



دور الإعلام الجديد في تعزيز قضايا السلم المجتمعي بعد صفحة تنظيم داعش الارهابي
(دراسة على جمهور مدينة الرمادي)

د. عبد الستار حميد جديع

جامعة الأنبار - كلية الآداب

sattarhj69@gmail.com

DOI

10.37653/juah.2021.171726

تم الاستلام: ٢٠٢٠/١٢/١٦

قبل للنشر: ٢٠٢١/٢/١٨

تم النشر: ٢٠٢١/١٢/١

الكلمات المفتاحية

الإعلام الجديد

السلم المجتمعي

محافظة الأنبار

الملخص:

جاء هذا البحث تحت عنوان (دور الإعلام الجديد في تعزيز السلم المجتمعي في محافظة الأنبار - دراسة على جمهور مدينة الرمادي)، وكان الهدف الرئيس له هو التعرف على لدور الذي يمارسه الاعلام الجديد في تعزيز السلم المجتمعي في محافظة الأنبار، وقد تفرعت منه مجموعة اهداف فرعية وكالاتي:

١. التعرف على اعلى دور تلعبه وسائل الاعلام الجديد في تعزيز السلم المجتمعي في الأنبار.

٢. التقصي عن اكثر المواقع متابعة من جمهور المحافظة.

٣. الكشف عن افضل المضامين حول السلم المجتمعي يتابعها الجمهور

واعتمد الباحث على المنهج المسحي بالاستعانة بأداة الاستبانة للوصول الى النتائج، وتمثل مجتمع البحث بجمهور محافظة الأنبار اما عينته فهي عينه من مدينة الرمادي مركز محافظة الأنبار وبلغت (٢٥٠) مبحوثا، وقد توصل البحث الى النتائج الآتية:

١- اشارت اكثر اجابات المبحوثين بان عدم وجود خطاب اعلامي موحد نحو بناء مجتمعي قيمى ايجابي من اهل السلبيات في الاعلام الجديد .

The Role of the New Media in Promoting Societal Peace Issues after the ISIS Terrorist(A: Study on the Public in Ramadi)

Dr. Abdul Sattar Hamid Judea
College of Arts - University of Anbar

Abstract:

This research comes under the title (The Role of New Media in Promoting Societal Peace in Anbar Governorate - A Study on the Public in Ramadi). The main aim of this research is to identify the role that the new media plays in promoting societal peace in Anbar Governorate. My agencies:

- 1- .Identify the highest role that the new media plays in promoting societal peace in Anbar.
- 2 -Investigate the most follow-up sites from the governorate's audience.
- 3-Disclosure of the best contents about societal peace, to be followed by the public

The researcher relies on the survey method using the questionnaire tool to reach the results, and the research community was represented by the public of Anbar Governorate. As for his sample, it is from the city of Ramadi, the center of Anbar Governorate, and it reaches (250) respondents, and the research reaches the following results:

- 1-Most of the respondents' answers indicated that the lack of a unified media discourse towards building a society with positive values among the negatives in the new media
- 2 -The results also proved that presenting ideas and opinions that stimulate a sense of true citizenship comes at the forefront of methods that have an impact on societal peace.

Submitted: 16/12/2020

Accepted: 18/02/2021

Published: 01/12/2021

Keywords:

New Media
Social Peace
Anbar Governorate.

©Authors, 2021, College of Education for Humanities University of Anbar. This is an open-access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



المقدمة

المتابع للمشهد الإعلامي العراقي خلال السنوات الماضية يجد صور وخطاب اعلامي مؤدلج لتحقيق غايات واهداف معينه للتأثير في الرأي العام وجاء خطاب (داعش) ليعزز هذا المفهوم في زرع التفرقة والطائفية وما حمله من سموم وكلمات اثارت لدى المتلقي أفكار واجندات معينه حاول من خلال هذا الخطاب من تغيير رؤي وأفكار معينه بدواعي دينيه وطائفية معا وعاش الجمهور وخاصة في المناطق التي احتلت من قبل داعش في ضوء هذا المفاهيم خاصة العوائل التي لم تستطع النزوح والهجرة نتيجة الظروف المادية التي حالت دون ذلك في تضليل وأفكار هدامه حاول زرعها هذا التنظيم في نفوس أبناء المجتمع . اذا حاولنا من خلال هذا الدراسة تسليط الضوء على المقاربات والجدل الذي حاول الاعلام الجديد بكافة انواعه من شبكات تواصل اجتماعي ومواقع الكترونية للصحف والمجلات والمدونات في قدرتها على معالجة هذا الأفكار ومحاولة إيجاد رؤى جديدة تقرب بين الجمهور في ضوء المشتركات التي تجمع وفي نظام يسوده الوطن والمواطنة والانتماء والتعايش السلمي وبناء منظومه اجتماعيه وفق السياقات التي تقول الولاء للوطن أولاً.

ونتيجة ذلك تطلب الامر تسليط الضوء على مدى معالجة هذه الأفكار ويحاول إيجاد رؤى فاعله من قبل وسائل الاعلام الجديد تقرب بين الجمهور في ضوء المشتركات التي تجمع المواطنين استنادا الى قيم الوطن والمواطنة والانتماء وفضح التعامل الوحشي والتشوية المنهج من قبل زمر داعش الإرهابي التي تهدف الى تربية أجيال جديده عدائية السلوك . لذا هدفت دراستنا الى تقديم الملامح الرئيسية عن مدى قدره وسائل الاعلام الجديد بكافة أنواعها للتأثير في الجمهور بالإحداث المحلية ونبذ الأفكار الهدامة بين افراد مجتمع المحافظة والخروج بمجموعه من الاستنتاجات والتوصيات في هذا الجانب .

واستعانة الباحث بالمنهج المسحي للوصول الى النتائج المستوحاة من دراسة لذلك جاء البحث مقسما الى ثلاث مباحث وعلى النحو الاتي :

المبحث الأول: الاطار المنهجي للدراسة ، المبحث الثاني تناول الاطار النظري والمعرفي للدراسة ، اما في المنهج الثالث فقد خصص الوقت متغيرات الدراسة بعرض وتحليل النتائج ولخص الباحث النتائج والتوصيات

المبحث الأول : الاطار المنهجي للدراسة

أولاً: مشكلة الدراسة وتساؤلاتها

تميز الاعلام الجديد يتناوله كقنوات فاعليه وجديدة الأسلوب في التدفق المعلومات خارج مؤسسات النظام الرسمي الذي كان يسيطر بشكل عام على تدفق المعلومات ، وحدثت هذا الميزة انعكاسات كبيرة على قواعد حرية النشر والتعبير والمشاركات في صنع الاحداث، لذا وجدت الجماعات المتطرفة وسائل تستطيع عن طريقها نقل الآراء والمعتقدات الى الجماهير مما تثير الرعب والعنف في النفوس تحاول من خلالها تفتيت المنظومة القيمية السائدة.

يمكن ان نحدد مشكلة الدراسة بالتساؤل : ما دور الإعلام الجديد في تعزيز السلم المجتمعي في محافظة الانبار؟

فضلا عن طرح بعض التساؤلات الفرعية.

١. ما اكثر دور تلعبه وسائل الاعلام الجديد في تعزيز السلم المجتمعي في محافظة الانبار.

٢. ما اكثر المواقع الالكترونية متابعة من جمهور المحافظة.

٣. ماهي افضل المضامين التي تشجع على السلم المجتمعي ويتابعها الجمهور

ثانياً: أهمية الدراسة

تكمن اهمية الدراسة في المعالجات التي تطرحها عن طريق استقراء الواقع الاجتماعي والتعاطي مع هذا الأفكار والتصدي لها في ضوء ذلك تتحدد الأهمية التطبيقية لهذا الدراسة لتحديد ابعاد العلاقة الجدلية بين الاعلام الجديد وقضايا السلم المجتمعي . في الجوانب الأتية

١- يستمد البحث أهميته من الموضوع الذي يعالجه الاعلام يعد من ابرز سمات عصرنا الحالي ، وانطلاقاً من معايينه تغيرات حقيقه في ممارسه العمل الإعلامي .

٢- يبرز الجوانب المختلفة للرسائل الإعلامية التي تطرحها وسائل الاعلام الجديد .

٣- يوفر معلومات للباحثين والمهتمين في الاعلام ويمكن ان يمثل نقطة انطلاق الى أبحاث في هذا المجال .

٤- فضلا عن كون دراستنا تبحث في اخطار الأفكار والآراء التي تبثها وسائل الاعلام الجديد في تفنيت المنظومة القيمة والسلم المجتمعي وكيفية التصدي لها للوصول الى اهداف محدد

ثالثا: اهداف الدراسة

تمثلت اهداف الدراسة بالهدف الرئيس الذي نحاول الوصول اليه وهو: التعرف على الدور الذي يمارسه الاعلام الجديد في تعزيز السلم المجتمعي في محافظة الانبار، وقد تفرعت منه مجموعة اهداف فرعية وكالاتي:

١. التعرف على اعلى دور تلعبه وسائل الاعلام الجديد في تعزيز السلم المجتمعي في الانبار.

٢. التقصي عن اكثر المواقع متابعة من جمهور المحافظة.

٣. الكشف عن افضل المضامين حول السلم المجتمعي يتابعها الجمهور

رابعا: منهج وعينه الدراسة

تعد دراستنا وصفية من حيث النوع، التي استخدمت المنهج المسحي المتعلق بطبيعة الظاهرة او موقف مجموعه من الناس من الاحداث والأوضاع بغرض الحصول على معلومات كافيه (الجزان-١٤٣١هـ -ص٤٢)، بالاستعانة بأداة الاستبانة للوصول الى النتائج، اما عينة البحث فهي عينه تم اختيارها بالطريقة العمدية ممن تتوافر الشروط تبعاً للعدد النسبي لسكان محافظة الانبار، وبحجم (٢٥٠) مبحوثا من مدينة الرمادي.

سابعاً: حدود الدراسة

حدود الدراسة المكانية : مدينة الرمادي

حدود الدراسة الزمانية : تم انجاز العمل وتوزيع الاستبانة وتحليلها في مدة زمينه

بدأت من ٢٠١٩/١٠/١ الى ٢٠١٩/١١/١ .

ثامناً: دراسات سابقة

١- دراسة الاء ماهر خفاجة ، دور المواقع الإلكترونية الحديثة (المدونات ،

الفيس بوك ، اليوتيوب) .

في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المجتمعية (الجيزاني ، ١٤٣١ هـ) ركزت هذا الدراسة على وسائل الاعلام الحديثة في محاوله لمعرفة اقبال الشباب بصفه خاصه على الاعلام الجديد واعتمادهم وثقتهم بالأخبار والمعلومات المقدمة عن طريقه . حاول الباحث استعراض وتقييم اكبر عدد من وسائل الاعلام الحديثة المتاحة للمستخدمين بكافة انحاء العالم من مدونات وبرامج محادثة ويوتيوب .

٢- دراسة سحر جابر حسن عبد الجواد ، الاثار الاجتماعية والمجتمعية لتعامل الشباب الجامعي مع مواقع التواصل الاجتماعي (عبد الجواد ، ٢٠١٤) . تناولت هذا الدراسة الاثار الاجتماعية والمجتمعية على شباب الجامعات المصرية في التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي والتعرف على العلاقات الاجتماعية سواء في الواقع الافتراضي او الواقعي ومحاولة الوقوف على الاثار التي احدثتها هذا المواقع سواء الايجابي او السلبي في تشكيل سمات قطاع الشباب داخل المجتمع والتي وضعت العالم نحو عصر التفاعلية والتواصل والمعلومات وحرية الرأي والتعبير .

٣- خالد محمد عبد القادر دور برامج التلفزيون في بث ثقافة السلم المجتمعي . دراسة اتجاهات الجمهور نحو برنامج المسامح كريم (عبد القادر ، ٢٠١٤) . هدفت الدراسة الى الكشف عن اهمية السلم الاجتماعي ومعرفة موقف المشاهدين من الموضوعات التي يقدمها برنامج (المسامح كريم) وتحديد درجة التفاعل مع البرنامج وقطاعات المتابعين له .

استخدم الباحث منهج تحليل المضمون في اخذه عشر حلقات خلال عام ٢٠١٤ - ٢٠١٥ وبينت النتائج التي توصل اليها بأن البرنامج يطرح قضايا مجتمعية متنوعة تعالج بعض الخلافات الاسرية ونبذ كل ما من شأنه هدم البناء الاجتماعي .

التعليق على الدراسات السابقة

قدمت الدراسات السابقة عدد من التحليلات السيسولوجيا ذات صلة بالأعلام الجديد من خلال ما عرضه يظهر بأن لهذا الاعلام دوراً كبيراً في التعبير عن روح الانتماء والامن والسلم المجتمعي من خلال بث الآراء التي تعزز روح وثقافة التعايش السلمي لدى الجمهور ، وما احدثته هذا الوسائل من تقريب لوجهات النظر في القضايا الخلافية واستفاد الباحث من هذا الدارسات ونتائجها في البحث الحالي .

المبحث الثاني : الاطار النظري للبحث

اولاً : نظرية ترتيب الأوليات Agenda setting theory

وظفت الدراسة فرضيات نظرية ترتيب الأوليات او ما يسمى وضع الأجندة عن طريق ترتيب القضايا التي لها أولوية لدى الجمهور في الاعلام الجديد في توظيف القضايا والسمات لدى افراد المجتمع .

تهتم بحوث ترتيب الأوليات بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الاعلام وال جماهير التي تعرض لتلك الرسائل في تحديد أولويات القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تهم الجمهور وتفترض هذا النظرية ان وسائل الاعلام لا تستطيع ان تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تقع في المجتمع انما يختار القائمين على هذا الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها (مكاوي-٢٠٠٩-ص٢٨٨)

وترجع الأصول الاولي لنظريه ترتيب الأوليات الى العالم (ولتر ليبمان) في كتاب الرأي العام عام ١٩٢٢ من وجهه نظر ليبمان ان الرسائل الإعلامية تساهم بشكل او بأخر بتكوين الصور الذهنية عند الجمهور بالكثير من الأحيان (عبدالحميد-١٩٩٧-ص٢٧٤)

لقد طرح العديد من العلماء الأسئلة حول الاتفاق بين ترتيب الأهمية الذي تضعه الوسيلة الإعلامية للمواد الإخبارية والقضايا والموضوعات والترتيب الذي يضعه جمهور ومتلقين لهذا الأهمية ودرجه الاختلاف والاتفاق بين الاثنين ما اذا كان ترتيب الوسائل سبب في ترتيب الجمهور ام لا واذا كانت هذا العلاقة السببية تعد صورة من صور تأثير وسائل الاعلام ودورها في تشكيل الحقائق الاجتماعية للجمهور (عبدالحميد-٢٠١٠-ص٣٤٢)

وحدد (شاو و مارتن) (ahaw and martin) اربعة أنواع لقياس ترتيب الأوليات هي : (مكاوي-٢٠٠٩-ص٢٩١)

- ١- نموذج يركز على قياس أولويات اهتمام الجمهور ، وأولويات اهتمام وسائل الاعلام اعتماداً على المعلومات التجميعية .
- ٢- نموذج يركز على مجموعه من القضايا ولكن ينقل وحده التحليل في المستوي الكمي والكلي الذي يعتمد على معلومات تجميعيه الى المستوى الفردي .
- ٣- نموذج يعتمد على دراسة قضية واحدة في وسائل الاعلام وعند الجمهور انطلاقاً من فكرة التأثير الذي يختلف من وقت الى آخر .

٤- نموذج يدرس قضية واحدة وينطلق من الفرد كوحده للتحليل وتشير اغلب الدراسات التي استنتج الباحث منها لقياس ترتيب الأوليات .

أ- توجيه الأسئلة المفتوحة في اغلب القضايا من حيث الأهمية للمجتمع وبتيح هذا الأسلوب اهمية كبيرة للمبوحوثين في تحديد القضايا واولوياتها .

ب- توجيه الأسئلة المغلقة عن طريق امداد المبحوث بقائمة مختارة من الموضوعات التي يمكن ان تشكل أولوياته على ان يقوم المبحوث بترتيب القضايا حسب ادراكه الشخصي لها .

ثانيا: الاعلام الجديد (new media)

يعرف الاعلام الجديد او الاعلام الرقمي digital media هو مصطلح يضع كافة تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية والتي جعلت من الممكن انتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي نريدها في الوقت والشكل الذي نريده من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة والغير متصلة بالانترنت والتفاعل مع المستخدمين الاخرين (كاتب- ٢٠٠١ص٧٤)

ويعرف أيضا بانه مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكنا من انتاج المحتوى الإعلامي ونشره واستهلاكه بمختلف الاشكال من خلال الأجهزة الإلكترونية المتصلة والغير متصلة بالانترنت (وليد-٢٠١١ص٢١٣) .

فالاعلام الجديد اعلام ديناميكي تفاعلي يجمع النص والصورة والصوت في ملف واحد وتؤدي هذا التقنية دوراً في إضفاء الواقعية على هذا النوع من الاعلام الذي اصبح بإمكان المستفيد التفاعل مع الطرح الإعلامي وقراءته والتعليق عليه مما يجعلنا نصف الصحف الإلكترونية كأحد أدوات الاعلام الجديد وانها تتيح للقارئ التفاعل مع النص وطرح اراء كثيرة ومتعددة والخروج بمجموعه من الرؤى والأفكار حول الموضوع الواحد .

ويشير احد أساتذة الاعلام المتخصص في الاعلام الجديد الى انه مجموعة الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكنا من انتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف اشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية المتصلة والغير متصلة بالانترنت (الكرخي-٢٠١٦ص٤٥).

ويمكن الإشارة الى ان الاعلام الجديد يشير الى حاله من التنوع في الاشكال والتكنولوجيا والخصائص ويشر الى حركه ديناميكية من التطور والانتشار.

مميزات الاعلام الجديد

يتسم الاعلام الجديد بمميزات عده يمكن اجمالها بالاتي : (الحلوه-٢٠١٢-ص٨٤)

- ١- التواصل الشبكي المتداخل اذ ينتج بالتواصل مع نطاق عده وليس من نقطة واحدة كما هو الحال في الاتصال الجماهيري التقليدي.
- ٢- سهوله الوصول والدخول (access) من قبل المستخدمين ليقوم بنشاطهم كمراسلين ومستقبلين معاً
- ٣- التنوع الغزير في المحتوي مقارنة بالاعلام القديم .
- ٤- التفاعلية وهيه قدره المستخدم على المشاركة في انتاج المحتوي الاتصالية صفه تكاد تكون معدومة في الاعلام التقليدي .
- ٥- سعة الانتشار والتحرر المكاني وعدم ارتباط الاعلام الجديد بمنطقة جغرافية محددة.

الاعلام الجديد والسلم المجتمعي

يرى ماكلوهان ان التحول الأساسي في الاتصال التكنولوجي تجعل هذا التحولات تبدأ من الشعوب وليس فقط من التنظيم الاجتماعي وانما من الحواس الإنسانية وان لوسائل الاعلام اسلوباً تعمل بمقتضاه تساعد على فهم التغيرات الاجتماعية التي تطرئ على المجتمعات وتأثر على طريقه تفكيره وسلوكه (قاسم-٢٠٠٦-ص٦٧).

معظم الشبكات الاجتماعية الموجودة هيه عباره عن مواقع ويب تقدم مجموعه من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية ، الرسائل الخاصة ، البريد الالكتروني ، الفيديو والتدوين ، مشاركة الملفات ، وغيرها من الخدمات ومن الواضح ان هذا الشبكات قد أحدثت تغيرا في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات في تبادل المعلومات (عليان-٢٠١٠-١٧٤) .

ونظراً لارتباط قطاع كبير من الافراد لتلك الوسائل الإعلامية الجديدة أصبحت تأثيرها على النواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية واضحاً لا نها تتعامل مع المعلومة لحظة وقوعها معززه بصور وتعليق والرد (اللبان-٢٠٠١-ص٧٢).

لذا اضحى هذا الاعلام جزءاً من حياه الناس وغدت تلك الوسائل ذات تأثير قوي في صناعه شخصيه الفرد وأصبحت هي الموجه له سواء كان إيجابيا او سلبيا وعلى قيم الانتماء والمواطنة ورح التعايش المجتمعي ، لذا فإن الشعور بالانتماء للوطن يتزايد من شعور الفرد بالأمان الاقتصادي والسياسي في وطنه وهذا الشعور يؤدي في زيادة الإنتاج لمحاولة الارتقاء بمستواه الاقتصادي مما يشعره بالانتماء اكثر لهذا الوطن (عبدالحميد-٢٠٠١-ص١٨٥).

المبحث الثالث : نتائج الدراسة الميدانية

أولاً : وصف متغيرات الدراسة

١- النوع الاجتماعي:

بعد ان اتم الباحث عملية تفريغ البيانات التي توصل اليها في مجموعة من الجداول، نأتي الان على عرض النتائج التي تم التوصل اليها:

فبخصوص موضوع توزيع افراد العينة بحسب النوع الاجتماعي، حيث اظهرها الجدول

(١) الاتي:

جدول رقم (١) توزيع افراد العينة حسب متغير لنوع الاجتماعي

النوع	التكرار	النسبة
ذكر	١٣٣	٥٣.٢%
انثي	١١٧	٤٦.٨%
المجموع	٢٥٠	١٠٠

يتضح من الجدول رقم (١) ان الذكور بلغ تعدادهم (١٣٣) مبحوثا وبنسبة (٥٣,٢%) اما الاناث فقد بلغ تكرارها (١١٧) وبنسبة (٤٦,٨%) لذا تشير النتائج الى ان هناك تقارب في نسبة جنس المبحوثين >

٢- العينة حسب العمر

ومن اجل التعرف على توزيع افراد العينة حسب العمر، يمكننا ملاحظة الجدول (٢)

الاتي:

جدول رقم (٢) توزيع افراد العينة حسب العمر

العمر	التكرار	النسبة	المرتبة
-------	---------	--------	---------

	المئوية		
الثانية	٢٩.٦	٧٤	٣٠-٢٠
الثالثة	٢٤.٤	٦١	٤٠-٣١
الاولي	٣٤	٨٥	٥٠-٤١
الرابعة	١٢	٣٠	٥٠ فأكثر
	%١٠٠	٢٥٠	المجموع

يتضح من الجدول رقم (٢) ان عينة البحث توزع على اربع فئات عمرية تبدأ من الفئة العمرية (٢٠ - ٣٠) سنة وتنتهي بالفئة العمرية (٥٠) عام فأكثر ويتضح ان الفئة العمرية (٤٠ - ٥٠) سنة كانت اعلى نسبة من المبحوثين وقد أشار اليها (٨٥) مبحوثا ونسبة (٣٤%) ثم تلتها الفئة العمرية من (٢٠ - ٣٠) سنة وجاءت بالمرتبة الثانية اذا أشار لها (٧٤) مبحوثا ونسبة (٢٩,٦) ، وفي المرتبة الثالثة فقد جاءت الفئة العمرية (٣١ - ٤٠) سنة وقد أشار لها (٦١) مبحوثا وبنسبة (٢٤,٤%) ، وفي المرتبة الأخيرة جاءت فئة (٥٠ فأكثر) وقد أشار لها (٣٠) مبحوثا وبنسبة (١٢%)

لذا تشير النتائج ان اغلب اعمار المبحوثين هم من الفئات العمرية المتوسطة

والشبابية

٣- العينة حسب السكن

جدول رقم (٣) توزيع افراد العينة حسب منطقة السكن

السكن	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
ريف	١١٣	٤٥.٢	الثانية
الحضر	١٣٧	٥٤.٨	الاولي
المجموع	٢٥٠	١٠٠	

ملخص من الجدول رقم (٣) ان اغلب الافراد العينة يسكنون في المناطق الحضرية وجاء بنسبه ٥٤.٨% من مجموع افراد العينة في حيث جاء من يسكن المناطق الريفية نسبه ٤٥.٢% من افراد العينة

٤- العينة حسب المستوى التعليمي

جدول رقم (٤) توزيع افراد العينة حسب المستوى التعليمي

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	المؤهل العلمي
الخامسة	٣.٦%	٩	ابتدائي
الثانية	١٨%	٤٥	اعدادي
الاولي	٤٥.٦%	١١٤	بكالوريوس
الرابعة	١٥.٦%	٣٩	ماجستير
الثالثة	١٧.٢%	٤٣	دكتوراه

نلاحظ من الجدول (٤) ان ٣.٦% من افراد العينة هم من حملة شهادة الابتدائي وان ١٨% من افراد العينة يحملون شهادة الاعدادي وان ٤٥.٦% من افراد العينة هم من حملة شهادة البكالوريوس وهي اعلى نسبة من افراد العينة كونه المجتمعات بدأت تبحث عن الشهادات في حين جاءت نسبة ١٥.٦% من افراد العينة هم من حملة شهادة الماجستير وان ١٧.٢% من افراد العينة هم من حملة شهادة الدكتوراه وتؤكد نسب التعليم لأفراد العينة الوعي ولاهتمام لان اغلب افراد العينة هم يحملون شهادة جامعية .

٥- العينة حسب المتابعة

جدول رقم (٥) توزيع افراد العينة حسب المتابعة للأعلام الجديد

المرتبة	النسبة	التكرار	المتابعة
الاولي	٩٧.٢%	٢٤٣	نعم
الثانية	٢.٨%	٧	كلا
	١٠٠%	٢٥٠	المجموع

يبين الجدول رقم (٥) ان اغلب افراد العينة يتابعون الاعلام الجديد وجاءوا بنسبه ٩٧.٢% من مجموع نسبة افراد العينة في حيث اجاب ٧ مبحوثين ونسبه ٢.٨% بأنهم لا يتابعون الاعلام الجديد وقد استبعدوا من الأسئلة اللاحقة ليكون اجمال العينة ٢٤٣ مبحوثاً .

٦- العينة حسب ساعات المتابعة

جدول رقم (٦) توزيع افراد العينة حسب ساعات المتابعة للأعلام الجديد

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	ساعات المتابعة
الرابعة	٦.٥%	١٦	اقل من ساعه

ساعه يوميا	٢٤	%٩.٨	الثالثة
ساعتان	٨٦	%٤٨.١٤	الاولي
ثلاث ساعات واكثر	٨٦	%٣٥.٣	الثانية
المجموع	٢٤٣	%٩٩.٧	

يبين الجدول رقم (٦) بان نسبة ٦.٥% من افراد العينة يتابعون المواقع الإلكترونية في وقت مشاهدة لا قل من ساعة يوميا، في حين أجاب ما نسبته ٩.٨% من افراد العينة بأنهم يقضون ساعه يوميا في متابعه الاعلام الجديد في حين أجاب ٤٨.١٤% من افراد العينة بانهم يتابعون المواقع الإلكترونية بساعتين يوميا وهي اعلى نسبة مشاهدة ومتابعة للأعلام الجديد وهي نسبة طبيعية لقوة هذا الاعلام في هذا العصر التفاعلي فيما أجاب اكثر من ٣٥% بانهم يتابعون الاعلام التفاعلي الجديد بأكثر من ثلاث ساعات يوميا.

٧- العينة حسب التفضيل

* جدول رقم (٧) المواقع الإلكترونية الأكثر متابعة من قبل المبحوثين

نوع الموقع	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
الفيس بوك	٢٣٣	٧١.٤٧	الاولي
انستغرام	٤٤	١٣.٤٩	الثانية
اليوتيوب	٣٢	٩.٨١	الثالثة
الواتساب	١٧	٥.٢١	الرابعة
المجموع	٣٢٦	%١٠٠	

تشير النتائج ان مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر متابعة من قبل المبحوثين كما يوضح الجدول أعلاه واحتلت المرتبة الاولى من المتابعة وأشار إليها (٢٣٣) مبحوثا وبنسبة (٧١.٤٧%) في حين ان مواقع أخرى يتابعها المبحوثين جاءت بالمرتبة الثانية وبواقع (٤٤) مبحوثا وبنسبة (١٣.٤٩%) اما المرتبة الثالثة جاءت بالصحف الإلكترونية وبتكرار (٣٢) مبحوثا وبنسبة (٩.٨١%) اما المدونات فقد جاءت بالمرتبة الرابعة ولأخيرة حيث أشار إليها (١٧) مبحوثا وبنسبة (٥.٢١%).

لذا نستنتج من معطيات ان اغلب المبحوثين يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي وهذا الاتجاه يؤكد اهمية هذه المواقع لما تسمح به من تناول الآراء والأفكار بشكل مباشر وبالتالي سرعه القبول او الرفض من قبل الجمهور فيما يمس حالاتهم الاجتماعية ولا سيما محاربة الأفكار الهدافة .

* تشير النسب الى ارتفاع عدد المبحوثين لان اتيح للمبحوث الاجابة الى اكثر من خيار .

المحور الثالث : المضامين في الاعلام الجديد

جدول رقم (٨) اراء المبحوثين للمضامين التي تقدم في الاعلام الجديد حول قضايا السلم المجتمعي

ت	الفقرة	اتفق		محايد		لا اتفق	
		ك	%	ك	%	ك	%
١	تثير وسائل الاعلام الجديد قضايا معالجة الأفكار المتطرفة	١١٥	٤٨.٣	٣٧	١٥.٢	٩١	٣٧.٤
٢	يساهم الاعلام الجديد بكافة انواعه في تشكيل الوعي المجتمعي	١٨٣	٧٥.٣	٤	١.٦	٥٦	٢٣.٤
٣	تساهم المواقع الإلكترونية والصحف الإلكترونية في تشكيل اراء تثير الفتنة الطائفية	٦٤	٢٦.٣	٧٧	٣١.٦	١٠٢	١٤.٩
٤	هل تساهم وسائل الاعلام الجديد في خلق القنوات الإيجابية لدى الجماهير	١٢٣	٥٤.٣	٢٤	٩.٨	٩٦	٣٩.٥
٥	الموضوعات التي تطرح في الاعلام الجديد تعزز روح التعايش السلمي وقبول الآخر	١٦٧	٦٨.٧	٤٠	١٦.٤	٣٦	١٤.٨
٦	أسهمت وسائل الاعلام الجديد في خلق بيئة التسامح والقبول للأخر	١٤٢	٥٨.٤	٥٧	٢٣.٤	٤٤	١٨.١
٧	يستخدم الاعلام الجديد لغة اعلاميه متزنة تبث روح التسامح في	٩٦	٣٩.٥	٧٣	٣٠	٧٤	٣٠.٤



الانتماء بعد صفحة داعش							
٢٣	٧٨	٢٥.٩	٦٣	٤١.٩	١٠.٢	٨	اسهم الاعلام الجديد في وأد الفتنة خاصة بعد تسمم الأفكار وفرض الآراء من قبل داعش الإرهابي
	٥٧٧		٣٧٥	%١٠٠	٩٢٢		المجموع

بين رأي المبحوثين بالمضامين التي تبثها وسائل الاعلام الجديد حول قضايا السلم المجتمعي فقد ظهرت النتائج بأن اعلى نسبة للاستجابات جاءت مؤيدة لجميع فقرات السؤال التي تشير الى دور الاعلام الجديد في تعزيز قضايا السلم وفقا لما يأتي .

- احتلت فقره (يساهم الاعلام الجديد بكافة انواعه في تشكيل الوعي) المرتبة الاولى وجاءت بنسبة ٧٥,٣% اتفق ، ١,٦٤% محايد ، ٢٣,٤% لا اتفق

- في المرتبة الثانية جاءت فقره (الموضوعات التي تطرح في الاعلام الجديد تعزز روح التعايش السلمي وقبول الاخر) وجاءت بنسبه ٦٨,٧٢% اتفق ، و ١٦,٤٦% محايد ، ٢٤,٨١% لا اتفق .

- جاءت فقره اسهم وسائل الاعلام الجديد في خلق بيئة التسامح وقبول الرأي الاخر بالمرتبة الثالثة وبنسبه (٥٨,٤٣% - اتفق) و (٢٣,٤٥% محايد) و (١٨,١٠% لا اتفق)

- فيما كانت الفقره (هل تساهم وسائل الاعلام الجديد في خلق قناعات ايجابية لدى المجتمع) بالمرتبة الرابعة وبنسبة (٥٠,٦١% اتفق) و (٩,١٧% - محايد) و (٣٩,٥٠% لا اتفق)

- في حين جاءت فقره (تشير وسائل الاعلام الجديد قضايا معالجة الأفكار المتطرفة بالمرتبة الخامسة وبنسبة (٤٧,٣٢% - اتفق) و (١٥,٢٢% محايد) و (٣٧,٤٤% - لا اتفق)

- وفي المرتبة السادسة جاءت فقره (تساهم المواقع الإلكترونية في الصحف الالكترونية في تشكيل آراء تثير الفتن الطائفية) بانخفاض نسبة التأييد لمضمون الفقره

وارتفاع نسبة الرفض وبيواقع (٢٦,٣٣% اتفق) و (٣١,٦٨% محايد) و (٤١,٩٧% لا اتفق)

- اما فقرة (اسهم الاعلام الجديد في درأ الفتنة خاصة بعد تسميم الأفكار وفرض اراء من قبل التنظيم الإرهابي) جاءت بالمرتبة السابعة وبنسبه (٤١,٩٧% اتفق) و (٢٥,٩٢% محايد) و (٣٢,٠٩% لا اتفق)

- وفي المرتبة الأخيرة احتلت فقرة (الاعلام الجديد لغة إعلامية متزنة تثير روح التسامح والانتماء بعد صفحة داعش الإرهابي) وجاءت بنسبة (٣٩,٥٠% اتفق) و (٣٠,٠٤% محايد) و (٣٠,٤٥% لا اتفق) من خلال ما تقدم من نتائج يتضح ان اكثر من استجابات المبحوثين تشير الى ان المعلومات التي يبثها الاعلام الجديد تسهم في خدمة المجتمع باتجاه تعزيز قضايا السلم الأهلي ونبذ الطائفية وروح التسامح

جدول رقم (٩) يبين اراء المبحوثين من ابرز القضايا متابعه تعدد المنظومة الاجتماعية

(يمكن تأشير اكثر من خيار)

المرتبة	النسبة %	التكرارات	المؤشرات
الاولي	٣٥.١	١٤١	١- التصيق على الحريات العامة وحقوق الاقليات
الرابعة	١٦.٩	٦٨	٢- استخدام لغة طائفية
الثانية	٢٦.٦	١٠٧	٣- ممارسه القتل والتهجير ضد مكونات معينة
الثالثة	٢١.١	٨٥	٤- اطلاق تعابير واء متطرفة نوعاً ما
	١٠٠%	٤٠١	المجموع

دلت النتائج حول اراء افراد العينة عن المؤشرات في جدول رقم (٩) بأن (التصيق

على الحريات العامة وحقوق الأقليات)

هي من ابرز القضايا متابعه وتهدد منظومة التعايش الاجتماعي وجاب عنها ١٤١ مبحوثاً وبنسبه ٣٥% في حين جاء فقره (ممارسه القتل والتهجير ضد مكونات بعض) هي القضايا التي يتابعها الجمهور وتهدد المنظومة الاجتماعية وأجاب عنها (١٠٧) مبحوثاً

وينسبه ٢٦.٦% من مجموع افراد العينة في حين جاء فقرة (اطلاق تعابير وراء متطرفة نوعاً ما).

بالمرتبة الثالثة من حيث القضايا اكثر تركيز عليها وسائل الاعلام الجديد وتهدد قيم المجتمع الإيجابية وأجاب عنها ٨٥ مبحوثاً وينسبه ٢١% فيما أجاب ٦٨ مبحوثاً .
وينسبه ١٦.٥% وبأن استخدام اللغة الطائفية والشوفينية هي احد اكثر القضايا التي تهدد الامن المجتمعي وهو ما دل على حريه الرأي وعدم التضيق على الحريات العامة للأقليات بأن اكثر المؤشرات متابعه لدى افراد العينة.

*مؤشر الاجابات اكثر لأنه اتيح للمبحوث الإجابة على اكثر من خيار

جدول رقم (١٠) اراء افراد العينة عن التعابير المؤثرة عاطفياً كموقف بالسلم الاجتماعي

في الاعلام الجديد

المرتبة	النسبة المئوية	العينة	التكرار	المؤشرات
الثالثة	٢٤.٣		٨٩	١- المنشورات التي تحاول ان تقلل الشعور بالقلق
الاولي	٣٠.٣		١١١	٢- الأفكار والآراء التي تثير الإحساس بالمواطنة الحقه
الثانية	٢٥.٦		٩٤	٣- الآراء التي تنمي لديك روح التعايش وتقبل الآراء الأخرى
الرابعة	١٩.٦		٧٢	٤- الموضوعات التي تحاول إيجاد مشتركات مع فئات المجتمع الاخر
	٩٩.٨		٣٦٦	المجموع

دللت النتائج في جدول رقم (١٠) حول اراء العينة عن التعابير التي تؤثر عاطفياً على قضايا السلم الاجتماعي في الاعلام الجديد . جاءت فقرت الأفكار والآراء التي تثير الإحساس بالمواطنة الحقه من اكثر القضايا متابعه بالأعلام الجديد وجاءت بنسبه ٣٠.٣% في حين جاءت فقرة (الآراء التي تنمي لدى افراد العينة روح التعايش وتقبل الاخر بالمرتبة الثانية وينسبه ٢٥.٦% من إجابيات افراد العينة ، فيما جاءت فقرة (المنشورات التي تحاول ان تقلل الشعور بالقلق بالمرتبة الثالثة وينسبه ٢٤.٣% من إجابيات افراد العينة ، فيما أجاب

مع نسبته ١٩.٦% بانه الموضوعات التي تحاول ايجاد مشتركات بين فئات المجتمع هي المؤثر العاطفي نحو قضايا السلم الاجتماعي التي تطرح في وسائل الاعلام الجديد مؤشر الاجابات اكبر لأنه اتيح للمبحوث الإجابة على اكثر من خيار.

جدول رقم (١١) إجابات افراد العينة حول اهم السلبيات التي نجدها في موضوعات الاعلام

الجديد

المرتبة	النسبة	التكرار	المؤشرات
الثانية	٢٨%	١٢٤	١- السماح للآراء المتطرفة والأفكار السلبية
الاولي	٣٩.١%	١٧٣	٢- عدم وجود خطاب موحد نحو بناء مجتمعي وقيمي إيجابي
الثالثة	١٩%	٨٤	٣- ضعف المراقبة للمواقع التي تنشر النعرات الطائفية
الرابعة	١٣%	٦١	٤- تشويه وتحريف بعض الموضوعات
	١٠٠%	٤٤١	المجموع

تبين النتائج في الجدول رقم (١١) حول اراء افراد العينة حول بعض الموضوعات السلبية التي تطرح في الاعلام الجديد جاءت فقره (عدم وجود خطاب موحد نحو بناء مجتمعي ومسمي إيجابي) بالمرتبة الاولى من إجابات المبحوثين وبنسبه ٣٩% في حين أجاب ما بنسبه ٢٨% ان فقره (السماح للآراء المتطرفة والأفكار السلبية) هي احد السلبيات من الموضوعات التي نجدها في موضوعات الاعلام الجديد وجاءت بالمرتبة الثانية وبنسبه ١٩% اما فقره تشويه وتحريف بعض الموضوعات جاءت بالمرتبة الأخيرة ضمن إجابات افراد العينة وبنسبه ١٣% .

من هنا نجد وجود خطاب اعلامي يوحد الأفكار والآراء لبناء منظومة قيمة (فيما تلقى الأفكار المتطرفة التي جاءت بها المجاميع الإرهابية ضرورة ملحة .

النتائج

توصل الباحث عن طريق استعراض وتحقيق ما تقدم الى مجموعه من النتائج وكما

يلي .

١- اثبتت النتائج ان التعرض (لساعتين) يوميا للاعلام والوقت الذي احتل المرتبة الاولى حيث أشار اليه ما يقارب من نصف المبحوثين وبواقع (١١٧) وبنسبة (٤٨.١٤%)

٢- تشير النتائج ان اغلب المبحوثين وبواقع (٢٣٣) مبحوثا ، وبنسبة (٧١.٤٨%) يتابعون شبكات التواصل الاجتماعي فيما يخص حالاتهم الاجتماعية لمحاربة الأفكار الهدافة.

٣- دلت النتائج ان ما يزيد على نصف المبحوثين بنسبة (٥١.٥٨%) اشار الى ان المعلومات التي يبثها الاعلام الجديد تصب في خدمة المجتمع باتجاه تعزيز قضايا السلم الأهلي ونبذ الطائفية .

٤- تشير النتائج الى التضيق على الحريات وحقوق الانسان من اولي الممارسات للانسانية ومن أساليب الهدم النفسي للمجتمع حيث أشار اليها (١٤١) مبحوثا وبنسبة (٣٥.١%) من مجموع العينة.

٥- اثبتت النتائج ان طرح الأفكار والآراء التي تثير الإحساس بالمواطنة الحققة ، تأتي في مقدمة الأساليب المؤثرة بالسلم الاجتماعي .

٦- اشارت استجابات أكثرية المبحوثين بتكرار (١٧٣) ، وبنسبة (٣٩.١%) بان عدم وجود خطاب موحد نحو بناء مجتمعي وقيمي إيجابي من اهم السلبيات الموجودة في الاعلام الجديد .

قائمة المصادر

١- الاء ماهر خفاجة ، دور المواقع الالكترونية الحديثة في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي ، دراسة ماجستير غير منشورة ، كلية الآداب ، قسم الاعلام ، جامعة جنوب الوادي ، ٢٠١٣ ،

٢- حسن عماد مكايي وليلي حسين السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، ٢٠٠٩

- ٣- حشمت قاسم ، خدمات المعلومات مقوماتها واشكالها ، دار غريب للطباعة والنشر ، القاهرة ، ٢٠٠٦ ، ١٣
- ٤- خالد عبدالله الحلوة ، الاعلام الجديد، تأثيراته في تشكيل الرأي العام، بحوث في منتدى الجمعية السعودية للأعلام والاتصال ، جامعة الملك سعود ٢٠١٢
- ٥- خالد محمد عبد القادر ، دور برامج التلفزيون في بث ثقافة التسامح ، برنامج المسامح كريم ، مجله الباحث الإعلامي ، العدد ٣٩
- ٦- خالد وليد ، شبكات التواصل وديناميكية التعبير في العالم العربي ، بيروت ، دار الكتاب ، ٢٠١١
- ٧- سحر جابر حسن عبد الجواد ، الاثار الاجتماعية والمجتمعية لتعامل الشباب الجماعي مع مواقع التواصل الاجتماعي ، أطروحة دكتوراه ، معهد الدراسات والبحوث البيئية ، جامعه عين شمس ، ٢٠١٤
- ٨- سعود صالح كاتب ، الاعلام الجديد وقضايا المجتمع ، المؤتمر العلمي الإسلامي الثاني ، الرياض ، مملكة العربية السعودية ، ٢٠١١
- ٩- شريف درويش اللبان ، تكنولوجيا الاتصال ، المخاطر وتحديات والتأثيرات الاجتماعية ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، ٢٠٠٠
- ١٠- رحي مصطفى عليان ، خدمات المعلومات ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ٢٠١٠
- ١١- صلاح محمد عبدالحميد ، الاعلام الجديد ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ٢٠٠١
- ١٢- علي عبد الهادي الكرخي ، الاعلام الجديد في القنوات التلفزيونية ، دار امجد للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠١٦
- ١٣- محمد عبدالحميد ، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير ، عالم الكتب ، القاهرة ، ٢٠١٠
- ١٤- محمد عبد العزيز الحيزاني ، البحوث الإعلامية ، أسسها اساليبها مجالاتها ، الرياض ، مكتبة الملك فهد الوطنية ، ١٤٣١ هـ

English Reference

- 1-Alla Maher khafaja, the role of modern websites in shaping the trends of university youth , unpublished master's study, faculty of Arts, Department of media, South Valley University, 2013



- 2-Hassan Emad Makkawi and Leila Hussein El-Sayed, communication and its contemporary theories , Egyptian Lebanese House , Cairo, 2009
- 3-Heshmat Kassem, information services , its components and forms, Gharib printing and publishing house , Cairo, 2006 13
- 4-Khalid Abdullah Al-Hilweh, new media, its effects on the formation of Public Opinion, Research at the forum of the Saudi society for media and communication, King Saud University 2012
- 5-Khaled Mohamed Abdel Kader, the role of TV programs in broadcasting the culture of tolerance , the program of forgiveness is generous, media researcher magazine, No. 39
- 6-Khaled Walid, communication networks and the dynamics of expression in the Arab world, Beirut, Dar Al-Kitab, 2011
- 7-Sahar Jaber Hassan Abdel Gawad, social and societal effects of collective youth interaction with social networking sites, PhD thesis, Institute of Environmental Studies and research , Ain Shams University, 2014
- 8-Saud Saleh writer, New Media and community issues, the second Islamic scientific conference, Riyadh, Kingdom of Saudi Arabia, 2011
- 9-Sherif Darwish Al-Labban, communication technology, risks, challenges and social impacts , Egyptian Lebanese House , Cairo, 2000
- 10-Rabhi Mostafa Elyan, information services, Safa publishing and distribution house , Cairo, 2010
- 11-Salah Mohamed Abdel Hamid, new media, Dar Al-Fikr Al-Arabi, Cairo , 2001
- 12-Ali Abdulhadi Al-karkhi, new media in TV channels, Amjad publishing and distribution house , Amman, 2016
- 13-Mohamed Abdel Hamid, media theories and trends of influence, world of books , Cairo, 2010
- 14-Mohammed Abdul Aziz Al-haizani, Media Research, founded by its methods and fields, Riyadh, King Fahd National Library, 1431 Ah