتمع لهذه الثقافة، والعوامل المؤثرة فى رفع ذلك المستوى، بالإضافة إلى كشف مدى قابلية أو جاهزية المجتمع السعودى لتقبل ثقافة الحوار، وطبقت الدراسة على عينة قوامها ٦٤٣ من أعضاء هيئة التدريس بالجامعات السعودية، وتوصلت الدراسة إلى أن ٨٢% من أفراد العينة يرى أن ثقافة الحوار فى المجتمع السعودى متوسطة، وذلك فى مقابل ١٨% منهم يرى أن مستوى ثقافة الحوار فى المجتمع السعودى معدومة، وعن مدى جاهزية المجتمع السعودى لتقبل ثقافة الحوار أوضح ٨٥% من أعضاء هيئة التدريس عينة الدراسة أن المجتمع السعودى مستعد لتقبل ثقافة الحوار.

التعقيب على الدراسات السابقة

بعد عرض الدراسات السابقة العربية منها والأجنبية، توصل الباحث إلى أن هناك اهتماما من قبل الدراسات الأجنبية التي تناولت موقع الفيسبوك بالتعرف على دوافع استخدام الشباب للإعلام الجديد ولموقع الفيسبوك؛ على اعتبار أنهم من أكثر الفئات تعرضا واستخداما لهذا المواقع، اعتمدت معظم الدراسات السابقة على منهج المسح الإعلامي، ولاحظت الباحث تنوعا في استخدام العينات، وذلك بما يتفق ومنهج كل دراسة على حدة.

استفاد الباحث من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة وتساؤلاتها، وتصميم صحيفة الاستبيان، وإعداد مقياس استفادة المبحوثين عبر الفيسبوك.

كما أشارت معظم الدراسات السابقة إلى كثرة استخدام وسائل الإعلام الجديدة مما يزيد من أهمية هذه الدراسة فى التعرف علي الآثار الناتجة عن هذا الاستخدام سواء بالإيجاب أو بالسلب.

قلة الدراسات التي تتناول الإعلام الجديد ودوره فى دعم الحوار وتقبل الآخر لدى الشباب، ولذا اهتم الباحث بدراسة هذا الجانب.

مصطلحات الدراسة والتعريفات الإجرائية:

- الاعلام الجديد: يعرف قاموس التكنولوجيا الرقمية HighTech Dictionary الاعلام الجديد بشكل مختصر ويصفه انه اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة.[٤٠]

والإعلام الجديد يشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمى وتطبيقات النشر الالكترونى على الأقراص بأنواعها المختلفة والتليفزيون الرقمى والإنترنت. وهو يدل كذلك على استخدام الكمبيوترات الشخصية والنقالة بالإضافة إلى التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة فى هذا السياق. ويخدم أى نوع من أنواع الكمبيوتر على نحو ما تطبيقات الاعلام الجديد فى سياق التزاوج الرقمى Digital Convergence إذ يمكن تشغيل الصوت والفيديو فى الوقت الذى يمكن فيه أيضا معالجة النصوص وإجراء عمليات الاتصال التليفونى وغيرها مباشرة من اى كمبيوتر.

والمفهوم يشير أيضا إلى الطرق الجديدة فى الاتصال فى البيئة الرقمية بما يسمح

المجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهى بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم اجمع.(٤١)

- الحوار وتقبل الآخر: لا نستطيع وضع تعريف محدد لمصطلح حوار وتقبل الآخر نظرا لجدته وحداثته فى الدراسات الإعلامية، والحوار، هو القدرة على التفاعل المعرفى واللفظى والسلوكى والعاطفى مع الآخرين، وهو ما يميز الإنسان عن غيره مما يسهل تبادل المفاهيم والخبرات ونقلها بين الأجيال، ولا يتم إلا بوسيلتين هما الإرسال أو التحدث الاستقبال أو الاستماع وما ينشأ عنهما من ردود أفعال هى المحصلة الثقافية لكلا الطرفين.(٤٢)
- مواقع التواصل الاجتماعي: هى خدمة تتركز فى بناء وتعزيز تبادل الاتصال بين الأفراد الذين تجمعهم نفس الاهتمامات والأنشطة أو لمن يهتمون باكتشاف ميول وأنشطة الآخرين، وتسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني، وغاية هذه الخدمات فى المقام الأول تعتمد على مجموعة متنوعة من الطرق للتفاعل بين المستخدمين مثل(٤٣) (المحادثة، الرسائل، البريد، الفيديو، المحادثة، تبادل الملفات، مدونات، مناقشات اجتماعية).

فروض الدراسة:

١. الفرض الأول توجد علاقة ارتباط موجب بين كثافة التعرض للفيسبوك وبين دعم الحوار وتقبل الآخر لدى الشباب العربي
٢. الفرض الثانى توجد علاقة ارتباط بين كثافة التعرض للفيسبوك وتقيم الشباب العربى للغة الحوار فى مواقع الفيسبوك.

نوع الدراسة:

تنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية حيث تسعى إلى دراسة ظاهرة معينة أو أزمة معينة وتوصيفها ومعرفة كافة جوانبها، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، مما يساعد الباحث على رصد الحقائق المتعلقة بالدراسة الحالية

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح باعتباره جهدا علميا منظما يساعد فى الحصول على المعلومات والبيانات الخاصة بالظاهرة التى سوف يتم دراستها، والتعرف على طبيعة تعرض الشباب العربى لمواقع الفيسبوك نموذجا وعلاقته بدعم الحوار لديهم وتقبل الأخر.

مجتمع الدراسة:

يتحدد مجتمع الدراسة فى الشباب العربى فى الدول التالية (السعودية- مصر- البحرين- تونس).

عينة الدراسة:

تمثلت عينة الدراسة الميدانية فى عينة عمديه قوامها ٤٠٠ من الشباب العربى فى كل من مصر والسعودية، والبحرين وتونس ممن يستخدمون الفيسبوك من عمر (١٨- ٣٥) سنة، تم توزيعها على النحو التالي:

جدول (١) يوضح خصائص الجمهور العربى عينة الدراسة

التكرار / النوع	التكرار	النسبة
ذكر	٢٢٨	٥٧
أنثى	١٧٢	٤٣
السعودية	١٠٠	٢٥
تونس	١٠٠	٢٥
البحرين	١٠٠	٢٥
مصر	١٠٠	٢٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يوضح الجدول السابق خصائص الجمهور العربى عينة الدراسة حيث كانت نسبة الذكور ٥٥%، بينما كانت نسبة الإناث ٤٤%، بينما السعودية وتونس والبحرين ومصر بنسبة ٢٥% لكل منهم، وكانت مبررات اختيار عينة الدراسة تأكيد أغلب الدراسات أن الشباب هم الفئة الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعى والفيسبوك خاصة، ونظرا لان الشباب فى هذه المرحلة يكونوا فى طور تكوين الشخصية، وتحديد الاتجاهات السياسية والاجتماعية، بالإضافة إلى أنهم يسعون إلى تحديد موقفهم من الواقع المحيط بهم، ولذلك فهم عرضة للتأثر بالتيارات المختلفة، والمؤثرات المتنوعة، ومن بينها الإعلام الجديد. لذا رأى الباحث ضرورة إجراء هذه الدراسة عليهم.

أدوات جمع البيانات:

تم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة الاستبيان الالكترونى والتى تم تطبيقها على عينة من الشباب العربى من السعودية، مصر، البحرين، تونس، للوقوف على الدور الذى من الممكن أن يسهم به الفيسبوك فى دعم ثقافة الحوار وتقبل الآخر لدى الشباب العربى.

اختبارا الصدق والثبات:

- الثبات: ويقصد بالثبات تحقيق التوازن فى نتائج الاستمارة عند إعادة تطبيق الاستمارة، فبالنسبة للدراسة الميدانية قام الباحث بتطبيق اختبار الثبات على عينه تمثل ١٠% من العينة الأصلية.

تم إجراء اختبار الثبات لاستمارة الاستبيان عن طريق إعادة تطبيق الاستمارة Retest عبر فترة زمنية من إجاباتهم عليها، وذلك على عينة تمثل ١٠% من عينة الدراسة قوامها ٤٠ مفردة من الذكور والإناث، وذلك بعد مرور خمسة عشر يوما من تطبيق الاختبار القبلى للاستمارة وقد قام الباحث بتطبيق معامل هولستي:

$$\text{درجة الثبات} = \frac{\text{٢ت}}{\text{ن١+ن٢}} = \frac{\text{٢ ×٢٨}}{\text{٤٠ +٤٠}} = \frac{\text{٧٦}}{\text{٨٠}} = \text{٩٠%}$$

ويشير معامل الثبات ٩٠% إلى عدم وجود اختلاف كبير فى إجابات المبحوثين على صحيفة الاستبيان.

- الصدق: ويعنى صدق المقياس المستخدم ودقته فى قياس المتغير النظرى أو المفهوم الذى يرغب الباحث فى قياسه ويتحقق الصدق الظاهر بعرض الاستمارة على الخبراء والمحكمين المتخصصين فى مناهج البحث والإعلام* للحكم على مدى صلاحيتها، وذلك لتحقيق الأهداف المرجوة من الدراسة.

الإطار النظرى للدراسة:

يعتمد الإطار النظرى للدراسة على نظريتين هما نظرية الإعلام الجديد (المعالجة الجديدة لوسائل الإعلام) ونظرية المجال العام

- نظرية الإعلام الجديد (المعالجة الجديدة لوسائل الإعلام): أدى الانتشار السريع لوسائل الإعلام الرقمية من خلال أقسام الاتصالات والمعلومات فى التسعينيات من القرن الماضى إلى تحديد أهداف جديدة لدراسة تلك الوسائل الرقمية الجديدة، وفى الوقت نفسه هناك العديد من النماذج الجديدة للإعلام التى يجب فحصها، وحققت الدراسات الإعلامية الجديدة مركزا هاما كفرع من فروع نظرية الاتصالات والتى اعتمدت أيضا على دعاوى بأنه يمكن أن يتم اعتراض البيئات الإعلامية ليس فقط من خلال الإبداعات التكنولوجية ولكن أيضا من خلال التطويرات الكبرى التى تتم على البيئات الإعلامية.(٤٤)

تندرج تلك النظرية ضمن نظريات دراسة الشبكات، فعلى الرغم من رجوع تاريخ عملية وضع أسس الإعلام الجديدة إلى تاريخ دراسات الاتصالات نفسها، إلا أن التحول إلى نظرية الإعلام الجديد قد بدأ فى التشكل فى عام ١٩٩٠ فقط.(٤٥)

---

* تم مراجعه استمارة الاستقصاء وتحكيمها من قبل كل من:
د.جمال النجار. أستاذ الإعلام، جامعة الأزهر.
د.فوزى عبدالغنى. عميد كلية الإعلام، جامعة فاروس بالإسكندرية.
د.محمود حسن إسماعيل. أستاذ ورئيس قسم الإعلام، جامعة عين شمس.
د.عرفة أحمد عامر. أستاذ متفرغ ووكيل كلية الإعلام الأسبق، جامعة الأزهر.
د.محمد رستم زين: عميد كلية الإعلام، جامعة بنى سويف.
د.زكريا إبراهيم الدسوقي. أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال المساعد، جامعة عين شمس.

ويرجع تأسيس النظرية إلى العالمين جى ديفيد بلوتر وريتشارد جرسن عندما رأوا ضرورة مؤكدة لإعادة فهم الإعلام أو كما أطلقا عليه معالجة التوجه الجديد لوسائل الإعلام،[٤٦] وخاصة فى ظل عملية التحول الرقمى إلى عالم الإعلام الجديد والذى يتمثل في (الكمبيوتر، والجرافيك، وأفلام الفيديو على الإنترنت والحقيقة المرئية).[٤٧]

١. فكرة النظرية: بدأ بلوتر ببحث الوسائل التى قد حاولت بها الوسائل الإعلامية المختلفة- من صور عصر النهضة إلى الصور الرقمية الثلاثية الأبعاد الحديثة- تقديم صور مفهومة إلى العالم الواقعي. يناقش التميزيات المهمة بين التفاعل الفورى وما فوق الفوري. ويتمحور تعريفهم للمعالجة في تمثيل أحد وسائل الإعلام فى وسيلة أخرى ويقولوا إن هذه صفة تعريفية للوسائل الإعلامية الرقمية الجديدة.

يشير إلى أن جميع الوسائل الإعلامية الجديدة قد استبدلت وأعادت استخدام الوسائل الإعلامية الحالية. وبالتالى فإن الويب (الإنترنت) يستوعب جميع أوجه التلفزيون والكتب المطبوعة. وتقدم صفحة الإنترنت الرئيسية الجيدة جميع المعلومات الهامة المقروءة (فى نفس الصفحة)، بنفس الصورة التى يتم تصميم الصحف على أساسها.[٤٨]

٢. مضمون النظرية: تفترض نظرية المعالجة أنه يمكن للفرد أن يقسم الوسائط الإعلامية إلى نموذجين رئيسيين: نموذج الفورية الشفافة ونموذج الأحداث الفوق فورية.

يحمل كلا من هذين الأسلوبين مميزات خاصة تحمل كلا منها مميزات وعيوب، وكذلك يقترح بلوتر وجرسين أنه من الضرورى أن يبدأ المنتجون فى إعادة تشكيل الوسائل الإعلامية بالصورة التى تجعلها تحمل عناصر كلا من المنهجين من أجل نجاحها.

"لا يمكن لأية وسيلة اليوم، وبالتأكيد لا يمكن لأية وسيلة أن تقوم بعملها الثقافى فى منأى عن الوسائط الإعلامية الأخرى". يجب علينا أن نفترض أن المشاهدين الجدد للمحتوى على الإنترنت يحملوا معهم جميع التوقعات والافتراضات التى يحملها مشاهدى التلفاز. لا تكمن هذه الوسائط فى استثناء الآخر.

- نظرية المجال العام Public Sphere: طور يورجن هبرماس Jürgen Habermas مفهوم المجال العام كجزء من الحياة الاجتماعية حيث يستطيع المواطنون أن يبادلوا الآراء بطرق تهم المجتمع كله، وهو ما يؤدى إلى تشكيل الرأى العام، حيث يظهر المجال العام للوجود عندما يتجمع الناس لكى يناقشوا القضايا السياسية والمجتمعية المشتركة.

وتحاول نظرية المجال العام أن تشرح الأسس الاجتماعية، من خلال النظر إلى المنظمات محددة الهوية والقائمة على أسس اجتماعية وثقافية مشتركة داخل المجتمع والتى تتيح تبادل الحوار وانتقال الأفكار المختلفة، وقد دعم الإنترنت فكرة ساحات النقاش حول المجال العام المشترك الذى يجمع أفراد الرأى العام ويدخلهم فى حالة حوار حول القضايا التى يهتمون بها، ويتأسس هذا النوع من النقاش على فكرة التفاعلية التى تفوقت بها الإنترنت على وسائل الإعلام التقليدية؛ فالإنترنت دعمت مفهوم ديمقراطية وسائل الإنتاج الإعلامي، ويسرت فكرة المشاركة بين مجموعة من الأفراد فى مساحة تتيح لهم تبادى الرأى والمعلومات حول القضايا الخلافية وتقريب وجهات النظر بينهم؛ فساحات النقاش، والمنتديات، والمجموعات البريدية، كلها أشكال اتصال تكنولوجية أوجدتها الإنترنت فدعمت من خلالها عملية الاتصال بين الجماعات، وتشمل أجندة الاهتمامات التى يتم الاتصال حولها بكل ما يتعلق بشؤن الحياة اليومية والثقافة بكافة تجلياتها وأشكالها.

وتعتبر نظرية المجال العام استجابة بناءة وحاسمة لمفهوم النظرية النقدية من خلال دراسته (أى هبرماس) "التحول الهيكلى فى المجال العام: التحقيق فى فئة المجتمع البرجوازي" عام ١٩٦٢، إلا أنها لم تكن مترجمة إلى اللغة الإنجليزية حتى عام ١٩٩٣. وكلمة المجال العام هى ترجمة كلمة Öffentlichkeit، والتى تحوى بداخلها معانى أخرى غير المجال العام، منها الشعبية والشفافية والانفتاح، والمفاهيم التاريخية للمثل العليا كالحرية والاخاء والمساواة. حيث تقوم النظرية على وصف وشرح عملية تشكيل الرأى العام والمؤشرات الاجتماعية والثقافية التى تساعد على تطوير الرأى العام.

وتقوم نظرية المجال العام فى بنيتها الجديدة على محاولة فهم حدود الدور الذى تقوم به وسائل الاعلام الجديدة فى إتاحة النقاش العام، وتسهيل بلورة توافقات تعبر عن الرأى العام النشط، بحيث تكون إطارا نظريا متكاملا، يمكنه أن يوضح حدود الدور الذى تقوم به وسائل الإعلام الجديدة فى إدارة وتوجيه النقاش السياسى والاجتماعى فى المجتمع، من أجل تعزيز المشاركة العامة، وترشيد مدخلات صناعة القرار، وصولا إلى دعم كفاءة الفعل الديمقراطى فى المجتمعات، عبر بلورة رأى عام يحظى بأولويات تحظى باتفاق الجماهير وتمنح الشرعية للعمليات السياسية المختلفة.

ويحدد هبرماس ثلاث سمات أساسية لتعريف المجال العام، أو ثلاث مظاهر تميزه وتميز وسائطه التعبيرية هي:

١. أن المشاركة فيه مفتوحة للجميع.
٢. أن يساوى مواقع وأدوار الأطراف المشاركة فيه بغض النظر عن أوضاعهم الاجتماعية والاقتصادية.
٣. أن تكون أى قضية قابلة لأن تكون موضع نقاش.

نتائج الدراسة:

جدول (٢) يوضح مدى تعرض الجمهور العربى لمواقع الفيسبوك

مدى التعرض لمواقع الفيسبوك		السعودية		تونس		البحرين		مصر		الاجمالي		كا٢	الدلالة
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
مدى التعرض	دائما	٤٢	١٠,٥	٦٢	١٥,٥	٨٦	٢١,٥	٧٨	١٩,٥	٢٦٨	٦٧	٥٩,٠٢	داله
	أحيانا	٤٠	١٠	٢٤	٦	٤	١	١٠	٢,٥	٧٦	١٩		
	نادرا	١٨	٤,٥	١٤	٣,٥	١٠	٢,٥	١٢	٣	٥٤	١٣,٥		
المجموع		٤٠٠											

- بالنسبة لمدى تعرض جمهور العربى عينة الدراسة لمواقع الفيسبوك: حيث جاء تعرض الجمهور بشكل منتظم (دائما) بنسبة ٦٧% مقسمة بنسبة ١٠,٥% من السعودية ونسبة ١٥,٥% من تونس ونسبة ٢١,٥% من البحرين ونسبة ١٩,٥% من مصر، بينما جاء تعرض الجمهور بشكل غير منتظم (أحيانا) بنسبة ١٩% مقسمة بنسبة ١٠% من السعودية ونسبة ٦% من تونس ونسبة ١% من البحرين ونسبة ٢,٥% من مصر، بينما جاء مدى تعرض الجمهور نادرا بنسبة ١٣,٥% مقسمة بنسبة ٤,٥% من السعودية ونسبة ٣,٥% من تونس ونسبة ٢,٥% من البحرين ونسبة ٣% من مصر.

جدول (٣) يوضح مدة استخدام الجمهور العربى لمواقع الفيسبوك

مدى التعرض لمواقع الفيسبوك		السعودية		تونس		البحرين		مصر		الاجمالي		كا٢	الدلالة
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
مدة استخدام موقع الفيسبوك	منذ أقل من سنتين	٧٨	١٩,٥	٧٦	١٩	٧٢	١٨	٢٠	٥	٢٤٦	٦١,٥	١٦,٥٢١	داله
	من سنتين إلى أقل من ثلاث سنوات	١١	٢,٨	١٤	٣,٥	١٣	٣,٣	١٠	٢,٥	٤٨	١٢		
	منذ ثلاث سنوات فأكثر	١١	٢,٨	١٠	٢,٥	١٥	٣,٨	٧٠	١٧,٥	١٠٦	٢٦,٥		
المجموع		٤٠٠											

- بالنسبة لمدة استخدام الجمهور العربى عينة الدراسة لموقع الفيسبوك: حيث جاء مدة استخدام الجمهور العربى عينة الدراسة لموقع الفيسبوك (منذ أقل من سنتين) بنسبة ٦١,٥% مقسمة بنسبة ١٩,٥% من السعودية ونسبة ١٩% من تونس ونسبة ١٨% من البحرين ونسبة ٥% من مصر، وكانت مدة استخدام الجمهور العربى عينة الدراسة لموقع الفيسبوك (منذ ثلاث سنوات فأكثر) بنسبة ٢٦,٥% مقسمة بنسبة ٢,٨% من السعودية ونسبة ٢,٥% من تونس ونسبة ٣,٨% من البحرين ونسبة ١٧,٥% من مصر، وكانت مدة استخدام الجمهور العربى عينة الدراسة لموقع الفيسبوك (من سنتين إلى أقل من ثلاث سنوات) بنسبة ١٢% مقسمة بنسبة ٢,٨% من السعودية ونسبة ٣,٥% من تونس ونسبة ٣,٣% من البحرين ونسبة ٢,٥% من مصر.

جدول (٤) يوضح معدل استخدام الجمهور العربى لمواقع الفيسبوك

مدى التعرض لمواقع الفيسبوك		السعودية		تونس		البحرين		مصر		الاجمالي		كا٢	الدلالة
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
معدل استخدام مواقع الفيسبوك	أقل من ثلاثة أيام	٧٥	١٨,٨	٦٨	١٧	٧٢	١٨	٥٥	١٣,٨	٢٧٠	٦٧,٥	١٣,٩٥٤	غير داله
	ثلاثة أيام أسبوعيا	٧	١,٨	١٤	٣,٥	١١	٢,٨	١٩	٤,٨	٥١	١٢,٨		
	خمس أيام أسبوعيا	٩	٢,٣	١١	٢,٨	١١	٢,٨	١٨	٤,٥	٤٩	١٢,٣		
	كل يوم	٩	٢,٣	٧	١,٨	٦	١,٥	٨	٢	٣٠	٧,٥		
المجموع		٤٠٠											

- بالنسبة لمعدل استخدام مواقع الفيسبوك اليومي: حيث جاء معدل استخدام الجمهور العربى لمواقع الفيسبوك (أقل من ثلاثة أيام) بنسبة ٦٧,٥% مقسمة بنسبة ١٨,٨% من السعودية ونسبة ١٧% من تونس ونسبة ١٨% من البحرين ونسبة ١٣,٨% من مصر، ومعدل استخدام الجمهور العربى لمواقع الفيسبوك (ثلاثة أيام أسبوعيا) بنسبة ١٢,٨% مقسمة بنسبة ١,٨% من السعودية ونسبة ٣,٥% من تونس ونسبة ٢,٨% من البحرين ونسبة ٤,٨% من مصر، ومعدل استخدام الجمهور العربى لمواقع الفيسبوك (خمس أيام أسبوعيا) بنسبة ١٢,٣% مقسمة بنسبة ٢,٣% من السعودية ونسبة ٢,٨% من تونس ونسبة ٢,٨% من البحرين ونسبة ٤,٥% من مصر، ومعدل استخدام الجمهور العربى لمواقع الفيسبوك (كل يوم) بنسبة ٧,٥% مقسمة بنسبة ٢,٣% من السعودية ونسبة ١,٨% من تونس ونسبة ١,٥% من البحرين ونسبة ٢% من مصر.

جدول (٥) يوضح عدد ساعات تصفح الجمهور العربى لمواقع الفيسبوك

مدى التعرض لمواقع الفيسبوك		السعودية		تونس		البحرين		مصر		الاجمالي		كا٢	الدلالة
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
عدد ساعات التصفح	من ساعة لأقل من ساعتين	٥٥	١٣,٨	٥٨	١٤,٥	٦٩	١٧,٣	٥٦	١٤	٢٣٨	٥٩,٥	٨,٠٢٠	غير داله
	من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات	٤١	١٠,٣	٥	١,٣	٢٤	٦	٣٩	٩,٨	١٤١	٣٥,٣		
	أكثر من ثلاث ساعات	٤	١	٣٧	٩,٣	٧	١,٨	٥	١,٣	٢١	٥,٣		
المجموع		٤٠٠											

- بالنسبة لعدد ساعات تصفح الجمهور العربى لمواقع الفيسبوك: حيث كانت عدد ساعات تصفح الجمهور العربى لمواقع الفيسبوك (من ساعة لأقل من ساعتين) بنسبة ٥٩,٥% مقسمة بنسبة ١٣,٨% من السعودية ونسبة ١٤,٥% من تونس ونسبة ١٧,٣% من البحرين ونسبة ١٤% من مصر، بينما كانت عدد ساعات تصفح الجمهور العربى لمواقع الفيسبوك (من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات) بنسبة ٣٥,٣% مقسمة بنسبة ١٠,٣% من السعودية ونسبة ١,٣% من تونس ونسبة ٦% من البحرين ونسبة ٩,٨% من مصر، بينما كانت عدد ساعات تصفح الجمهور العربى لمواقع الفيسبوك (أكثر من ثلاث ساعات) بنسبة ٥,٣% مقسمة بنسبة ١% من السعودية ونسبة ٩,٣% من تونس ونسبة ١,٨% من البحرين ونسبة ١,٣% من مصر.
- وكانت نتيجة مقياس كثافة التعرض لمواقع الفيسبوك من خلال إجابات عينة الدراسة النحو التالي: كانت نتيجة مقياس مستوى مقياس كثافة التعرض لمواقع الفيسبوك عالى بمتوسط درجته ١٠١,٣٥، وبانحراف معيارى ٤٩,٤ من خلال إجابات المبحوثين على الأسئلة على النحو التالى من خلال إجابات المبحوثين على الأسئلة على النحو التالي:

جدول (٦) نتائج مقياس كثافة تعرض مواقع الفيسبوك

النتيجة	التكرار	النسبة
مستوى مرتفع	١٦٣	٤٠,٨
مستوى متوسط	٢١٤	٥٣,٥
مستوى منخفض	٢٣	٥,٨
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يوضح الجدول السابق مقياس كثافة تعرض مواقع الفيسبوك حيث كان مقياس كثافة التعرض لمواقع الفيسبوك (مستوى متوسط) بنسبة ٥٣,٥%، بينما كان مقياس كثافة التعرض لمواقع الفيسبوك (مستوى مرتفع) بنسبة ٤٠,٨%، بينما كان مقياس كثافة التعرض لمواقع الفيسبوك (مستوى منخفض) بنسبة ٥,٨%.

جدول (٧) يوضح ترتيب أهم مواقع التواصل الاجتماعى التى يعتمد عليه أفراد العينة كمصدر للحصول على المعلومات

		ترتيب المواقع					عدد النقاط	متوسط	ترتيب
		الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس			
الفيسبوك	ك	١٣٣	١٦١	٤٢	٢٢	٤٢	١٥٢١	٣,٨٠	١
تويتر	ك	٩	٧٥	١٧٠	١١١	٣٥	١١١٢	٢,٧٨	٣
جوجل بلس	ك	٢٣	٤١	٧٢	١٨١	٨٣	٩٤٠	٢,٣٥	٤
ماى سبيس	ك	٧٣	٢٧	٤٤	٦٧	١٨٩	٩٢٨	٢,٣٢	٥
يوتيوب	ك	١٦١	١٠٠	٦٧	٢٥	٤٧	١٥٠٣	٣,٧٦	٢

يوضح الجدول السابق ترتيب أهم مواقع التواصل الاجتماعى التى يعتمد عليه أفراد العينة كمصدر للحصول على المعلومات حيث جاء فى المقدمة (الفيسبوك) بمتوسط ٣,٨، ثم (يوتيوب) فى المرتبة الثانية بمتوسط ٣,٨، ثم (توتير) فى المرتبة الثالثة بمتوسط ٢,٨، ثم (جوجل بلس) فى المرتبة الرابعة بمتوسط ٢,٤، ثم (ماى سبيس) فى المرتبة الأخيرة بمتوسط ٢,٣.

جدول (٨) أسباب ودوافع استخدام الشباب العربى عينة الدراسة لموقع الفيسبوك

الاتجاه / العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط المرجح	الاتجاه
	ك	%	ك	%	ك	%		
يدفعنى للتعرف على آراء الآخرين وتعليقاتهم على القضايا	٢٩٥	٧٣,٨	٥٧	١٤,٣	٤٨	١٢	٢,٦	موافق
تتفق جميع الآراء المعروضة مع انتمائى الفكري	٦٤	١٦	٢٦٤	٦٦	٧٢	١٨	٢	محايد
يساعدنى فى تكوين رأى متوازن حول الأحداث	٣١٤	٧٨,٥	٥٨	١٤,٥	٢٨	٧	٢,٧	موافق
بها معلومات مختلفة عما تنشره وسائل الإعلام الأخرى	٢٨٠	٧٠	٨٩	٢٣,٣	٣١	٧,٨	٢,٦	موافق
لأننى أنتمى إلى جيل متمرس على التكنولوجيا الحديثة	٢٨٨	٢٨٨	٧٥	٧٥	٣٧	٣٧	٢,٦	موافق
يوفر لى ما أحتاجه من معلومات	٣٥٣	٨٨,٣	٣٢	٨	١٥	٣,٨	٢,٩	موافق
يعرض الحقائق بدون رقابة على الأخبار	٣٠٤	٧٦	٧٧	١٩,٣	١٩	٤,٨	٢,٧	موافق
يسمح لى بالتعبير عن نفسى وممارسة حرية التعبير	٢٥٣	٦٣,٣	١٣٦	٣٤	١١	٢,٨	٢,٦	موافق
وسيلة للتفاعل مع الآخرين	٣٣٩	٨٤,٨	٤٦	١١,٥	١٥	٣,٨	٢,٨	موافق
يشغل أوقات فراغي	٨٨	٢٢	٢٧٨	٩٦,٥	٣٤	٨,٥	٢,١	محايد

يوضح الجدول السابق أسباب ودوافع استخدام المبحوثين لمواقع الفيسبوك وذلك على النحو التالي:

١. يوفر لى ما أحتاجه من معلومات: حيث كان موافق بنسبة ٨٨,٣%، ومحايد بنسبة ٨%، ومعارض بنسبة ٣,٨%، وذلك بمتوسط ٢,٩.
٢. وسيلة للتفاعل مع الآخرين: حيث كان موافق بنسبة ٨٤,٨%، ومحايد بنسبة ١١,٥%، ومعارض بنسبة ٣,٨%، وذلك بمتوسط ٢,٨.
٣. يدفعنى للتعرف على آراء الآخرين وتعليقاتهم على القضايا: حيث كان موافق بنسبة ٧٣,٨%، ومحايد بنسبة ١٤,٣%، ومعارض بنسبة ١٢%، وذلك بمتوسط ٢,٦.
٤. يعرض الحقائق بدون رقابة على الأخبار: حيث كان موافق بنسبة ٧٦%، ومحايد بنسبة ١٩,٣%، ومعارض بنسبة ٤,٨%، وذلك بمتوسط ٢,٧.
٥. يساعدنى فى تكوين رأى متوازن حول الأحداث: حيث كان موافق بنسبة ٧٨,٥%، ومحايد بنسبة ١٤,٥%، ومعارض بنسبة ٧%، وذلك بمتوسط ٢,٧
٦. به معلومات مختلفة عما تنشره وسائل الإعلام الآخرى: حيث كان موافق بنسبة ٧٠%، ومحايد بنسبة ٢٣,٣%، ومعارض بنسبة ٧,٨%، وذلك بمتوسط ٢,٦
٧. لأننى أنتمى إلى جيل متمرس على التكنولوجيا الحديثة: حيث كان موافق بنسبة ٢٨٨%، ومحايد بنسبة ٧٥%، ومعارض بنسبة ٣٧%، وذلك بمتوسط ٢,٦
٨. يسمح لى بالتعبير عن نفسى وممارسة حرية التعبير: حيث كان موافق بنسبة ٦٣,٣%، ومحايد بنسبة ٣٤%، ومعارض بنسبة ٢,٨%، وذلك بمتوسط ٢,٦
٩. يشغل أوقات فراغي: حيث كان موافق بنسبة ٢٢%، ومحايد بنسبة ٩٦,٥%، ومعارض بنسبة ٨,٥%، وذلك بمتوسط ٢,١.
١٠. تتفق جميع الآراء المعروضة مع انتمائى الفكري: حيث كان موافق بنسبة ١٦%، ومحايد بنسبة ٦٦%، ومعارض بنسبة ١٨%، وذلك بمتوسط ٢.

جدول (٩) أساليب عرض المعلومات التي يفضل أفراد العينة متابعتها في موقع الفيسبوك

الأساليب	(ك)	(%)	الترتيب
منشور القنوات التليفزيونية	١٦٥	٢٣	١
الأخبار المنشورة من خلال صفحات الصحف والجرائد	٨١	١٥,٥	٣
مشاهدة مقاطع الفيديو	٦٢	٢٠,٣	٤
منشورات وتعليقات الأعضاء	٩٢	٤١,٣	٢
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠	

يوضح الجدول السابق أساليب عرض المعلومات التى يفضل أفراد العينة متابعتها فى موقع الفيسبوك حيث جاء فى المقدمة كل من (منشورات وتعليقات الأعضاء) بنسبة ٤١,٣%، ثم (منشور القنوات التليفزيونية) فى المرتبة الثانية بنسبة ٢٣%، ثم (مشاهدة مقاطع الفيديو) فى المرتبة الثالثة بنسبة ٢٠,٣%، ثم (الإخبار المنشورة من خلال صفحات الصحف والجرائد) فى المرتبة الرابعة بنسبة ١٥,٥%.

جدول (١٠) يوضح مدى ثقة الشباب العربى عينة الدراسة بموقع الفيسبوك.

مدى الثقة	السعودية		تونس		البحرين		مصر		الإجمالي		كا٢	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
ثقة مرتفعة	٣١	٧,٨	٢٩	٧,٣	١٨	٤,٥	١٩	٤,٨	٩٧	٢٤,٣	٣١,٥٦	غير داله
ثقة متوسطة	٣١	٧,٨	٣١	٧,٨	٢٨	٧	١٠	٢,٥	١٠٠	٢٥		
ثقة منخفضة	٣٨	٩,٥	٤٠	١٠	٥٤	١٣,٥	٧١	١٧,٨	٢٠٣	٥٠,٨		
المجموع	٤٠٠											

يوضح الجدول السابق مدى ثقة الشباب العربى عينة الدراسة بمواقع الفيسبوك وذلك على النحو التالي: حيث كانت ثقة الشباب العربى عينة الدراسة بمواقع الفيسبوك منخفضة بنسبة ٥٠,٨% مقسمة بنسبة ٩,٥% من السعودية ونسبة ١٠% من تونس ونسبة ١٣,٥% من البحرين ونسبة ١٧,٨% من مصر، وكانت ثقة الشباب العربى عينة الدراسة بمواقع الفيسبوك متوسطة بنسبة ٢٥% مقسمة بنسبة ٧,٨% من السعودية ونسبة ٧,٨% من تونس ونسبة ٧% من البحرين ونسبة ٢,٥% من مصر، وكانت ثقة الشباب العربى عينة الدراسة بمواقع الفيسبوك مرتفعة بنسبة ٢٤,٣% مقسمة بنسبة ٧,٨% من السعودية ونسبة ٧,٣% من تونس ونسبة ٤,٥% من البحرين ونسبة ٤,٨% من مصر.

جدول (١١) يوضح مدى مساهمة المضامين المطروحة فى موقع الفيسبوك فى زيادة المعرفة حول بعض القضايا

مدى المساهمة	السعودية		تونس		البحرين		مصر		الإجمالي		كا٢	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
ساهمت بدرجة كبيرة	٥٣	١٣,٣	٦١	١٥,٣	٥٨	١٤,٥	٥٨	١٤,٥	٢٣٠	٥٧,٥	٣,١٢	غير داله
ساهمت بدرجة متوسطة	٤١	٩,٥	٣٥	٨,٨	٤٠	١٠	٣٨	٩,٥	١٥٤	٥٧,٥		
ساهمت بدرجة ضعيفة	٦	١٣,٣	٤	١	٢	٠,٥	٤	١	١٦	٣٨,٥		
المجموع	٤٠٠											

بالنسبة لمساهمات المضامين المطروحة فى موقع الفيسبوك فى زيادة المعرفة حول بعض القضايا حيث جاءت فئة (ساهمت بدرجة متوسطة) بنسبة ٥٧,٥% مقسمة بنسبة ٩,٥% من السعودية ونسبة ٨,٨% من تونس ونسبة ١٠% من البحرين ونسبة ٩,٥% من مصر، بينما (ساهمت بدرجة كبيرة) بنسبة ٥٧,٥% مقسمة بنسبة ١٣,٣% من السعودية ونسبة ١٥,٣% من تونس ونسبة ١٤,٥% من البحرين ونسبة ١٤,٥% من مصر، بينما (ساهمت بدرجة ضعيفة) بنسبة ٣٨,٥% مقسمة بنسبة ١٣,٣% من السعودية ونسبة ١% من تونس ونسبة ٠,٥% من البحرين ونسبة ١% من مصر.

جدول (١٢) تقيم الشباب العربى للغة الحوار فى مواقع الفيسبوك.

تقييم لغة الحوار	(ك)	(%)	الترتيب
أغلبها صريح ومحترم	٣٤	٨,٥	٤
أغلبها غير مهذب	٢٢٧	٥٦,٨	١
تتناسب مع طبيعة الموضوع	٦٦	١٦,٥	٣
تحض على الكراهية والتفرقة	٧٣	١٨,٣	٢
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠	

يوضح الجدول السابق تقييم الشباب العربى عينة الدراسة للغة الحوار فى مواقع

الفيسبوك حيث جاء فى المقدمة (أغلبها غير مهذب) بنسبة ٥٦,٨%، ثم (تحض على الكراهية والتفرقة) فى المرتبة الثانية بنسبة ١٨,٣%، ثم (تتناسب مع طبيعة الموضوع) فى المرتبة الثالثة بنسبة ١٦,٥%، وأخيرا (أغلبها صريح ومحترم) فى المرتبة الرابعة بنسبة ٨,٥%.

جدول (١٣) نتائج لمقياس استفادة الشباب العربى من مواقع الفيسبوك فى دعم الحوار وتقبل الآخر

مقياس الاستفادة	التكرار	النسبة
استفادة مرتفعة	٣٠	٧,٥
استفادة متوسطة	٨٧	٢١,٧٥
استفادة منخفضة	٢٨٣	٧٠,٧٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يوضح الجدول السابق لمقياس استفادة الشباب العربى من مواقع الفيسبوك دعم الحوار وتقبل الآخر حيث استفادة الشباب العربى من مواقع الفيسبوك دعم الحوار وتقبل الآخر (استفادة منخفضة) بنسبة ٧٠,٧٥%، ثم (استفادة متوسطة) بنسبة ٢١,٧٥%، ثم (استفادة مرتفعة) بنسبة ٧,٥%.

جدول (١٤) استفادة الشباب العربى من الاعلام الجديد فى دعم الحوار وتقبل الآخر

العبارة / الاتجاه	موافق		محايد		معارض		المتوسط المرجح	الاتجاه
	ك	%	ك	%	ك	%		
استخدام الإعلام الجديد يكسبنى حب مساعدة الآخرين	١٧٠	٤٢,٥	١٩٣	٤٨,٣	٣٧	٩,٣	٢,٣	محايد
لها دور كبير فى الحوار والتواصل بين مختلف وجهات النظر حو القضايا العامة	٣٤٢	٨٥,٥	٥٨	١٤,٥	–	–	٢,٩	موافق
تعزيز الأواصر لتحقيق مزيد من التعاون والتآلف بين المواطنين	١٨٤	٤٦	١٧٨	٤٤,٥	٣٨	٩,٥	٢,٤	محايد
إشاعة روح التضامن والتقبل والتقدير بين المواطنين	١٢٨	٣٢	٢٥٦	٦٤	١٦	٤	٢,٣	محايد
احترم الأنظمة والقوانين لأنه علامة رقى الشعوب وتطورها.	٢٠٤	٥١	١٣٤	٣٣,٥	٦٢	١٥,٥	٢,٤	موافق
من يخالف رأيى وتعليقاتى لا احترمه.	٢٤	٦	٢٠٤	٥١	١٧٢	٤٣	١,٦	محايد
توفير البيئة الفكرية والثقافة والاجتماعية التى تعزز روح التعاون والوحدة بين أبناء الوطن	١٣٠	٣٢,٥	٢٣٢	٥٨	٣٨	٩,٥	٢,٢	محايد
أرى أن حرية الرأى فى بلدى أمر شائك	١٨٣	٤٥,٨	٢١٧	٥٤,٣	–	–	٢,٥	موافق
احترم كل مسئول فى أى مؤسسة لدوره ومهامه التى تجعل العمل أكثر تنظيما وتقدما وتطورا	٢٩٩	٧٤,٨	٨٢	٢٠,٥	١٩	٤,٨	٢,٧	موافق
تشيع ثقافة الحوار البناء بين أبناء الشعب الواحد وبين بقية شعوب العالم	٢١٦	٥٤	١٦٨	٤٢	١٦	٤	٢,٥	موافق
نشر ثقافة الحوار والتسامح والتصالح	٢٢٦	٥٦,٥	١٤٣	٣٥,٨	٣١	٧,٨	٢,٥	موافق
دورا كبيرا فى تأجيج نار الفتنة وأثاره أعمال العنف	١٩٨	٤٩,٥	١٨٨	٤٧	١٤٤	٣,٥	٢,٥	موافق

يوضح الجدول السابق استفادة الجمهور من الشباب العربى لوسائل الاعلام الجديد فى دعم الحوار وتقبل الآخر وذلك على النحو التالي:

١. لها دور كبير فى الحوار والتواصل بين مختلف وجهات النظر حو القضايا العامة: حيث كان موافق بنسبة ٨٥,٥%، ومحايد بنسبة ١٤,٥%، وذلك بمتوسط ٢,٩.
٢. احترم كل مسئول فى أى مؤسسة لدوره ومهامه التى تجعل العمل أكثر تنظيما وتقدما وتطورا: حيث كان موافق بنسبة ٧٤,٨%، ومحايد بنسبة ٢٠,٥%، ومعارض بنسبة ٤,٨%، وذلك بمتوسط ٢,٧.
٣. تشيع ثقافة الحوار البناء بين أبناء الشعب الواحد وبين بقية شعوب العالم: حيث كان موافق بنسبة ٥٤%، ومحايد بنسبة ٤٢%، ومعارض بنسبة٤%، وذلك بمتوسط ٢,٥.
٤. نشر ثقافة الحوار والتسامح والتصالح: حيث كان موافق بنسبة ٥٦,٥%، ومحايد بنسبة ٣٥,٨%، ومعارض بنسبة ٧,٨%، وذلك بمتوسط ٢,٥.
٥. أرى أن حرية الرأى فى بلدى أمر شائك: حيث كان موافق بنسبة ٤٥,٨%، ومحايد بنسبة ٥٤,٣%، وذلك بمتوسط ٢,٥.
٦. دورا كبيرا فى تأجيج نار الفتنة وأثاره أعمال العنف: حيث كان موافق بنسبة ٤٩,٥%، ومحايد بنسبة ٤٧%، ومعارض بنسبة ٣,٥%، بمتوسط ٢,٥.
٧. تعزيز الأواصر لتحقيق مزيد من التعاون والتآلف بين المواطنين: حيث كان موافق بنسبة ٤٦%، ومحايد بنسبة ٤٤,٥%، ومعارض بنسبة ٩,٥%، وذلك بمتوسط ٢,٤.
٨. احترم الأنظمة والقوانين لأنه علامة رقى الشعوب وتطورها: حيث كان موافق بنسبة ٥١%، ومحايد بنسبة ٣٣,٥%، ومعارض بنسبة ١٥,٥%، وذلك بمتوسط ٢,٤.
٩. استخدام الإعلام الجديد يكسبنى حب مساعدة الآخرين: حيث كان موافق بنسبة ٤٢,٥%، ومحايد بنسبة ٤٨,٣%، ومعارض بنسبة ٩,٣%، وذلك بمتوسط ٢,٣.
١٠. إشاعة روح التضامن والتقبل والتقدير بين المواطنين: حيث كان موافق بنسبة ٣٢%، ومحايد بنسبة ٦٤%، ومعارض بنسبة ٤%، وذلك بمتوسط ٢,٣.
١١. توفير البيئة الفكرية والثقافة والاجتماعية التى تعزز روح التعاون والوحدة بين أبناء الوطن: حيث كان موافق بنسبة ٣٢,٥%، ومحايد بنسبة ٥٨%، ومعارض بنسبة ٩,٥%، وذلك بمتوسط ٢,٢.
١٢. من يخالف رأيى وتعليقاتى لا احترمه، حيث كان موافق بنسبة ٦%، ومحايد بنسبة ٥١%، ومعارض بنسبة ٤٣%، وذلك بمتوسط ١,٦.

جدول (١٥) مقياس تفصيلى لاستفادة الشباب العربى من الاعلام الجديد فى دعم الحوار وتقبل الآخر

مقياس الاستفادة	السعودية		تونس		البحرين		مصر		الإجمالي		كا٢	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
استفادة مرتفعة	٧	١,٨	١٠	٢,٥	٨	٢	٥	١,٣	٣٠	٧,٥	٣,٢٠٠	غير داله
استفادة متوسطة	١٩	٤,٨	٢٢	٥,٥	٢٥	٦,٣	٢١	٥,٣	٨٧	٢١,٧٥		
استفادة منخفضة	٧٤	١٨,٥	٦٨	١٧	٦٧	١٦,٧	٧٤	١٨,٥	٢٨٣	٧٠,٧٥		

يوضح الجدول السابق مقياس استفادة الشباب العربى من الاعلام الجديد فى تدعيم ثقافة الحوار وتقبل الآخر وذلك على النحو التالي: حيث كانت استفادة الشباب العربى من الاعلام الجديد فى تدعيم ثقافة الحوار وتقبل الآخر استفادة منخفضة بنسبة ٧٠,٧٥% مقسمة بنسبة ٢٠% من السعودية ونسبة ١٨,٥% من تونس ونسبة ١٦,٧% من البحرين ونسبة ١٨,٥% من مصر، وكانت استفادة الشباب العربى من الاعلام الجديد فى تدعيم ثقافة الحوار وتقبل الآخر استفادة متوسطة بنسبة ٢١,٨% مقسمة بنسبة ٤,٨% من السعودية ونسبة ٥,٥% من تونس ونسبة ٦,٣% من البحرين ونسبة ٥,٣% من مصر، وكانت استفادة الشباب العربى من الاعلام الجديد فى تدعيم ثقافة الحوار وتقبل الآخر استفادة مرتفعة بنسبة ٧,٥% مقسمة بنسبة ١,٨% من السعودية ونسبة ٢,٥% من تونس ونسبة ٢% من

البحرين ونسبة ١,٣% من مصر.

جدول (١٦) مقياس استفادة الشباب السعودى من الاعلام الجديد في دعم الحوار وتقبل الآخر

مقياس الاستفادة	التكرار	النسبة
استفادة مرتفعة	٧	٧
استفادة متوسطة	١٩	١٩
استفادة منخفضة	٧٤	٧٤
الإجمالي	١٠٠	١٠٠

يوضح الجدول السابق لمقياس استفادة الشباب السعودى من الاعلام الجديد فى تدعيم ثقافة الحوار وتقبل الآخر حيث كانت (استفادة منخفضة) بنسبة ٧٤%، ثم (استفادة متوسطة) بنسبة ١٩%، ثم (استفادة مرتفعة) بنسبة ٧%

جدول (١٧) مقياس استفادة الشباب التونسي من الاعلام الجديد في دعم الحوار وتقبل الآخر

مقياس الاستفادة	التكرار	النسبة
استفادة مرتفعة	١٠	١٠
استفادة متوسطة	٢٢	٢٢
استفادة منخفضة	٦٨	٦٨
الإجمالي	١٠٠	١٠٠

يوضح الجدول السابق لمقياس استفادة الشباب التونسى من الاعلام الجديد فى دعم الحوار وتقبل الآخر حيث كانت (استفادة منخفضة) بنسبة ٦٨%، ثم (استفادة متوسطة) بنسبة ٢٢%، ثم (استفادة مرتفعة) بنسبة ١٠%.

جدول (١٨) مقياس استفادة الشباب البحريني من الاعلام الجديد في دعم الحوار وتقبل الآخر

مقياس الاستفادة	التكرار	النسبة
استفادة مرتفعة	٨	٨
استفادة متوسطة	٢٥	٢٥
استفادة منخفضة	٦٧	٦٧
الإجمالي	١٠٠	١٠٠

يوضح الجدول السابق لمقياس استفادة الشباب البحرينى من الاعلام الجديد فى دعم الحوار وتقبل الآخر حيث كانت (استفادة منخفضة) بنسبة ٦٧%، ثم (استفادة متوسطة) بنسبة ٢٥%، ثم (استفادة مرتفعة) بنسبة ٨%.

جدول (١٩) مقياس استفادة الشباب المصرى من الاعلام الجديد في دعم الحوار وتقبل الآخر

مقياس الاستفادة	التكرار	النسبة
استفادة مرتفعة	٥	٥
استفادة متوسطة	٢١	٢١
استفادة منخفضة	٧٤	٧٤
الإجمالي	١٠٠	١٠٠

يوضح الجدول السابق لمقياس استفادة الشباب المصرى من الاعلام الجديد فى دعم الحوار وتقبل الآخر حيث كانت (استفادة منخفضة) بنسبة ٧٤%، ثم (استفادة متوسطة) بنسبة ٢١%، ثم (استفادة مرتفعة) بنسبة ٥%.

جدول (٢٠) العلاقة بين مقياس استفادة الشباب العربى من الاعلام الجديد فى دعم الحوار وتقبل الآخر والدولة

الدولة / مقياس دعم الحوار وتقبل الآخر	المقياس
السعودية	٢٠
تونس	٢١,٤
البحرين	٢٣,٧
مصر	٢٠,٥

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أفراد العينة الذين ينتمون إلى البحرين أكثر استفادة من الاعلام الجديد فى دعم الحوار وتقبل الآخر، حيث بلغت درجة الاستفادة ٢٣,٧، وفى المرتبة الثانية أفراد العينة من تونس من متوسط بدرجة ٢١,٤، وفى المرتبة الثالثة أفراد العينة من مصر من متوسط بدرجه ٢٠,٥، وفى المرتبة الأخيرة السعودية من متوسط ٢٠.

جدول (٢١) العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي ومقياس دعم الحوار وتقبل الآخر

المواقع / المقياس	مقياس ثقافة الحوار
الفيسبوك	٢١,٥
تويتر	٢٠,٩
جوجل بلس	٢١,٨
ماى سبيس	٢١,٥
يوتيوب	٢١,٤

يتضح من بيانات الجدول السابق أن موقع جوجل بلس أكثر تأثير فى دعم الحوار وتقبل الآخر لدى الشباب العربى، حيث بلغت درجة الاستفادة ٢١,٨، وفى المرتبة الثانية الفيسبوك وماى سبيس موقع من متوسط بدرجة ٢١,٥، وفى المرتبة الثالثة يوتيوب من متوسط بدرجه ٢١,٤، وفى المرتبة الأخيرة اليوتيوب من متوسط ٢٠,٥.

- الفرض الأول: توجد علاقة ارتباط موجب بين كثافة التعرض لمواقع الفيسبوك ودعم الحوار وتقبل الآخر لدى الشباب العربي، ولاختبار هذا الفرض اعتمد الباحث على معامل بيرسون.

جدول (٢٢) يوضح العلاقة ارتباطيه ايجابية بين كثافة التعرض لمواقع الفيسبوك ودعم الحوار وتقبل الآخر لدى الشباب العربى

المتغيرات	بين دعم الحوار وتقبل الآخر لدى الشباب العربي	
	معامل الارتباط	الدلالة
كثافة التعرض لموقع فيسبوك	**٠,٤٢٢	داله

تشير نتائج المعاملات الإحصائية إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيا بين كثافة التعرض لموقع فيسبوك وبين دعم الحوار وتقبل لدى الشباب العربى، حيث كانت قيمة معامل بيرسون **٠,٤٢٢، وهى قيمة داله عندى مستوي ٠,٠٠١. وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية للمقارنة بين كثافة التعرض لمواقع الفيسبوك وبين دعم الحوار وتقبل الآخر لدى الشباب العربي.

- الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباط موجب بين دوافع تعرض الشباب العربى وتقيم الشباب العربى للغة الحوار فى مواقع الفيسبوك، ولاختبار هذا الفرض اعتمد الباحث على معامل بيرسون

جدول (٢٣) يوضح العلاقة ارتباطيه ايجابية بين كثافة التعرض لمواقع الفيسبوك وتقيم الشباب العربى للغة الحوار في مواقع الفيسبوك

المتغيرات	وتقيم الشباب العربى للغة الحوار فى مواقع الفيسبوك	
	معامل الارتباط	الدلالة
كثافة التعرض لمواقع الفيسبوك	**٠,٢٢١	داله

تشير نتائج المعاملات الإحصائية إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيا بين كثافة التعرض لمواقع الفيسبوك وتقيم الشباب العربى للغة الحوار فى مواقع الفيسبوك، حيث كانت قيمة معامل بيرسون **٠,٤٢٢ وهى قيمة داله عندى مستوي ٠,٠٠١. وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية للمقارنة بين كثافة التعرض لمواقع الفيسبوك وتقيم الشباب العربى للغة الحوار فى مواقع الفيسبوك.

التحليل الكيفى لموقع الدراسة:

يظهر أن موقع الفيسبوك خلق فضاء مفتوحا أتاح لكافة أفراد العينة باختلاف مشاربهم وثقافاتهم وجنسياتهم نشر أفكارهم وما يؤمنون به، كما أتاحت نوع جديد من الحوار والتفاعل بين مستخدمى تلك الشبكات، حيث أصبح بإمكان أى شخص إبداء رأيه فى ما يكتبه الآخرين حول أى قضية يتم طرحها، وبحرية تامة دون قيود وبلا ادنى رقابة.

وقد وجد الباحث من خلال اطلاعه وملاحظته لمواقع الاعلام الجديد كشبكات التواصل الاجتماعى وموقع الفيسبوك أن مستخدمى تلك المواقع ينقسمون إلى فريقين إذا صح التعبير، حيث أن هناك فريقا يدرك معنى وقيمة الاختلاف فى الرأى ويتمتع إفراد هذا الفريق بقدرة كبيرة على احترام أراء الآخرين ويدركون أهمية الحوار ويؤمنون بقدرتهم على إقناع الآخرين كما أن هؤلاء ليست لديهم ادنى مشكلة فى الاقتناع بالرأى الآخر فى حالة وجوده رأيا صائبا.

فى حين وجد الباحث أن أفراد الفريق الأخر هم من الذين لا يجيدون سوى لغة السب والقذف وكيل الشتائم للآخرين فهؤلاء ليس لديهم القدرة على الحوار أو التفاهم ويعتبرون أن كل من يخالفهم الرأى هو عدو لهم لا يستحق الاحترام ولا يجب الحوار معه، واللافت للنظر أن بعض هؤلاء الأشخاص هم من المتعلمين والمثقفين الذين يفترض بهم أن يكونوا قدوة لغيرهم.

ويرى الباحث أن الحوار عبر مواقع الاعلام الجديد بصفة عامة والفيسبوك بصفة خاصة ما هو إلا انعكاس للواقع الذى أصبح يعيشه المجتمع فمواقع الاعلام الجديد أصبحت تشكل مجتمعات افتراضية موازية للمجتمعات الحقيقية حيث تشهد مواقع الاعلام الجديد طرحا لذات الموضوعات والاهتمامات وبنفس القوة والزخم الذى يشهده الواقع، إلا أن قدرة المستخدمين على التعبير والمشاركة قد تكون اكبر منها على ارض الواقع، وقد يرجع ذلك إلى طبيعة الأشخاص أنفسهم حيث أن هناك الكثيرين منهم لا يمتلكون القدرة والجرأة على الانتقاد والتعصب والسب والقذف بشكل مواجهى حيث وجد الباحث أن الكثير جدا من الذين يتحولون بالحوار إلى السب وكيل الشتائم للآخرين هم من الذين يستخدمون أسماء وصور مستعارة بما يضمن لهم عدم الخوف من الملاحقة القانونية.

ويؤكد الباحث أن السبيل الأفضل للارتقاء بثقافة الحوار ودعم الحوار وتقبل الرأى الآخر عبر مواقع الاعلام الجديد يتطلب اهتماما جديا من قبل الأسرة إلى جانب القائمين على المؤسسات التربوية والتعليمية فالالتزام بالتعاليم الدينية يضمن لنا خلق جيل واعى مثقف يدرك معنى وهمية الحوار فكسب الآخرين وإقناعهم بالرأى لا يأتى بالتعصب والعنف.

ويرى الباحث من خلال اطلاعه على عدد كبير من مواقع الاعلام الجديد أن أكثر القضايا التى أصبحت تجذب المتحاورين وتسيطر على حواراتهم هى القضايا الدينية والفكرية وقضايا السياسية والمرأة، وتعكس حوارات الشاب العربى عبر مواقع الاعلام الجديد اهتمامهم بقضايا المجتمع الملحة وذلك نظرا لملامستها تفاصيل حياتهم اليومية، ووجد الباحث أن كثافة التعرض لمواقع الفيسبوك وتقيم الشباب العربى للغة الحوار فى مواقع الفيسبوك عبر مواقع الاعلام الجديد ولاحظ الباحث أن تلك الحوارات كثيرا ما كانت تتحول من حوارات إلى منبر لتبادل الشتائم وكيل الاتهامات.

ويرى الباحث أن هذه الظاهرة أصبحت بحاجة إلى بعض الضبط والتقنين وبخاصة أنها أصبحت تؤثر بشكل سلبى على تماسك المجتمع ووحدته، وأصبحت تلعب دورا كبيرا فى تنمية الصراعات الاجتماعية، وقد ساعد على ذلك حالة عدم الاستقرار السياسى التى تشهدها البلاد.

فالعديد من مستخدمى وسائل الاعلام الجيد أصبحوا يستغلون الفضاء الحر والإمكانات الاتصالية العالية التى يوفرها لهم من أجل بث الفتن ونشر الدعوات المسيئة، والهجوم اللفظى على من يختلفون معهم فى الآراء، ويرى الباحث أن هناك صعوبة فى القضاء على هذه الظاهرة لاسيما أن الحجب والحظر اثبت عدم فاعليته فى بعض المجتمعات، إلى جانب اعتماد الكثير من المستخدمين لتلك المواقع على استخدام أسماء مستعارة، كما أن التشريعات والقوانين الخاصة بمواقع الاعلام الجديد ما زالت بحاجة توجيه المزيد من العناية والاهتمام بها.

كما وجد الباحث أن عددا كبيرا من مستخدمى مواقع الاعلام الجديد يهتمون بالظهور والتحدث دون دراية كافة بالأمور التى يتحدثون فيها فهم فقط يريدون إظهار أنفسهم كأشخاص مثقفين وفاعلين ومؤثرين وذلك على الرغم من مشاركتهم فى الحوارات الدائرة عبر مواقع الاعلام الجديد وان كانت حاورتهم تفتقر إلى الوعى والإدراك وهؤلاء يمثلون نسبة لا باس بها من المستخدمين، وان توصلت هذه الدراسة إلى أن كثافة التعرض لموقع فيسبوك وبين دعم الحوار وتقبل لدى الشباب العربي.

الإضافات العلمية للدراسة وتوصياتها

النتائج العامة للدراسة:

١. هناك تفوق واضح للفيسبوك فى تكوين أراء الشباب العربى نتيجة لتوافر عاملين أساسيين أولهما وهو سماح هذه الوسائل بحرية أكبر بكثير من الوسائل التقليدية وقدرتها على تحقيق المشاركة بفاعلية، وثانيهما هناك تهديد حقيقى للوسائل التقليدية التى ثبت عجزها وفشلها بدرجات مختلفة- سواء كانت خاصة أو حكومية- وخاصة مع تطور الشبكات الاجتماعية بوجه خاص والمضمون المرتكز على المتلقى Content Receive Based بوجه عام.

٢. ثبت وجود أثر للجنسية فى استخدام الأفراد للشبكات الاجتماعية والاعتماد عليه فى تكوين أرائهم فى حين لم يثبت وجود فروق ترجع للجنس، كما ثبت وجود علاقة بين الشبكة التى يستخدمها الأفراد ومستوى التفاعل فى استخدام الفيسبوك، وكذلك ثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية للمقارنة بين كثافة التعرض لموقع الفيسبوك وتقيم الشباب العربى للغة الحوار فى مواقع الفيسبوك.

التوصيات:

أظهرت الدراسة قدرة الاعلام الجديد، ممثلة فى مواقع الفيسبوك، على تعزيز الحوار وتقبل الآخر، حيث مثلت منتديات النقاش (تواصل افتراضيا) للشباب بديلا للواقع الفعلى المعاش، ومجالا لتحدى الصمت استطاعوا من خلالها تأكيد الحق فى الدخول إلى وسائل الاتصال، والتجول المعلوماتي، والمشاركة الاتصالية، وتعزيز الحق فى حرية التعبير وممارسة الحريات الفردية دون تمييز، وتدعيم مقومات الهوية العربية، والدفاع عن حقوق الشباب، ودعم حرية الحوار فى العالم الافتراضى والشعور بالانتماء للوطن العربى الكبير، وتصحيح الصورة الإعلامية المشوهة عن الشباب، وتغرس العنف وعدم الانتماء فى بعض الأحيان. وبنقل الصورة الإيجابية عن الشباب، فى ظل مبادئ من الاحترام والتقبل والاعتراف بالتنوع والاختلاف، والاقتناع بأن وجود الآخر المختلف يضفى ثراء للمجتمع. كما أن للمؤسسات التعليمية دور فى تعليم الطلبة بوجود (نحن) و(الآخر)، وتدعيم قيم الحوار ونقد الذات ونبذ التعصب والعنصرية، ومن هنا، تظهر حاجة ملحة لفتح قنوات اتصال مع كافة الأطراف على المستوى المحلي، حتى يمكن التعايش فى ظل مفاهيم السلام والأمن والاستقرار بعيدا عن الصدام. ومن شأن ذلك كله أن يصب فى صالح المجتمع ونهضته. فى البلاد المختلفة إن وجدت. كما أتاح الإعلام الجديد فرصة تحويل أنماط التفاعل الاجتماعى بينهم إلى أرض الواقع، وسمحت لشباب بالانتقال الافتراضى داخل الدول المختلفة.

من جهة أخرى، كشفت الدراسة أن الإنترنت سلاحا ذو حدين، فهى وسيلة للتنفيس والإثارة فى ذات الوقت. فقد وحدت الشبكات الاجتماعية بين الأجيال، وانتقلت هذه الوحدة بقوة على أرض الواقع بفعل عدم الرؤية الصحيحة للشباب من قبل الحكومات ومؤسساتها الإعلامية والثقافية. وهى رؤية تسهم فى تدعيم الإحساس بالدونية، والتذكير بالشباب وأهمية الحوار بينهم.

المراجع:

١. سعد بن محارب المحارب: الإعلام الجديد التحديات النظرية والتطبيقية، الإعلام الجديد أولوية الوسيلة، ورقة مقدمة فى **المنتدى السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال**، جامعة الملك سعود، الرياض، ٢٠١٢، ص٤

٢. نصير صالح بر على (٢٠١٤)، استخدام الشباب الجامعى لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة: دراسة على عينة من طلبة جامعة الشارقة، **مجلة رؤى إستراتيجية**، المجلد الثانى، العدد (٧)، ص٩.

3. Steve Jones, **Encyclopedia of New Media: An Essential Reference to Communication and Technology**. SAGE Publications. 2002.

٤. فؤاده البكرى، **الإعلام الدولى** (القاهرة: عالم الكتب ٢٠١١) ص٣٧

٥. تقرير الإعلام العربي: **الانكشاف والتحول ٢٠١١- ٢٠١٥** (٢٠١٢)، نادى دبى للصحافة، الإصدار الرابع، ص٢٢٠.

٦. أسامة محمد عبدالرحمن حسانين، دور الفيسبوك فى إمداد الشباب الجامعى بالمعلومات حول قضايا الفساد المصري، **رسالة دكتوراه** غير منشورة (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠١٤).

٧. حسنى محمد نصر، اتجاهات البحث والتنظير فى وسائل الاعلام الجديدة، دراسة تحليلية للإنتاج العلمى المنشور فى دوريات محكمة، (بحث مقدم **لمؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكاليات المنهجية**: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية) الرياض ١٠- ١١ مارس ٢٠١٥.

٨. أسامة محمد عبدالرحمن حسانين. مرجع سابق.

٩. مهدى محمد القصاص، "الإعلام الالكترونى وأثره على قيم الشباب فى القرية المصرية: دراسة حالة، أبحاث **المؤتمر العلمى الثانى لثقافة القرية**" نحو إستراتيجية لتنمية القرية المصرية، ط١، القاهرة، الهيئة العامة لقصور الثقافة، ٢٠١٤.

١٠. رباب رأفت محمد الجمال (٢٠١٣)، **أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعى على تشكيل النسق القيمى الأخلاقى للشباب السعودى- دراسة ميدانية**، جامعة الملك عبدالعزيز، كرسى الأمير نايف بن عبدالعزيز للقيم الأخلاقية، http://dalya6848. blogspot. com/2015/ 05/ 3. html

١١. أحمد يونس محمد حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعى فى تنمية مشاركة الشباب الفلسطينى فى القضايا المجتمعية، **رسالة ماجستير** غير منشورة (جامعة الدول العربية: معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، ٢٠١٣).

١٢. مصطفى سيد عبداللاه الجزيري، محمود أحمد لطفى السيد، نوره عبدالله محمود أحمد، استخدامات المرأة الصعيدية للشبكات الاجتماعية وتأثيره فى مشاركتها فى الانتخابات الرئاسية ٢٠١٢- دراسة ميدانية (بحث مقدم **للمؤتمر العلمى الدولى التاسع عشر: الإعلام ونشر ثقافة الديمقراطية**، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، أبريل ٢٠١٣).

١٣. محمود أحمد لطفى السيد، هاجر شعبان سعداوي: استخدامات الشبكات الاجتماعية فى تعبئة الرأى العام أثناء الأزمات السياسية الطارئة (أزمة الدستور المصرى نموذجا) (بحث مقدم **للمؤتمر العلمى السنوى الثاني: إعلام الأزمات وأزمات الإعلام**، جامعة الأهرام الكندية: كلية الإعلام، مارس ٢٠١٣).

14. Meredith Conroy, M., Jessica, T& Guerrero, F "**Facebook and political engagement: A study of online political group membership and offline political engagement**", in Computers in Human Behavior, In Press, Corrected Proof, 24 April 2012 Available online: http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563212000787. Retrieved 2012- 5- 15 pp.1- 5.

15. Bruce C. Mckinney, Lynne Kelly& robent l. duran, 2012, Narcissism or Openness? College Students Use of Facebook and Twitter, **Communication Research Reports**, Vol. 29, No. 2, April- June, p.p.108- 118.

16. Lucia Vesnic- Alujevic. "**Political participation and web 2.0 in Europe: A case study of Facebook**" In Public Relations Review. In Press, Corrected Proof, 25 February 2012 Available online at: http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0363811112000276. Retrieved 2011- 12- 22.

١٧. ممدوح عبد الواحد محمد، "شبكات التواصل الاجتماعي والتحولات السياسية في المجتمع المصري: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي"، (ورقة بحثية مقدمة **للمؤتمر العلمي الثامن عشر**، "**الإعلام وبناء الدولة الحديثة**"، كلية الإعلام جامعة القاهرة، يوليو، ٢٠١٢.

18. Sahar Khamis, Paul B., Gold and Katherine Vaughn (2012): **Beyond Egypt's "Facebook Revolution and Syria's YouTube Uprising" Comparing Political Contexts**, Actors and Communication Strategies, Arab Media Society, No. 15.

١٩. زهير عابد "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي"، (**مجلة جامعة النجاح للأبحاث للعلوم الإنسانية**) مجلد (٢٦)، نابلس، فلسطين، ٢٠١٢.

٢٠. طاهر حسن أبو زيد، دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية (دارسة ميدانية، **رسالة ماجستير**، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، غزة، ٢٠١٢.

٢١. محمود، الفطافطة: "علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين الفيسبوك نموذجا"، **دراسة غير منشورة**. (رام الله، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية، قسم الإعلام، جامعة بيرزيت، فلسطين، ٢٠١٢.

٢٢. عبدالله ممدوح مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعى فى التغيير السياسى فى تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين. **رسالة ماجستير** غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، ٢٠١١.

٢٣. منال عبده محمد منصور، التأثيرات المترتبة على استخدام الشباب الجامعى لموقع الفيسبوك، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السابع والثلاثون، يناير- يونيه ٢٠١١.

٢٤. عبده حافظ، **تواصل الشباب الجامعى من خلال الشبكات الاجتماعية، المؤتمر العلمى- وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير**، كلية الإعلام، جامعة البتراء، عمان، ٢٠١١.

٢٥. حياة بدر قرنى محمد يوسف. وسائل الاعلام الدولى وإدارة الحوار بين الحضارات، **رسالة ماجستير** غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم العلاقات العامة والاعلان، ٢٠١١.

٢٦. سميرة شيخانى، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، **مجلة جامعة دمشق**- المجلد ٢٦- العدد الأول& الثانى، قسم الإعلام، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة دمشق، ٢٠١٠، صرص ٤٣٥- ٤٨٠.

٢٧. محمد عبده محمد بدو، دور برامج الرأى بالقنوات الفضائية العربية فى دعم ثقافة الحوار بين الجمهور العربى، **رسالة ماجستير** غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم الاذاعة والتليفزيون، ٢٠١٠.

٢٨. محمود حمدى عبدالقوي، دور الإعلام البديل فى تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب، **المؤتمر العلمى الدولى الخامس عشر، الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات**، الجزء الثالث، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٩.

٢٩. رضا عبدالواحد أمين، استخدامات الشباب الجامعى لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت. ورقة بحثية قدمت إلى **المؤتمر الأول الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد**، جامعة البحرين فى الفترة ما بين ٧- ٩ إبريل، ٢٠٠٩.

٣٠. محمد أحمد القضاة، الثقافة كمتغير في الاتصال التفاعلى عبر وسائل الإعلام الجديد، ورقة بحث ضمن أبحاث **المؤتمر الدولى الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد**، جامعة البحرين ٧- ٩ ابريل ٢٠٠٩.

٣١. عبدالمحسن بدوي محمد أحمد، مشكلات الإعلام الجديد، ورقة بحث، أبحاث **المؤتمر الدولى الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد**، جامعة البحرين ٧- ٩ ابريل ٢٠٠٩.

٣٢. الشيماء عبد السلام إبراهيم، وهدى صلاح الدين العدل، مركز استطلاعات الرأي العام بمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، مجلس الوزراء، تأثير المدونات علي حرية الرأي والتعبير، قدمت هذه الدراسة إلي **المؤتمر الثاني لاستطلاعات الرأي العام** "**استطلاعات الرأي العام في مجتمع متغير**"، القاهرة، ٨- ١٠ نوفمبر، ٢٠٠٩.

٣٣. عبد الرحمن الشامي، الإعلام الجديد بين التشتيت والتجميع، **مجلة جلوبال ميديا جورنال**، القاهرة: الجامعة الأمريكية، العدد ١ ربيع ٢٠٠٥.

34. Urista, Mark A. Dong, Gingwen& Day, Kenneth D. (No date). Explaining why Young Adults Use Myspace& Facebook Through Uses& Gratifications Theory. **Human Communication**, Vol. 12, No. 2, pp. 215- 229.

٣٥. حسان عمر بصفر، الاتصال وثقافة الحوار (دراسة مسحية على عينة من طلاب جامعة الملك عبدالعزيز بجدة)، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد ٢٩،

يناير– مارس ٢٠٠٨.

٣٦.صالح السيد عراقى، نموذج مقترح لثقافة الحوار فى القنوات التليفزيونية العربية وفقا لرؤية الخبراء وجمهور المشاهدين لتلك القنوات، **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**، المجلد التاسع، العدد الأول، يناير– يونيه، ٢٠٠٨.

٣٧.يحى جبر وعبير حمد. **دور المؤسسات التعليمية والأهلية فى نشر ثقافة الحوار** http: //blogs naiah edu/staff/vahva- iaber/article/article- 49.

٣٨. إستقلال أحمد الباكر، **ثقافة الحوار الأسرى**. http://www. Ashreah.net

٣٩.مركز الحوار الوطنى، ثقافة الحوار فى المجتمع السعودى .http://www.Aawsat. com/ print. asp= 9678

40. Definition for New Media, High- Tech Dictionary. http: //www. computeruser. com/resources/dictionary/dictionary. html Accessed: Oct. 2016.

41. Definition: New Media. Computing Dictionary. http: //computing-dictionary. thefreedictionary. com/new+media Accessed: Sep. 2016.

٤٢.صالح السيد العراقي، "نموذج مقترح لثقافة الحوار فى القنوات التليفزيونية العربية وفقا لرؤية الخبراء وجمهور المشاهدين لتلك القنوات"، **مجلة المصرية لبحوث الرأى العام**، المجلد التاسع، العدد الأول، يناير– يونيه ٢٠٠٨. ص٢

٤٣.جمال مختار. "**حقيقة الفيسبوك: عدو أم صديق**"، (القاهرة، شركة مترو بول للطباعة، ٢٠٠٩)، ص٩.

44. http: //cbs. rmit. edu. au/keysearch. php?show public course= 1& select course type code= COMM2163

45. Stephen W. Littlejohn and Karen A. Foss. "**Ecyclopedia of communication of theory**", (London: SAGE Publications, Inc, 2009, p.684).

46. Pat Brereton, "**Refashioning Media Forms**", available at: http://con. sagepub. com/content/6/ 2/ 120, in 1/ 12/ 2010.

47. Jay David Bolter and Richard Grusin, "**Remediation: Understanding New Media**", (Cambridge, MIT Press, 1999.295 pp).

48. Garnet Hertz, "**Theories of Media Change: Understanding New Media**", (13 November 2006), on line: http://www.conceptlab. com/change.

49. L. Meghan Peirce, "**Remediation Theory: Analyzing What Made Quarter life Successful as an Online Series and Not A Television Series**", (Television& New Media, vol.1/ 12on line www. sagepub.com/journalsPermissions.nav. 2010), p.1.