

دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم ثقافة الحوار لدى الشباب العربي

د/ فتحي محمد شمس الدين*

مقدمة:

يعيش المجتمع المعاصر تحولات كبيرة في مجال الاتصال والإعلام أدت في السنوات الأخيرة إلى تغيرات كبيرة في أساليب إنتاج وتوزيع وتلقي المعلومات، فقد ظهرت تقنيات وأساليب اتصالية حديثة انتشرت عن طريقها خصائص ووظائف اتصالية جديدة لم تكن موجودة من قبل، من أهمها التحول من وسائل الاتصال الجماهيري ذات الاتجاه الواحد، والمحتوى المتجانس، إلى تقنيات الاتصال التفاعلية ذات الاتجاهين، والمضامين المتعددة، وهو ما اصطلح عليه (الإعلام الجديد) وذلك للتعبير عن هذه الظواهر الاتصالية الإعلامية الجديدة، التي غيرت في طبيعة المشهد الاتصالي حول العالم.

وتتعدد وسائل الإعلام الجديد وأدواته، وهي تزداد تنوعاً ونمواً وتداخلت مع مرور الوقت، ومن هذه الوسائل: المحطات التلفزيونية التفاعلية، والصحافة الإلكترونية، ومنتديات الحوار الافتراضية، والمدونات، ومواقع الشبكات الاجتماعية، والكابل الرقمي الحديث، والمواقع الشخصية والمؤسسية والتجارية [ات الإبعاد التفاعلية، ومقاطع الفيديو المباشرة، والإذاعات الرقمية، وشبكات المجتمع الافتراضية، وغيرها. بالإضافة إلى الهواتف الجوال التي تنقل الإذاعات الرقمية، والبث التلفزيوني التفاعلي، ومواقع الانترنت، والموسيقى، ومقاطع الفيديو، والمتاجرة بالأسهم، والأحوال الجوية، وحركة الطيران، والخرائط الرقمية، ومجموعات الرسائل النصية والوسائط المتعددة، وغيرها من التطبيقات الحياتية التي أصبحت مرتبطة بها.

ونظراً للأهمية الكبيرة التي أظهرها الإعلام الجديد في العالم والذي حوله الي ما يشبه القرية الكونية الصغيرة، ظهرت اشكالية الحوار بين مختلف الطوائف والمجتمعات، حيث أن استخدام الوسائل الاتصال الجديدة -خاصة شبكات التواصل الاجتماعي- أدى الي زياده هامش الحرية في التعبير عن الرأي وعرض وتقديم الثقافات المختلفة، ومع طبيعة المجتمع العربي في الفترة الاخيرة ونظراً لما يشهده من أحداث سواء على المستوى السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي، برزت أهمية ثقافة الحوار حيث أن المتأمل لواقع الشبكات الاجتماعية ومواقع التواصل الاجتماعي يجد أن الخلاف في الرأي هو المتفق عليه، والاتفاق على رأي هو أمر من الممكن أن يكون نادراً في الوقت الحالي، الأمر الذي يدعو لدراسة واقع ثقافة الحوار على

* مدرس بقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة بنها

شبكات التواصل الاجتماعي في المجتمعات العربية، للوقوف على طبيعة استخدام هذه الشبكات للاستفادة من وسائله الذكية الواسعة الانتشار، في شتى مناحي حياتنا، سيما في مسألة تفعيل ثقافة الحوار بصورة إيجابية التي تعد إحدى القضايا المحورية في عالمنا العربي الحالي، نظرا للإمكانيات الكبيرة التي يتيحها الإعلام الجديد في تفعيل مشاركة المواطنين.

مشكلة الدراسة:

تشهد مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت، حركة ديناميكية من التطور والانتشار، ما جعلها تتحول من أداة إعلامية نصية مكتوبة إلى أداة إعلامية سمعية وبصرية تؤثر في قرارات المستخدمين واستجاباتهم، بضغوط من القوة المؤثرة التي تستخدم في تأثيرها الأنماط الشخصية للفرد، باعتبار أن المتأثر وأنماطه محور مهم في عملية التأثير، لأنها مبنية على التحليل الدقيق للأوضاع، وبناء القرارات وفقا لمشاعره وعواطفه المستنبطة من التجارب التي مر بها، في محاولة من أولئك المؤثرين لتغيير الآراء والمفاهيم، والأفكار، والمشاعر، والمواقف، والسلوك، ومع ما تشهده المنطقة العربية من أحداث (سياسية - اقتصادية - اجتماعية - غيرها)، زادت أهمية الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في التعبير عن الآراء ووجهات النظر، الأمر الذي خلق حالة من الانقسام نتيجة اختلاف الرأي والرؤى حول الأحداث المختلفة، وهو الأمر الذي تطلب معرفة الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في الحوار ومن هنا تتحدد مشكل الدراسة في العلاقة بين مستوي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من حيث كم التعرض ونوعية المضمون، وأسباب الاستخدام من جهة، وثقافة الحوار لدى الشباب العربي من جهة أخرى، وقوفا على الدور الذي يمكن أن تسهم به شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الشباب العربي لتحقيق المسؤولية المجتمعية إذا ما أحسن استثمارها واستغلالها وتوجيهها بشكل جيد.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في:

- 1) أهمية التوصل إلى معلومات منهجية منظمة بشأن دور شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم ثقافة الحوار (الإيجابية - السلبية) لدى الشباب العربي.
- 2) الوقوف على طبيعة الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ مفهوم ثقافة الحوار بين المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي في العالم العربي.
- 3) ارتفاع معدل استخدام الشباب العربي لشبكات التواصل الاجتماعي، الأمر الذي يتطلب دراسة أسباب إقبال الشباب على تلك الشبكات، وأهميتها في حياتهم اليومية.

- (4) أهمية الشريحة السنوية التي يتم دراستها, حيث يعتبر الشباب العربي الفئة السكانية الأكبر في المجتمعات العربية, وتزايد أهمية أدوارها السياسية والاجتماعية في الفترة الأخيرة .
- (5) أهمية التواصل لمعلومات حول دور وتأثيرات وسائل الإعلام الجديد على القضايا المجتمعية في ظل المخاطر التي يشهدها المجتمع العربي.
- أهداف الدراسة:**

تهدف هذه الدراسة إلى:

- (1) التعرف على تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على ثقافة الحوار لدى الشباب العربي.
- (2) معرفة مدى ثقة الشباب العربي في شبكات التواصل الاجتماعي وما تقدمه من معلومات عن مختلف القضايا المجتمعية.
- (3) التعرف على أساليب استفادة الشباب العربي من مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم ثقافة الحوار وزيادة المسؤولية المجتمعية لديهم.
- الدراسات السابقة:**

من خلال البحث في الدراسات السابقة التي ترتبط بالموضوع محل الدراسة أمكن تقسيمها إلى محور أساسي على النحو التالي:

الدراسات التي تناولت تأثير شبكات التواصل الاجتماعي بشكل خاص ووسائل الإعلام بشكل عام على دعم ثقافة الشباب وعلاقته بالقضايا المجتمعية.

أشارت دراسة أسامة محمد عبد الرحمن(2014)⁽¹⁾ إلى أن شبكة الفيس بوك تقوم بأمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد في مصر, حيث أن تلك القضايا تحتل المرتبة الأولى في ترتيب القضايا المختلفة والتي يتم طرحها عبر شبكة الفيس بوك, وأن اعتماد الشباب على شبكة الفيس بوك في استقاء معلوماتهم - خاصة السياسية- في تزايد مستمر, كما أكدت دراسة أحمد يونس (2013م)⁽²⁾ على أن شبكات التواصل الاجتماعي تقوم بدور فعال ومؤثر بدعم الدور التنموي للشباب الفلسطيني وتحديد مسؤولياته المجتمعية تجاه قضاياها المختلفة, حيث شبكات التواصل الاجتماعي تعمل على زيادة الوعي الثقافي 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 رأي خاص, ومراقبة البيئة المجتمعية, وهو الأمر الذي أكدته دراسة مصطفى الجزيري ومحمود لطفي ونوره عبد الله (2013م)⁽³⁾ أن الشبكات الاجتماعية مصدر معلوماتي مهم تعتمد عليه المرأة الصعيدية بشكل خاص, والجمهور بشكل عام في استنباط المعلومات ومتابعة الأخبار والأحداث حول المرشحين للانتخابات الرئاسية 2012م وبرامجهم الانتخابية. كما أكدت دراسة محمود لطفي وهاجر شعبان

(2013م) (4) أن أهم أسباب ودوافع استخدام النخبة المصرية عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي أن الشبكات الاجتماعية مصدر مهم للمعلومات عن القضايا المختلفة ثم مناقشة القضايا السياسية والاجتماعية واستخدامها لتبادل ومشاركة وتكوين رأي عام نحو القضايا السياسية والاجتماعية كما يتم استخدامها لأنها تساعد على النقاش مع الآخرين بشأن القضايا المثارة، كما أشارت دراسة (Meredith) **Conroy, and others (2012)** (5) إلى أن الفيس بوك وغيره من مواقع التواصل الاجتماعي خلق وسائل جديدة لسد الهوة بين الشباب المستخدم من خلال التفاعلية وتأثيرها الواقع المجتمعي والسياسي في المجتمع، كما أن شبكات التواصل الاجتماعي تتيح نافذة للحوار حول مختلف الموضوعات المجتمعية. وهو الأمر الذي أكدت عليه دراسة (**Lucia Vesnic-Alujevic (2012)** (6) حيث أشارت إلى أن تطور الويب 2.0 في أوروبا وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي يؤدي إلى المزيد من المشاركة وإدراج أكثر من المواطنين في العمليات السياسية على مستوى الاتحاد الأوروبي، ويجعله أكثر دراية بالقضايا المجتمعية التي تحدث في الاتحاد الأوروبي، وأشارت دراسة حياة بدر (2011) (7) إلى أن وسائل الإعلام المختلفة تعمل على إدارة الحوار بين الحضارات والثقافات المختلفة، إلا أن الصورة النمطية عن المجتمعات هي التي تسيطر على طبيعة التغطية الإعلامية للأحداث المختلفة، وهو الأمر الذي أشارت إليه دراسة حسان عمر بصفر (2008) (8) والتي أكدت على أن وسائل الإعلام من صحافة وإذاعة وتلفاز تقوم بنشر ثقافة الحوار الوطني والتي تنعكس على الحياة الاقتصادية والاجتماعية لقطاعات عديدة من شرائح المجتمع السعودي، إضافة إلى التأكيد على أهمية دور مصادر الأخبار الصحفية والإعلامية كمركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني ووكالة الأنباء السعودية، وخبراء ومحللين بوسائل الإعلام في نشر ثقافة الحوار الوطني في المجتمع السعودي بشكل أعمق وأشمل. وأكدت دراسة محمد عبده محمد بدوي (2010) (9) إلى أن برامج الرأي بالقنوات الفضائية العربية تقوم بدور في دعم ثقافة الحوار بين الجمهور العربي بنسبة ما إلا أن غالبية الباحثين لا يشاركون في برامج الراي العربية التي تنبثها القنوات الفضائية العربية مما يعكس سلبية المشاهد العربي وعدم شيوع ثقافة المشاركة في المجتمعات العربية فكثير من الاحيان لا يشعر المواطن العربي أن مشاركته أو صوته قادر علي تغيير الواقع، كما أن غالبية الباحثين يرون أن هبوط مستوي أخلاقيات الحوار في برامج الراي العربية يؤثر علي اقتناعهم بوجهات النظر التي تقدم في تلك البرامج، وحول دور الصحافة في نشر ثقافة الحوار أشارت دراسة أمال كمال طه (2009) (10) وبالتطبيق علي عينة من الصحف العربية تشمل الأهرام المصرية، والرياض السعودية، وتشرين السورية، والراية القطرية اتضح أن التغطية الصحفية للعدوان العسكري والأزمة السياسية الخاصة بغزة ليست تعبيراً عن الواقع ولكنها استخدام لهذا الواقع أو جزء منه في تسويق موقف سياسي معين تتبناه قوي سياسية واجتماعية معينة، ما ينعكس بالسلب على طبيعة الحوار بين المجتمعات العربية، وتقدم دراسة صالح السيد عراقي

(2008)⁽¹¹⁾ نموذج مقترح لثقافة الحوار في القنوات التلفزيونية العربية وفقاً لرأي خبراء (اساتذة الاعلام وبعض معدي ومقدمي ومخرجي البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية العربية) وجمهور مشاهدين تلك القنوات، مفادها أنه يجب أن يتم الأهتمام بالرأي والرأي الآخر، والعمل على عدم تهميش أي فئة واطاحة الفرصة للحوار بكل حرية ودون قيود سياسية او دينية أو عرقية.

تساؤلات الدراسة:

- ما تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على ثقافة الحوار لدى الشباب العربي؟
- ما مدى ثقة الشباب العربي في شبكات التواصل الاجتماعي وما تقدمه من معلومات عن مختلف القضايا المجتمعية؟
- ما أساليب استفادة الشباب العربي من مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم ثقافة الحوار وزيادة المسؤولية المجتمعية لديهم؟
- ما أساليب عرض المعلومات التي يفضلها الشباب العربي عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما دوافع واستخدامات الشباب العربي لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما أبرز شبكات التواصل الاجتماعي التي يفضلها الشباب العربي من حيث الاستخدام؟
- ما كثافة تعرض الشباب العربي لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما تقييم الشباب العربي للغة الحوار المستخدمة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في (السعودية - مصر - الإمارات - الكويت)؟

فروض الدراسة:

- توجد علاقة ارتباط موجب بين كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وبين تنمية ثقافة الحوار لدى الشباب العربي.
- توجد علاقة ارتباط بين كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الشباب العربي للغة الحوار في تلك المواقع.

المفاهيم الإجرائية:

1- مواقع التواصل الاجتماعي: هي خدمة تتركز في 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 في المقام الأول تعتمد على مجموعة متنوعة من الطرق للتفاعل بين المستخدمين مثل⁽¹²⁾ (المحادثة، الرسائل، البريد، الفيديو، المحادثة، تبادل الملفات، مدونات، مناقشات اجتماعية).

2- الحوار: هو التفاوض مع الآخر وتبادل الأفكار بين طرفين، وهو حركة فكر يفتح على حركة فكر آخر في صراع الأفكار التي تتصادم وتلتقي وتطوف في أكثر من افق. الحوار (أو المناظرة كما تسمى: حديث شفهي يجري تبادلها بين أكثر من فرد سواء في شارع ، بيت، متنزه أو مدرسة أو جمعية أو منتدي.... الخ لتبادل أفكار معينه حول قضايا معينه .

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة من حيث المنهج والقياس إلى الدراسات والبحوث الوصفية التي تسعى إلى دراسة ظاهرة معينة أو أزمة معينة وتوصيفها ومعرفة كافة جوانبها، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافة ودقيقة عنها، مما يساعد الباحث على رصد الحقائق المتعلقة بالموضوع.

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح باعتباره جهداً علمياً منظماً يساعد في الحصول على المعلومات والبيانات الخاصة بالظاهرة التي سوف يتم دراستها، والتعرف على طبيعة تعرض الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي ونشر ثقافة الحوار لديهم .

مجتمع الدراسة:

يعرف مجتمع الدراسة بأنه الجمهور المستهدف Target population الذي يهدف الباحث دراسته ويعمم نتائج الدراسة على كل مفرداته (13) ، ويتحدد مجتمع هذه الدراسة في الشباب العربي خاصة شباب دول (السعودية - مصر - الإمارات - الكويت).

عينة الدراسة:

تحدد عينة الدراسة الميدانية في عينة عشوائية قوامها 400 مفردة من الشباب العربي, تم توزيعها على النحو التالي:

جدول رقم (1) الشباب العربي عينة الدراسة وتوزيعهم في الوطن العربي

النسبة	التكرار	البلد العربي
25	100	السعودية
25	100	مصر
25	100	الإمارات
25	100	الكويت
100	400	الإجمالي

مبررات اختيار عينة الدراسة:

أكدت غالبية الدراسات أن الشباب هم الفئة الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي، ونظراً لأن الشباب في هذه المرحلة يكونون في طور تكوين الشخصية، وتحديد الاتجاهات السياسية، بالإضافة إلى أنهم يسعون إلى تحديد موقفهم من الواقع المحيط بهم، ولذلك فهم عرضة للتأثر بالتيارات المختلفة، والمؤثرات المتنوعة، ومن بينها الإعلام البديل. لذا رأى الباحث ضرورة إجراء هذه الدراسة عليهم، لمعرفة التأثيرات المحتملة لشبكات التواصل تحديداً على ثقافة الحوار لديهم، إضافة إلى أن الشباب يمثل الفئة الأكبر في الهرم السكاني في المجتمعات العربية.

أدوات جمع البيانات:

تم جمع بيانات الدراسة من خلال أداة الاستبيان والتي تم تطبيقها على عينة من الشباب العربي من السعودية، مصر، الإمارات، الكويت، للوقوف على الدور الذي من الممكن أن تسهم به شبكات التواصل الاجتماعي في دعم ثقافة الحوار لدى الشباب العربي، حيث تم تصميم استمارة إلكترونية وزعت على الشباب العربي عينه الدراسة من خلال شبكة الإنترنت.

اختبار الصدق والثبات:

1- الثبات:

ويقصد بالثبات تحقيق التوازن في نتائج الاستمارة عند إعادة تطبيق الاستمارة، فبالنسبة للدراسة الميدانية قام الباحث بتطبيق اختبار الثبات على عينه تمثل 10% من العينة الأصلية:

تم إجراء اختبار الثبات لاستمارة الاستبيان عن طريق إعادة تطبيق الاستمارة Re test عبر فترة زمنية من إجاباتهم عليها، وذلك على عينة تمثل 10% من عينة الدراسة قوامها 40 مفردة من الذكور والإناث، وذلك بعد مرور خمسة عشر يوماً من تطبيق الاختبار القبلي للاستمارة وقد وجد الباحث بتطبيق معامل هولستي:

$$\text{درجة الثبات} = \frac{38 \times 2}{40 \times 40} = \frac{76}{80} = 95\%$$

ويشير معامل الثبات 90% إلى عدم وجود اختلاف كبير في إجابات المبحوثين على صحيفة الاستبيان.

2- الصدق:

يعني صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم الذي يرغب الباحث في قياسه ويتحقق الصدق الظاهر بعرض الاستمارة على الخبراء

والمحكمين المتخصصين في مناهج البحث والإعلام⁽¹⁴⁾ للحكم علي مدي صلاحيتها, وذلك لتحقيق الأهداف المرجوة من الدراسة.

الإطار النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة على نظرية المجال العام public sphere :

أصبح مصطلح المجال العام مفهوماً مركزياً في مجال الدراسات الإعلامية في السنوات الأخيرة, وذلك مع انهيار الشيوعية والأنظمة السلطوية في مناطق أخرى من العالم, بالإضافة إلى بداية مرحلة التغير المتسارع في صناعة وسائل الإعلام, مع وجود تطورات خلقت مشكلة الاتصال السياسي في المجتمع الديمقراطي مازالت ماثلة.

وقد طور يورجن هيرماس "Jürgen habermas" مفهوم المجال العام كجزء من الحياة الاجتماعية حيث يستطيع المواطنون أن يبادلوا الآراء بطرق تهم المجتمع كله, وهو ما يؤدي إلى تشكيل الرأي العام, حيث يظهر المجال العام للوجود عندما يتجمع الناس لكي يناقشوا القضايا السياسية المشتركة.⁽¹⁵⁾

وتحاول نظرية المجال العام أن تشرح الأسس الاجتماعية للديمقراطية, من خلال النظر إلى المنظمات محددة الهوية والقائمة على أسس اجتماعية وثقافية مشتركة داخل المجتمع المدني كمنظمات أو شبكات قادرة على تطوير خطاب نقدي فعال يستطيع التقريب بين وجهات النظر المتعارضة.

وقد دعمت الإنترنت فكرة ساحات النقاش حول المجال العام المشترك الذي يجمع أفراد الرأي العام ويدخلهم في حالة حوار حول القضايا التي يهتمون بها, ويتأسس هذا النوع من النقاش على فكرة التفاعلية التي تفوقت بها الإنترنت على وسائل الإعلام التقليدية -؛ فالإنترنت دعمت مفهوم ديمقراطية وسائل الإنتاج الإعلامي, ويسرت فكرة المشاركة بين مجموعة من الأفراد في مساحة تتيح لهم تبادل الرأي والمعلومات حول القضايا الخلافية وتقريب وجهات النظر بينهم؛ فساحات النقاش, والمنتديات, والمجموعات البريدية, والمدونات والشبكات الاجتماعية, كلها أشكال اتصال تكنولوجية أوجدتها الإنترنت فدعمت من خلالها عملية الاتصال بين الجماعات, وتشمل أجندة الاهتمامات التي يتم الاتصال حولها بكل ما يتعلق بشؤون الحياة اليومية والثقافة بكافة تجلياتها وأشكالها.⁽¹⁶⁾

وتعتبر نظرية المجال العام استجابة بناءة وحاسمة لمفهوم النظرية النقدية من خلال دراسة هيرماس ويعرف هيرماس المجال العام بعدة طرق مختلفة **على النحو التالي**⁽¹⁷⁾:

- 1- هو عالم حياتنا الاجتماعية التي تقترب شيئاً ما من تشكيل الرأي العام.
- 2- وهو الأشخاص العاديين الذين يصنعون العامة بناء على أسبابهم الخاصة.
- 3- والمجال العام هو المجال الخاص من الناس الذين تجمعوا سوياً كعامة.

4- المجال العام المثالي هو مساحة للمشاركين فيه حيث يتم تبادل الأفكار بحرية.

5- يغذي المجال العام مجموعة من الأفراد الذين يتجمعون سوياً ليكونوا العامة التي تعبر عن حاجات المجتمع مع الدولة.

وتقوم نظرية المجال العام في بنيتها الجديدة على محاولة فهم حدود الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الجديدة في إتاحة النقاش العام، وتسهيل بلورة توافقات تعبر عن الرأي العام النشط، بحيث تكون إطاراً نظرياً متكاملًا، يمكنه أن يوضح حدود الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الجديدة في إدارة وتوجيه النقاش السياسي والاجتماعي في المجتمع، من أجل تعزيز المشاركة العامة، وترشيد مدخلات صناعة القرار، وصولاً إلى دعم كفاءة الفعل الديمقراطي في المجتمعات، عبر بلورة رأي عام يحظى بأولويات تحظى باتفاق الجماهير وتمنح الشرعية للعمليات السياسية المختلفة.⁽¹⁸⁾

ويحدد هيرماس ثلاث سمات أساسية لتعريف المجال العام، أو ثلاث مظاهر تميزه وتميز وسائله التعبيرية هي⁽¹⁹⁾:

أولاً: أن المشاركة فيه مفتوحة للجميع.

ثانياً: أن يساوي مواقع وأدوار الأطراف المشاركة فيه بغض النظر عن أوضاعهم الاجتماعية والاقتصادية.

ثالثاً: أن تكون أي قضية قابلة لأن تكون موضع نقاش.

وينطلق الفرض الأساسي لنظرية المجال العام وفقاً لما انتهت الدراسات في مجال الاتصال والإعلام إلى وصف جمهور وسائل الإعلام أنه جمهور نشط. حيث ظل نشاط الجمهور دائماً موضع تساؤل من الباحثين،⁽²⁰⁾ حتى أوضح Mark Levy & Sven Windahl أن مصطلح الجمهور النشط (Audience Activity) يتضمن قدرة الجمهور على اختيار مصادر المعلومات، وانتهى Jay G Blumler إلى أن نشاط الجمهور يتمثل في إمكانية استخدام أجهزة الإعلام كبديل Utility للاتصال الشخصي للحصول على المعلومات، بجانب الاستخدام العمدى Intentionality لمضامين أجهزة الإعلام، ومفهوم انتقائية Selectivity أجهزة الإعلام وفقاً لاهتمامات الأفراد وتفضيلاتهم وتجنب أي محاولة للتأثير أو التحكم من أجهزة الإعلام).

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

بعد أن أتم الباحث جمع بيانات الدراسة الميدانية تم ترميز هذه البيانات للتمكن من إدخالها على الحاسب الآلي ومعالجتها إحصائياً للإجابة عن تساؤلات الدراسة

دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم ثقافة الحوار لدى الشباب العربي

واختبار فروضها وتم ذلك من خلال استخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية – SPSS " وتم اللجوء إلي المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- اختبار كاي 2 (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).

نتائج الدراسة

جدول رقم (2) خصائص الشباب العربي عينة الدراسة

النسبة	التكرار	النوع
57	228	ذكر
43	172	انثي
25	100	السعودية
25	100	الكويت
25	100	الامارات
25	100	مصر
100	400	الإجمالي

توضح بيانات الجدول السابق خصائص الجمهور العربي عينة الدراسة حيث كانت نسبة الذكور 55%، بينما كانت نسبة الإناث 44%، بينما السعودية والكويت والامارات ومصر بنسبة 25% لكل منهم بعينه الدراسة.

جدول رقم (3): كثافة تعرض الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي

الدرجة	ن	الاجمالي		مصر		الامارات		الكويت		السعودية		مدى التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	مدى التعرض	مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
داله	59.027	67	268	19.5	78	21.5	86	15.5	62	10.5	42	دائما	مدى التعرض
		19.5	78	2.5	10	1	4	6	24	10	40	أحيانا	
		13.5	54	3	12	2.5	10	3.5	14	4.5	18	نادراً	
داله	16.521	61.5	246	5	20	18	72	19	76	19.5	78	منذ أقل من سنتين	مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
		12	48	2.5	10	3.3	13	3.5	14	2.8	11	من سنتين الي أقل من ثلاث سنوات	
		26.5	106	17.5	70	3.8	15	2.5	10	2.8	11	منذ ثلاث سنوات فأكثر	

دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم ثقافة الحوار لدى الشباب العربي

(خمس أيام أسبوعياً) بنسبة 12.3% مقسمة بنسبة 2.3% من السعودية ونسبة 2.8% من الكويت ونسبة 2.8% من الإمارات ونسبة 4.5% من مصر، وكانت (كل يوم) بنسبة 7.5% مقسمة بنسبة 2.3% من السعودية ونسبة 1.8% من الكويت ونسبة 1.5% من الإمارات ونسبة 2% من مصر.

4- بالنسبة لعدد ساعات التصفح :

كانت (من ساعة لأقل من ساعتين) بنسبة 59.5% مقسمة بنسبة 13.8% من السعودية ونسبة 14.5% من الكويت ونسبة 17.3% من الإمارات ونسبة 14% من مصر ، بينما كانت (من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات) بنسبة 35.3% مقسمة بنسبة 10.3% من السعودية ونسبة 1.3% من الكويت ونسبة 6% من الإمارات ونسبة 9.8% من مصر، بينما كانت (أكثر من ثلاث ساعات) بنسبة 5.3% مقسمة بنسبة 1% من السعودية ونسبة 9.3% من الكويت ونسبة 1.8% من الإمارات ونسبة 1.3% من مصر

وكانت نتيجة مقياس كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي من خلال إجابات عينة الدراسة على الأسئلة السابقة على النحو التالي:

كانت نتيجة مقياس مستوي كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي عالي بمتوسط درجته 101.35، وبانحراف معياري 49.4 من خلال إجابات المبحوثين على الأسئلة السابقة على النحو التالي من خلال إجابات المبحوثين على الأسئلة السابقة على النحو التالي:

جدول رقم (4) نتائج مقياس كثافة تعرض الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	النتيجة
40.8	163	مستوي مرتفع
53.5	214	مستوي متوسط
5.8	23	مستوي منخفض
100	400	الإجمالي

توضح نتائج الجدول السابق مقياس كثافة تعرض مواقع التواصل الاجتماعي حيث كان (مستوى متوسط) بنسبة 53.5%، بينما كان (مستوى مرتفع) بنسبة 40.8%، بينما كان (مستوى منخفض) بنسبة 5.8%.

جدول رقم (5) ترتيب أهم مواقع التواصل الاجتماعي التالية التي يعتمد عليه الشباب العربي عينة الدراسة كمصدر للحصول على المعلومات.

ترتيب	متوسط	عدد النقاط	ترتيب المواقع					الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس
			الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس					
1	3.80	1521	42	22	42	161	133	ك	الفيس بوك			
3	2.78	1112	35	111	170	75	9	ك	تويتر			
4	2.35	940	83	181	72	41	23	ك	جوجل بلس			
5	2.32	928	189	67	44	27	73	ك	ماي سبيس			
2	3.76	1503	47	25	67	100	161	ك	يوتيوب			

دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم ثقافة الحوار لدى الشباب العربي

توضح نتائج الجدول السابق ترتيب أهم مواقع التواصل الاجتماعي التالية يعتمد عليه أفراد العينة كمصدر للحصول على المعلومات حيث جاء في المقدمة (الفييس بوك) بمتوسط 3.8، ثم (يوتيوب) في المرتبة الثانية بمتوسط 3.8، ثم (تويتر) في المرتبة الثالثة بمتوسط 2.8، ثم (جوجل بلس) في المرتبة الرابعة بمتوسط 2.4، ثم (ماي سبيس) في المرتبة الأخيرة بمتوسط 2.3.

جدول رقم (6) نتائج مقياس دوافع استخدام الشباب العربي لواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الدوافع
35.3	141	دوافع مرتفعة
60	240	دوافع متوسطة
4.8	19	دوافع منخفضة
100	400	الإجمالي

توضح نتائج الجدول السابق مقياس دوافع استخدام الشباب العربي المصري لمواقع التواصل الاجتماعي حيث كانت (دوافع متوسطة) بنسبة 60%، ثم (دوافع مرتفعة) بنسبة 35.3%، ثم (دوافع منخفضة) بنسبة 4.8%.

جدول رقم (7) أسباب ودوافع استخدام الشباب العربي عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي

الاتجاه	المتوسط المرجح	معارض		محايد		موافق		الاتجاه العبرة
		%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	2.6	12	48	14.3	57	73.8	295	تدفعني للتعرف على آراء الآخرين وتعليقاتهم على القضايا
موافق	2	18	72	66	264	16	64	تتفق جميع الآراء المعروضة مع انتمائي الفكري
موافق	2.7	7	28	14.5	58	78.5	314	تساعدني في تكوين رأي متوازن حول الأحداث
موافق	2.6	7.8	31	23.3	89	70	280	بها معلومات مختلفة عما تنشره وسائل الإعلام الأخرى
موافق	2.6	37	37	75	75	288	288	لأنني أنتمى إلى جيل متمرس على التكنولوجيا الحديثة
موافق	2.9	3.8	15	8	32	88.3	353	توفر لي ما أحتاجه من معلومات
موافق	2.7	4.8	19	19.3	77	76	304	تعرض الحقائق بدون رقابة على الأخبار
موافق	2.6	2.8	11	34	136	63.3	253	تسمح لي بالتعبير عن نفسي وممارسة حرية التعبير
موافق	2.8	3.8	15	11.5	46	84.8	339	وسيلة للتفاعل مع الآخرين
موافق	2.1	8.5	34	96.5	278	22	88	تشغل أوقات فراغي

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

- 1- توفر لي ما أحتاجه من معلومات: حيث كان موافق بنسبة 88.3%، ومحايد بنسبة 8%، ومعارض بنسبة 3.8%، وذلك بمتوسط 2.9.
- 2- وسيلة للتفاعل مع الآخرين: حيث كان موافق بنسبة 84.8%، ومحايد بنسبة 11.5%، ومعارض بنسبة 3.8%، وذلك بمتوسط 2.8.

- 3- تدفني للتعرف علي آراء الآخرين وتعليقاتهم علي القضايا: حيث كان موافق بنسبة 73.8% ، ومحاييد بنسبة 14.3%، ومعارض بنسبة 12% ، وذلك بمتوسط 2.6
- 4- تعرض الحقائق بدون رقابة علي الأخبار: حيث كان موافق بنسبة 76%، ومحاييد بنسبة 19.3%، ومعارض بنسبة 4.8%، وذلك بمتوسط 2.7.
- 5- تساعدني في تكوين رأي متوازن حول الأحداث: حيث كان موافق بنسبة 78.5%، ومحاييد بنسبة 14.5%، ومعارض بنسبة 7%، وذلك بمتوسط 2.7.
- 6- بها معلومات مختلفة عما تنشره وسائل الإعلام الأخرى: حيث كان موافق بنسبة 70% ، ومحاييد بنسبة 23.3% ، ومعارض بنسبة 7.8%، وذلك بمتوسط 2.6.
- 7- لأنني أنتمى إلى جيل متمرس على التكنولوجيا الحديثة: حيث كان موافق بنسبة 288% ، ومحاييد بنسبة 75% ، ومعارض بنسبة 37%، وذلك بمتوسط 2.6.
- 8- تسمح لي بالتعبير عن نفسي وممارسة حرية التعبير: حيث كان موافق بنسبة 63.3% ، ومحاييد بنسبة 34% ، ومعارض بنسبة 2.8%، وذلك بمتوسط 2.6.
- 9- تشغل أوقات فراغي: حيث كان موافق بنسبة 96.5%، ومحاييد بنسبة 22%، ومعارض بنسبة 8.5%، وذلك بمتوسط 2.1.
- 10- تتفق جميع الآراء المعروضة مع انتمائي الفكري: حيث كان موافق بنسبة 16%، ومحاييد بنسبة 66% ، ومعارض بنسبة 18%، وذلك بمتوسط 2
- جدول رقم (8): أساليب عرض المعلومات التي يفضل الشباب العربي عينة الدراسة متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي .

الترتيب	(%)	(ك)	الاساليب
1	23	165	منشور القنوات التلفزيونية
3	15.5	81	الاخبار المنشورة من خلال صفحات الصحف والجرائد
4	20.3	62	مشاهدة مقاطع الفيديو
2	41.3	92	منشورات و تعليقات الاعضاء
	100	400	الاجمالي

توضح بيانات الجدول السابق أساليب عرض المعلومات التي يفضل أفراد العينة متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي حيث جاء في المقدمة كل من (منشورات و تعليقات الأعضاء) بنسبة 41.3%، ثم (منشور القنوات التلفزيونية) في المرتبة الثانية بنسبة 23%، ثم (مشاهدة مقاطع الفيديو) في المرتبة الثالثة بنسبة 20.3%، ثم (الاخبار المنشورة من خلال صفحات الصحف والجرائد) في المرتبة الرابعة بنسبة 15.5%.

جدول رقم (9): مدى ثقة الشباب العربي عينة الدراسة في مواقع التواصل الاجتماعي .

الجنس	عدد	الاجملي		مصر		الامارات		الكويت		السعودية		مدى الثقة	
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
غير داله	31.565	24.3	97	4.8	19	4.5	18	7.3	29	7.8	31	ثقة مرتفعة	
		25	100	2.5	10	7	28	7.8	31	7.8	31	ثقة متوا	
		50.8	203	17.8	71	13.5	54	10	40	9.5	38	ثقة منخفضة	
غير داله	3.119	57.5	230	38	58	14.5	58	15.3	61	13.3	53	ساهمت بدرجة كبيرة	
		38.5	154	9.5	38	10	40	8.8	35	10.3	41	ساهمت بدرجة متوسطة	
		4	16	1	4	0.5	2	1	4	1.5	6	ساهمت بدرجة ضعيفة	
											40010.3	المجموع	

توضح بيانات الجدول السابق مدى ثقة الشباب العربي في مواقع التواصل الاجتماعي وذلك على النحو التالي :

1- بالنسبة لمدى الثقة

كانت ثقة منخفضة بنسبة 50.8% مقسمة بنسبة 9.5% من السعودية ونسبة 10% من الكويت ونسبة 13.5% من الامارات ونسبة 17.8% من مصر، وكانت ثقة متوسطة بنسبة 25% مقسمة بنسبة 7.8% من السعودية ونسبة 7.8% من الكويت ونسبة 7% من الامارات ونسبة 2.5% من مصر، وكانت ثقة مرتفعة بنسبة 24.3% مقسمة بنسبة 7.8% من السعودية ونسبة 7.3% من الكويت ونسبة 4.5% من الامارات ونسبة 4.8% من مصر

2- بالنسبة لساهمت المضامين المطروحة في لمواقع التواصل الاجتماعي في زيادة معرفتك حول بعض القضايا

حيث كانت (ساهمت بدرجة كبيرة) بنسبة 57.5% مقسمة بنسبة 13.3% من السعودية ونسبة 15.3% من الكويت ونسبة 14.5% من الامارات ونسبة 38% من مصر، بينما (ساهمت بدرجة متوسطة) بنسبة 38.5% مقسمة بنسبة 10.3% من السعودية ونسبة 8.8% من الكويت ونسبة 10% من الامارات ونسبة 9.5% من مصر، بينما (ساهمت بدرجة ضعيفة) بنسبة 4% مقسمة بنسبة 15% من السعودية ونسبة 1% من الكويت ونسبة 0.5% من الامارات ونسبة 1% من مصر.

دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم ثقافة الحوار لدى الشباب العربي

جدول رقم (10): تقييم الشباب العربي عينة الدراسة للغة الحوار في مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	(%)	(ك)	تقييم لغة التعليقات على مواقع التواصل الاجتماعي
4	8.3	34	أغلبها صريح ومحترم
1	56.8	227	أغلبها غير مهذب
3	16.5	66	تناسب مع طبيعة الموضوع
2	18.3	73	تحض على الكراهية والتفرقة
	100	400	الإجمالي

توضح بيانات الجدول السابق تقييم الشباب العربي للغة الحوار في مواقع التواصل الاجتماعي حيث جاء في المقدمة (أغلبها غير مهذب) بنسبة 56.8% ، ثم (تحض على الكراهية والتفرقة) في المرتبة الثانية بنسبة 18.3% ، ثم (تناسب مع طبيعة الموضوع) في المرتبة الثالثة بنسبة 16.5% ، وأخيرا (أغلبها صريح ومحترم) في المرتبة الرابعة بنسبة 8.5%.

جدول رقم (11) نتائج مقياس استفادة الشباب العربي عينة الدراسة من مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم ثقافة الحوار

النسبة	التكرار	مقياس الاستفادة
70.8	283	استفادة مرتفعة
21.8	87	استفادة متوسطة
7.5	30	استفادة منخفضة
100	400	الإجمالي

توضح بيانات الجدول السابق لمقياس استفادة الشباب العربي من مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم ثقافة الحوار حيث كانت (استفادة مرتفعة) بنسبة 70.8% ، ثم (استفادة متوسطة) بنسبة 21.8% ، ثم (استفادة منخفضة) بنسبة 7.5%.

جدول رقم (12) استفادة الشباب العربي عينة الدراسة من مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم ثقافة الحوار.

الاتجاه	المتوسط المرجح	معارض		محايد		موافق		الاتجاه العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	2.3	9.3	37	48.3	193	42.5	170	استخدام الإعلام الجديد يكسبني حب مساعدة الآخرين
موافق	2.9	-	-	14.5	58	85.5	342	لها دور كبير في الحوار والتواصل بين مختلف وجهات النظر حول القضايا العامة
موافق	2.4	9.5	38	44.5	178	46	184	تعزيز الأواصر لتحقيق مزيد من التعاون والتآلف بين المواطنين
موافق	2.3	4	16	64	256	32	128	إشاعة روح التضامن والتقبل والتقدير بين المواطنين
موافق	2.4	15.5	62	33.5	134	51	204	احترام الأنظمة والقوانين لأنه علامة رقي الشعوب وتطورها.
موافق	1.6	43	172	51	204	6	24	من يخالف رأبي وتعليقاتي لا احترمه.
موافق	2.2	9.5	38	58	232	32.5	130	توفير البيئة الفكرية والثقافة والاجتماعية التي تعزز روح التعاون والوحدة بين أبناء الوطن
موافق	2.5	-	-	54.3	217	45.8	183	أري أن حرية الرأي في بلدي أمر شائك
موافق	2.7	4.8	19	20.5	82	74.8	299	احترام كل مسئول في أي مؤسسة للدوره ومهامه التي تجعل العمل أكثر تنظيمًا وتقدمًا وتطورًا
موافق	2.5	4	16	42	168	54	216	تشجيع ثقافة الحوار البناء بين أبناء الشعب الواحد وبين بقية شعوب العالم
موافق	2.5	7.8	31	35.8	143	56.5	226	نشر ثقافة الحوار والتسامح والتصالح
موافق	2.5	3.5	144	47	188	49.5	198	دورا كبيرا في تاجيح نار الفتنة وإثارة أعمال العنف

يوضح الجدول السابق استفادة الشباب العربي من مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم ثقافة الحوار وذلك على النحو التالي:

- 1- لها دور كبير في الحوار والتواصل بين مختلف وجهات النظر حو القضايا العامة: حيث كان موافق بنسبة 85.5%، ومحايد بنسبة 14.5%، وذلك بمتوسط 2.9.
- 2- احترم كل مسئول في أي مؤسسة لدوره ومهامه التي تجعل العمل أكثر تنظيماً وتقدماً وتطوراً: حيث كان موافق بنسبة 74.8%، ومحايد بنسبة 20.5%، ومعارض بنسبة 4.8%، وذلك بمتوسط 2.7.
- 3- تشجيع ثقافة الحوار البناء بين أبناء الشعب الواحد وبين بقية شعوب العالم: حيث كان موافق بنسبة 54%، ومحايد بنسبة 42%، ومعارض بنسبة 4%، وذلك بمتوسط 2.5.
- 4- نشر ثقافة الحوار والتسامح والتصالح: حيث كان موافق بنسبة 56.5%، ومحايد بنسبة 35.8%، ومعارض بنسبة 7.8%، وذلك بمتوسط 2.5.
- 5- أري أن حرية الرأي في بلدي أمر شائك: حيث كان موافق بنسبة 45.8%، ومحايد بنسبة 54.3%، وذلك بمتوسط 2.5.
- 6- دوراً كبيراً في تأجيج نار الفتنة وأثارة أعمال العنف: حيث كان موافق بنسبة 49.5%، ومحايد بنسبة 47%، ومعارض بنسبة 3.5%، وذلك بمتوسط 2.5.
- 7- تعزيز الأواصر لتحقيق مزيد من التعاون والتألف بين المواطنين: حيث كان موافق بنسبة 46%، ومحايد بنسبة 44.5%، ومعارض بنسبة 9.5%، وذلك بمتوسط 2.4.
- 8- احترم الأنظمة والقوانين لأنه علامة رقى الشعوب وتطورها: حيث كان موافق بنسبة 51%، ومحايد بنسبة 33.5%، ومعارض بنسبة 15.5%، وذلك بمتوسط 2.4.
- 9- استخدام الإعلام الجديد يكسبني حب مساعدة الآخرين: حيث كان موافق بنسبة 42.5%، ومحايد بنسبة 48.3%، ومعارض بنسبة 9.3%، وذلك بمتوسط 2.3.
- 10- إشاعة روح التضامن والتقبل والتقدير بين المواطنين: حيث كان موافق بنسبة 32%، ومحايد بنسبة 64%، ومعارض بنسبة 4%، وذلك بمتوسط 2.3.
- 11- توفير البيئة الفكرية والثقافة والاجتماعية التي تعزز روح التعاون والوحدة بين أبناء الوطن: حيث كان موافق بنسبة 32.5%، ومحايد بنسبة 58%، ومعارض بنسبة 9.5%، وذلك بمتوسط 2.2.

12- من يخالف رأبي وتعليقاتي لا احترمه: حيث كان موافق بنسبة 6% ، ومحاييد بنسبة 51% ، ومعارض بنسبة 43%، وذلك بمتوسط 1.6.

جدول رقم (13): نتائج مقياس استفادة الشباب العربي عينة الدراسة من مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم ثقافة الحوار.

البلد	الاجمالي	السعودية		الكويت		الامارات		مصر		مقياس الاستفادة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
غير داله	3.200	70.8	283	18.5	74	16.7	67	17	68	استفادة مرتفعة
		21.8	87	5.3	21	6.3	25	5.5	22	استفادة متوسطة
		7.5	30	1.3	5	2	8	2.5	10	استفادة منخفضة

توضح بيانات الجدول السابق مقياس استفادة الشباب العربي من مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم ثقافة الحوار وذلك على النحو التالي:

كانت استفادة مرتفعة بنسبة 70.8% مقسمة بنسبة 20% من السعودية ونسبة 18.5% من الكويت ونسبة 16.7% من الامارات ونسبة 18.5% من مصر، وكانت استفادة متوسطة بنسبة 21.8% مقسمة بنسبة 4.8% من السعودية ونسبة 5.5% من الكويت ونسبة 6.3% من الامارات ونسبة 5.3% من مصر، وكانت استفادة منخفضة بنسبة 7.5% مقسمة بنسبة 1.8% من السعودية ونسبة 2.5% من الكويت ونسبة 2% من الامارات ونسبة 1.3% من مصر

جدول رقم (14) نتائج لمقياس استفادة الشباب السعودي من مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم ثقافة الحوار .

النسبة	التكرار	مقياس الاستفادة
74	74	استفادة مرتفعة
19	19	استفادة متوسطة
7	7	استفادة منخفضة
100	100	الاجمالي

توضح نتائج الجدول السابق لمقياس استفادة الشباب السعودي من مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم ثقافة الحوار حيث كانت (استفادة مرتفعة) بنسبة 74% ، ثم (استفادة متوسطة) بنسبة 19% ، ثم (استفادة منخفضة) بنسبة 7%

جدول رقم (15) نتائج مقياس استفادة الشباب الكويتي من مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم ثقافة الحوار .

النسبة	التكرار	مقياس الاستفادة
10	10	استفادة مرتفعة
22	22	استفادة متوسطة
68	68	استفادة منخفضة
100	100	الإجمالي

توضح بيانات الجدول السابق لمقياس استفادة الشباب الكويتي من مواقع التواصل الاجتماعي تدعيم ثقافة الحوار حيث كانت (استفادة منخفضة) بنسبة 68%، ثم (استفادة متوسطة) بنسبة 22%، ثم (استفادة مرتفعة) بنسبة 10%.

جدول رقم (16) نتائج مقياس استفادة الشباب الإماراتي من مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم ثقافة الحوار.

النسبة	التكرار	مقياس الاستفادة
67	67	استفادة مرتفعة
25	25	استفادة متوسطة
8	8	استفادة منخفضة
100	100	الإجمالي

توضح نتائج الجدول السابق لمقياس استفادة الشباب الإماراتي من مواقع التواصل الاجتماعي تدعيم ثقافة الحوار حيث كانت (استفادة مرتفعة) بنسبة 67%، ثم (استفادة متوسطة) بنسبة 25%، ثم (استفادة منخفضة) بنسبة 8%.

جدول رقم (17) نتائج مقياس استفادة الشباب المصري من مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم ثقافة الحوار.

النسبة	التكرار	مقياس الاستفادة
5	5	استفادة مرتفعة
21	21	استفادة متوسطة
74	74	استفادة منخفضة
100	100	الإجمالي

يوضح الجدول السابق لمقياس استفادة الشباب المصري من مواقع التواصل الاجتماعي تدعيم ثقافة الحوار حيث كانت (استفادة مرتفعة) بنسبة 5%، ثم (استفادة متوسطة) بنسبة 21%، ثم (استفادة منخفضة) بنسبة 74%.

جدول رقم (18) العلاقة بين مقياس استفادة الشباب الاماراتي من مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم ثقافة الحوار والدولة

المقياس"	مقياس ثقافة الحوار	الدولة
20		السعودية
21.4		الكويت
23.7		الامارات
20.5		مصر

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أفراد العينة الذين ينتمون الي الامارات اكثر استفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم ثقافة الحوار، حيث بلغت درجة الاستفادة 23.7، وفي المرتبة الثانية أفراد العينة من الكويت من متوسط بدرجة 21.4، وفي المرتبة الثالثة افراد العينة من مصر من متوسط بدرجة 20.5، وفي المرتبة الاخيرة السعودية من متوسط 20.

جدول رقم (19) العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي ومقياس ثقافة الحوار

مقياس ثقافة الحوار	المواقع
21.5	الفييس بوك
20.9	تويتر
21.8	جوجل بلس
21.5	ماي سبيس
21.4	يوتيوب

يتضح من بيانات الجدول السابق أن موقع جوجل بلس اكثر تأثير في تدعيم ثقافة الحوار لدى الشباب العربي، حيث بلغت درجة الاستفادة 21.8 ، وفي المرتبة الثانية الفييس بوك وماي سبيس موقع من متوسط بدرجة 21.5، وفي المرتبة الثالثة يوتيوب من متوسط بدرجة 21.4، وفي المرتبة الاخيرة اليوتيوب من متوسط 20.5.

نتائج اختبارات الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباط موجب بين كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وبين تنمية ثقافة الحوار لدى الشباب العربي.

ولاختبار هذا الفرض اعتمد الباحث علي معامل بيرسون

جدول (20) علاقة الارتباط بين كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وبين تنمية ثقافة الحوار لدى الشباب العربي.

بين تنمية ثقافة الحوار لدى الشباب العربي		المتغيرات
معامل الارتباط	الدلالة	
**0.422	داله	كثافة لمواقع التواصل الاجتماعي

دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم ثقافة الحوار لدى الشباب العربي

تشير نتائج المعاملات الإحصائية الي وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وبين تنمية ثقافة الحوار لدى الشباب العربي، حيث كانت قيمة معامل بيرسون "0.422**"، وهي قيمة داله عندي مستوي 0.001.

وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية للمقارنة بين كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وبين تنمية ثقافة الحوار لدى الشباب العربي

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباط موجب بين كثافة تعرض الشباب العربي وتقييم الشباب العربي للغة الحوار في مواقع التواصل الاجتماعي .

ولاختبار هذا الفرض اعتمد الباحث علي معامل بيرسون

جدول (21) يوضح العلاقة بين كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الشباب العربي للغة الحوار في تلك المواقع

تقيم الشباب العربي للغة الحوار في مواقع التواصل الاجتماعي		المتغيرات
الدلالة	معامل الارتباط	
داله	**0.221	كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

تشير نتائج المعاملات الإحصائية الي وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الشباب العربي للغة الحوار في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة معامل بيرسون "0.221**"، وهي قيمة داله عندي مستوي 0.001.

وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية للمقارنة بين كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الشباب العربي للغة الحوار في مواقع التواصل الاجتماعي.

ملخص الدراسة

سعت الدراسة إلى معرفة الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في توجيه ثقافة الحوار لدى الشباب العربي من خلال دراسة العلاقة بين مستوى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من حيث كم التعرض ونوعية المضمون، وأسباب الاستخدام من جهة، وطبيعة ثقافة الحوار لدى الشباب العربي من جهة أخرى. عبر تطبيق دراسة ميدانية على عينه من الشباب العربي من دول السعودية، مصر، الإمارات، الكويت قوامها 400 مفردة مقسمة من الذكور والإناث، وجاءت النتائج كالتالي:

- جاءت كثافة تعرض الشباب العربي محل الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل منتظم (دائماً) بنسبة 67%، ومنتظم (أحيانا) بنسبة 19%، بينما نادرا

- بنسبة 13.5%، وهو ما يشير إلى ارتفاع معدل تعرض الشباب العربي لشبكات التواصل الاجتماعي.
- جاءت في مقدمة مده استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (منذ أقل من سنتين) بنسبة 61.5%، وكانت (منذ ثلاث سنوات فأكثر) بنسبة 26.5%، وكانت (من سنتين من سنتين إلى أقل من ثلاث سنوات) بنسبة 12%، وهو ما يشير إلى زيادة اهتمام الشباب العربي عينه الدراسة بمواقع التواصل الاجتماعي خاصة بعد الأحداث السياسية التي شاهدها بعض الدول العربية وهو ما عرف بثورات الربيع العربي، وما نجم عنها من أحداث.
 - جاء معدل استخدام الشباب العربي عينه الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي (أقل من ثلاثة أيام) بنسبة 67.5%، وكانت (ثلاثة أيام أسبوعيا) بنسبة 12.8%، وكانت (خمس أيام أسبوعيا) بنسبة 12.3%، وهو ما يشير إلى الارتفاع النسبي في معدل متابعه الشباب العربي لشبكات التواصل الاجتماعي.
 - جاء معدل ساعات تصفح الشباب العربي عينه الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي، (من ساعة لأقل من ساعتين) بنسبة 59.5%، و (من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات) بنسبة 35.3%، بينما كانت (أكثر من ثلاث ساعات) بنسبة 5.3%.
 - جاءت نتيجة مقياس مستوى كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي عاليه بمتوسط درجته 101.35، وبانحراف معياري 49.4، حيث كان (مستوى متوسط) بنسبة 53.5%، بينما كان (مستوى مرتفع) بنسبة 40.8%، بينما كان (مستوى منخفض) بنسبة 5.8%.
 - فيما يتعلق بترتيب أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الشباب أفراد العينة كمصدر للحصول على المعلومات على النحو التالي: جاء في المقدمة (الفيس بوك) بمتوسط 3.8، ثم (يوتيوب) في المرتبة الثانية بمتوسط 3.8، ثم (تويتر) في المرتبة الثالثة بمتوسط 2.8، ثم (جوجل بلس) في المرتبة الرابعة بمتوسط 2.4، ثم (ماي سبيس) في المرتبة الأخيرة بمتوسط 2.3.
 - جاءت أسباب ودافع استخدام الشباب العربي عينه الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي مرتبة على النحو التالي: في المرتبة الأولى توفر لى ما أحاجه من معلومات، ثم في المرتبة الثانية وسيلة للتفاعل مع الآخرين، وفي المرتبة الثالثة، تدفعني للتعرف على آراء الآخرين وتعليقاتهم علي القضايا، وفي المرتبة الرابعة تعرض الحقائق بدون رقابة على الأخبار، في المرتبة الخامسة تساعدني في تكوين رأي متوازن حول الأحداث، في المرتبة السادسة بها معلومات مختلفة عما تنشره وسائل الإعلام الأخرى، لأننى أنتمى إلى جيل متمرس على التكنولوجيا الحديثة، وفي المرتبة الثامنة تسمح لي بالتعبير عن نفسي وممارسة حرية التعبير، وفي المرتبة التاسعة تسمح لي بالتعبير عن نفسي وممارسة حرية التعبير، وفي المرتبة العاشرة والأخيرة تتفق جميع الآراء المعروضة مع انتمائي الفكري.

- جاءت أساليب عرض المعلومات التي يفضل أفراد العينة متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي على النحو التالي: في المقدمة كل من (منشورات وتعليقات الأعضاء) بنسبة 41.3%، ثم (منشور القنوات التلفزيونية) في المرتبة الثانية بنسبة 23%، ثم (مشاهدة مقاطع الفيديو) في المرتبة الثالثة بنسبة 20.3%، ثم (الأخبار المنشورة من خلال صفحات الصحف والجرائد) في المرتبة الرابعة بنسبة 15.5%.
 - بالنسبة لمستوى ثقة الشباب العربي عينة الدراسة في مواقع التواصل الاجتماعي كانت ثقة منخفضة بنسبة 50.8%، وكانت ثقة متوسطة بنسبة 25%، وكانت ثقة مرتفعة بنسبة 24.3%.
 - بالنسبة لمساهمة المضامين المطروحة في مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة معرفة الشباب العربي عينة الدراسة لبعض القضايا جاءت (ساهمت بدرجة متوسطة) بنسبة 38.5% (ساهمت بدرجة كبيرة) بنسبة 57.5% بينما (ساهمت بدرجة ضعيفة) بنسبة 4%.
 - فيما يتعلق بتقييم الشباب العربي عينة الدراسة للغة الحوار في مواقع التواصل الاجتماعي جاء في المقدمة (أغلبها غير مهذب) بنسبة 56.8%، ثم (تحض على الكراهية والتفرقة) في المرتبة الثانية بنسبة 18.3%، ثم (تتناسب مع طبيعة الموضوع) في المرتبة الثالثة بنسبة 16.5%، وأخيراً (أغلبها صريح ومحترم) في المرتبة الرابعة بنسبة 8.5%.
 - جاءت نتائج مقياس استفادة الشباب العربي من مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم ثقافة الحوار لتوضح أنها كانت (استفادة منخفضة) بنسبة 70.8%، ثم (استفادة متوسطة) بنسبة 21.8%، ثم (استفادة مرتفعة) بنسبة 7.5%.
 - جاءت نتائج مقياس استفادة الشباب العربي من مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم ثقافة الحوار لتوضح أن الاستفادة كانت منخفضة بنسبة 70.8%، وكانت استفادة متوسطة بنسبة 21.8%، وكانت استفادة مرتفعة بنسبة 7.5%.
 - أثبتت الدراسة الميدانية صحة الفرض الأول للدراسة حيث توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وبين تنمية ثقافة الحوار لدى الشباب العربي، حيث كانت قيمة معامل بيرسون "0.422**"، وهي قيمة داله عندي مستوي 0.001.
 - أثبتت الدراسة الميدانية صحة الفرض الأول للدراسة حيث توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الشباب العربي للغة الحوار في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة معامل بيرسون "0.422**"، وهي قيمة داله عندي مستوي 0.001.
- توصيات الدراسة:**

- الاهتمام بأداء الشباب العربي عبر شبكات التواصل الاجتماعي وإجراء المزيد الدراسات حول استخدامه لتلك الشبكات لرصد التأثيرات المحتملة من جراء ذلك الاستخدام على المستوي النفسي والاجتماعي تحديداً.
- العمل على توظيف شبكات التواصل الاجتماعي كأداة ومنصة للحوار المجتمعي الفعال حول مختلف الموضوعات والقضايا عبر الأطر الرسمية التي تخضع لرقابة الدولة، من خلال خلق منصات شبكية لذلك الأمر.
- ضرورة العمل على دعم التواصل بين الجهات الرسمية والشباب في الوطن العربي من أجل زيادة الترابط بين الجانبين والعمل على تجنب أي شائعات من الممكن أن تثار من خلال مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، نظراً لعدم وجود أطر حاكمة لعمل هذه الشبكات.

مراجع الدراسة:

- 1- أسامة محمد عبد الرحمن حسانين، دور الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات حول قضايا الفساد المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، 2014م).
- 2- أحمد بونس محمد حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الدول العربية: معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، 2013م).
- 3- مصطفى سيد عبد اللاه الجزيري، محمود أحمد لطفي السيد، نوره عبد الله محمود أحمد، استخدامات المرأة الصعيدية للشبكات الاجتماعية وتأثيره في مشاركتها في الانتخابات الرئاسية ٢٠١٢ م- دراسة ميدانية (بحث مقدم للمؤتمر العلمي الدولي التاسع عشر: الإعلام ونشر ثقافة الديمقراطية، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، أبريل ٢٠١٣ م).
- 4- محمود أحمد لطفي السيد، هاجر شعبان سعداوي: استخدامات الشبكات الاجتماعية في تعبئة الرأي العام أثناء الأزمات السياسية الطارئة (أزمة الدستور المصري نموذجاً) (بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي الثاني: إعلام الأزمات وأزمات الإعلام، جامعة الأهرام الكندية: كلية الإعلام، مارس 2013م).
- 5- Meredith Conroy, M., Jessica, T & Guerrero, F " Face book 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 p.p.1-5.
- 6- 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.
- 7- حياة بدر قرني محمد يوسف، " وسائل الإعلام الدولي وإدارة الحوار بين الحضارات، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان)، 2011.
- 8- حسان عمر بصفر ،الاتصال وثقافة الحوار: دراسة مسحية علي عينة من طلاب جامعة الملك عبد العزيز بجدة ، (المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد التاسع والعشرون ، يناير _ مارس 2008) .
- 9- محمد عبده محمد بدو ، دور برامج الرأي بالقنوات الفضائية العربية في دعم ثقافة الحوار بين الجمهور العربي ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتلفزيون) ، 2010 .
- 10- أمال كمال طه، ثقافة الحوار في الصحافة العربية: دراسة حالة لأحداث العدوان الإسرائيلي علي غزة، في: المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر (الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات)، الجزء الأول ، القاهرة ، كلية الإعلام ، 2009 .
- 11- صالح السيد عراقي، نموذج مقترح لثقافة الحوار في القنوات التلفزيونية العربية وفقا لرؤية الخبراء وجمهور المشاهدين لتلك القنوات، (المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد التاسع، العدد الأول ، يناير - يونيو ، 2008)

- 12- جمال مختار. "حقيقة الفيس بوك: عدو أم صديق"، (القاهرة: شركة منتر بول للطباعة، 2009)، ص 9.
- 13- فرج الكامل, بحوث الاعلام والرأي العام: تصميمها وإجراؤها وتحليلها, (القاهرة: دار النشر للجامعات, 2001م) ص 123.
- 14- أسماء السادة الأساتذة محكمي استمارة الاستقصاء:
تم مراجعته استمارة الاستقصاء وتحكيمها من قبل كل من:
1- أ.د. بركات عبد العزيز, الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون, ووكيل كلية الإعلام لشئون الدراسات العليا (سابقاً)- جامعه القاهرة .
2- أ.د. مرعي مذكور, عميد كلية الإعلام وفنون الاتصال جامعه 6 أكتوبر .
3- أ.د. م. سمية عرفات, رئيس قيم الإعلام, جامعه بنها
- 15-James Gordon Finlayson, **Habermas: A Very Short Introduction**, (USA, Oxford University Press,2005), p.8.
- 16 - Habermas .Jürgen, **Institutions of The Public Sphere**, translated by Burger T., (USA Cambridge, Polity Press), P. 240
- 17- Thomas Burger: **The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society**, (Cambridge Massachusetts: The MIT Press,2007), p. 30 .
- 18- Seyla Benhabib: **Models of Public Space**, (the Liberal Tradition **Miscellaneous Papers**, MIT Press, 2008) , P 73.
- 19- Ikegami, Eiko.. "A Sociological Theory of Publics: Identity and Culture as Emergent Properties in Networks." **Social Research**, Vol. 67, 2000.
- 20 - G. T. Goodnight, "The Personal, Technical, and Public Spheres of Argument." **Journal of the American Forensics Association**, N. 227,1982.