اتجاهات طلبة الجامعة نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز السلم المجتمعي

أ.م.د. هيثم عكاب عطية
الجامعة العراقية كلية الاعلام
drhaitham177@gmail.com
07707123097

مستخلص البحث:
تتناول الدراسة الحالية اتجاهات طلبة الجامعة نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز السلم المجتمعي، هدفت الدراسة التعرف على أهمية الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز السلم المجتمعي بين أفراد المجتمع العراقي. وتعد مواقع التوصل الاجتماعي إحدى الوسائل التي يتعرض لها الجمهور بشكل عام والتي تقوم بتقديم مضامينها المختلفة من حيث المحتوى الذي يؤثر في زيادة معرفة المتلقي سواء معرفة علمية أو ثقافية أو دينية أو سياسية أو الوثائقية أو الرياضية أو الفنية بأشكالها المختلفة، أو الأخبار والوقائع والأحداث اليومية، والترويحية أو الإعلانية وغيرها من حيث تعرض المتلقي. ولتحقيق أهداف الدراسة اختيرت عينة مكونة من (100) مبحوثاً بواقع (50) طالباً و(50) طالبة من كليتي الاعلام والادارة والاقتصاد الجامعة العراقية ، وتم توزيع الاستمارات عبر طريقة عينة الصدفة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي. ولغرض الوصول إلى الحقائق التي يهدف البحث إلى معرفتها، صممت استمارة تضم عدة محاور وقد وظفت أداة الاستبانة لجمع البيانات والمعلومات عن موضوع البحث. وقد تم التأكد من صدق الاستبانة بطريقتين عن طريق الصدق الظاهري، وطريقة المقارنة الطرفية. تم قياس ثبات الاستبانة باستخدام معادلة جتمان. أظهرت النتائج: أن سبب لجوء المبحوثين للحوار عبر وسائل التواصل الاجتماعي له عدة أسباب، حيث حصلت فئة (يقوي العلاقات بين الأفراد) على المرتبة الأولى بنسبة (29,5%) في حين حلت فئة (للدفاع عن آرائهم الخاصة) بالمرتبة الثانية وبنسبة مئوية قدرها (27,5%).
الكلمات المفتاحية: الاتجاهات، طلبة الجامعات، مواقع التواصل الاجتماعي، السلم المجتمعي.

University Students' Attitudes Towards The Role Of Social Networking Sites In Promoting Societal Peace

Assist. Prf. Dr. Haitham Okab Atiyah
College of Media/Al Iraqia University

Abstract
The current study deals with university students' attitudes towards the role of social networking sites in promoting societal peace. The study aimed to identify the importance of the role that social networking sites play in promoting societal peace among members of Iraqi society. Social media sites are one of the means to which the public in general is exposed, which provide various contents in terms of content that affects the increase of the recipient's knowledge, whether scientific, cultural, religious, political, documentary, sports, or artistic knowledge in its various forms, or news, facts, and daily events. And recreational or advertising, and others in terms of exposure to the recipient. To achieve the objectives of the study, a sample of (100) respondents was chosen, consisting of (50) male and (50) female students from the Faculty of media and faculty of Management and Economics at the Iraqis University, and the questionnaires were distributed through the chance sample method from users of social networking sites. In order to reach the facts that the research aims to know, a form was designed that includes several axes, and the questionnaire tool

was used to collect data and information about the research topic. The validity of the questionnaire was confirmed in two ways: face validity and the peripheral comparison method. The reliability of the questionnaire was measured using the Guttman equation. The results showed: The reason why respondents resort to dialogue through social media has several reasons, as the category (strengthens relationships between individuals) ranked first with a percentage of (29.5%), while the category (to defend their own opinions) ranked second with a percentage of (27.5%).

Keywords: trends, university students, social networking sites, societal peace.

مقدمة:

يشكل الفضاء الافتراضي أهم إنجازات ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي شهدها العالم، فالتطور المذهل لشبكة المعلومات الدولية (الانترنيت) وانتشار التقنيات الحديثة للاتصال، وتزايد تطبيقاتها في مجال الإعلام والاتصال، ساهم في ظهور نوع جديد من الإعلام، وهو الإعلام الإلكتروني، الذي يعتبر ظاهرة إعلامية جديدة يتميز بسرعة الانتشار والوصول إلى أكبر عدد من الجمهور وبأقصر وقت ممكن وأقل تكلفة. حيث انتشرت بشكل كبير وسائل التواصل الاجتماعي في الآونة الأخيرة وأصبحت هي الوسيلة الوحيدة التي فرضت سيطرتها على جميع المجتمعات وأصبح مستخدميها يتجاوزون المليارات وأصبحت وسيلة شديدة التأثير في المجتمعات والأسر العربية بشكل كبير وخطير، وذلك لأنها أصبحت تستخدم أساليب جذب لا حصر لها فهي تستهوي متابعيها من جميع الفئات ومن جميع الأعمار، وهو ما يجعلها سلاح ذو حدين فهي من شأنها زيادة ثقافة المرء وحثه على العديد من القيم الإيجابية ولكنها على النقيض ساهمت بشكل كبير في فرض الكثير من السلوكيات السيئة والتي أصبحت المجتمعات وخاصة المجتمعات العربية تعاني منها معاناة شديدة فقد ساعدت على انتشار العنف والجريمة وساهمت كثيراً في تفكك العديد من الأسر العربية وغيرت فكر الشباب العربي.

ونتيجة لأهمية الموضوع المطروح من خلال هذا البحث ألا وهو " **اتجاهات طلبة الجامعة نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز السلم المجتمعي** " كان لابد من التطرق إليه بشيء أكثر تفصيلاً من خلال تناول العديد من الجوانب الخاصة بذلك الموضوع ومناقشتها والتوصل إلى بعض التوصيات الهامة والتي سأقوم بعرضها في نهاية البحث.

المبحث الأول: منهجية البحث:

أولاً: مشكلة البحث:

تبرز مشكلة الدراسة في ظلّ الواقع الذي يشهد تفجراً معرفياً كبيراً، فلم تقتصر شعبية استخدام مواقع التواصل الاجتماعيّ على الدول المتقدمة، بل إنّها تزداد في المجتمعات العربية بشكل سريع.

إنّ مواقع التواصل الاجتماعي، والتقنيات الحديثة لأجهزة التواصل، تؤثر بشكل مباشر على اتجاهات الأفراد، فهي تستنفذ كثيراً من وقتهم، وتشغلهم عن أداء واجباتهم، وما يترتب على ذلك من مشكلات تربوية واجتماعية.

لذلك فالمجتمع اليوم بأمس الحاجة إلى التسامح الفعال والتعايش السلمي بين أفراده أكثر من أي وقت مضى نظراً لأن التقارب بين الثقافات والتفاعل بين الحضارات يزداد يوماً بعد يوم بفضل ثورة المعلومات والاتصالات والثورة التكنولوجية التي أزالت الحواجز الزمانية والمكانية بين المجتمعات حتى أصبح الجميع يعيشون في قرية كونية صغيرة، ونظراً لتطور الإعلام على اختلاف وسائله في المجتمع العراقي لذلك تقع على عاتقه والعاملين فيه مسؤولية كبيرة في نشر ثقافة التسامح بين أبنائه وفقا لمبادئ الدين الإسلامي الحنيف ومبدأ المواطنة وحقوق الإنسان، فالإسلام يدعو لإقامة علاقات طيبة تمتد جذورها

لتشمل كل أطياف المجتمع ومكوناته وفي كل الأحوال والتي باتت مبنية على التسامح وعدم الإضرار بالآخر، وهو دين فاصل عند النزاع لإحقاق الحق وإبطال الباطل وإنصاف المظلوم[1].
وتبعاً لذلك، فإن الاتجاهات والتي تعد من التأثيرات المعرفية لوسائل الإعلام لجمهور الطلبة في مدينة بغداد، يمكن أن تكون إحدى الإسهامات الرئيسة للمواقع الالكترونية عن طريق بلورة أفكارهم وآرائهم واتجاهاتهم، وفي ظل قلة الدراسات الإعلامية التي تهتم بهذه الشريحة ذات الاتجاه المستقبلي، التي يمكن أن يقع عليها العبء الكبير في تطوير المجتمع وتقدمه في مختلف الميادين، ووفقاً لمنطق عنوان البحث الذي نحن بصدد دراسته، تكمن مشكلة البحث في تحديد **اتجاهات طلبة الجامعة نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز السلم المجتمعي** ، والتي ستصاغ في التساؤلات الآتية:
1- ما هي المواقع الالكترونية التي يميل طلبة الجامعة إلى التعرض إليها وحسب أفضليتها عندهم؟
2- ما هو الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في ونشر وتعميق ثقافة التسامح واللاعنف بين أفراد المجتمع العراقي؟
3- ما مدى اهتمام طلبة الجامعة بما تنشره المواقع الإلكترونية في تشكيل اتجاهاتهم نحوها في تعزيز السلم المجتمعي ؟
4- ما مدى إدراك الطلاب ووعيهم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في في تعزيز السلم المجتمعي؟

ثانياً: أهمية البحث:

1- يستمد هذا الموضوع أهميته من طبيعة فئة طلبة الجامعة داخل المجتمع ودورهم، فهذه الفئة تعدّ طاقة بشرية مهمة ومؤثرة في كيان المجتمع، وتحتاج للعناية والمحافظة عليها لتأمين مستقبلها .
2- الوقوف على بعض الجوانب والنقاط المهمة والمؤثرة في مواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقتها بالمسؤولية الاجتماعية لدى فئة الطلبة.
3- تمهيد الطريق أمام إجراء عدد من الدراسات التي تناولت الموضوعات المماثلة لموضوعنا هذا بصورة علمية وشاملة والتي تضيف المزيد من المتغيرات المؤثرة في هذه الدراسة، بما يسهم في تحقيق التراكم المعرفي والبحثي.
4- تسلط الضوء على العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعيّ ومدى إدراك طلبة الجامعة لهذه المواقع في تعزيز السلم المجتمعي.
5- قد تضيف الدراسة للمكتبة العربية، أو الباحث العراقي ، والعربيّ معلومات تفيد في المجالات الإنسانية والتربوية.
6- إنها تتناول وسيلة اتصالية حديثة لها من المميزات ما تنفرد به عن غيرها من وسائل الاتصال الأخرى.
7- نلفت الأنظار إلى وسيلة اتصالية حديثة بما لها من ميزات و محاسن، و ما قد ينشأ من سوء استخدامها من مساوئ و مضار، و من ثمة تؤدي إلى تشكيل سلوكيات جديدة (شاذة و سلبية) للشباب الجامعي، و تبنيه لاتجاهات متعصبة وعنصرية، خاصة و أن شبكة الانترنت أدت حسب العديد من الباحثين إلى تغييرات" ثقافية و قيمية "على المجتمعات في العالم، و هذا ما ينعكس لا محالة على الفرد.

ثالثاً: أهداف البحث:

يتحدد الهدف الرئيسي للبحث في التعرف على تحديد **اتجاهات طلبة الجامعة نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز السلم المجتمعي** ، وبهدف الوصول لوضع آلية لتعزيز القيم الأخلاقية، ينبثق من الهدف الرئيس الأهداف الفرعية الآتية :
1- التعرف على المواقع الالكترونية التي يميل طلبة الجامعة التعرض إليها وحسب أفضليتها عندهم.
2- التعرف على أهمية الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في ونشر وتعميق ثقافة التسامح واللاعنف بين أفراد المجتمع العراقي.

(1) أحمد جاسم مطرود، دور المؤسسة الإعلامية في نشر ثقافة التسامح، مجلة جامعة بابل، العلوم الإنسانية، المجلد23، العدد4، 2015، ص2142-2143.

3- الكشف عن مدى اهتمام طلبة الجامعة بما تنشره المواقع الإلكترونية في تشكيل اتجاهاتهم نحوها في تعزيز السلم المجتمعي.
4- الكشف عن مدى إدراك الطلاب ووعيهم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز السلم المجتمعي.

رابعاً: فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي بالقضايا المطروحة إزاء العلاقة مع الآخر وفقاً للنوع الاجتماعي.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية بين أهم القضايا التي تساعد المبحوثين في فهم ثقافة الحوار وبين العمل على تحقيق التفاعل الاجتماعي وتقبل الآخر.

خامساً: مجالات البحث أو حدوده:

يعد تحديد مجالات البحث احد الخطوات المنهجية لأي بحث أو دراسة والتي تنطوي على ثلاثة مجالات:
1- المجال المكاني: ويقصد به تحديد المنطقة الجغرافية التي يقع فيها البحث أو الدراسة، وسيتم اختيار الجامعة العراقية مجالاً مكانياً للبحث.
2- المجال البشري: ونعني به عينة البحث والتي تتمثل بطلبة الجامعة العراقية ذكوراً وإناثاً.
3- المجال الزمني: ويقصد به المدة التي يقضيها الباحث في جمع البيانات من عينة البحث بعد إتمام عملية بناء أداة البحث، وتوزيع الاستمارات وتفريغها وتحليلها والتي يمكن تحديدها من 2020/11/1 إلى 2020/11/30.

أولاً: منهج البحث:

1- اعتمد الباحث المنهج الوصفي المسحي لأنه يعد منهجاً مناسباً لتحقيق أهداف الدراسة والحصول
2- على البيانات المطلوبة التي تسعى الدراسة للحصول عليها للإجابة على التساؤلات التي أثارتها.

ثانياً: مجتمع البحث وعينته:

تحدد مجتمع البحث بالشباب الجامعي في كليتين من كليات الجامعة العراقية هي (كلية الاعلام وكلية الادارة والاقتصاد) وقد تم توزيع (100) استمارة على الذكور والإناث تم تقسيمها بعدد حصصي (50) لكل منهما عبر طريقة عينة الصدفة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي والجدول (1) يوضح توزيع عينة البحث.

جدول (1) عينة الدراسة

المتغيرات	الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكور	50	50
	إناث	50	50
	المجموع الكلي	100	%100
العمر	18-20	49	49
	21-فأكثر	51	51
	المجموع	100	%100
التخصص الدراسي	كلية الاعلام	50	50
	كلية الادارة والاقتصاد	50	50
	المجموع الكلي	100	%100

ثالثاً: أساليب وأدوات جمع بيانات البحث:

يعد الاستبيان أداة يتم استخدامها على نطاق واسع (للحصول على حقائق من الظروف والأساليب القائمة بالفعل وإجراء البحوث التي تتعلق بالاتجاهات والآراء[1]. ولغرض الوصول إلى الحقائق التي يهدف

(1) ديوبولد فان دالين وآخرون، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ط2، ترجمة، محمد نبيل نوفل - سلمان الخضرى الشيخ - طلعت منصور غبريال- سيد أحمد عثمان، (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، 2010)، ص431.

البحث إلى معرفتها، صممت استمارة تضم عدة محاور وقد وظفت أداة الاستبانة لجمع البيانات والمعلومات عن موضوع البحث.

رابعاً: صدق وثبات الاستمارة البحثية:

و قد تثبت الباحث من الصدق الظاهري للاستبيان عندما قدم فقراته إلى (4) محكمين(*)، وفي ضوء آرائهم عدلت بعض الأسئلة ولم يستبعد أي سؤال لأنها حظيت بموافقتهم بنسبة (80%) فأكثر، لذا اعتمدت هذه النسبة معياراً لصلاحيتها، استخدم الباحث برنامج SPSS الإحصائي وقد تم إجراء اختبار الصدق بطريقة المقارنة الطرفية، وتم قياس ثبات الاستمارة البحثية باستخدام معادلة جنتمان. والجدول (2) يبين نتائج الصدق والثبات.

جدول (2) يبين نتائج الصدق والثبات.

الاستبيان	المحسوبة (الصدق)t	معامل الثبات
الاجمالي	7.30	0.81

القيمة الجدولية لاختبار الصدق (1,645) وإن القيمة المحسوبة كانت أكبر من الجدولية وهذا ما يؤكد صدق مقياس الاستبانة. كما أن معامل الثبات أكبر من 0.05 ويعد هذا الثبات موثوقا به.

سادساً: تعريف المفاهيم:

1- **الاتجاهات :** استعداد عقلي كونته التجارب او الظروف التي مرت بالفرد في الماضي، ويؤثر هذا الاستعداد تأثيراً توجيهياً في استيعاب الفرد لجميع المواقف والاشياء، ويرتبط الاتجاه بتأهب الفرد واستعداده لأن يتأثر بمثير ما في موقف من المواقف فيتصرف تصرفاً معيناً "[1].

2- **الدور**: هي الوظيفة التي تقوم بها وسيلة ما بنقل المعلومات إلى الآخرين[2].

3- **مواقع التواصل الاجتماعي:** هي مجموعة من ملفات الشبكة العنكبوتية ذات الصلة المتشابهة المرتبطة فيما بينها والتي قام بتصميمها فرد أو مجموعة من الأفراد أو إحدى المؤسسات[3].

4- **السلم المجتمعي**: هو حالة من الاستقرار والهدوء في المجتمع، حيث يسود التفاهم والتعاون بين أفراده. يتضمن هذا السلم تجنب النزاعات والعنف، والعمل على حل المشكلات بطرق سلمية، واحترام حقوق الأفراد والمجموعات المختلفة. الهدف من السلم المجتمعي هو تحقيق التنمية المستدامة والرفاهية لجميع أفراد المجتمع دون تمييز.

5- **الطلبة:** إن الطلبة من وجهة النظر العلمية يمثلون جماعة أو شريحة من المثقفين في المجتمع بصفة عامة، إذ يتركز المئات أو الألوف من الشباب في نطاق المؤسسات التعليمية مما يضعف أو يخفف إلى حد ما من ارتباطهم الطبقي أو العائلي، والطلاب ليس طبقة ولكنهم حالة وقتية يجمعهم وقت الدراسة ثم يصبحون قوة إنتاجية ويصطدمون بالمجتمع القائم، ولذلك فإنهم يحاولون تحقيق الذات وهم مجتمعون[4].

ونقصد بالطلبة في هذه الدراسة طلبة الجامعة الذين يمثلون المرحلة العمرية الثانية من سنة 18-22 سنة، لأن هذا يتناسب مع ثقافة المجتمع العراقي، وطبيعة تعليمه لأن الطالب في العراق يحصل على شهادة الإعدادية في سن الـ 18 سنة في أغلب الأحيان ويتخرج من الجامعة في سن ما بين 22-27 سنة.

(1) محمد جمال الفار، المعجم الاعلامي، (عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع، 2006 م)، ص6.
(2) أحمد جاسم مطرود، المصدر السابق، ص2144.
(3) ماجد سالم تربان ، الانترنت والصحافة الالكترونية " رؤية مستقبلية "، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية،2008)، ص305
(4) سحر محمد وهبي، دور وسائل الإعلام في تقديم القدوة للشباب الجامعي، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 1996)، ص238.

المبحث الثاني/ :

أولاً: الاتجاهات

1- مفهوم الاتجاهات

تعد الاتجاهات من المفاهيم التي اهتم بها واستخدمها علماء النفس الاجتماعي الأوائل، أمثال (هربرت سبنسر) و(جوردون البورت)، حيث يؤكد (البورت) أن مفهوم الاتجاهات هو أبرز المفاهيم وأكثرها إلزاما في علم النفس الاجتماعي المعاصر، فليس هناك اصطلاح واحد يفوقه في عدد مرات الظهور في الدراسات التجريبية، لأن هذا الاصطلاح لا ينتمي إلى أي من المدارس السيكولوجية التي كان يسود بينها النزاع، كالمدرسة السلوكية والجشطالتية والتحليلية وغيرها[1].

وتكرّر ظهور هذا الرأي أكثر من مرة بعد البورت، ويوجد ما يبررّ هذا الرأي ويؤيده ، فهو أساس لمعالجة ثلاث مشكلات ذات أهمية كبيرة، ليس لعلم النفس الاجتماعي فقط، وإنما للعلوم الاجتماعية جميعها، والناس عامة.

أما أولى هذه المشكلات فهي درجة ارتباط النشاط الذهني أو العقلي بالسلوك الفعلي والمرئي للناس، وثانياً مشكلة تنظيم أفكاره عن العالم، وثالثاً يمكن التساؤل عن سبب تماثل آراء بعض الناس لفترات قصيرة أو طويلة[2].

2- تعريف الاتجاهات

تعرّض الكثير من الباحثين لتعريف الاتجاه، ونذكر من أبرز هذه التعريفات ما يأتي:

تعريف عالم النفس (جوردون البورت): الاتجاه هو إحدى حالات التهيّؤ والتأهّب العقلي والعصبي، التي تنظمها الخبرة، وما يكاد يثبته الاتجاه يمضي مؤثراً وموجهاً لاستجابات الفرد للأشياء والمواقف المختلفة، فهو ديناميكي[3].

ويقدّم (بوجاردس) تعريفاً أخر للاتجاه، بأنّه ميل الفرد الذي ينحو سلوكه تجاه بعض عناصر البيئة أو بعيداً عنها، متأثراً في ذلك بالمعايير الموجبة او السالبة تبعاً لقربه من هذه أو بعده عنها[4]، بينما يعرفه (كوتش وكرتشفيلد) بأنّه تنظيم مثمر للعمليات الانفعالية والإدراكية والمصرفية حول بعض النواحي الموجودة في المجال الذي يعيش فيه الفرد[5].

وبعامة يعرّف الاتجاه بأنه استعداد وجداني مكتسب، ثابت نسبياً، يحدد شعور الفرد وسلوكه إزاء موضوعات معينة من حيث تفضيلها او عدم تفضيلها[6]. ويتفق الباحث مع تعريف الاتجاه بأنه: رأى الشخص الراهن إزاء القضايا بناء على معتقدات وخبرات مكتسبة، وهذا الرأى يأخذ شكل الموافقة أو الرفض وذلك من خلال السلوك اللفظي أو العملي[7]

3- تكوين الاتجاه:

بما أن الاتجاه سلوك متعلّم ومكتسب، فإن عوامل التنشئة الاجتماعية، وعلى رأسها الأسرة والمدرسة ووسائل الإعلام والجماعات المرجعية كالشلّة تؤدي دوراً مهماً في تكوين الاتجاهات بطرائق التعلّم المختلفة، حيث نجد الوالدين والمربّين ينقلون إلى الأطفال عن طريق عمليات التعلم والتقاليد والنمذجة ميولهم واتجاهاتهم وتعصبّهم وطموحاتهم، كما نجد المناهج التعليمية والأنشطة المدرسية غير المنهجية ووسائل الإعلام المختلفة تحاول تقديم محتويات وأنشطة تساعد الأطفال على تبنّي اتجاهات محددة نحو

---

(1) عدنان يوسف العتوم، "علم النفس الاجتماعي"، (عمان: إثراء للنشر والتوزيع، 2009) ص195.

(2) كولن فريزر وآخرون ، ترجمة: فارس حلمي، تقديم علم النفس الاجتماعي ، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2012) ص317.

(3) سامي محسن الختاتنة، فاطمة عبد الرحيم النوايسة، علم النفس الاجتماعي، ط1، (عمان: الحامد للطباعة والنشر، 2011)، ص147.

(4) محمد عبد العزيز الغرباوي، الاتجاهات النفسية (عمان : دار الاكاديميون ، 2016)، ص9.

(5) صالح حسن الداهري، أساسيات علم الاجتماع النفسي التربوي ونظرياته (عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2011) ص295.

(6) أحمد عزت راجح، أصول علم النفس (عمان: دار الفكر ناشرون وموزعون، 2009) ص100.

(7) سامية الجندي، القضايا المعاصرة لعلم النفس الاجتماعي (القاهرة: دار النشر غير واضح، 2002) ص116.

قضايا معينة[1]، ويتضمن الاتجاه ثلاثة مكونات (معرفي، ووجداني، وسلوكي) تعمل الرسائل الاتصالية على توظيفها في مضامينها بما يتفق مع أهداف القائم بالاتصال، كما يتضح عن طريق الفنون الاتصالية كالإعلان والدعاية السياسية :

أ- **المكوّن المعرفي:**

يشمل المكوّن المعرفي معتقدات الفرد وأفكاره وتصوراته ومعلوماته عن موضوع الاتجاه، بمعنى أن هذا المكوّن هو الذي يمثّل القاعدة المعلوماتية الموجودة لدى الفرد عن موضوع الاتجاه، فإذا كان الاتجاه في جوهره تفضيل موضوع على آخر، فإن عملية التفضيل هذه لابد أن تستند إلى جوانب معرفية مثل الفهم والتمييز والاستدلال، أي أن هناك جانباً عقلياً وراء تكوين الاتجاهات، وعلى هذا نجد أن اتجاهات الأشخاص تختلف باختلاف مستوياتهم العقلية والمعرفية[2].

والاتجاه المعرفي لا يّركز على ما يفعله الناس، بل على الكيفية التي يرون فيها أنفسهم والعالم، ويقوم المنظور المعرفي على افتراض أن الاضطرابات النفسية ناجمة عن تفكير سلبي بخصوص الذات والعالم بشكل عام، بسبب تقديرات معرفية ناتجة عن تفاعل بين البيئة المحيطة بالفرد وخبراته الشخصية مع العوامل المتصلة بالموقف الضاغط[3].

ويهتم هذا الاتجاه بتفسير أشكال التعلّم المعقّد، التي تقيم وزناً كبيراً لدور الإدراك والمعرفة، أو العمليات المعرفية الوسطية التي تتوسط المثير وظهور الاستجابة، حيث يعد التفكير أعظم هذه العمليات على الإطلاق[4].

ب- **المكوّن الوجداني (الإنفعالي):**

تتألّف المضامين العاطفية أو الانفعالية من مجموعة العواطف والمشاعر التي تظهر لدى صاحب الاتجاه في تعامله مع موضوع الاتجاه، إنّها تظهر في حبه ذلك الموضوع من درجة ما أو نفوره منه من درجة ما كذلك[5]، فقد يندفع ويستجيب الشخص لموضوع لأنه يحبه، وينفر من الآخر على نحو سلبي وتقاس المشاعر عن طريق المقاييس والاتجاهات[6].

ويتعلّق المكون الوجداني بتقويم الإنسان الإيجابي والسلبي للأشياء أو الأفكار أو لمشاعر الحب والكراهية التي يوجهّها الفرد نحو موضوع الاتجاه ويرتبط بتكوينه العاطفي[7]، بمعنى آخر فإن المكون العاطفي (الانفعالي) يعود إلى مشاعر الشخص ورغباته حول قضية اجتماعية ما، أو قيمة معينة، أو موضوع ما، إما في إقباله عليه أو نفوره منه، أي قد تكون الاستجابة سلبية أو إيجابية، وهذا يرجع إلى الجانب العاطفي لكل إنسان، وأحيانا يكون هذا الشعور منطقي، فالقبول أو الرفض والحب أو الكره قد يكون دون مسوغ واضح أحيانا[8].

ج-**المكوّن السلوكي (الإجرائي):**

آخر هذه المكونات هو السلوك العقلي الذي يعكس الاتجاه، بمعنى التطابق التام بين ما يحمله الإنسان من اتجاه وتصرّفه الفعلي، بحيث يكون السلوك الاجتماعي دليل الاتجاهات النفسية للفرد يستطيع أي ملاحظ معرفة ذلك[9]، أي أن المضامين أو "المكونات الإجرائية" تتمثل في نزوع صاحب الاتجاه إلى القيام

---

(1) عدنان يوسف العتوم، علم النفس الاجتماعي (عمان: دار اثراء، 2009) ، ص201.

(2) محمد شحاتة ربيع، علم النفس الاجتماعي (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع،2011) ص266.

(3) صالح مهدي صالح، بسمة كريم شامخ، التحدث مع الذات وبعض الاضطرابات النفسية والسلوكية (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2011) ص123.

(4) محمد إبراهيم السفاسفه، أساسيات في الإرشاد والتوجيه النفسي والتربوي (عمان : مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2003) ص63.

(5) موقع منتدى الفريق الاجتماعي، www.social-team.com، تم الاسترجاع بتاريخ: 2020/8/1.

(6) موقع أكاديمية علم النفس، www.acofps.com، تم الاسترجاع بتاريخ 2020/8/5.

(7) محمد جاسم العبيدي، المدخل إلى علم النفس العام (عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2009) ص126.

(8) حسين صديق، الاتجاهات من منظور علم الاجتماع، مجلة جامعة دمشق، المجلد (28) ع (3) + (4)، 2012، ص305-306.

(9) عامر مصباح، علم النفس الاجتماعي في السياسة والإعلام (القاهرة: دار الكتاب الحديث، 2011) ص252.

بأنماط من السلوك تتصل بموضوع الاتجاه، وذلك حين تدعو الحاجة إلى مثل ذلك الإجراء، أو يتوفر الموقف أو المجال الذي يقع فيه الشخص وموضوع اتجاهه[1].

وتعمل الاتجاهات موجّهات لسلوك الإنسان، حيث تدفعه إلى العمل على نحو إيجابي عندما يملك اتجاهات إيجابية حول بعض الموضوعات[2]، فقد تكون استجابة الفرد اتجاه موضوع الاتجاه بطريقة ما سلبية أو إيجابية، وهذا يعود إلى ضوابط التنشئة الاجتماعية التي مر بها هذا الفرد، وتتباين هذه المكونات الثلاثة من حيث درجة قوتها وشدة شيوعها واستقلاليتها، فقد يكون لدى الفرد معلومات وحقائق كافية عن مسألة ما (المكون المعرفي)، لكنّه لا يشعر برغبة أو ميل عاطفي تجاهها (المكون الانفعالي)، تؤدى به إلى اتخاذ أي عمل (المكون السلوكي)، وفي الوجه المعاكس ربما يكون هناك تفان عاطفي تجاه موضوع ما (المكون الانفعالي) على الرغم من أنّه لا يملك معلومات كافية عن هذا الموضوع (المكون المعرفي)، وعليه فإن أي مكوّن من المكونات الثلاثة السابقة قد يطغى على باقي المكونات الأخرى في الاتجاه نحو موضوع ما[3].

ويمكن الاشارة الى ان هذه المكونات تتماثل مع مكونات نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام التي تستهدف اختيار الوسائل الاعلامية التي يعتمد عليها الجمهور في اشباع احتياجاته المعرفية من المعلومات خاصة خلال اوقات الفراغ والازمات.

ثانياً: مواقع التواصل الاجتماعي (المفهوم والأهمية):

حققت مواقع التواصل الاجتماعي مالم تتمكن أي تقنية سبقتها من تحقيقها، وقد لا تتمكن أية تقنية سبقتها من تحقيقها، وقد لا تتمكن أية تقنية تأتي بعدها من العمل والنجاح بمعزل عنها، وتعد اليوم الركيزة الأساسية للاتصال والتواصل في العالم وأهم وسائل الاتصال الجماهيري والشخصي في آن واحد، فما تتميز به من تفاعلية وإلغاء قيود المكان والزمان صنعت إعلاماً أتاح للجميع التعبير عما يريدون بحرية تامة[4]. لذلك شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعيّ بين البشر في فضاء إلكترونيّ إلكترونيّ افترا ضيّ قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزاوج بين الثقافات وسمي هذا النوع من التواصل بين الناس (مواقع التواصل الاجتماعيّ) ، وتعددت هذه المواقع واستأثرت بجمهور واسع من المتلقين.

ويعكس مفهوم التواصل الاجتماعي التطور التقني الذي طرأ على تكنولوجيا الاتصالات ولاسيما شبكة المعلومات العالمية (الانترنيت) وشبكة الهواتف النقالة والحواسيب والأقمار الصناعية. وينبغي التعريف بمواقع التواصل أو الإعلام الاجتماعي الذي يوصف بأنه (المحتوى الإعلامي الذي يتميز بالطابع الشخصي، والمتناقل بين طرفين احدهما مرسل والآخر مستقبل عبر وسيلة شبكة اجتماعية، مع حرية الرسالة للمرسل وحرية التجاوب معها للمستقبل)[5].

إن شبكة الأنترنيت وبواسطة فضائها المفتوح وفرت إمكانيات هائلة لإنشاء وبناء المواقع الالكترونية باختلاف أنواعها وأغراضها، وأن توافر هذه المواقع الالكترونية أدى إلى توافر وسائل عديدة للمعرفة والحصول على المعلومات بكميات هائلة ومن مصادر متنوعة ومتعددة، فضلاً عن تخصص مضمونها بما يتوافق مع اختيارات المستخدمين واحتياجاتهم، من دون فرض أنواع معينة من المضمون عليهم[6].

وبعد ازدياد شعبية الانترنيت في أنحاء العالم فإن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تستخدم في كل أنحاء العالم، إذ تعرف بأنها (مجتمعات افتراضية تسمح للجمهور بالتواصل والتفاعل مع بعضهم أو

---

(1) موقع منتدى الفريق الاجتماعي، مصدر سابق. www.social-team.com

(2) موقع أكاديمية علم النفس، www.acofps.com، مصدر سابق.

(3) حسين صديق، مصدر سابق، ص 306.

(4) عبد الأمير مويت الفيصل وإسراء هاشم، انتهاك الخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة الباحث الإعلامي، العدد36، كلية الإعلام جامعة بغداد، 2017، ص213.

(5) علاء حسين جاسم النداوي، تأثير الإعلام الجديد في العلاقات الاجتماعية، مجلة الباحث الإعلامي، كلية الإعلام، جامعة جامعة بغداد، 2017، ص137.

(6) ليث بدر يوسف وزهراء حسين الحداد، المسؤولية الاجتماعية في الصحافة الالكترونية، (عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع، 2017)، ص81.

لمجرد الإبحار في شبكة الانترنيت) وتزود مواقع التواصل الاجتماعي مستخدميها بكتابة لمحات شخصية عن أنفسهم وتمكنهم من تحميل ومشاركة الصور والموسيقى ومختلف أنواع الرسائل التي يرغبون مشاركتها مع الآخرين فضلاً عن ذلك فإنها تزودهم بسند عاطفي واجتماعي ومصادر للمعلومات وروابط للآخرين[1].

وقد أدت شبكات التواصل الاجتماعي الى خلق عالم افتراضي أسهم في حدوث نوع من الديمقراطية (الحرية) في التشاور وإبداء الرأي عبر عدة آليات من بينها الدردشة وتعليقات القراء ومنشوراتهم التي تتيح للمستخدمين الاندماج في قضايا وموضوعات متنوعة للتعبير عن آرائهم والتعرف على آراء الآخرين والدخول في نقاشات معهم.

فالبناء الذي تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي غير المباشر بين جموع الأفراد وإدراك القواسم المشتركة بينهم، تسعى من خلاله الى خلق تغيير في قضية ما، وهي لا تشترط المعرفة المسبقة بين المستخدمين من اجل التواصل والمتابعة، كما تساعد في التشبيك بين ذوي الاهتمامات المشتركة وهو ما يعرف في مجمله شبكة من الاتصالات الفورية التي تساعد الأفراد في التواصل وبناء مجتمعاتهم الافتراضية المتنوعة حتى وان لم يجمعهم مكان واحد[2].

- **مواقع التواصل الاجتماعي الخصائص والمميزات:**

لمواقع التواصل الاجتماعي خصائص ومميزات كثيرة جعلت منها مقصداً لمتصفحي الانترنيت في جميع أنحاء العالم، ومن أهم هذه الخصائص والمميزات:

1. حولت مواقع التواصل الاجتماعي الإعلام إلى ديناميكي تفاعلي يجمع بين النص والصوت والصورة ومقاطع الفيديو في الوقت نفسه.
2. اتاحت مواقع التواصل الاجتماعي التفاعل بين المصدر والمتلقي، فهي تتيح فرصة التعليق والنقد[3].
3. سهولة الاستخدام: تطورت مواقع التواصل الاجتماعي بحيث أصبحت سهلة الاستخدام، فهي تحتاج إلى القليل من المعرفة في أسس التكنولوجيا من أجل النشر وتحقيق التواصل عبر الانترنيت.
4. أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي التواصل والتعبير عن الذات عبر قنوات اتصال جاذبة لا تعتمد على نشر محتوى معين، وأصبحت حاجة للمهتمين في الاتصال مع الآخرين[4].
5. جعلت مواقع التواصل الاجتماعي من حرية الإعلام حقيقة لا مفر منها إذ أصبح أي شخص يتواصل في المكان والزمان والمحتوى الذي يريده بنفسه ودون قيود.
6. أدت مواقع التواصل الاجتماعي إلى زيادة وتعدد الخيارات للمستخدمين بتنوع وسائلها الاتصالية.
7. انعدمت الحاجة لوجود المرسل والمتلقي في نفس الوقت.
8. قابلية التواصل بصرف النظر عن مواصفات ومقاييس المنشئ للمحتوى[5].

- **أسباب بروز مواقع التواصل الاجتماعي:**

إن صعود نجم مواقع التواصل الاجتماعي فتحت الأبواب إلى أسئلة عديدة، وذلك بسبب الدور الذي لعبته هذه المواقع في التأثير على الرأي العام الجماهيري، لذا سنتطرق إلى أهم أسباب بروز هذه المواقع وعلى النحو التالي[6]:

---

(1) علي عبد الهادي عبد الأمير، اتجاهات اساتذة الجامعة نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة الباحث الإعلامي، العدد32، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2016، ص119-120.

(2) زينة سعد نوشي وبيرق حسين جمعة الربيعي، شبكات التواصل الاجتماعي وحرية التعبير عن الحقوق الفردية والتنوع الاجتماعي، الفيس بوك نموذجا، تأثير، مجلة الباحث الإعلامي، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2017، ص43.

(3) أحمد شهاب أحمد، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على اتجاهات وسلوك المراهقين في العراق، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنيا، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2019، ص81.

(4) مشتاق طالب فاضل، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي 2014-2017، مجلة تكريت للعلوم السياسية، العدد 12، كلية العلوم السياسية، جامعة تكريت، 2018، ص205-206.

(5) سعود صالح الكاتب، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، (جدة: جامعة الملك عبد العزيز، 2011)، ص38.

(6) بشرى جميل الراوي، " دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير مدخل نظري "، مجلة العلوم السياسية، العدد 44، 44، كلية العلوم السياسة، جامعة بغداد، 2012، ص109-110.

1. إن الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة نشر بديلة جاء بسبب انغلاق الأنظمة العربية سياسياً واعلامياً، وسطوتها على وسائل الاتصال والتعبير والنشر.
2. تحولت مواقع التواصل الاجتماعي إلى أماكن آمنة للشباب كردة فعل على السيطرة الكاملة من قبل أجهزة السلطة على الوسائل التقليدية للإعلام.
3. أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تمثل فضاءات تواصلية عدة وهي بمثابة أمكنة افتراضية.
4. أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تمثل فضاءات مفتوحة للتمرد والثورة، بداية من التمرد على الخجل والانطواء وانتهاءً بالثورة على الانظمة السياسية.
5. لمواقع التواصل الاجتماعي قيمة إعلامية ودعائية كبيرة ومهمة لبيع وشراء المنتجات، والحصول على المعلومات وتبادلها مع الأفراد.

ثالثاً: السلم المجتمعي

1- مفهوم السلم الاجتماعي

شاعَ مفهوم "بناء السلم" بعد تبنيه مؤسساتيًا، مع تقرير الأمين العام الأسبق للأمم المتحدة "بطرس غالي" الصادر عام 1992 المعروف " بخطة للسلام"، والذي قدم فيه رؤيته حول تعزيز وزيادة قدرة الأمم المتحدة على تحقيق مفهوم شامل متكامل لإرساء السلم والأمن الدوليين، مضمنًا إياه أربعة مصطلحات رئيسة تشكل حلقة متكاملة تبدأ بالدبلوماسية الوقائية وتستمر مع صنع السلم وحفظ السلم لتصل إلى مرحلة بناء السلم ، ومنذ ذلك التاريخ والمفهوم متداولٌ في أدبيات السلم والأمن الدوليين.

ويعبر عن السلم الاجتماعي جملة من المبادئ والقيم والسلوك والأفكار التي تهدف إلى تحقيق مبدأ حسن التعايش مع الآخر، نبذ العنف، اللجوء إلى وسائل سلمية وقانونية لحل النزاع، والإحساس بالانتماء إلى المجتمع وعصبته بشكل يصعب فيه القيام بسلوكيات تؤدي الى هدم النسيج الاجتماعي وهو بذلك نقيض العنف الاجتماعي، لكن ذلك لا يعني انتفاء العنف بصفة نهائية عن مجتمع ما بل يعد السلم الاجتماعي جزء من التعايش السلمي بين اشخاص ومجتمعات، تتسم اللغة السائدة بينهما بالتفاهم والحوار وقبول الرأي المختلف، وهي جزء من منظومة احترام حقوق الانسان ومكملاً للممارسة الديمقراطية بغية تحقيق العدالة الاجتماعية وتطوير المجتمع وحل النزاعات بالطرق السلمية، هذا وان ثقافة السلم الاجتماعي تقوم على مجموعة من القيم والمواقف والسلوكيات المشتركة تهدف للتصرف بشكل ايجابي في المواقف الحياتية ويعد السلم الاجتماعي مرادف للسلم الاهلي والذي يعني ان يعيش الانسان حياته ويمارس اعماله بحرية ، وان يحصل على متطلبات عيشه وحقوقه بسهولة ويسر دون ان يخشى الاعتداء على حقه او ماله او امنه الشخصي او أمن اهله.

2- اهمية السلم الاجتماعي

أ- فرض النظام والأمن والاستقرار في المجتمع.
ب- ضمان الحقوق المدنية والسياسية للمواطنين.
ج- التمتع بممارسة الديمقراطية وحرية التعبير.
د- تحقيق المساواة أمام القانون بين الجميع على اختلاف الألوان والأجناس.

3- انواع السلم الاجتماعي واركانه

يصنف السِّلم الاجتماعي الى نوعين، سلم ايجابي وسلم سلبي، يقوم السلم الإيجابي على الاختيار الطوعي والواعي والمؤسس على الاقتناع بالسلم والالتزام المبدئي بتمكينه واستدامته، اما السلم السلبي فيقوم على الاضطرار للقبول بالسلم، الذي مرده إما العجز أو عدم الرغبة بالاعتداء أو الانصراف عنه لسبب أو لآخر كالضعف أو عدم توازن القوى أو الخوف من فوات مصلحة ما .

عند دراسة تجربة أي مجتمع مستقر ومنسجم في داخله واي مجتمع مضطرب نجد هناك سمات متقابلة بين هذين النوعين من المجتمعات ففي الاول تتوفر اركان السلم والوئام من سلطة مركزية وعدالة حاكمة واحترام لحقوق ومصالح القوى والفئات المختلفة فضلاً عن العوامل المساعدة في حماية السلم والاستقرار، بينما في النوع الثاني من المجتمعات تنعدم او تضعف تلك الاركان والمقومات ولا تتوفر الحصانة والمناعة ضد الفتن والصراعات مما يعطي فرصة لخلق النزاعات في المجتمع ، كما وان السلم الاجتماعي هو ثمرة طبيعية عن حالة المساواة والاحترام المتبادل بين الاطراف الموجودة في المجتمع ،

ومن الطبيعي ان تتأثر العلاقات الداخلية في أي مجتمع بمختلف العوامل الايجابية والسلبية فهناك عوامل مساعدة على نمو تلك العلاقات وترشيد مسارها وهناك عوامل اخرى داخل المجتمع وخارجه تمارس دوراً سلبياً في الاضرار بالسلم الاجتماعي واثارة الفتن والنزاعات.

اما بالنسبة لأركان السِّلم الاجتماعي فهي لا تتصل فقط بالتاريخ، لكنها تقترب أكثر فأكثر من طبيعة الإدارة السياسية لذلك المجتمع. تتمثل تلك الأركان بالإدارة السلمية للتنوّع والتعدد، والاحتكام للقانون، والحكم الرشيد (القائم على المساءلة والشفافية والتمكين والمشاركة ومحاربة الفساد)، وإتاحة فضاءات لحرية التعبير، وتحقيق العدالة الاجتماعية، وتأصيل إعلام المواطنة ونشره، وتشكيل ذاكرة للعمل المشترك.

المبحث الثالث: اتجاهات طلبة الجامعات العراقية نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة الحوار وتعزيز السلم المجتمعي

هدف هذا البحث الى اجراء دراسة علمية لموضوع اتجاهات طلبة الجامعة نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز السلم المجتمعي. واختار الباحث لإكمال هذا البحث عينة بطريقة الصدفة (١٠٠ طالب وطالبة)من طلبة كليتي الاعلام والإدارة والاقتصاد في الجامعة العراقية لاعتمادها كعينة ممثلة يمكن دراستها . وتم توزيع استمارة استبيان علمية صادق عليها مجموعة من الخبراء في مجال التخصص للحصول على بيانات ومعلومات اخضعها الباحث بعد تفريغها الى معادلات إحصائية للحصول على نتائج يمكن تعميمها وإعتمادها علميًا

اولا : تحليل البيانات

1-مقدار الوقت الذي يقضيه المبحوثين في التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (3) يبين مقدار الوقت الذي يقضيه المبحوثين في التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

مقدار وقت تعرض المبحوثين	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
اقل من ساعة	24	24	3
من ساعة الى ثلاث ساعات	49	49	1
ثلاث ساعات فأكثر	27	27	2
المجموع	100	%100	-

تبين من تحليل الاستبانة في جدول (3) ما يلي:

جاءت فئة (من ساعة إلى ثلاث ساعات) في مقدمة الوقت الذي يقضيه المبحوثين في التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة مئوية قدرها (49%)، يليه فئة (ثلاث ساعات فأكثر) بالمرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرها (27%)، وأخيراً فئة (أقل من ساعة) بالمرتبة الأخيرة بنسبة مئوية قدرها (24%).

ومما سبق يتبين أن المبحوثين يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي ولكن اهتمامهم بكل ما يرد بها ليس طوال اليوم لأنهم من شريحة طلبة الجامعة وانشغالهم بالدراسة والالتزامات العائلية الأخرى.

2-الأوقات المفضلة للمبحوثين للتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (4) يبين الأوقات المفضلة للتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

الأوقات المفضلة للتعرض	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
الصباح	5	3,8	4
بعد الظهر	28	21,5	3
المساء	57	43,8	1
ليلاً	40	30,8	2
المجموع	*130	%100	-

تبين من تحليل الاستبانة في جدول (4) ما يلي:

* يتضح ان عدد التكرارات يبلغ (130)، بينما حجم عينة البحث هي (100)، ويرجع سبب ارتفاع عدد التكرارات كون الإجابة على هذا السؤال كانت تسمح باختيار أكثر من بديل.

جاءت فئة (المساء) في مقدمة الأوقات المفضلة للتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة مئوية قدرها (43.8%)، يليه فئة (ليلاً) بالمرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرها (30.8%)، ثم فئة (بعد الظهر) بالمرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرها (21.5%)، وأخيراً فئة (الصباح) بالمرتبة الأخيرة بنسبة مئوية قدرها (3.8%).

ومما سبق يتضح لنا أن غالبية المبحوثين يفضلون التعرض الى مواقع التواصل الاجتماعي في المساء وهذا يدل أن عينة البحث لديها الوقت الكافي للتعرض إلى مواقع التوصل الاجتماعي في المساء.

3-الأماكن المفضلة لاستخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (5) يبين الأماكن المفضلة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

الأماكن المفضلة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
المنزل	95	64.6	1
النادي أو الكوفي شوب	22	15	2
الكلية	18	12.2	3
السيارة	12	8.2	4
المجموع	*147	%100	-

تبين من تحليل الاستبانة في جدول (5) ما يلي:

جاءت فئة (المنزل) في مقدمة الأماكن المفضلة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة مئوية قدرها (64.6%)، يليه فئة (النادي أو الكوفي شوب) بالمرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرها (15%)، وجاءت فئة (الكلية) بالمرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرها (12.2%)، وأخيراً فئة (السيارة) بالمرتبة الأخيرة بنسبة مئوية قدرها (8.2%).

ومما سبق يتبين لنا أن غالبية المبحوثين يفضلون التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي في المنزل لوجود متسع من الوقت للتواصل مع الناس بحرية تامة.

4-المواقع التي يفضل استخدامها من قبل المبحوثين.

جدول (6) يبين المواقع التي يفضل استخدامها من قبل عينة البحث.

المواقع المفضلة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
الفيس بوك	70	55,1	1
تويتر	3	2,4	4
يوتيوب	33	26	2
أخرى تذكر	21	16,5	3
المجموع	*127	%100	-

تبين من تحليل الاستبانة في جدول (6) ما يلي:

جاءت فئة (الفيس بوك) في مقدمة المواقع التي يفضل استخدامها من قبل عينة البحث بنسبة مئوية قدرها (55.1%)، يليه فئة (يوتيوب) بالمرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرها (26%)، وجاءت فئة (أخرى تذكر) بالمرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرها (16.5%)، وأخيراً فئة (تويتر) بالمرتبة الأخيرة بنسبة مئوية قدرها (2.4%).

ويتضح لنا مما سبق أن موقع الفيس بوك وموقع اليوتيوب يأتيان من أولويات اهتمامات المبحوثين من حيث الاستخدام مقارنة بالمواقع الأخرى. وذلك لما تمتاز به هذه المواقع من سعة الانتشار وسهولة الاستخدام وتنوع أدواتها وموضوعاتها.

* يتضح ان عدد التكرارات يبلغ (147)، بينما حجم عينة البحث هي (100)، ويرجع سبب ارتفاع عدد التكرارات كون الإجابة على هذا السؤال كانت تسمح باختيار أكثر من بديل.

* يتضح ان عدد التكرارات يبلغ (127)، بينما حجم عينة البحث هي (100)، ويرجع سبب ارتفاع عدد التكرارات كون الإجابة على هذا السؤال كانت تسمح باختيار أكثر من بديل.

5-الزمن الذي يقضيه المبحوثين في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (7) يبين منذ متى استخدم المبحوثون مواقع التواصل الاجتماعي.

منذ متى استخدم المبحوثون مواقع التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
منذ اقل من عام	21	21	2
من عام إلى أقل من 3 اعوام	17	17	3
من 3 اعوام فأكثر	62	62	1
المجموع	100	%100	-

تبين من تحليل الاستبانة في جدول (7) ما يلي:

جاءت فئة (من 3 اعوام فأكثر) في مقدمة الزمن الذي يقضيه المبحوثين في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة مئوية قدرها (62%)، يليه فئة (منذ اقل من عام) بالمرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرها (21%)، وأخيراً فئة (من عام إلى أقل من 3 اعوام) بالمرتبة الأخيرة بنسبة مئوية قدرها (17%).

ومما سبق يتبين لنا أن عينة البحث لديهم معرفة باستخدام هذه المواقع والتعامل معها وهذا يشير الى وعي المبحوثين بأهمية مواقع التواصل الاجتماعي.

6-أهم القضايا التي يناقشها المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (8) يبين أهم القضايا التي يناقشها المبحوثون على مواقع التواصل الاجتماعي.

أهم القضايا	التكرار	النسبة المئوية	درجة الحرية	قيمة كا2		مستوى الدلالة
				المحسوبة	الجدولية	
التعايش والتوصل إلى نقاط اتفاق مع الآخر.	28	28	2	19.258	5.99	0.01
تطبيق مبدأ الحوار والتحاور والتفاهم مع الآخر.	34	34				
التركيز على قضايا هامشية (إمتاع وتسلية وكاريكاتير)	38	38				
المجموع	100	%100				

تبين من تحليل الاستبانة في الجدول (8) ما يلي:

تشير بيانات الجدول إلى أن (38%) من أفراد عينة الدراسة يهتمون بقضايا (إمتاع وتسلية وكاريكاتير) والتي تركز على قضايا هامشية على مواقع التواصل الاجتماعي، بينما ما نسبته (34%) من أفراد العينة يهتمون بمناقشة القضايا التي تساهم في (تطبيق مبدأ الحوار والتحاور والتفاهم مع الآخر)، في حين يهتم (28%) من أفراد عينة الدراسة بمناقشة القضايا التي تركز على (التعايش والتوصل إلى نقاط اتفاق مع الآخر).

تشير بيانات الجدول إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية في بين آراء عينة الدراسة في أهم القضايا التي يناقشها المبحوثون على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة كا2 المحسوبة (19.258) وهي أكبر من القيمة الجدولية (5.99) ودرجة حرية (2)، وهي دالة احصائيا عند مستوى دلالة (0.01).

ويتضح مما سبق أن المبحوثين يفضلون الهروب من الواقع والظروف الصعبة التي يعاني منها المجتمع ويتجهون الى الامتاع والتسلية عند التصفح لمواقع التواصل وذلك لشعورهم أن هناك تقصير من قبل الحكومة والاحزاب السياسية ومنظمات المجتمع المدني في تفعيل مبدأ الحوار والتفاهم مع الآخر للتعايش والتوصل إلى نقاط متفق عليها.

7-سبب لجوء المبحوثين للحوار عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (9) يبين سبب لجوء المبحوثون للحوار عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

ت	سبب لجوء المبحوثون للحوار عبر وسائل التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	للدفاع عن آرائهم الخاصة.	41	27,5	2
2	لدفع الآخر إلى تبني وجهات نظر محددة.	13	8,7	7

3	يحد من تطرف الصراعات العرقية.	15	10,1	5
4	يكسر من شوكة التعصب القبلي.	6	4	8
5	لمهاجمة الآخر .	14	9,4	6
6	ينمي الشعور بالأخوة الإنسانية، ويقضي على الحقد والضغينة.	23	15,4	4
7	يشيع المحبة والتعاون بين الناس.	37	24,8	3
8	يقوي العلاقات بين الأفراد.	44	29,5	1
	المجموع	*149	%100	-

تبين من تحليل الاستبانة في الجدول (9) ما يلي:
جاءت فئة (يقوي العلاقات بين الأفراد) في مقدمة سبب لجوء المبحوثون للحوار عبر وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة مئوية قدرها (29.5%)، تلتها فئة (للدفاع عن آرائهم الخاصة) بالمرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرها (27.5%)، ثم فئة (يشيع المحبة والتعاون بين الناس) بالمرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرها (24.8%)، وجاءت فئة (ينمي الشعور بالأخوة الإنسانية، ويقضي على الحقد والضغينة) بالمرتبة الرابعة بنسبة مئوية قدرها (15.4%)، تلتها فئة (يحد من تطرف الصراعات العرقية) بالمرتبة الخامسة بنسبة مئوية قدرها (10.1%)، ثم فئة (لمهاجمة الآخر) بالمرتبة السادسة بنسبة مئوية قدرها (9.4%)، تلتها فئة (لدفع الآخر إلى تبني وجهات نظر محددة) بالمرتبة السابعة بنسبة مئوية قدرها (8.7%)، وأخيراً فئة (يكسر من شوكة التعصب القبلي) بالمرتبة الأخيرة بنسبة مئوية قدرها (4%).
ويتضح مما سبق أن سبب لجوء المبحوثون للحوار عبر وسائل التواصل الاجتماعي يعد مؤشراً إلى اهتمام المبحوثين بلغة الحوار لأنه يقوي أواصر المحبة والتعاون بين أبناء المجتمع.

6- أهم العبارات التي تثير اهتمام المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (10) يبين أهم العبارات الي تثير اهتمام المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي

أهم العبارات الي تثير اهتمام المبحوثين	التكرار	النسبة المئوية	درجة الحرية	قيمة كا2		مستوى الدلالة
				المحسوبة	الجدولية	
التسامح والمحبة.	26	26	3	10.618	7.82	0.05
احترام الحرية الشخصية.	23	23				
احترام خصوصية الفرد.	17	17				
حرية الفكر والتعبير.	34	34				
المجموع	100	%100				

تبين من تحليل الاستبانة في الجدول (10) ما يلي:
تشير بيانات الجدول إلى أن نسبة (34%) من أفراد عينة الدراسة يرون أن (حرية الفكر والتعبير) في مقدمة العبارات الي تثير اهتمامهم على مواقع التواصل الاجتماعي، تلتها فئة (التسامح والمحبة) بالمرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرها (26%)، ثم فئة (احترام الحرية الشخصية) بالمرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرها (23%)، وأخيراً فئة (احترام خصوصية الفرد) بالمرتبة الأخيرة بنسبة مئوية قدرها (17%).
تشير بيانات الجدول إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية في بين آراء عينة الدراسة في أهم العبارات التي تثير اهتمامهم على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة كا2 المحسوبة (10.618) وهي أكبر من القيمة الجدولية (7.82) ودرجة حرية (3)، وهي دالة احصائيا عند مستوى دلالة (0.05).
ومن نتائج الجدول السابق يتضح لنا أن العبارات الي تثير اهتمام عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي تعد مؤشراً إلى اهتمام المبحوثين بحرية الرأي وإشاعة روح المحبة والتسامح بين أبناء المجتمع.

* يتضح ان عدد التكرارات يبلغ (149)، بينما حجم عينة البحث هي (100)، ويرجع سبب ارتفاع عدد التكرارات كون الإجابة على هذا السؤال كانت تسمح باختيار أكثر من بديل.

7-أكثر المواضيع التي يهتم بها المبحوثون عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (11) يبين أكثر المواضيع التي يهتم بها المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ت	أكثر المواضيع التي يهتم بها المبحوثين	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	المواضيع الدينية.	20	9,5	4
2	المواضيع السياسية.	18	8,5	5
3	المواضيع الرياضية.	37	17,5	2
4	المواضيع الثقافية.	70	33,2	1
5	المواضيع الاقتصادية.	5	2,4	9
6	وحدة الجنسية.	3	1,4	10
7	وحدة الدين	8	3,8	8
8	وحدة المجتمع.	23	10,9	3
9	وحدة اللغة.	10	4,7	7
10	وحدة العادات والتقاليد.	17	8,1	6
	المجموع	*211	%100	-

تبين من تحليل الاستبانة في الجدول (11) ما يلي:

جاءت فئة (المواضيع الثقافية) في مقدمة المواضيع التي يهتم بها المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة مئوية قدرها (33.2%)، تلتها فئة (المواضيع الرياضية) بالمرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرها (17.5%)، ثم فئة (وحدة المجتمع) بالمرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرها (10.9%)، وجاءت فئة (المواضيع الدينية) بالمرتبة الرابعة بنسبة مئوية قدرها (9.5%)، تلتها فئة (المواضيع السياسية) بالمرتبة الخامسة بنسبة مئوية قدرها (8.5%)، ثم فئة (وحدة العادات والتقاليد) بالمرتبة السادسة بنسبة مئوية قدرها (8.1%)، تلتها فئة (وحدة اللغة) بالمرتبة السابعة بنسبة مئوية قدرها (4.7%)، وجاءت فئة (وحدة الدين) بالمرتبة الثامنة بنسبة مئوية قدرها (3.8%)، تلتها فئة (المواضيع الاقتصادية) بالمرتبة التاسعة بنسبة مئوية قدرها (2.4%)، وأخيراً فئة (وحدة الجنسية) بالمرتبة الأخيرة بنسبة مئوية قدرها (1.4%).

8-مواقع التواصل الاجتماعي تساعد المبحوثين في فهم ثقافة الحوار من خلال:

جدول (12) يبين أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد المبحوثين في فهم ثقافة الحوار.

ت	مواقع التواصل الاجتماعي تساعد المبحوثين في فهم ثقافة الحوار	التكرار	النسبة المئوية	درجة الحرية	قيمة كا2		مستوى المعنوية
					المحسوبة	الجدولية	
1	تعميق الوعي بأهمية الحوار في بناء أسس التعايش السلمي داخل الوطن.	24	24	3	11.851	7.82	0.05
2	تعميق الوعي بأن الحوار مع الآخرين يساهم في بناء المواطنة الصالحة.	22	22				
3	تقليل حدة الخلاف بين أبناء الوطن.	15	15				
4	معرفة كيف يفكر الآخر في الموضوعات.	39	39				
	المجموع	100	%100				

تبين من تحليل الاستبانة في الجدول (12) ما يلي:

تشير بيانات الجدول إلى أن فئة (معرفة كيف يفكر الآخر في الموضوعات) كانت في مقدمة الموضوعات التي تساعد عينة المبحوثين في فهم ثقافة الحوار عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة مئوية قدرها (39%)، تلتها فئة (تعميق الوعي بأهمية الحوار في بناء أسس التعايش السلمي داخل الوطن) بالمرتبة

* يتضح ان عدد التكرارات يبلغ (211)، بينما حجم عينة البحث هي (100)، ويرجع سبب ارتفاع عدد التكرارات كون الإجابة على هذا السؤال كانت تسمح باختيار أكثر من بديل.

الثانية بنسبة مئوية قدرها (24%)، ثم فئة (تعميق الوعي بأن الحوار مع الآخرين يساهم في بناء المواطنة الصالحة) بالمرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرها (22%)، وأخيراً فئة (تقليل حدة الخلاف بين أبناء الوطن) بالمرتبة الأخيرة بنسبة مئوية قدرها (15%).

تشير بيانات الجدول إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية في بين آراء عينة الدراسة في العبارات التي تساعد المبحوثين في فهم ثقافة الحوار عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة كا2 المحسوبة (11.851) وهي أكبر من القيمة الجدولية (7.82) ودرجة حرية (3)، وهي دالة احصائيا عند مستوى دلالة (0.05).

ومن نتائج الجدول السابق يتضح لنا أن العبارات الي تساعد عينة الدراسة على فهم ثقافة الحوار عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعد مؤشراً إلى اهتمام المبحوثين بشيوع ثقافة الحوار لزيادة الوعي وتقبل الآخر من اجل تقليل حدة الخلاف بين أبناء الوطن الواحد.

9-مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على تحقيق التفاعل الاجتماعي والسلم المجتمعي.

جدول (13) يبن أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على تحقيق التفاعل الاجتماعي والسلم المجتمعي

ت	مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على تحقيق التفاعل الاجتماعي والسلم المجتمعي	التكرار	النسبة المئوية	درجة الحرية	قيمة كا2		مستوى الدلالة
					المحسوبة	الجدولية	
1	العمل على علاج الغلو والتطرف الذي قد يوجد لدى بعض الناس.	26	26	2	7.325	5.99	0.05
2	ترسيخ مبدأ الوسطية والاعتدال لدى أبناء المجتمع.	40	40				
3	تحصين المجتمع من خلال الحوار ضد التأثر بالثقافات السلبية الوافدة.	34	34				
	المجموع	100	%100				

تبين من تحليل الاستبانة في الجدول (13) ما يلي:

تشير بيانات الجدول إلى أن فئة (ترسيخ مبدأ الوسطية والاعتدال لدى أبناء المجتمع) في مقدمة القضايا التي تعمل على تحقيق التفاعل الاجتماعي وتقبل الآخر عبر مواقع التوصل الاجتماعي بنسبة مئوية قدرها (40%) تلتها فئة (تحصين المجتمع من خلال الحوار ضد التأثر بالثقافات السلبية الوافدة) بالمرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرها (34%)، وأخيراً فئة (العمل على علاج الغلو والتطرف الذي قد يوجد لدى بعض الناس) بالمرتبة الأخيرة بنسبة مئوية قدرها (26%).

تشير بيانات الجدول إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية في بين آراء عينة الدراسة في العبارات التي تعمل على تحقيق التفاعل الاجتماعي وتقبل الآخر، حيث بلغت قيمة كا2 المحسوبة (7.325) وهي أكبر من القيمة الجدولية (5.99) ودرجة حرية (2)، وهي دالة احصائيا عند مستوى دلالة (0.05).

ويتضح مما سبق أن نسبة كبيرة من المبحوثين يرون أن ترسيخ مبدأ الوسطية والاعتدال لدى أبناء المجتمع يعمل على تحقيق التفاعل الاجتماعي والسلم المجتمعي، وهذا يشير إلى أن عينة البحث مع منهج الوسطية والاعتدال لتحصين المجتمع من التأثر بالثقافات السلبية الدخيلة على المجتمع.

10-التصورات والسيناريوهات التي يجب العمل عليها عبر مواقع التواصل لإقامة حوار حقيقي مع الغرب.

جدول (14) يبين التصورات والسيناريوهات التي يجب العمل عليها عبر مواقع التواصل لإقامة حوار حقيقي مع الغرب.

ت	التصورات والسيناريوهات التي يجب العمل عليها عبر مواقع التواصل لإقامة حوار حقيقي مع الغرب	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	وضع قانون دولي يجرم التعرض للمعتقدات الدينية لأي جماعة أو تشويه رموزها	40	28,4	2

2	عقد مؤتمر دولي للتسامح مع الآخر والإعلان عن مبادئ عامة ملزمة للطرفين.	22	15,6	3
3	عدم المساس بحقوق الآخر.	55	39	1
4	تجديد الخطابات الدينية والفكرية التي كانت سبباً في تفاقم الصراعات والأزمات بين الجانبين.	14	9,9	4
5	القضايا المطروحة إزاء العلاقة مع الآخر.	10	7,1	5
	المجموع	*141	%100	-

تبين من تحليل الاستبانة في الجدول (14) ما يلي:
جاءت فئة (عدم المساس بحقوق الآخر) في مقدمة التصورات والسيناريوهات التي يجب العمل عليها عبر مواقع التواصل لإقامة حوار حقيقي مع الغرب بنسبة مئوية قدرها (39%)، تلتها فئة (وضع قانون دولي يجرم التعرض للمعتقدات الدينية لأي جماعة أو تشويه رموزها) بالمرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرها (28.4%)، ثم فئة (عقد مؤتمر دولي للتسامح مع الآخر والإعلان عن مبادئ عامة ملزمة للطرفين) بالمرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرها (15.6%)، وجاءت فئة (تجديد الخطابات الدينية والفكرية التي كانت سبباً في تفاقم الصراعات والأزمات بين الجانبين) بالمرتبة الرابعة بنسبة مئوية قدرها (9.9%)، وأخيراً فئة (القضايا المطروحة إزاء العلاقة مع الآخر) بالمرتبة الأخيرة بنسبة مئوية قدرها (7.1%).
ومن نتائج الجدول السابق يتضح لنا أن التصورات والسيناريوهات التي يجب العمل عليها عبر مواقع التواصل لإقامة حوار حقيقي مع الغرب هو عدم المساس بحقوق الآخرين مع وضع ميثاق شرف دولي يحاسب كل من يتعرض لمتعقداتهم ورموزهم.

11-اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي بالقضايا المطروحة إزاء السلم المجتمعي.

جدول (15) مدى اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي بالقضايا المطروحة إزاء السلم المجتمعي.

ت	مدى اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي بالقضايا المطروحة إزاء السلم المجتمعي	التكرار	النسبة المئوية	درجة الحرية	قيمة كا2		مستوى الدلالة
					المحسوبة	الجدولية	
1	التسامح السياسي.	10	10	3	9.618	7.82	0.05
2	التسامح الديني.	28	28				
3	التسامح الاجتماعي.	42	42				
4	التسامح الفكري.	20	20				
	المجموع	100	%100				

تبين من تحليل الاستبانة في الجدول (15) ما يلي:
تشير بيانات الجدول أن فئة (التسامح الاجتماعي) كانت في مقدمة القضايا التي المطروحة إزاء **السلم المجتمعي** عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة مئوية قدرها (42%)، تلتها فئة (التسامح الديني) بالمرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرها (28%)، ثم فئة (التسامح الفكري) بالمرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرها (20%)، وأخيراً فئة (التسامح السياسي) بالمرتبة الأخيرة بنسبة مئوية قدرها (10%).
تشير بيانات الجدول إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية في بين آراء عينة الدراسة في العبارات التي تهتم بالقضايا المطروحة إزاء العلاقة مع الآخر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة كا2 المحسوبة (9.618) وهي أكبر من القيمة الجدولية (7.82) ودرجة حرية (3)، وهي دالة احصائيا عند مستوى دلالة (0.05).

* يتضح ان عدد التكرارات يبلغ (141)، بينما حجم عينة البحث هي (100)، ويرجع سبب ارتفاع عدد التكرارات كون الإجابة على هذا السؤال كانت تسمح باختيار أكثر من بديل.

ومن نتائج الجدول السابق يتضح لنا أن التسامح الاجتماعي كان في مقدمة العبارات التي تهتم بالقضايا المطروحة إزاء السلم المجتمعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي لما له من أهمية كبيرة في توحيد المجتمع والحفاظ على النسيج المجتمعي.

12- اهتمام القائمين على مواقع التواصل بسلسلة من الأمور التي تساعد في السلم المجتمعي.

جدول (16) يبين مدى اهتمام القائمين على مواقع التواصل بسلسلة من الأمور التي تساعد في السلم المجتمعي.

ت	مدى اهتمام القائمين على مواقع التواصل بسلسلة من الأمور التي تساعد في السلم المجتمعي	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
1	تغيير وتعديل مناهج التعليم لزرع ثقافة السلم المجتمعي.	44	28,6	1
2	توجيه وسائل الإعلام المختلفة كي تؤكد على ثقافة السلم المجتمعي.	26	16,9	4
3	نبذها لكل الثقافات التي تشجع على التعصب والتطرف.	28	18,2	3
4	أن يكون الخطاب الديني خطاباً معتدلاً ويدعم ثقافة التسامح والسلم المجتمعي.	32	20,8	2
5	خلق مجتمع مدني ديمقراطي.	24	15,6	5
	المجموع	*154	%100	-

تبين من تحليل الاستبانة في الجدول (16) ما يلي:

جاءت فئة (تغيير وتعديل مناهج التعليم لزرع ثقافة قبول الآخر) في مقدمة اهتمام القائمين على مواقع التواصل الاجتماعي بسلسلة من الأمور التي تساعد في قبول الآخر بنسبة مئوية قدرها (28.6%)، تلتها فئة (أن يكون الخطاب الديني خطاباً معتدلاً ويدعم ثقافة التسامح والسلم المجتمعي) بالمرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرها (20.8%)، ثم فئة (نبذها لكل الثقافات التي تشجع على التعصب والتطرف) بالمرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرها (18.2%)، وجاءت فئة (توجيه وسائل الإعلام المختلفة كي تؤكد على ثقافة السلم المجتمعي) بالمرتبة الرابعة بنسبة مئوية قدرها (16.9%)، وأخيراً فئة (خلق مجتمع مدني ديمقراطي) بالمرتبة الأخيرة بنسبة مئوية قدرها (15.6%).

ومن نتائج الجدول السابق يتضح لنا أن اهتمام القائمين على مواقع التواصل الاجتماعي بسلسلة من الأمور التي تساعد في السلم المجتمعي هو تغيير وتعديل مناهج التعليم لزرع ثقافة السلم المجتمعي وهذا يشير إلى ضرورة اهتمام القائمين بالاتصال بنشر ثقافة تغيير وتعديل مناهج التعليم على مواقع التواصل الاجتماعي لشيوع ثقافة السلم المجتمعي.

13- المسؤولية الجسيمة التي تقع على عاتق المسؤولين على وسائل التواصل الاجتماعي.

جدول (17) يبين المسؤولية الجسيمة التي تقع على عاتق المسؤولين على وسائل التواصل الاجتماعي.

ت	المسؤولية الجسيمة التي تقع على عاتق المسؤولين على وسائل التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية	درجة الحرية	قيمة كا2		مستوى الدلالة
					المحسوبة	الجدولية	
1	تقديم المضمون الثقافي والفكري الذي يهدف لنشر ثقافة التسامح.	37	37	3	10.348	7.82	0.05
2	ترسيخها للوسطية التي جاء بها الدين الإسلامي الحنيف.	30	30				
3	التقليل من عناصر الاختلاف في التركيب الثقافي لدى أبناء المجتمع.	25	25				
4	التقليل من وجود الثقافات الفرعية وهذا	8	8				

* يتضح ان عدد التكرارات يبلغ (154)، بينما حجم عينة البحث هي (100)، ويرجع سبب ارتفاع عدد التكرارات كون الإجابة على هذا السؤال كانت تسمح باختيار أكثر من بديل.

	ما يعرف (بالتفكك الثقافي) فقدان النظام الاجتماعي أصالته ووحدته.						
	المجموع	100	%100				

تبين من تحليل الاستبانة في الجدول (17) ما يلي:
تشير بيانات الجدول أن فئة (تقديم المضمون الثقافي والفكري الذي يهدف لنشر ثقافة التسامح) في مقدمة قضايا المسؤولية الجسيمة التي تقع على عاتق المسؤولين على وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة مئوية قدرها (37%)، تلتها فئة (ترسيخها للوسطية التي جاء بها الدين الإسلامي الحنيف) بالمرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرها (30%)، ثم فئة (التقليل من عناصر الاختلاف في التركيب الثقافي لدى أبناء المجتمع) بالمرتبة الثالثة بنسبة مئوية قدرها (25%)، وأخيراً فئة (التقليل من وجود الثقافات الفرعية وهذا ما يعرف (بالتفكك الثقافي) فقدان النظام الاجتماعي أصالته ووحدته) بالمرتبة الأخيرة بنسبة مئوية قدرها (8%).
تشير بيانات الجدول إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية في بين آراء عينة الدراسة في العبارات التي تضمنت المسؤولية الجسيمة التي تقع على عاتق المسؤولين على وسائل التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة كا2 المحسوبة (10.348) وهي أكبر من القيمة الجدولية (7.82) ودرجة حرية (3)، وهي دالة احصائيا عند مستوى دلالة (0.05).
يتضح لنا أنه على المسؤولين على مواقع التواصل الاجتماعي سواء كانت مواقع حكومية أو لمنظمات مجتمع مدني أو أحزاب أو مواقع شخصية تقديم مضمون يهدف إلى نشر ثقافة التسامح مع الآخرين للحفاظ على التركيب الثقافي والاجتماعي للمجتمع.

نتائج فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي بالقضايا المطروحة إزاء العلاقة مع الآخر وفقاً للنوع الاجتماعي.
و لمعرفة دلالة الفرق في متوسطات درج ات اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي بالقضايا المطروحة إزاء العلاقة مع الآخر لعينة المبحوثين من الذكور والإناث، استعمل الباحث الاختبار التائي (T- test) لعينتين مستقلتين فاتضح له أن متوسط الذكور (9.6715) وبانحراف معياري (3.85712)، ومتوسط الإناث (8.3174) وبانحراف معياري (3.43125) و بدرجة حرية (98) درجة، و أن القيمة التائية المحسوبة (5.249) أكبر من القيمة الجدولية (1.98). و تشير هذه النتيجة إلى أن الفرق دال إحصائياً عند مستوى (0.05) وجدول (18) يوضح ذلك.

جدول (18) القيمة التائية لدلالة الفرق بين الذكور والإناث في متوسط درجات اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي بالقضايا المطروحة إزاء العلاقة مع الآخر.

الجنس	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	القيمة التائية		مستوى الدلالة
					المحسوبة	الجدولية	
ذكور	50	9.6715	3.85712	98	5.249	1.98	دالة
إناث	50	8.3174	3.43125				

وهذه النتيجة تشير إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بمتوسط درجات اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي بالقضايا المطروحة إزاء العلاقة مع الآخر عند مستوى دلالة (0.05) ولصالح الذكور بمتوسط حسابي قدره (9.6715).
وبذلك ثبت صحة الفرضية الأولى والتي مؤداها "توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي بالقضايا المطروحة إزاء العلاقة مع الآخر وفقاً للنوع الاجتماعي".

الفرضية الثانية:

توجد علاقة ارتباطية بين أهم القضايا التي تساعد المبحوثين في فهم ثقافة الحوار وبين العمل على تحقيق التفاعل الاجتماعي وتقبل الآخر.

جدول (19) يبين العلاقة بين أهم القضايا التي تساعد المبحوثين في فهم ثقافة الحوار وبين العمل على تحقيق التفاعل الاجتماعي وتقبل الآخر.

المتغير	العمل على تحقيق التفاعل الاجتماعي وتقبل الآخر	
أهم القضايا التي تساعد المبحوثين في فهم ثقافة الحوار	معامل ارتباط بيرسون	مستوى الدلالة
	0.760	0.01

توضح بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة بين أهم القضايا التي تساعد المبحوثين في فهم ثقافة الحوار وبين العمل على تحقيق التفاعل الاجتماعي وتقبل الآخر، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون 0.760** عند مستوى دلالة 0.01. وبذلك ثبت صحة الفرضية الثانية.

ثانيا: النتائج:

1- يتابع المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي من (1-3) ساعة وهذا ما يؤكد اهتمامهم بكل ما يرد بها. ولكن ليس طوال اليوم لأنهم من شريحة طلبة الجامعة وانشغالهم بالدراسة والالتزامات العائلية الأخرى.

2- غالبية المبحوثين يفضلون التعرض الى مواقع التواصل الاجتماعي في المساء بنسبة (43,8%) وهذا يدل أن عينة البحث لديهم الوقت الكافي للتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي مساءاً.

3- غالبية المبحوثين يفضلون التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي في المنزل بنسبة (81,9%) باعتباره المكان المفضل لوجود متسع من الوقت للتواصل مع الناس بحرية تامة.

4- كشفت نتائج الدراسة أن موقعي الفيس بوك واليوتيوب يأتيان في أولويات اهتمامات المبحوثين من حيث الاستخدام مقارنة بالمواقع الأخرى. وذلك لما تمتاز به هذه المواقع من سعة الانتشار وسهولة الاستخدام وتنوع أدواتها وموضوعاتها.

5- نستشف من تحليل بيانات الجدول (8) أن المبحوثين يفضلون الهروب من الواقع والظروف الصعبة التي يعاني منها المجتمع ويتجهون الى الامتاع والتسلية عند التصفح لمواقع التواصل وذلك لشعورهم أن هناك تقصير من قبل الحكومة ومنظمات المجتمع المدني في تفعيل مبدأ الحوار والتفاهم مع الآخر للتعايش والتوصل إلى نقاط متفق عليها.

6- نستشف من البيانات الواردة في الجدول (9) أن سبب لجوء المبحوثين للحوار عبر وسائل التواصل الاجتماعي يعد مؤشراً إلى اهتمام المبحوثين بلغة الحوار لأنه يقوي أواصر المحبة والتعاون بين أبناء المجتمع.

7- نستنتج من البيانات الواردة في الجدول (10) أن العبارات الي تثير اهتمام عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي تعد مؤشراً إلى اهتمام المبحوثين بحرية الرأي وإشاعة روح المحبة والتسامح بين أبناء المجتمع.

8- تشير البيانات الواردة في الجدول (11) أن غالبية المبحوثين لديهم اهتمام بالمواضيع (الثقافية) بنسبة مئوية قدرها (33,1%) وبالمواضيع (الرياضية) بنسبة مئوية قدرها (17,5%).

9- نستشف من تحليل بيانات الجدول (12) أن العبارات الي تساعد عينة الدراسة على فهم ثقافة الحوار عبر مواقع التواصل الاجتماعي تعد مؤشراً إلى اهتمام المبحوثين بشيوع ثقافة الحوار لزيادة الوعي والسلم المجتمعي من اجل تقليل حدة الخلاف بين أبناء الوطن الواحد.

10- أشارت البيانات الواردة في الجدول (13) أن نسبة كبيرة من المبحوثين يرون أن ترسيخ مبدأ الوسطية والاعتدال لدى أبناء المجتمع يعمل على تحقيق التفاعل الاجتماعي والسلم المجتمعي ، وهذا يشير إلى أن عينة البحث مع منهج الوسطية والاعتدال لتحصين المجتمع من التأثر بالثقافات السلبية الدخيلة على المجتمع.

11- نستشف من تحليل البيان الواردة في الجدول (14) أن التصورات والسيناريوهات التي يجب العمل عليها عبر مواقع التواصل لإقامة حوار حقيقي مع الغرب هو عدم المساس بحقوق الآخرين مع وضع ميثاق شرف دولي يحاسب كل من يتعرض لمتعقداتهم ورموزهم.

12- يتضح لنا من تحليل البيانات الواردة في الجدول (15) أن التسامح الاجتماعي كان في مقدمة العبارات التي تهتم بالقضايا المطروحة إزاء العلاقة مع الآخر عبر مواقع التواصل الاجتماعي لما له من أهمية كبيرة في توحيد المجتمع والحفاظ على النسيج المجتمعي.

13- تشير البيانات الواردة في الجدول (16) أن اهتمام القائمين على مواقع التواصل الاجتماعي بسلسلة من الأمور التي تساعد في السلم المجتمعي هو تغيير وتعديل مناهج التعليم لزرع ثقافة السلم المجتمعي وهذا يشير إلى ضرورة اهتمام القائمين بالاتصال بنشر ثقافة تغيير وتعديل مناهج التعليم على مواقع التواصل الاجتماعي لشيوع ثقافة السلم المجتمعي.

14- يتضح لنا من تحليل الجدول (17) أنه على المسؤولين على مواقع التواصل الاجتماعي سواء كانت مواقع حكومية أو لمنظمات مجتمع مدني أو أحزاب أو مواقع شخصية تقديم مضمون يهدف إلى نشر ثقافة التسامح مع الآخرين للحفاظ على التركيب الثقافي والاجتماعي للمجتمع.

15- أظهرت نتائج الدراسة ثبتوت صحة الفرضية الأولى والتي مؤداها "توجد فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي بالقضايا المطروحة إزاء العلاقة مع الآخر وفقاً للنوع الاجتماعي".

16- كشفت نتائج الدراسة ثبوت صحة الفرضية الثانية بوجود علاقة ارتباطية موجبة بين أهم القضايا التي تساعد المبحوثين في فهم ثقافة الحوار وبين العمل على تحقيق التفاعل الاجتماعي وتقبل الآخر.

ثالثا: التوصيات:

ومن هنا نتساءل عن ماهية الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمعات فيما يتعلق بنشر ثقافة التسامح والحوار وثقافة الديمقراطية والوعي السياسي وحقوق الإنسان وثقافة والاختلاف والتعددية والتنوع. حيث أوصت الدراسة بالآتي:

1. توجيه رسالة إمضمونها هو نشر ثقافة التسامح واللاعنف والأخوة والمساواة بين أبناء المجتمع العراقي .
2. أن تقدم المضمون الثقافي والفكري الذي يهدف لنشر ثقافة التسامح وترسيخها والوسطية التي جاء بها الدين الإسلامي الحنيف .
3. التقليل من عناصر الاختلاف في هذه الثقافة التي أذكتها عوامل متعددة داخلية وخارجية أحدثت خللا في التركيب الثقافي لدى أبناء المجتمع .

المصادر

1- أحمد جاسم مطرود، دور المؤسسة الإعلامية في نشر ثقافة التسامح، مجلة جامعة بابل، العلوم الإنسانية، المجلد23، العدد4، 2015.

2- أحمد شهاب أحمد، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على اتجاهات وسلوك المراهقين في العراق، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنيا، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2019.

3- أحمد مختار عبد الحميد عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، ج2، الطبعة الأولى، عالم الكتب، 1429.

4- بشرى جميل الراوي، " دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير مدخل نظري "، مجلة العلوم السياسية، العدد 44، كلية العلوم السياسة، جامعة بغداد، 2012.

5- ديوبولد فان دالين وآخرون، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ط2، ترجمة، محمد نبيل نوفل - سلمان الخضرى الشيخ - طلعت منصور غبريال- سيد أحمد عثمان، (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، 2010).

6- زينة سعد نوشي وبيرق حسين جمعة الربيعي، شبكات التواصل الاجتماعي وحرية التعبير عن الحقوق الفردية والتنوع الاجتماعي، الفيس بوك نموذجا، تأثير، مجلة الباحث الإعلامي، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2017.

7- سحر محمد وهبي، دور وسائل الإعلام في تقديم القدوة للشباب الجامعي، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 1996).

8- سعود صالح الكاتب، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، (جدة: جامعة الملك عبد العزيز، 2011).
9- عبد الأمير مويت الفيصل وإسراء هاشم، انتهاك الخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة الباحث الإعلامي، العدد36، كلية الإعلام جامعة بغداد، 2017.
10- علاء حسين جاسم النداوي، تأثير الإعلام الجديد في العلاقات الاجتماعية، مجلة الباحث الإعلامي، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2017.
11- علي عبد الهادي عبد الأمير، اتجاهات اساتذة الجامعة نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة الباحث الإعلامي، العدد32، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2016.
12- فؤاد البهي السيد، علم النفس الإحصائي وقياس العقل البشري، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1979).
13- ليث بدر يوسف وزهراء حسين الحداد، المسؤولية الاجتماعية في الصحافة الالكترونية، (عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع، 2017).
14- ماجد سالم تربان ، الانترنت والصحافة الالكترونية " رؤية مستقبلية "، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية،2008).
15- محمد جمال الفار، المعجم الاعلامي، (عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع، 2006 م)، http://www.dr-saud-a.com/vb/showthread.php .تاريخ الزيارة 2021/7/5
16- مشتاق طالب فاضل، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي 2014-2017، مجلة تكريت للعلوم السياسية، العدد 12، كلية العلوم السياسية، جامعة تكريت، 2018.
17- المهدي المنجرة، حوار التواصل من أجل مجتمع معرفي، (الدار البيضاء: مطبعة النجاح الجديدة، 2005).