

دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح

من وجهة نظر الصحفيين العراقيين – دراسة مسحية

**The Role of Social Media in spreading the culture of  
Tolerance from the Perspective of Iraqi Journalists –  
a survey Study**

إعداد

حميد شهيد جفات جفات

إشراف

الدكتور كامل خورشيد مراد

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير

في الإعلام

قسم الصحافة والإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

حزيران، 2019

## تفويض

أنا الطالب (حميد شهيد جفات) أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.



الاسم: حميد شهيد جفات

التاريخ : 2019/ 6 / 11

التوقيع :

---

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها :

(دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح

من وجهة نظر الصحفيين العراقيين - دراسة مسحية)

وأجيزت بتاريخ 11 / 6 / 2019

أعضاء لجنة المناقشة

#	الأسم	الصفة	جهة العمل	التوقيع
	د. كامل خورشيد مراد	رئيسا - مشرفا	جامعة الشرق الأوسط	
	د. أشرف المناصير	عضوا داخليا	جامعة الشرق الأوسط	
	د. أحمد حسين محمدين	عضوا خارجيا	جامعة الشرق الأوسط	

## الإهداء

الى روح والدي الطاهرة .

الى والدي الحنونة التي هي سر سعادتي .

الى زوجتي المخلصة الحنونة التي تقف في جاني دائما

وابدا.

الى أولادي الحسن والمصطفى .

والى كل من ساهم في إخراج هذا البحث الى النور

أهدي هذا العمل المتواضع .

## شكر وتقدير

يتقدم الباحث بجزيل الشكر والعرفان الى الدكتور كامل خورشيد مراد، الذي تفضل مشكورا بالموافقة على الاشراف على هذا لبحث ,ومنح البحث وصاحبه من علمه ووقته الشيء الكثير ,فله بالغ التقدير وخالص العرفان .

كما اشكر الأستاذ الدكتور عزت حجاب ، عميد كلية الأعلام ، والكادر التدريسي في كلية الاعلام و جامعة الشرق الأوسط الذين لم يبخلوا علي بالعلم والمعرفة ، والشكر موصول الى أعضاء لجنة المناقشة الأفاضل ، لما سيقدمونه من ملاحظات سديدة ستثري الدراسة .

كما أتقدم بالشكر الى حضرة الأستاذ مؤيد اللامي ، نقيب الصحفيين العراقيين والعرب ، لما قدمه لي من خدمه وتعاون في سبيل الارتقاء في العمل وتسهيل مهمتي الميدانية داخل العراق ، كما أشكر كل من : الأستاذ نجم العيساوي، الباحث الاعلامي المعروف ، والسيد لؤي الاسدي مدير قناة الديار الفضائية والسيد مدير قناة العراقية الفضائية والسيد مدير قناة الرشيد الفضائية والدكتور مناف هاشم والأستاذ ابراهيم عاشور الاسدي والأستاذ مروان الحجامي والأستاذ رافد عدنان والأستاذ مشرق الأسدي والأستاذ احمد عبد الجبار والأستاذ محمد المناصير في التسجيل الأستاذه ريم مسؤولة العلاقات لما قدموه لي من خدمات ,والزميل الأستاذ سلامة اللوزي والزميل الأستاذ صقر الشحيمي والزميل الأستاذ عمر أعلواني وأخي وصديقي علي عبد مفلش والأخت سهير قمر و الأخ العزيز تحسين صالح والدكتور أحمد القيسي . والى كل من ساعدني من قريب او بعيد :

فأملني أن يرقى هذا العمل الى تطلعات كل هؤلاء , ويصل الى الغاية التي رسمت له من

البداية

وأخر دعوانا الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على محمد واله الطيبين الطاهرين ،،،

الطالب : حميد شهيد جفات

نيسان 2019

## قائمة المحتويات

أ	العنوان .....
ب	التفويض .....
ج	قرار اللجنة .....
د	الشكر والتقدير .....
هـ	الاهداء .....
و	قائمة المحتويات .....
ز	قائمة الجداول .....
ط	قائمة الملحقات .....
ك	ملخص باللغة العربية .....
م	الملخص باللغة الانجليزية .....
1	الفصل الاول : خلفية الدراسة واهميتها .....
6	الفصل الثاني: الادب النظري و الدراسات السابقة .....
28	الفصل الثالث: منهجية الدراسة .....
39	الفصل الرابع: نتائج الدراسة .....
77	الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات .....
88	المراجع .....
93	الملحقات .....

### قائمة الجداول

الصفحة	محتوى الجدول	رقم الفصل - رقم الجدول
30	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سمات العينة المبحوثة	1-3
35	قيم معاملات الإتساق الداخلي باستخدام اختبار Cronbach Alpha	2-3
40	حسابات الصحفيين على شبكات التواصل مجتمعة	3-4
41	حسابات شبكات التواصل منفصلة لدى الصحفيين	4-4
42	التكرارات والنسب المئوية لاستجابات العينة عن كثافة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام	5-4
43	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات العينة عن كثافة استخدام التواصل الاجتماعي كل شبكة على حدة	6-4
45	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات الصحفيين العراقيين عن "موضوعات ثقافة التسامح الأكثر انتشاراً في الشبكات" مرتبة ترتيباً تنازلياً..	7-4
48	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات الصحفيين العراقيين عن "التأثيرات المعرفية لشبكات التواصل الاجتماعي" مرتبة ترتيباً تنازلياً..	8-4
51	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات الصحفيين العراقيين عن "التأثيرات الوجدانية لشبكات التواصل الاجتماعي" مرتبة ترتيباً تنازلياً..	9-4
53	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات الصحفيين العراقيين عن "التأثيرات السلوكية لشبكات التواصل الاجتماعي" مرتبة ترتيباً تنازلياً..	10-4
56	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات الصحفيين العراقيين عن "التحديات أمام نشر ثقافة التسامح" مرتبة ترتيباً تنازلياً..	11-4
60	اختبار العينة المستقلة Independent Sample T-test للتعرف إلى الفروق الإحصائية لاستجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.	12-4

61	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن " دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح" تعزى لمتغير العمر"	13-4
62	تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للكشف عن دلالة للفروق في استجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير العمر .	14-4
63	اختبار LSD للمقارنات البعدية للكشف عن أي فئات العمر كان لها الفرق المعنوي في استجابة المبحوثين عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح.	15-4
64	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن " دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح" تعزى لمتغير المستوى الأكاديمي"	16-4
65	تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للكشف عن دلالة للفروق في استجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير المستوى الأكاديمي.	17-4
66	اختبار LSD للمقارنات البعدية للكشف عن الفرق المعنوي في استجابة الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح لأي فئات المستوى الأكاديمي	18-4
67	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن " دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح" تعزى لمتغير المؤسسة الإعلامية"	19-4
68	تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للكشف عن دلالة للفروق في استجابات المبحوثين عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير المؤسسة الإعلامية.	20-4
69	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات الصحفيين العراقيين عن " دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح" تعزى لمتغير عائلية المؤسسة الإعلامية	21-4
70	تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للكشف عن دلالة للفروق في استجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير عائلية المؤسسة الإعلامية.	22-4



71	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات الصحفيين العراقيين عن " دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح" تعزى لمتغير المسمى الوظيفي	23-4
72	تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للكشف عن دلالة للفروق في استجابات المبحوثين عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير المسمى الوظيفي.	24-4
73	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات الصحفيين العراقيين عن " دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح" تعزى لمتغير سنوات الخبرة في العمل الإعلامي"	25-4
74	تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للكشف عن دلالة للفروق في استجابات المبحوثين عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير سنوات الخبرة في العمل الإعلامي.	26-4
75	اختبار LSD للمقارنات البعدية للكشف عن أي فئات المستوى الأكاديمي كان لها الفرق المعنوي في استجابة المبحوثين عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح.	27-4

قائمة الملحقات

الصفحة	محتوى الملحق	الرقم
93	قائمة بأسماء محكمي الدراسة	1
94	الإستبانة	2
101	وثيقة نقابة الصحفيين العراقيين	3
102	جداول احصائية	4
103	قائمة المقابلات	5

## دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح من وجهة نظر الصحفيين العراقيين - دراسة مسحية

إعداد

حميد شهيد جفات

إشراف

الدكتور كامل خورشيد مراد

الملخص

هدفت الدراسة الى معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح في المجتمع العراقي من منظور الصحفيين العراقيين . اتبعت الدراسة المنهج المسحي وتعتبر الدراسة من الدراسات الوصفية التي تصف الظواهر الاجتماعية بأسلوب المسح الميداني . درس الباحث مجتمع الصحفيين العراقيين في مدينة بغداد وتوصل الى عينة ممثلة قوامها ( 395 ) مفردة .

كشفت نتائج الدراسة ان شبكة الفيسبوك تصدرت أنماط استخدام ( العينة المبحوثة ) لشبكات التواصل اذ أن جميع أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك بنسبة (100.0%)، تلاها حساب الانستغرام ثم تويتر ثم اليوتيوب تلاه حساب سناب تشات ثم غوغل بلس وأخيراً حساب لينكدإن.

فيما يتعلق بكثافة الاستخدام فظهر ان (59.5%) من أفراد العينة تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي بشكل (دائم)، تلتها نسبة (25.8%) تستخدمها (غالب) الوقت، وبالتالي فإن النسبتين مجتمعتين تعني أن (85.3%) من العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بكثافة عالية فهذا يعني ديمومة الاستخدام . أما الاستخدام الوسيط فكان يشكل 15% بين احيانا ونادرا في حين لم يظهر على العينة من اجاب بعدم الاستخدام ابدا .

فيما يتعلق باكثر موضوعات ثقافة التسامح انتشارا في شبكات التواصل فظهر انها الموضوعات التي تحت على الجانب الإنساني وتقديم المساعدات للمحتاجين، والدعوة إلى الحفاظ على وحدة المجتمع وتماسكه، و التسامح الديني الذي يدعو إلى حرية ممارسة الشعائر الدينية للفرق والطوائف . أما المرتبة الأخيرة فقد كانت تفضيل المصلحة العامة على المصالح الشخصية.

اما التأثيرات المعرفية فتجسدت في نبذ الطائفية وضرورة تبادل الثقافات المتنوعة وتكوين الاتجاهات الايجابية وقبول الآخر . أما التأثيرات الوجدانية فتمثلت في الحذر من المعلومات المزيفة والاحبار الكاذبة و تنمية الذوق العام وإحداث تغييرات في السلوك العاطفي والوجداني بشكل ايجابي اشاعة الهدوء النفسي والعاطفي). وبخصوص التأثيرات فتنمية مهارات التواصل لدى الافراد تصدرت السلوكيات تلتها قبول الآخر المختلف . أما ابرز التحديات أمام نشر ثقافة التسامح فتمثلت في المحاصصة الطائفية وتعقد العملية السياسية في العراق والتضليل الاعلامي والشائعات المغرضة .

**الكلمات المفتاحية :** الصحفيون العراقيون - ثقافة التسامح - شبكات التواصل الاجتماعي - نظرية الاعتماد - المجتمع العراقي .

# **The Role of Social Media in spreading the culture of Tolerance from the Perspective of Iraqi Journalists – a survey Study**

**BY**

**Hameed Shaheed Chaffat**

**Supervision**

**Dr. Kamel Khurshid Murad**

## **Abstract**

The study aimed to identify the role of social networks in spreading the culture of tolerance in Iraqi society from the perspective of Iraqi journalists. The study used the survey method. It was descriptive study that describe social phenomena in the field survey method. The researcher studied the Iraqi journalists in the city of Baghdad as a community of study that represented by random sample of (395) individual.

The results of the study revealed that; the Facebook has come in the first rank of using by the (sample), as all the journalists use Facebook by 100%, followed by Twitter, then YouTube followed by Snape Chat, Google Plus and LinkedIn.

In the intensity of use, 59.5% of the journalists had used the social networks constantly, followed by 25.8% used by the majority of the time. Therefore, the combined percentages was 85.3% of the sample using social networks in highly intensity. But (15% from alternatives; "sometimes" and "rarely") had come in middle level of use, while the sample had not responded to non-use.

The study had revealed that the subjects of the culture of tolerance are largely widespread in the networks. These subjects reflected the humanitarian issues, the assistance to the needy, the call to preserve the unity and cohesion of the society, and the religious tolerance that calls for freedom of practicing the religious rites of the sects and sects. The effects of knowledge were embodied in the rejection of sectarianism, the need to exchange diverse cultures, the formation of positive trends and acceptance of the other. The emotional effects were represented in the caution of false information, false news, the development of public taste, to make changes in emotions in a positive way). The effects of behavior were the development of interpersonal communication skills, followed by the acceptance of the other. The most important difficulties of spreading the culture of tolerance were sectarian divisions, the complexity of the political process in Iraq, media misinformation and tendentious rumors.

**Key words** :Iraqi Journalists - Culture of Tolerance - Social Networks - Dependency Theory - Iraqi Society

## الفصل الاول

### خلفية الدراسة وأهميتها

#### المقدمة

أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي ظاهرة اتصالية - إعلامية فريدة من نوعها ، وتعد أحد علامات العصر الحديث، حيث تستحوذ على اهتمامات الناس في كل العالم ، بمختلف مشاربهم وأنتمائاتهم الثقافية والاجتماعية .

وتعد هذه الشبكات في العصر الحديث الحالي مصدرا مهما من مصادر المعرفة واكتساب المهارات المختلفة سواء كان المستخدم جمهورا عاديا او من ذوي النخب الإعلامية او السياسية او الاجتماعية البارزة .

وكثر الحديث في الوقت الحالي عن دور هذه الشبكات في غرس مفاهيم معينة نشر ثقافات محددة بين أوساط المستخدمين ، منها ثقافة الكراهية وخطاب التسامح والتحريض والأرهاب والتطرف وغيرها من المفاهيم السائدة في هذه الشبكات ، حيث وجد الإعلاميون والصحفيون فيها فضاء مفتوحا للتعبير وتسويق المعلومة والبحث عن الجديد ومتابعة التطورات المختلفة .

فقد كشفت أحدث البيانات الصادرة عن الشركة الإعلامية We Are Social ومنصة إدارة حسابات التواصل الاجتماعي Hootsuite عن تجاوز عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في جميع أنحاء العالم حاجز الثلاثة مليارات شخص (www.youm7.com/story)

#### مشكلة الدراسة

تبحث الدراسة في معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في كيفية نشر ثقافة التسامح في المجتمع العراقي من منظور الصحفيين العراقيين وسط أجواء سائدة في العراق بعد 2003 من مظاهر التطرف وحوادث الارهاب وخطاب الكراهية بعد ان اصبحت هذه الشبكات منصات تواصلية

متاحة للجميع وأدوات فاعلة في تشكيل الرأي العام والتأثير فيه سلبا أو ايجابا وفق ميول واتجاهات المستخدمين .

### أهمية الدراسة :

أدى انتشار وسائل التواصل الاجتماعي في المجتمعات المعاصرة الى بروز ظواهر ايجابية وأخرى سلبية بذات الوقت . ومن بين التطورات الايجابية التفاعلية الاتصالية بين الناس وردم الهوة بين الإعلام والجمهور فأصبح هناك ما يعرف بالمواطن الصحفي الذي اثر على حركة الإعلام وتأثر بها . وأضافه الى ذلك أدى التطور في تكنولوجيا الاتصال الى تحسين الخدمات الإعلامية وتنوعها وسرعة وصول المعلومة للجمهور واختفاء تدريجي لدور تاريخي لحارس البوابة الإعلامية . وبالمقابل برزت أيضا ظواهر سلبية تمثلت أولا بانتهاك خصوصيات الناس من قبل الإعلام الجديد بأشكاله الجديدة المتنوعة ودخول أناس طارئین على مهنة الصحافة والإعلام بذريعة المواطن الصحفي ناهيك عن انتشار خطاب يثير الكراهية ويدعو للتخندق الطائفي والعنقي والمذهبي على حساب مبادئ المواطنة وروح المسؤولية التي كانت تدعو لها أجهزة الإعلام في مختلف دول العالم .

وازاء هذه التناقضات لابد من وجود إعلام ايجابي بمعنى اعلام حر قادر على ترسيخ قيم المواطنة ومبادئ الحوار السليم والمناقشة الحرة للجمهور ونشر ثقافة تسامحيه تدعو للخير والصلاح والوئام وقبول الرأي والرأي الآخر .

ومن هنا أصبح من الضروري مراقبة الإعلام ودراسة الدور الذي تؤديه أدوات الإعلام الجديد وعلى رأسها شبكات التواصل الاجتماعي في نشر القيم الايجابية وتبني وتشجيع لغة التسامح والتعايش ونبذ خطاب التطرف والكراهية .

ولما كان الإعلاميون وحملة الفكر والثقافة والنخب المثقفة هم طليعة الناس في تفهم هذا المطلب وأدراك اهميته وهم الاكثر تعرضا وتعرضا للرسائل الإعلامية فالحاجة تغدو مهمة لدراسة هذه الأدوار

التي من المفترض ان تؤديها شبكات التواصل الاجتماعي في المجتمع انطلاقا من الرؤية التي تقول أن لوسائل الإعلام مهام ووظائف اجتماعية في إطار المسؤولية المجتمعية .

في صدد موضوع الدراسة، فإن الأحداث التي ألفت بظلالها على المجتمع العراقي بعد عام 2003 كانت خير دليل على وجود مشاكل رئيسية تتعلق بغياب مفهوم التسامح والذي أدى إلى أحداث جرت البلاد إلى ويلات وحروب أهلية غاب فيها تقبل الآخر وبالتالي رفض أية فكرة مغايرة للإيديولوجية التي يتبناها الفرد بسبب التحزب والتخندق العشائري والطائفي.

ولكل ما تقدم أعلاه فقد دعت الحاجة الى البحث في أسباب غياب ثقافة التسامح في المجتمع العراقي، والبحث في دور الصحفيين العراقيين على شبكات التواصل في نشر ثقافة التسامح و إعتادا على مستوى المعرفة الذي يتمتعون به.

وخاصة مع إقبال المجتمع على شبكات التواصل الإجتماعي في التزود بالأخبار والمعلومات على مختلف المستويات، ولما أصبحت هذه الشبكات من أهمية في بناء ثقافات المجتمع وتشكيل الرأي العام لدى المواطنين وتوجهاتهم السياسية والفكرية والثقافية.

وكذلك رقد المكتبة العربية بما يخص ثقافة التسامح والوئام الاجتماعي بما يتعلق بالشأن العراقي.

### هدف الدراسة وتساؤلاتها

تسعى الدراسة الى معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح في المجتمع العراقي من وجهة نظر الصحفيين العراقيين . ويتفرع عن هذا الهدف الأسئلة التالية :

1. ما موضوعات ثقافة التسامح المنشورة على شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر

الصحفيين العراقيين ؟

2. ما التأثيرات المعرفية لنشر ثقافة التسامح في شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر

الصحفيين العراقيين ؟



3. ما التأثيرات الوجدانية لنشر ثقافة التسامح في شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين العراقيين ؟

4. ما التأثيرات السلوكية لنشر ثقافة التسامح في شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين العراقيين ؟

5. ما التحديات التي تقف عائقا امام نشر ثقافة التسامح في شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين العراقيين ؟

6. هل توجد فروق ذات دلالات احصائية في اجابات المبحوثين تعزى لمتغيرات الدراسة : الجنس ، السن ، التحصيل العلمي ، سنوات الخبرة ، المنصب الوظيفي ؟

#### حدود الدراسة:

الحدود الجغرافية : مدينة بغداد - عاصمة العراق -

الحدود الزمانية : اجريت الدراسة المسحية داخل مدينة بغداد خلال شهر كانون الثاني وشباط واذار 2019

الحدود التطبيقية : الصحفيون العراقيون العاملون في مختلف المؤسسات الصحفية الاعلامية داخل مدينة بغداد .

#### محددات الدراسة:

تكمن محددات الدراسة في العوامل التي تحد من تعميم نتائج البحث على مجتمع البحث نفسه،

وتتمثل في طبيعة مجتمع وعينة الدراسة والزمن الذي أجريت فيه الدراسة ، حيث ستختلف نتائج البحث فيما لو تغير وقت الدراسة وإنطباعات الصحفيين العراقيين ، خاصة وأن المجتمع في ظل هذه الظروف يمر بتطور دائم. . كما إن صدق أداة الدراسة وثباتها وإجابات أفراد العينة من حيث الموضوعية والأمانة تعد من محددات هذه الدراسة.

## مصطلحات الدراسة:

- الثقافة: تعرف الثقافة لغةً بأنها ضبط النفس، وسرعة التعلم، والحداقة، أما اصطلاحاً فتُعرّف من ناحية العلماء العرب بأنها مجموعة من العادات والأفكار التي يكتسبها الفرد من مجتمعه، وتختلف ثقافة كل مجتمع عن الآخر، أما تعريفها اصطلاحياً من ناحية العلماء الغرب فتعرف بأنها الكل المركب الذي يحتوي على الفنون، والعقائد، والأخلاق، والمعارف، والقوانين، والعادات، التي يورثها الأفراد من مجتمعهم.(خليف، 2016).
- ويعرف الباحث الثقافة اجرائياً على أنها أنماط الحياة السائدة في المجتمع العراقي من فكر وفن وحياة اجتماعية .
- ثقافة التسامح: كما عرفها أديب أسحاق فيري في مايسميه التساهل وهو التسامح : "رضى المرء برأيه أعتقاد الصحة فيه واحترامه لرأي الغير كائنا ما كان ، رجوعا الى معاملة الناس بنا يريدون أن يعاملوه .فهو على يقينه بصوابية ما يراه لا يقطع بلزوم الخطأ في رأي سواه، ورغبته في التطرق رأيه للأذهان، لا يمنع الناس من إظهار ما يعتقدون".(علي، 2003، 37)
- وتعرف ثقافة التسامح اجرائياً بانها قبول الرأي الآخر واحترامه والتعايش مع الآخر .
- شبكات التواصل الاجتماعي: هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح لمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الالكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها.(مسلم، 2015، 19)
- ويقصد بها في هذه الدراسة شبكات الفيسبوك وتويتر ويوتيوب وانستغرام والواتس اب والسناپ تشات
- الصحفيون العراقيون: ويقصد بهم بهذه الدراسة هم الذين ينتمون الى نقابة الصحفيين العراقيين والمسجلين فيها
- التأثير : هو التغيير الذي يطرأ على سلوك الانسان نتيجة التعرض الى بعض المعلومات التي يستقبلها من وسائل الاعلام للقيام بسلوك وتصرف مغاير للعمل الذي اعتاد عليه .

## الفصل الثاني :

### الأدب النظري والدراسات السابقة

#### أولاً: الأدب النظري

أحدثت شبكات التواصل الاجتماعي تغييراً جذرياً في المشهد الاتصالي في العالم ، كما اثرت تلك الشبكات في مفاهيم المجتمعات المعاصرة وثقافتها المتنوعة.

ولقد شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء الكتروني افتراضي قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزاوج بين الثقافات وسميت بشبكات التواصل الاجتماعي والتي من أهمها (فيس بوك، وأتساب، ويوتيوب، سناب شات).

كما وتمثل شبكات التواصل الاجتماعي الأساس للتفاعلات ما بين المجتمعات الافتراضية، وهذه التجمعات تعتبر تجمعات اجتماعية تشكلت من أماكن مختلفة في العالم يتقاربون وكذلك يتواصلون فيما بينهم عبر الحواسيب وكذلك البريد الإلكتروني ويتبادلون فيما بينهم الكثير من المعارف وكذلك يكونون صداقات ، وتتم هذه التفاعلات عن طريق آلية اتصالية من خلال الانترنت والذي أسهم بشكل أساسي بتحسين هذا التفاعل .

وعرفها السون وبويد Ellson, Boyed بأنها " مواقع تتشكل من خلال الانترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد

أو الجماعات من خلال عملية الاتصال ، تختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر" (عبد الغفار، 2015، 9).

أن مسألة ازدياد تعرض الجمهور لوسائل الإعلام مرتبط إلى حد ما بحاجة الجمهور إلى معرفة ما يحيط بالبيئة الاجتماعية وخصوصاً في حالات الأزمات و عدم الاستقرار في المجتمعات ، وبالتالي فإن الجمهور تتأثر مواقفه السلوكية بحجم المعرفة التي تقدمها له' وسلل الإعلام .

ومن النظريات المفسرة لتأثيرات وسائل الاعلام تنصدر نظرية الاعتماد المشهد في هذا المجال حيث تعتمد على مجموعة من الفروض تتلخص في ان عدم استقرار النظام الاجتماعي يولد الحاجة إلى المعلومات التي تخص الشؤون المختلفة للأفراد ، وبذلك ليس من الخطأ اذا قيل ان وسائل الاعلام لها التأثير الأكبر في إيصال المعلومات التي يحتاجها المتلقي .وان تفاعل الوسائل الإعلامية بدرجة كبيرة يزيد مدى التأثير بها .معتمدة بذلك على درجة اختلاف نفسيات الأفراد واحتياجاتهم ، وان الميل العلمي لعلوم الاجتماعية في الوقت الحاضر يميل إلى دراسة الحياة الاجتماعية كمنظومة متكاملة تتفاعل داخلها مجمل العناصر التي تشكلها ،هو ما ذهب إليه النظرية في ان للمجتمع تأثير كبير على وسائل الاتصال .

### مواقع التواصل الاجتماعي وأهميتها:

تعرف مواقع او شبكات التواصل الاجتماعي بأنها"مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب (web 2) تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي، يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء (بلد - مدرسة - جامعة - شركة... الخ) يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل، أو الإطلاع على الملفات الشخصية، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض.

وهي وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، سواء كانوا أصدقاء نعرفهم في الواقع، أو أصدقاء نعرفهم من خلال السياقات الافتراضية" (Boyd & Ellison, 2010, pp16-31). في حين أوجز سويت (Swite) مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي بأنها "منظمة عصرية غيرت في أسلوب الحياة من حيث الأسلوب والإدارة والممارسة (عبد الغفار 2015،9).

كما وتعرف (صوالح2017،159) قائلة بأن تصميم محتويات عرض النص يجب أن ترضي أكبر قدر من الأنواع ، وهذه تتطلب خبرة ومعرفة بالفروق الفردين ما بين المجتمع المستجيب.

كما وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها.

أما (مسلم2015،28) فيعرفها بأنها المجتمع الافتراضي، يمتاز بمجموعة من الميزات يمكن إجمالها على النحو الآتي:

- المرونة وكذلك لا يتحدد منطقة جغرافية معينة ، بل الاهتمامات المشتركة التي تقوم بتجميع الأشخاص وليس بالضرورة أن يعرف منهم الآخر .
- لا تقوم على الجبر والالتزام بل تقوم على الاختيار .
- هناك قواعد لأجل ضمان الخصوصية وكذلك السرية.
- أنها فضاءات تتمرد على الخجل والانطواء وانتهاء بالتعبير عن الآراء المختلفة.

- تتسم المجتمعات بدرجة مرتفعة من اللامركزية وتنتهي بتفكيك مفهوم الهوية التقليدية بل ولا تقتصر على الهوية الوطنية أو القومية بل تتجاوز الهوية الشخصية، لأن من يرتادونها في أحيان كثيرة يقومون باستعارة أسماءهم بأسماء بديلة.

ان المجتمعات الافتراضية لم تعد فيها الأسرة التقليدية التي تعيش ببيت واحد موجودة، بل أصبح الفرد يعيش ويبصر في عالمه الافتراضي الخاص، وهذه الظاهرة أصبحت مقلقة وبحاجة إلى الكثير من الاهتمام والمزيد من الأبحاث لأجل تجنب الآثار السلبية التي يتعرض لها الفرد. وهناك عدة فوائد وإيجابيات لشبكات التواصل الاجتماعي يمكن إبرازها على النحو الآتي (محاسنة 2015، 23)

1. الملفات الشخصية أو صفحات الويب وهي الملفات التي يقدم فيها المستخدم بياناته الأساسية، مثل (الاسم، الجنس، العمر، البلد، الاهتمامات، الصور الشخصية... وغيرها).
2. التعرف والصدقة تتيح شبكات التواصل الاجتماعي للفرد فرصة إقامة علاقات اجتماعية مع الآخرين، سواء أكان يعرفهم في الواقع أو يشترك معهم بنفس الاهتمامات.
3. إنشاء مجموعات اهتمام وهي متاحة على الإنترنت منذ وقت بعيد، كانت تقدم بمقابل مادي في بداية ظهور الخدمة وبعد ذلك أصبحت تقدم مجاناً، إلا أن تقديمها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي كان مختلفاً تماماً؛ بحيث يمكن إنشاء مجموعات اهتمام ودعوة جميع الأصدقاء للاشتراك فيها.
4. إنشاء البرمجيات تعد شبكات التواصل الاجتماعي بيئة مناسبة لعمل وتطور البرمجيات المختلفة، سواء أكانت ترفيهية أو بحثية.

5. استخدامات ترفيهية تضم شبكات التواصل الاجتماعي العديد من الألعاب الترفيهية المسلية،

فهي تعمل بفكر الويب (2.0)؛ حيث يتنافس الأصدقاء في اللعبة الواحدة.

6. وسائل الاتصال بين أفراد المجتمع توفر شبكات التواصل الاجتماعي سبل مختلفة للتواصل

بين أفراد المجتمع الإلكتروني، ومن أشهر تلك الوسائل الرسائل الإلكترونية والمحادثة الفورية

بين الأعضاء.

7. عملية الترويج والدعاية والإعلان، إذ يمكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لأغراض

الدعاية التجارية، فهناك العديد من الشركات تؤسس مجموعات لها كنوع من أنواع الترويج،

كما يمكن عمل إعلانات مدفوعة الأجر عبر هذه الشبكات.

### مدخل الاعتماد على وسائل الاعلام Dependency Approach

ينظر هذا المدخل الى وسائل الاتصال الجماهيري بصفها أنظمة اجتماعية (Social Systems) ذات طبيعة تفاعلية مع الأنظمة الأخرى الموجودة في المجتمع (كالنظام الاقتصادي والسياسي والاجتماعي وغيرها). وقد أضاف هذا التفسير لطبيعة العلاقة بين وسائل الاتصال والأفراد والمجتمع بعداً جديداً ومهماً لم يلتفت إليه الباحثون في السنوات التي سبقت ظهور نظرية الاعتماد في سبعينيات القرن الماضي (McQuail, D, 2000).

إن النظر إلى وسائل الاتصال بوصفها أنظمة اجتماعية تتداخل مع الأنظمة الأخرى الموجودة في المجتمع، وتحديد طبيعة هذا التداخل والتفاعل بينها، هو الذي يقرر مدى قوة التأثير الذي تحدثه هذه الوسائل أو ضعفه من جهة، أو تجعل منه تأثيراً مباشراً أو غير مباشر على الأفراد سواء، أكان قصير المدى أم بعيد، من جهة أخرى.

ويذهب ميلفين دوفلور، بوصفه أحد رواد هذه النظرية، إلى القول بأن فهمنا لطبيعة التأثير، ومستواه

وقوته ومداه سيستعصي علينا، ما لم نستطع تحديد الاعتماد المتبادل (Interdependent) بين كل من مؤسسة الاتصال الجماهيرية، باعتبارها نظاماً اجتماعياً، وبين النظام السياسي والاقتصادي في المجتمع، وبين الجمهور. (ديفلير وروكيتش ، 2000 ، 407 ) .

وأما فيما يتصل بعلاقة النظام السياسي بالمؤسسة الإعلامية، فهو، في الواقع، يلجأ إليها لتساعده في نشر سلطته، وفرض هيمنته، والترويج لأفكاره ومبادئه في المجتمع؛ في حين نجد أن النظام الاقتصادي يلجأ إليها لدوافع أخرى تكمن في قدرتها على الترويج لمشاريعه الضخمة والإعلان عنها. ولا توجد مؤسسة أخرى، كما يقول دوفلور، ويؤيده في ذلك الباحث هربرت شيللر، بمقدورها القيام بهذا الدور بفاعلية كالمؤسسة الاتصالية التي لا تستغني هي الأخرى عن دعم هذين النظامين لها وحمايتهما السياسية والمادية لها في ترويجها ونشرها لمنتجها الثقافي والمعرفي (Defleur, M, and Pall – Rokeach 1989, Schiller, H. 1974, 1992).

ويؤكد دوفلور هنا، أنه على الرغم من وجود مؤسسات أخرى في المجتمع تقوم بتحقيق هذه الحاجات والأهداف للفرد ( كالأسرة والأصدقاء وبعض الاتحادات والجمعيات التي ينتمي إليها الفرد.... الخ)، إلا أن اعتماد الفرد على المؤسسة الاتصالية في المجتمع المعاصر في تحقيق ذلك يفوق أي اعتماد آخر. فهذه المؤسسة هي التي تسيطر على مصادر المعلومات التي يحتاجها الفرد في حياته اليومية أكثر من غيرها، الأمر الذي يجعل الإعتدال عليها أمراً ضرورياً لا يمكن الاستغناء عنه. ونظراً لتباين الأفراد واختلافهم في أهدافهم ومصالحهم وحاجاتهم فانهم، كما يقول دوفلور، يختلفون في درجة اعتمادهم على هذه المؤسسة.

ويقدم دوفلور نموذجاً دقيقاً لفهم طبيعة تأثيرات المؤسسة الاتصال الجماهيرية، بوصفها نظاماً اجتماعياً متداخلاً ومتربطاً مع أنظمة أخرى في المجتمع. ويقوم هذا النموذج على فهم دقيق للعناصر المتداخلة وهي:



- 1- طبيعة البناء الاجتماعي للمجتمع الذي تعمل فيه المؤسسة الاتصالية .
  - 2- طبيعة الأفراد من حيث مدى اعتمادهم على هذه المؤسسة في تزويدهما لهم بالمعرفة والمعلومات الضرورية في حياتهم.
  - 3- طبيعة المعلومات نفسها التي تقدمها المؤسسة الاتصالية للأفراد.
- وإذا ما تمكنا من تحديد طبيعة الاعتماد المتبادل بين هذه النظم الثلاثة، استطعنا، كما يقول دوفلور، تحديد نوع التأثير الذي ستحدثه هذه المؤسسة على الأفراد سواء أكان وجدانياً، أم معرفياً أم سلوكياً، واستطعنا كذلك تحديد مستوى قوته أضعفه وتمكنا أيضاً من تحديد مدى قوة هذا التأثير سواء أكان قصير الأجل أم بعيده (Delfeur, M, and Pall – Rokeach, S 1989, McQuail, D, 2000).

لقد سيطر هذا المنظور الجديد، والفهم الدقيق في تفسير طبيعة العلاقة بين وسائل الاتصال والجمهور على تفكير العديد من الباحثين، ليس فقط في السبعينيات بل في السنوات التي تلت ذلك، وهي السنوات التي شهدت زخماً هائلاً في بحوث تأثير وسائل الاتصال وبخاصة التلفزيون باعتباره القناة الأكثر جاذبية وجدلاً في حقيقة تأثيراتها على الجمهور .

ولابد من التأكيد هنا، على مدى تأثر البحوث والدراسات الاتصالية في هذه المرحلة من مراحل تطور التفكير الاجتماعي بمسألة طبيعة العلاقة بين وسائل الاتصال الجماهيرية والجمهور بالجدل المحتدم آنذاك بين الماركسيين وأصحاب الاتجاه التعددي في العلوم الاجتماعية (Pluralists) حول مسألة ملكية وسائل الإنتاج (Ownership) وطبيعة الضبط (Control) الذي يمارسه مالكو هذه الوسائل على طبيعة محتوى الإنتاج الثقافي والمعرفي لها.

وفي هذا الصدد يرى بعض المنظرين الماركسيين، وفي طليعتهم ميليباند، (Miliband) بأن مالكي المؤسسة الاتصالية - (Media Owners) بصفتها مؤسسة إنتاج معرفي وثقافي - يمارسون قوة هائلة في التأثير على الجمهور من خلال تدخلهم المباشر في تقرير شكل المنتج وطبيعته . (Miliband, R, 1969) في حين يرى بعضهم الآخر، وبخاصة بيتر جولدنج وجراهام ميردوك، أن

هؤلاء المالكين لا يتدخلون بشكل مباشر في طبيعة المحتوى المعرفي والثقافي لهذه المؤسسة، وإنما يمارسون تأثيرهم من خلال المديرين الذين يعينونهم لينوبوا عنهم في تنفيذ سياساتهم وتوجهاتهم الأيديولوجية. (Golding, P, and Murdock, G, 1991)

وأما ذواالاتجاه التعددي، فلهم وجهة نظر مخالفة لوجهة نظر الماركسيين في هذه المسألة؛ إذ يرون أن تأثير مالكي المؤسسة الاتصالية في تقرير شكل الرسائل الاتصالية المنتجة ومحتواها هو تأثير ضعيف للغاية. فالدور الأكبر والأقوى في صناعة هذا المنتج إنما يعزى للجمهور نفسه وليس لهؤلاء المالكين. إن طلبات الجمهور وحاجاته ورغباته (Audience Demands) ، هي التي تتحكم بهذا المنتج وبهذه الرسائل الاتصالية، وإن لم تستجب هذه المؤسسة لهذه الحاجات، فإنها، برأيهم، ستعرض للإفلاس والانهيار. (Whale, J, 1977) .

واعتماداً على ما سبق، يمكن القول بأن نظرية التأثير المعتدل لوسائل الاتصال الجماهيرية على الأفراد، بنماذجها المتعددة، كانت قد سيطرت على الفكر الاجتماعي بهذه المسألة طيلة فترة الستينيات والسبعينيات، وتمثل بداية جديدة ونقطة انطلاق مهمة في النظر الى مسألة تأثير هذه الوسائل عليهم. فهي بتأكيدنا عليهم. على ضرورة التعامل مع وسائل الاتصال الجماهيرية باعتبارها نظاماً اجتماعياً ذات طبيعة اعتمادية - تفاعلية مع النظم الأخرى الموجودة في المجتمع، كالنظام الاقتصادي والسياسي، يصعب فهم وظائفها وأدوارها دون تحليل عميق لطبيعة هذه التبادلية، تكون قد مهدت لبروز اتجاه جديد في الدراسات الإتصالية يركز على البعد الإجتماعي والإقتصادي والسياسي في فهم عمل المؤسسة الأتصالية.

وهكذا يمكن الاستنتاج من الاستعراض التاريخي السابق لنظريات تأثيرالاعلام ووسائل الاتصال الجماهيرية عدم توصلها إلى إجابات شافية ونهائية في البت في مسألة التأثير الذي تحدثه هذه الوسائل، على الرغم من بعض الأفكار والافتراضات والمفاهيم الجديدة التي قدمتها بعض المداخل / النماذج في دراسة هذه المسألة.

ان من أكثر النظريات التي تناسب الدراسة الحالية هي (نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام) بصفتها النظرية التي تهتم بالوسيلة الاتصالية واثرها على المستخدم في مجال اعتماده عليها في جمع وتحصيل المعلومات .

وكما يوحي اسم النظرية فان العلاقة الرئيسية التي تحكمها، هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور، وقد تكون هذه العلاقة مع وسائل الإعلام جميعها، أو مع أحد أجزائها. (مكاوي، والسيد،1998،314).

ومن القضايا التي تبحثها نظرية الاعتماد هي تفسيرها لماذا يكون لوسائل الاتصال الجماهيرية أحيانا تأثيرات قوية ومباشرة وأحيانا أخرى تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعا ما وتعتمد فكرة هذه النظرية على أن استخدام الجمهور لوسائل الاعلام لا يتم بمعزل عن النظام الاجتماعي السائد .

ويمكن استخلاص واستنتاج مبادئ النظرية كما يلي : إن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي، سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف، وهذا الاحتمال تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير. إضافة إلى أن فكرة تغيير سلوك الجمهور ومعارفه ووجدانه يمكن أن تصبح تأثيرا مرتدا لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال، وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع. ومجالات التأثير الناتجة عن هذه النظرية تنحصر في: (إسماعيل،2003،280)

- التأثير المعرفية: cognitive effects

- التأثيرات الوجدانية: affective effects

- التأثيرات السلوكية: behavioural effects

### التسامح والمفاهيم ذات الصلة

التسامح من المبادئ التي تقوم عليها الشرائع السماوية وحتى البشرية ، ان الإسلام تميّز في هذه القيمة، فأخذ بيد المظلوم وحفظ كرامة الضعفاء ، كما وازن يقوم على التوازن ما بين الضعفاء والأقوياء حتى لا يستأسد القوي على الضعيف، فهو دين تسامح وعدالة. (السباعي1987،98) . وكان الرسول الكريم ( صلى الله عليه واله وسلم ) مثلاً للتسامح والإصلاح ما بين الناس، كما أنه كان نبزاً للخير ، ونبذ التعصب والظلم .

كما ان التسامح هو أساس قبول آراء الآخرين ويذكر فولتير عبارة له في سياق هذا المعنى " أنا ليس معك في الرأي،لكنني مستعد للدفاع حتى الموت عن حقك في أن تعارضني "

كما ويعتبر التسامح من مكارم الأخلاق والفضائل، وهناك الكثير من المرادفات قد تدخل في التسامح ف الهدوء الشجاعة والعدل والاعتراف بالجميل والمحبة، كما أن الأخلاق مبدؤها الأساسي الفضيلة، فالفضيلة هي الإرادة للعمل بشكل طيب وإنساني، وهذا يعتبر جوهر الإنسان وكذلك قيمته الحقيقية.(علبي2003،41) .

التسامح يجسد احترام الموقف المخالف، والتسامح قد يرتقي ويسمى إلى درجات غاية في النبل للعدل ، تعتبر أرفع درجاته، فعندما يرتبط التسامح بالعدل بهذا المعنى فإنه يتخطى التسامح ويرتفع بالعلاقة إلى مستوى الإيثار .

التسامح لغة : تسامح الشَّخْصُ في الأمر : تساهل فيه ، تهاون فيه، مِنْ صِفَاتِهِ التَّسَامُحُ : التَّسَاهُلُ ، الحِلْمُ ، العَفْوُ لَا تَسَامُحَ ، لَا تَصَالِحَ مَعَ الْعَدُوِّ مَا دَامَ عَدُوًّا (قاموس المعاني، بدون تاريخ). هذا ويُشيرُ الفعلُ تسامَحُ الخماسيُّ اللازمُ المعتدِّي إلى التَّسَاهُلِ والتَّهَانِ واللِّينِ، ومن مدلولاته اللغويَّةُ الحِلْمُ والعَفْوُ والمُسامحةُ، أي غُفْرانُ الحقوقِ والعَفْوِ عن الخطأ، والموافقة على الصَّفْحِ وتدلُّ السَّمَاحةُ لغةً على السَّلَاسَةِ والمُساهلةِ والتَّهَانِ والحِلْمِ والرِّفْقِ، وفي النُّظْمِ الفلسفيَّةِ العالميَّةِ يُنظرُ للتسامحِ بأنَّه احترامٌ تبادليٌّ بين الأفرادِ والآراءِ وإظهارُ اللطفِ والأدبِ في ما يُعبِّرُ عنه الآخرون لفظياً أو سلوكياً مهما كان مستواه صحيحاً كان أم خاطئاً.

والتسامح تعني باللاتينية Tolerantia وبالفرنسية Toolerance وبالانكليزية Toleration، وهي تعني لغوياً التساهل.

وتعني اجرائياً استعداد الفرد لأن يستقبل آراء الآخرين والتعبير عن ذاتهم بكل رحابة صدر وانفتاح حتى لو كانت الآراء عكس ما يعتنقه الشخص .

كما ان التسامح يتمثل في فضيلة الإمساك عن ممارسة الشخص لسلطته فيما يخص التدخل بوجهات نظر وأعمال الآخرين، وهي قد تخالف رأي الآخر، كما قد لا يوافق وتوجهاته وأهوائه. كما أنه التسامح يملك بقيمة إيجابية لأنه قد يساهم بتعزيز الحريات، كما أنه يؤسس لنموذج يقتدى به بالتعامل مع الآخرين المعترضين مع الدين ويحببهم به، فالتسامح صفة آدمية مستساغة من قبل كافة الأجناس والملاط والأعراق (الخليل وآخرون 2016، 33).

كما يعرفه كوندروسية "السماح المعطى من قبل أناس إلى أناس آخرين " .

وهناك قول مأثور معروف لدى المثقفين بانه يجب أن لا نقول تسامح ولكن احترام، كي لا تمسح الكرامة المعنوية- الأخلاقية .. فكلمة تسامح ، غالباً ما تستدعي في اللغة فكرة التهذيب، وأيضاً فكرة الشفقة وأحياناً اللامبالاة، وربما كانت كلمة تسامح سبباً لفكرة التسامح العائد إلى الحرية المصانة للتفكير والتي تشوه في معظم العقول.

والتسامح بطبيعة الحال يؤدي إلى النظرة الإيجابية للكثير من الأمور وكذلك تمنح الشعور بالسعادة، كما ويبين (فهمي 2014، 169) بأن ذلك يؤدي إلى إصلاح الأخلاق بتقدير العقل، والانقياد له واقتناء العلم واستعمال العدل الأمر الذي يؤدي بطبيعة الحال إلى النمو بمكارم الأخلاق.

- وبهذا فإن التسامح في اصطلاح اللغة والعلوم فيجتمع الفلاسفة وأهل اللغة والاجتماع على وصف التسامح كقيمة بأنه العطاء والبذل الذي لا إيجاب فيه ولا واجب، وهي السهولة في المعاملات وفي إنفاذ الأمور وتيسيرها وفي اللين والتلطف.

#### ثانيا : الدراسات السابقة:

- دراسة غنم (1983) و هدفت الى بيان اهمية العلاقة بين تدفق الاخبار و الجمهور . استخدمت الدراسة المنهج الوصفي بأسلوب تحليل المضمون اذ كشفت الدراسة تعاظم دور الجمهور (او الاغلبية) بصفتهم عنصر من عناصر الاتصال التي وضعها العالم هارولد لاسويل ، وحيث كان لدور حارس البوابة دور في توجيه جمهور الاعلام و التحكم بالرسالة الاعلامية.
- دراسة سميسم (2005) : هدفت الدراسة الى تأطير نظري لنظرية " الرأي العام " بصفته ظاهرة اجتماعية من اكثر الظواهر الاتصالية تعقيدا وصعوبة ن اذ توصلت الباحثة الى تكوين نظرية خاصة بالرأي العام ضمن الاطار التاريخي والاجتماعي للظاهرة ، وكشفت الدراسة نتائج منها

ان ظاهرة الرأي العام تطورت ضمن السياق التاريخي للمجتمعات والتطور الطبيعي للاحداث ، وعرضت النتائج الى كيفية التأثير ولتأثر بين الرأي العام ومكونات المجتمع والقوى الفاعلة فيه و طبيعة الضغوط النفسية و الاجتماعية و السياسية والاقتصادية التي تمارسها.

- المزين ( 2009 ) " دور الجامعات الفلسطينية في تعزيز قيم التسامح لدى طلبتها من وجهة نظرهم

هدفت الدراسة الى التعرف على دور الجامعات الفلسطينية في تعزيز قيم التسامح لدى طلبتها من وجهة نظرهم . من نتج الدراسة ان ثقافة التسامح تسود في الجامعات الفلسطينية بمحافظات غزة .

أن قيم التسامح الاجتماعي هي أكثر قيم التسامح شيوعاً وأكثر القيم التي تعمل الجامعات الفلسطينية على تعزيزها لدى الطلبة .

- كما قام سنكلر (Sinclir & Boon, 2009) بإجراء دراسة بعنوان

Boon, S., & Sinclair, C. (2009). A world I don't inhabit: disquiet and identity in second life and Facebook. **Educational Media International Journal**, 46(2), 99-110

"عالم لا يطاق القلق والبحث عن الهوية في العالم الافتراضي والفيس بوك"، وقد هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء حول إمكانية استخدام البرامج الاجتماعية في التعليم، كما هدفت هذه الدراسة إلى إظهار الصعوبات التي قد تقف حجر عثرة من جراء ذلك، هذا وقد اعتمدت الدراسة على المنهج السردى النظرى، إذ قام بالاسترشاد إلى ما قام به باحثون آخرون، كما اعتمد على خبرته وتجاربه السابقة في هذا المضمار، هذا وخلصت الدراسة بأن هناك آثار سلبية على الهوية الشخصية للفرد، وهناك سلوكيات كثيرة خاطئة قد تتعارض مع الهوية

الثقافية للفرد، وقد خلصت الدراسة إلى أن هناك آثار سلبية كبيرة على هوية الفرد، كما أوصت الدراسة إلى ضرورة وجود دراسات ونظريات تبحث في العلاقة ما بين الهوية والانترنت، ومدى تأثيرها على الطلبة والأكاديميين، وركز الباحث على ضرورة مناقشة هذه القضايا على نطاق واسع.

- كما أجرى شن وخليفة في العام نفسه (Shen&Khalifa, 2010) دراسة مسحية
  - Shen, Kathy and Kalifa, Mohamed (2010), **Facebook Usage Among Arabic College Students**, International Journal of E-Business Management, 4 (1), 53-65.
- بمعنوان "استخدام الفيسبوك بين طلاب الكلية العربية"، (Facebook Usage Among Arabic College Students). هدفت الدراسة إلى الكشف عن استخدامات "الفيس بوك" (Face book) لدى طلبة الجامعات في الإمارات العربية المتحدة، مع التركيز على الفروقات بين الجنسين في طبيعة الاستخدام. وتكونت عينة الدراسة من (128) طالباً وطالبة، وزعت عليهم الاستبانة المسحية، وقد تم تلقي (70) استجابة منها (35) من الذكور و(35) من الإناث، وقد تمحورت الأسئلة حول (إدراك الذات على الشبكة، وكثافة الاستخدام والعواقب المتصورة وقواعد الاستخدام الموضوعية). وقد أظهرت نتائج الدراسة نزوع الأفراد لاستخدام شبكة "فيس بوك" من أجل تعزيز العلاقات القائمة بالفعل كالأصدقاء والأقارب وأن انخفاض الثقة في مستخدمي "فيس بوك" (Face book) غير المعروفين واحد من الأسباب التي تمنعهم من توسيع شبكاتهم الاجتماعية. كما أظهرت نتائج الدراسة بعض التخوفات من تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الثقافة العربية



الإسلامية للمجتمع. وبيّنت كذلك أنّ لهذه الشبكات تأثيراً واضحاً على مفهوم الذات لديهم، لا سيما الإناث اللواتي كانت استجاباتهن حول الاستعداد للترحيب بصداقات وأفكار جديدة، شبيهة باستجابات الذكور، مما يسهم في ردم الهوة الاجتماعية بينهن وبين الذكور، ومساعدتهن في تقرير المصير.

– كما قام ماكي (Mckay, 2010) بإجراء دراسة بعنوان

– McKay, D. (2010) ‘On the Face of Facebook: Historical Images and Personhood in Filipino Social Networking’, **History and Anthropology Journal**, 4(17): 479–498

"على واجهة الفيسبوك الصور الشخصية القديمة للفلبينيين وشبكات التواصل الاجتماعي

وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف الفوائد التي يمكن الحصول عليها جراء تبادل الصور الرقمية والتفاعل على شبكات التواصل الاجتماعية ، كما وهدفت هذه الدراسة إلى معرفة كيفية تفاعل الأشخاص مع شبكة التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)، كما بينت الدراسة بأن أن (الفيسبوك) لا يقتصر على طلاب الجامعات وإنما تصل إلى عامة الناس، وقد ارتفع عدد الذين يستخدمونه في عام 2006 إلى منتصف عام 2010 إلى ما يقرب من نصف مليار مستخدم، وهذه الدراسة تم تدشينها على مجموعة من المستخدمين الفلبينيين في عام 2009-2010، وقد تألفت عينة الدراسة من (1247) شخص يتواصلون عبر وسائل التواصل الاجتماعية (الفيسبوك) معظمهم من الطبقة المتعلمة الجامعية، وذوي معرفة كاملة بتطبيقات الانترنت، هذا وقد خلصت الدراسة إلى أنه يمكن التعرف على أوضاع المستخدمين وأحوالهم

جراء تتبع الصور التاريخية لهم، كما يمكن التعرف على الحياة الخاصة للأفراد من خلال مشاهدة الملف الشخصي للأفراد، كما خلصت الدراسة بأن الفيسبوك يعد واحداً من عدة تكنولوجيات تفاعلية جديدة تتيح للمستخدم نشر الصور الرقمية، وتصبح هذه الصور نفسها هي الفاعلة، وهذه الصور تُشكل علاقات رومانسية وصدقة ما بين الأفراد.

-دراسة جنيفر (Jennifer, John, 2010) بعنوان Jennifer , John, Bonds &Raacke (2010), MySpace and Facebook Identifying Dimensions of Usesand Gratifications for Friend Networking Sits ,Individual Difference Research , Vol (8), No, 1 , pp27-33.

- "استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في التعرف والصدقة (مايسبس والفيسبوك كأنموذج)"، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير بعد المعلومات والصدقة والاتصال عن بعد على مستخدمي الفيسبوك ومايسبس، وقد شارك في هذه الدراسة ما يقرب (201) مستخدم من جامعة ايست كوست في أمريكا يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك ومايسبس) مدة لا تقل عن أربع سنوات، وقد بلغت نسبة الذكور ما يقرب (31%)، بينما بلغت نسبت النساء ما يقرب (69%)، بمتوسط أعمار (19.5 سنة)، كما أن هذه الدراسة تميزت بأصول مشتركيها ومنابعهم، فمنهما يقرب (45.3%)، القوقاز، و (29.9%) من الأفارقة و (14.4%) من الأمريكيين الأصليين، و (2.5%) من الآسيويين، و (1.5%) من الإسبان. وقد خلصت الدراسة إلى وجود فروق دالة إحصائية ما بين الجنسين، لصالح الذكور، وقد بينت

- الدراسة كذلك أن الذكور أكثر ميلاً لاستخدام هذه المواقع مقارنة مع الإناث، كما بينت الدراسة بأن الإناث أكثر حذراً من الذكور في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- باصيد ( 2012 ) " التسامح السياسي والاجتماعي في المجتمع اليمني المعاصر.هدفت الدراسة الى معرفة الدلالات الاجتماعية للتسامح السياسي ومعرفة أثر ألتطورألاجتماعي على أنتاج قيم ألتسامح السياسي من عدمه ، معرفة الواقع الاجتماعي للتسامح السياسي في فترة الدراسة (2010.1990م) وكذلك معرفة المعوقات الاجتماعية للتسامح السياسي . خلصت الدراسة الى ان هناك وعي بأهمية الاختلاف بالرأي لنصل الى التنوع والتعدد . و يعد الحوار بين الأطراف المختلفة وألالية الوحيدة التي تساعد على حل الأزمات السياسية في اليمن .
- الرعود ( 2012 ) " دور الشبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين . هدفت الدراسة الى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين .
- المحليدي ( 2012 ) " التعايش السلمي في أطار التعددية المذهبية داخل المجتمع المسلم وتطبيقاته التربوية في الأسرة والمدرسة . هدفت الدراسة الى توضيح مفهوم التعايش السلمي والمفاهيم المتعلقة به في الكتاب الكريم والسنة النبوية ، بيان أسس التعايش السلمي وظوابطه في الإسلام ، تقديم تطبيقات تربوية للأسرة والمدرسة لتفعيل التعايش السلمي . ومن ابرز نتيجها ان الإسلام لم يمنع المسلمين من مخالطة ومعاشرة المخالفين لهم في العقيدة والمذهب وقد جاءت العديد مكن أليات القرآنية والأحاديث النبوية الدالة على مشروعيته التعايش في عدة معان حيوية وأساسية لكل مجتمع بشري . أن للتعايش في الإسلام أسسه وظوابطه المميزة ، التي تعكس خصوصية الإسلامية وتجعله مختلفا عن التعايش لدى الغير .
- دراسة الدبيسي والظاهات (2013) التي هدفت الى معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام في الوسط الطلابي الجامعي و انماط وعادات و معدلات استخدام طلبة الجامعات الاردنية لمواقع التواصل الاجتماعي ونوع التأثير. استخدمت الدراسة المنهج المسحي - الوصفي بأسلوب الاستبانة التي وزعت على 300 مبحوث من

مجتمع البحث. خرجت الدراسة بنتائج منها ان الفئة المبحوثة تعتمد أولاً على خدمات الانترنت للوصول الى المعلومات ، وان المبحوثين شخصوا حالات التضليل الاعلامي وتشويه الحقائق اثناء تعرضهم لمواقع الانترنت . وكشف المبحوثون ان هذا التعرض المكثف ساهم بشكل او باخر في التأثير على الرأي العام باتجاه التغيير أو التعديل ، وظهور حالات سلبية منها التحريض والدعوة الى العنف و العصيان المدني وتوظيف الدين لاغراض سياسية ، رغم ان الدراسة نفسها كشفت حالات ايجابية منها تعزيز الروح الوطنية والقيم الاجتماعية الاصلية .

- الخفاجي ( 2013 ) " الوظيفة الاخبارية لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين العراقيين . هدفت الدراسة الى التعرف على طبيعة الوظيفة الاخبارية لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين العراقيين . منهج الوصفي . ومن نتيجها كان لشبكات التواصل الاجتماعي دورا مقبولا في مدى استخدام الصحفيين العراقيين لها كمصادر للأخبار ويعزي ذلك الى محدودية اعتماد عينة الدراسة على هذه الشبكات كمصدر للأخبار وايضا لحداتها بالنسبة للمستخدمين الصحفيين داخل العراق الذين بدأوا في السنوات الأخيرة الالتفات الى أهمية هذه الشبكات . أما ما يخص دوافع استخدام الصحفيين العراقيين لشبكات التواصل الاجتماعي مصدرا للأخبار ،فقد جاء الدور بدرجة متوسطة ، ويعود ذلك الى عدم أدراك أفراد عينة الدراسة بأهمية هذه الشبكات وأغفالهم للخدمات التي تقدمها هذه الشبكات كما التعرف على ما يجري في العالم والاطلاع على آخر الأخبار متجاوزة مقص الرقيب وأي جهة ذات سلطة حجب .

- دراسة طماش (2015) : هدفت الى قياس درجة ادراك الرأي العام الاردني من وجهة نظر قادة الرأي في الاردن لظاهرة التضليل الاعلامي . اعتمدت الدراسة المنهج المسحي وهي دراسة وصفية استخدمت الاستبانة للقياس من خلال عينة بلغت 160 مفردة من قادة الراي في الأردن خرجت الدراسة بنتائج منها ان هناك اقبالاً كبيراً على متابعة التلفزيون الاردني الرسمي

بشكل يفوق اي وسيلة اردنية اخرى ، كما كشفت الدراسة ان وسائل الاعلام الاردنية بعيدة جدا عن ممارسة اي نوع من انواع التضليل الاعلامي، وأن وجد فبحالات نادرة ومعدودة .

- ابو سويلم ( 2015 ) " اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات . هدفت الدراسة الى مدى اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات . ومن نتجها أن درجة اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات صادق وثابت .و ظهر للباحث أن ما نسبة ( 098%) من طلبة في عمان يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي .

- فرحات ( 2015 ) " دور الفضائيات اللبنانية في تشكيل اتجاهات الرأي العام اللبناني نحو الطائفية " هدفت الدراسة الى معرفة الدور الذي تقوم به الفضائيات اللبنانية في تشكيل اتجاهات الجمهور اللبناني نحو قضية الطائفية من وجهة نظر الجمهور اللبناني نفسه . ومن ابرز نتجها أن أعلى تكرار ( لكيف تفهم الطائفية ) كان للذين أجابوا موافق بشدة (المغالاة في حب المذهب) إذ بلغ تكرارهم (120) ونسبة مئوية (33.3%) . وأن أعلى تكرار (للاتجاهات ) الذين أجابوا موافق بشدة لعبارة ( مقاضاة القنوات التي تثير النعرات الطائفية ) إذ بلغ تكرارهم (231) وبنسبة مئوية (64.2%).

- العبايسة ، ( 2016 ) " دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة السياسية لطلبة الدراسات العليا في الجامعة الأردنية . هدفت الدراسة الى قياس فاعلية دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة السياسية لدى طلبة الجامعات ، وبيان واقع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي . ومن نتائجها وجود درجة مرتفعة من الموافقة على تغطية شبكات التواصل الاجتماعي للمواضيع السياسية من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا في الجامعة الأردنية .

- كوكش ( 2017 ) " دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر مفهوم ثقافة التسامح من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية .هدفت الدراسة الى التعرف على دور شبكات التواصل

الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح والتعايش الايجابي ردا على ثقافة الكراهية و خطاب الأرهاب والتطرف . واجريت الدراسة في جامعتين اردنيتين هما الاردنية والشرق الاوسط ، وخلصت الدراسة الى نتائج من اهمها : وجود فروق الفئة المبحوثة لثقافة التسامح في شبكات التواصل الاجتماعي تبعا لمتغير(المرحلة الدراسية ) .

- سلمان ( 2017 ) " شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى. هدفت الدراسة الى دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى ، من خلال التعرف على درجة نشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي ومعرفة الشبكة الأكثر نشرا للشائعات على تلك الشبكات . خلصت الدراسة الى نتائج منها أن درجة نشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي جاءت بنسبة متوسطة وحازت شبكة (الفيس بوك )على المرتبة الأولى بين أكثر الشبكات نشرا للشائعات . و أن ابرز الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي في السائحة السياسية والسائحة الاجتماعية.

- دراسة البياتي واخرون ،( 2017 ) **درجة وعي طلبة الإعلام في الجامعات الاردنية بأساليب التضليل الإعلامي في البرامج الاخبارية للفضائيات العربية** . هدفت الدراسة معرفة درجة وعي طلبة الاعلام في الجامعات الاردنية بأساليب التضليل الإعلامي في برامج التلفزيون التي تعرضها القنوات الفضائية الاخبارية الموجهة الى الجمهور العربي. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي وطبقت الدراسة المسحية على طلبة كليات وأقسام الاعلام في الجامعات الاردنية الرسمية والخاصة بصفتهم الفئة التي يجب أن تكون اكثر وعياً بهذه الأساليب بحكم التخصص الاكاديمي. ولتحقيق غايات الدراسة تم اختيار عينة عشوائية طبقية من الجنسين لاجراء الدراسة باستخدام اداة استبانة محكمة لجمع البيانات ، وقد خرجت الدراسة بنتائج من أهمها ان القنوات الفضائية تستخدم مصطلحات مقصودة بذاتها بشكل متكرر يؤدي الى ترسيخ معان ومفاهيم محددة في الأذهان ، ولكن المتلقي هنا وهم الطلبة

لديهم قدرة التمييز بين الحوار في البرامج الاخبارية والحوارية . وظهر ايضا ان الفضائيات تتسابق في نقل الحدث على حساب صدقية المعلومة .

- **الدليمي ، 2018 - هدفت الدراسة الى بحث إشكاليات الأخبار المفبركة وتأثيرها في تشكيل الرأي العام** من خلال استطلاع آراء اساتذة الاتصال والاعلام في الجامعات الاردنية من خلال الدراسة المسحية بأسلوب الحصر الشامل لمجتمع البحث . اظهرت الدراسة ان النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة لديهم خبرة في العمل الصحفي تزيد عن 15 عامًا ولديهم خبرة في التدريس تتراوح ما بين 11-15 عامًا وظهر ان درجة مدى إدراك الصحفيين للأخبار المفبركة من حيث المفهوم والأهداف والأخطار قد حصلت على درجات مرتفعة. وكشفت ان مدرسي الاعلام يرون أن الأخبار المفبركة تجعل الفرد في حيرة بين تصديق مضمونها وتكذيبه ما يؤثر على مصداقية الموقع بدرجة متوسطة وحددت الدراسة بعض الدوافع لاعتماد الصحفيين الأردنيين على الأخبار المفبركة في عملهم منها دوافع التحذير والابتزاز واثارة الفضول والتسلية والتنفيس وقياس الراي العام

#### التعليق على الدراسات السابقة

تميزت معظم الدراسات السابقة باعتمادها على المنهج المسحي - الوصفي - وتوعدت الاساليب بين الدراسة النوعية كما في دراسة سميسم 2005 وبين تحليل المضمون واستخدام المسح الميداني والاستبانة بصفتها اداة لجمع البيانات كما في دراسة طماش 2013 ، والدبيسي 2013 ، والبياتي 2017 ، وكوكش 2017 .

اتفقت الدراسة مع دراسة البياتي 2017 ودراسة طماش 2015 في اهمية ودور الاعلام الجديد في ضياغة النفاهيم والمدركات في حين الدراسة الحالية جاءت عامة لتشمل الصحفيين العراقيين ومدى رؤيتهم لدور المواقع في نشر ثقافة التسامح . واختلفت الدراسة عن دراسة الدبيسي في ان دراستنا الحالية ركزت على التسامح كقيمة عليا اجتماعية في حين ان دراسة الدبيسي والدراسات الاخرى كانت عامة عن مواقع الانترنت والمواقع الالكترونية حيث انها تمت في زمن لم تكن فيه المنصات التواصلية قد اخذت حيزها الحالي وتأثيراتها المعاصرة .

و تتفق الدراسة مع دراسة طماش ( 2015 ) في أن وسائل الاعلام تلجأ بالضرورة الى أساليب مدروسة لتمرير أجندتها الاعلامية والسياسية ولتمكين الرسالة من الوصول الى أوسع قطاع من المجتمع . وتتفق أيضا مع دراسة الدبيسي والطاهات ( 2013 ) و سمييم ( 2005 ) في ان الرأي العام يتأثر كثيرا بالدعاية السياسية الناجمة عن المحتوى . وتختلف نتائج الدراسة عن دراسة غنم 1983 بخصوص دور حارس البوابة الذي كان فاعلا ومؤثرا في الاعلام التقليدي اما في الاعلام الجديد فان هذا الدور تهمش كثيرا واختفى لصالح المواطن الصحفي الذي بات يمتلك حسابات متعددة في الاعلام الجديد . وتتفق الدراسة مع دراسة الدليمي 2018 التي جاءت نتائجها متوافقة الى حد كبير مع هذه الدراسة حيث اعتمدت دراسة الدليمي على المسح الميداني التطبيقي , وعموما فان الدراسات السابقة بحثت في اهمية الاعلام ودوره في صياغات الفكر ونشر الثقافات ومنها ثقافة التسامح وعلى النقيض منها ثقافة الكراهية ليس على المحتوى الاعلامي فقط وانما على مستوى الرضا الذي يتشكل في بيئة الاعلام الجديدة. .



## الفصل الثالث

### منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

#### منهج الدراسة

إن معرفة ودراسة الظواهر وخصائصها من الموضوعات التي تستلزم الوقوف على وصف تلك الظواهر والتعرف إلى خصائصها، ويتم دراسة هذه الظواهر غالباً من خلال المنهج الوصفي لكونه يتلاءم وطبيعة هذه الموضوعات، والتي منها دراسة المواقف والأحداث والأفراد والتعرف إلى العوامل التي تقف وراء تلك الأحداث والمواقف، والعلاقة التآثرية فيما بينهم (غريبة، 2002، ص33).

وتأتي هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية الكمية التي تتناول وصف الظاهرة ونشئها من خلال استخدام التحليل الإحصائي، مما يتيح درجة أعلى من الدقة والإتساق في صياغة النتائج وتفسيرها. وقد قام الباحث في مستهل دراسته الميدانية بعمل استطلاع ميداني لآراء (عينة من الصحفيين العراقيين)، بهدف التعرف إلى دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح في المجتمع العراقي الذي تتنازعه ظواهر سلبية كثيرة طالت ثقافته وتاريخه وطبيعته فبرزت الطائفية والعنصرية وثقافة الثأر والكراهية والتعصب وكلها باعتقاد الباحث ظواهر طارئة على المجتمع العراقي .

## مجتمع الدراسة

يعد مجتمع الدراسة الأرضية التي يستند إليها العمل البحثي الميداني، والذي يمثل جميع العناصر ذات العلاقة بمشكلة الدراسة التي يسعى الباحث إلى أن يعمم عليها نتائج الدراسة (عودة ومكاوي، 1987، ص127). ويتسم هذا النوع من الدراسات التي تهتم بقياس تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، بالتركيز على الإطار الجمعي أي على مستوى الجمهور ككل، وفي هذه الدراسة تمثل مجتمع الدراسة بالصحفيين العراقيين، والذين يبلغ عددهم (19788) صحفياً حسب إحصائية حصل عليها الباحث من نقابة الصحفيين العراقية بشهر نيسان 2019 (ينظر الملحق رقم 3).

## عينة الدراسة

بلغت عينة الدراسة (395) مفردة تم اختيارها بطريقة العينة العشوائية البسيطة، وهي عينة يتم اختيارها بطريقة يكون فيها لكل فرد في المجتمع الأصلي فرصة متساوية للظهور في العينة، واستندت الدراسة في تحديد العينة إلى جدول تحديد العينات العشوائية (Bartlett, et al, 2001, P.48) (\*) والمرفق في آخر الدراسة.

وتم توزيع اكثر من 450 استبانة على أفراد المجتمع بهدف الحصول على استجابات كافية تلبي الغرض ، وقد استرد الباحث منها (395) استبانة، أما الاستبانات الاخرى فاما انها لم ترجع للباحث او ان قسما منها عاد فارغا او غير صالح للدراسة الاحصائية . والعينة الحالية التي بلغت ( 395) مفردة تعد مناسبة جداً لمجتمع الدراسة، وبالتالي تم إخضاع إجابات المبحوثين للتحليل الإحصائي بإستعمال الحقيبة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Spss).

## الجدول (1)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سمات العينة المبحوثة

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	285	72.2
	أنثى	110	27.8
	<b>المجموع</b>	<b>395</b>	<b>100.0</b>
العمر	25 - 18	10	2.5
	33-26	181	45.8
	41-34	66	16.7
	فأكثر 42	138	34.9
	<b>المجموع</b>	<b>395</b>	<b>100.0</b>
المستوى الأكاديمي	ثانوية ودبلوم	66	16.7
	دبلوم عالي وبكالوريوس	249	63.0
	دراسات عليا	80	20.3
	<b>المجموع</b>	<b>395</b>	<b>100.0</b>
المؤسسة الإعلامية	صحافة ورقية	66	16.7
	مواقع الكترونية	12	3.0
	إذاعة وتلفزيون	263	66.6
	وكالة أنباء	54	13.7
	<b>المجموع</b>	<b>395</b>	<b>100.0</b>
عائلية المؤسسة الإعلامية	حكومي	132	33.4
	خاص	230	58.2
	مختلط	33	8.4
	<b>المجموع</b>	<b>395</b>	<b>100.0</b>
المسمى الوظيفي	رئيس تحرير	51	12.9
	مدير تحرير	23	5.8
	سكرتير تحرير	18	4.6
	مندوب ومراسل	20	5.1
	محرر	169	42.8
	مترجم	5	1.3
	مقدم	21	5.3
	مصور	35	8.9
	مخرج	18	4.6
	فني	8	2.0
	مونتير	19	4.8
	إدارة وعلاقات	8	2.0

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
	المجموع	395	100.0
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	77	19.5
	من 5-10 سنوات	81	20.5
	من 11-15 سنة	121	30.6
	أكثر من 16 سنة	116	29.4
	المجموع	395	100.0

بين الجدول أعلاه الآتي:

1. بلغت نسبة فئة الذكور (72.2%) ، بينما كانت نسبة الإناث (27.8%)، وهذا يشير إلى كون العمل الصحفي غالباً ما يستقطب الذكور لاسيما في جانب التحرير والمراسلين خاصة في الظروف التي شهدها العراق في الفترات القريبة الماضية.
2. أما في متغير العمر فقد حازت فئة (26-33) على أعلى نسبة بلغت (45.8%)، تلتها فئة العمر (42 فأكثر) بنسبة (34.9%) ، ثم فئة (34-41) بنسبة (16.7%)، وأخيراً فئة (18-25) بنسبة (2.5%).
3. بلغت نسبة فئة (دبلوم عالي وبكالوريوس) ضمن متغير المستوى الأكاديمي (63.0%)، تلتها فئة (دراسات عليا) بنسبة (20.3%)، وأخيراً فئة (ثانوية ودبلوم) بنسبة (16.7%).
4. وبخصوص متغير المؤسسة الإعلامية (محل العمل) فقد حصلت فئة (إذاعة وتلفزيون) على النسبة الأعلى والتي بلغت (66.6%)، تلتها فئة (صحافة ورقية) بنسبة (16.7%)، ثم فئة (وكالة أنباء) بنسبة (13.7%) وأخيراً فئة (مواقع الكترونية) بنسبة (3.0%).
5. أما متغير عائلية (أو ملكية) المؤسسة الإعلامية، فقد حازت فيه فئة (خاص) على أعلى نسبة (58.2%)، تلتها فئة (حكومي) بنسبة (33.4%)، وأخيراً فئة (مختلط) بنسبة

(8.4%)، وهذا يشير إلى أن المؤسسات الإعلامية الخاصة تفوق في عددها المؤسسات الحكومية.

6. وفي متغير المسمى الوظيفي احتلت فئة (محرر) النسبة الأكبر إذ بلغت (42.8%)، وتلتها الفئات الأخرى، وهذه النسبة تؤكد أن غالبية العاملين في المؤسسات الإعلامية هم المحررون، وهذا أيضاً يؤكد أن حاجة المؤسسات الإعلامية إلى المحررين أكثر عدداً من غيرها من المهام.

7. أما في متغير سنوات الخبرة فقد حازت فئة (11-15) على نسبة (30.6%)، تلتها فئة (16 سنة فأكثر) بنسبة (29.4%)، ثم فئة (5-10) بنسبة (20.5%) وفئة (أقل من 5 سنوات) بنسبة (19.5%).

#### أداة الدراسة (الإستبانة):

تعد صحيفة الاستقصاء أو ما تسمى بالاستبانة من أهم أدوات جمع البيانات في البحوث والدراسات الأكاديمية- المسحية، وهي غالباً ما تتكون من أسئلة مغلقة مصممة وفق أهداف وأسئلة الدراسة نفسها حيث يلجأ الباحثون في كثير من الأحيان إلى استخدام الاستبانة عندما يكون المطلوب الحصول على معلومات أو بيانات من مجموعة يصعب معها الدراسة الحصرية أو استخدام المقابلة لأسباب منها؛ ضيق الوقت واختصار الجهد والتكاليف، أو ربما أن الأفراد المطلوب الحصول منهم على المعلومات بعيدون جغرافياً عن الباحث. ينظر: (رشوان، 1998، ص77) و(حجاب، 2003، ص148).

وقد تكونت أداة الدراسة من أسئلة الدراسة والمكونة من :

القسم الأول: المعلومات الديموغرافية، وتتكون من: النوع الاجتماعي، والفئة العمرية، والمستوى الأكاديمي، ومحل العمل (الإعلامي)، وملكية أو عائلية المؤسسة الإعلامية، والعنوان الوظيفي، وسنوات الخبرة في المجال الاعلامي.

القسم الثاني: نوع الشبكات المستخدمة، والمكونة من أسئلة محددة للتعرف لاستخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي، تضمنت (هل لديك حساب شخصي على أحد المواقع الاجتماعية، واستخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي، وما مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها، ومدى استخدامك لها بشكل عام).

القسم الثالث: محاور الدراسة، وتعالج هذه المحاور موضوع الدراسة الرئيس المتمثل بـ (دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح من وجهة نظر الصحفيين العراقيين)، وتتمثل المحاور في الآتي:

**المحور (1):** موضوعات ثقافة التسامح الأكثر انتشارا في الشبكات، وتمثله الفقرات (1-14).

**المحور (2):** التأثيرات المعرفية لشبكات التواصل الاجتماعي، وتمثله الفقرات (15-27).

**المحور (3):** التأثيرات الوجدانية لشبكات التواصل الاجتماعي، وتمثله الفقرات (28-35).

**المحور (4):** التأثيرات السلوكية لشبكات التواصل الاجتماعي، وتمثله الفقرات (36-46).

**المحور (5):** التحديات أمام نشر ثقافة التسامح، وتمثله الفقرات (47-69).

## صدق الأداة

يتم قياس صدق الأداة من خلال عرضها على مجموعة من الأساتذة والأكاديميين المحكمين لإبداء ملاحظاتهم وتعديلاتهم على فقرات الاستبانة، ولكون الدراسة الحالية تتناول موضوعاً إعلامياً متخصصاً فقد تم عرض الاستبانة على مجموعة من الخبراء والمختصين في الإعلام في الجامعات الأردنية (الملحق 1)، للحكم على مدى صلاحية الأداة وترابط فقراتها، وتسلسل موضوعاتها، وبعد أن أبدى المحكمون ملاحظاتهم تم تعديل الاستبانة بحسب بعض الآراء التي وردت من المحكمين.

## ثبات الأداة

أما ثبات الأداة فقد تم استخراجها من خلال استخدام معامل الثبات الداخلي بين الإجابات أو ما يسمى اختبار الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا (Cranach-Alpha)، ويهدف هذا الاختبار إلى قياس الاتساق في إجابات أفراد العينة (الصحفيين)، وإذا كانت قيمة (ألفا) مرتفعة دل على ارتفاع قيمة الثبات، ويتراوح مقياس الثبات بين (0-1) وتكن قيمته مقبولة عند (60%) وما فوق، وقد بلغت قيمة معامل الثبات لأداة الدراسة الحالية (0.80)، والجدول (2) يبين ذلك:

## الجدول (2)

قيم معاملات الإتساق الداخلي باستخدام اختبار Cronbach Alpha

المحاور	متغيرات الدراسة	الفقرات	قيمة معامل الثبات
الأول	موضوعات ثقافة التسامح الأكثر انتشارا في الشبكات	(14-1)	0.80
الثاني	التأثيرات المعرفية لشبكات التواصل الاجتماعي	(27-15)	0.75
الثالث	التأثيرات الوجدانية لشبكات التواصل الاجتماعي	(35-28)	0.77
الرابع	التأثيرات السلوكية لشبكات التواصل الاجتماعي	(46-36)	0.75
الخامس	التحديات أمام نشر ثقافة التسامح	(69-47)	0.95
	الأداة ككل	(69-1)	0.80

### متغيرات الدراسة

المتغير المستقل: شبكات التواصل الاجتماعي

المتغير التابع: استجابات(الصحفيين العراقيين) لنشر ثقافة التسامح.



## إجراءات الدراسة

- 1- قام الباحث قبل تسجيل الفكرة والعنوان بمسح عشوائي - ميداني داخل مدينة بغداد بدراسة استطلاعية تمهيدية لمعرفة العوامل والظروف التي ستمهد للدراسة الفعلية ومدى توفر الامكانيات اللوجستية الممكنة لانجاح الدراسة المسحية .
- 2- وبعد الاستقرار على العنوان والبحث وفكرته وتحديد اهدافه ومدى اهميته تم الاطلاع على ما كتب عن الموضوع ن بحوث ودراسات وتقارير وكتب ومراجع وتم حصر عدد جيد من المصادر والدراسات السابقة التي تناولت موضوعات التسامح في الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي.
- 3- تم بناء فكرة الدراسة ومخططها استناداً إلى إحساس الباحث بالمشكلة وتوفير البيانات الكافية .
- 4- توجه الطالب الى العراق - بغداد - خلال شهري كانون الثاني - وشباط فبراير 2019 واجرى العديد من المقابلات والاسئلة المفتوحة مع الوسط الصحفي تمحورت حول اهداف الموضوع واجرى دراسة استطلاعية اولية شملت 33 مبحوثا عشوائيا من مجتمع البحث ، تم الاستفادة من اجاباتهم ومدخلاتهم حول الموضوع .
- 5- تم وضع محاور الدراسة ومن ثم العمل على إعداد الإستبانة وتحكيمها وتوزيعها وجمعها.
- 6- استخلاص نتائج الإستبانة من خلال البرنامج الاحصائي Spss.
- 7- اجرى الطالب مناقشة وتحليل النتائج التي تم التوصل إليها
- 8- كتابة خلاصة النتائج النهائية والتوصيات.
- 9- تم فحص الرسالة لغويا

## 10- إعداد الرسالة بصورتها النهائية.

**المعالجة الإحصائية:** بعد جمع استجابات المبحوثين تم معالجتها باستخدام برنامج الـ Spss (\*) من خلال تفريغ البيانات وترميزها، ومن ثم بدأت عملية استخراج العلاقات الإحصائية باعتماد أساليب الإحصاء الوصفي والتحليلي للبرنامج، كما تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والتكرارات والنسب المئوية لاستجابات أفراد العينة، وكذلك استخدام عدد من الاختبارات التي تقيس ثبات الأداة، مثل اختبار كرونباخ ألفا، واختبار Independent Sample T-test واستخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لاختبار العلاقة بين المتغيرات وLSD للمقارنات البعدية. وفيما يتعلق بمقياس ليكرت الخماسي المستخدم في الدراسة، فقد تم اعتماد المتوسطات الحسابية لحساب المستويات مع مراعاة أن يتدرج المقياس كما يلي:

القيمة	البدائل
5	أوافق بشدة
	دائماً
4	أوافق
	غالباً
3	أوافق قليلاً
	أحياناً
2	لا أوافق
	نادراً
1	لا أوافق بشدة
	أبداً

واستناداً إلى معادلة طول الفئة (القيمة العليا - القيمة الدنيا لبدائل الإجابة مقسومة على عدد

المستويات) تم استخراج طول الفئة (1.33) ليكون معدل قيم المتوسطات الحسابية على النحو الآتي:

(\*) مختصر من : Statistics Package for Social Sciences، أي الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية.

المستوى المنخفض من  $1 + 1.33 = 2.33$ ، والمستوى المتوسط من  $2.34 + 1.33 = 3.67$ ،

والمستوى المرتفع من  $3.68 - 0.5$ .

## الفصل الرابع

### نتائج الدراسة

تم في هذا الفصل عرض النتائج التي تمخضت عن المعالجة الإحصائية والتي تم تفرغها من الاستبانات التي جمعت من المبحوثين، بما يتلاءم والمنهج الذي اعتمده الدراسة.

#### نتائج الدراسة الميدانية

استناداً إلى المعالجات الإحصائية المعتمدة في استخراج النتائج تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للتعرف إلى استجابات أفراد العينة عن موضوع الدراسة المتمثل بـ (دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح من وجهة نظر الصحفيين العراقيين)، وفيما يلي تفصيل وبيانات كل محور أو سؤال:

#### • أنماط الاستخدام

هل لديكم حساب على شبكات التواصل الاجتماعي الآتية؟

ولتوضيح نتائج استجابات أفراد العينة عن هذا التساؤل تم استخراج التكرارات والنسب المئوية في صيغتين: الصيغة الأولى تبين حسابات الصحفيين على شبكات التواصل مجتمعة، كما مبين في الجدول (3).

## الجدول رقم (3)

## حسابات الصحفيين على شبكات التواصل مجتمعة

النسبة المئوية	التكرار	الشبكات التي يستخدمها الصحفيون
10.1	40	فيسبوك
7.3	29	فيسبوك وتويتر
17.0	67	فيسبوك وانستغرام
8.6	34	فيسبوك وتويتر وانستغرام
1.3	5	فيسبوك وتويتر وسنابشات
8.4	33	فيسبوك ويوتيوب وانستغرام
6.3	25	فيسبوك وانستغرام وسناب تشات
6.6	26	فيسبوك وتويتر وجوجل وانستغرام
4.5	18	فيسبوك وتويتر ويوتيوب وانستغرام
1.3	5	فيس وتويتر وانستغرام وسناب
1.3	5	فيسبوك ويوتيوب وانستغرام وسناب تشات
5.1	20	فيسبوك وتويتر وجوجل بلس ويوتيوب وانستغرام
5.3	21	فيسبوك وتويتر ويوتيوب وانستغرام وسناب
.5	2	فيسبوك وتويتر وانستغرام ولينكدان وسناب تشات
7.3	29	فيسبوك وتويتر وجوجل ويوتيوب وانستغرام وسناب تشات
7.1	28	فيسبوك وتويتر ويوتيوب وانستغرام ولينكدان وسنابشات
2.0	8	فيس وتويتر وجوجل ويوتيوب وانستغرام ولينكدان وسناب
<b>100.0</b>	<b>395</b>	<b>المجموع</b>

وفي هذا الجدول (3) يتضح عدد الحسابات التي يستخدمها أفراد العينة، إذ بين أن الجميع يستخدمون الفيسبوك، أما الأغلبية فيستخدمون الفيسبوك والآنستغرام، والصيغة الثانية توضح كل حساب ونسبة مستخدميه من العينة المبحوثة. ففي الصيغة الثانية تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لإجابات المبحوثين مبينة عدد حسابات كل شبكة منفصلة لدى الصحفيين العراقيين (عينة الدراسة)، كما في الجدول رقم (4):

#### الجدول رقم (4)

##### حسابات شبكات التواصل منفصلة لدى الصحفيين

النسبة المئوية من العينة	التكرار	الشبكات التي لدى الصحفيين
100.00	395	الفيسبوك Face book
81.27	321	انستغرام Instagram
56.96	225	تويتر Twitter
41.01	162	يوتيوب YouTube
32.41	128	سناپ تشات Snap Chat
21.01	83	غوغل بلس Google+
9.62	38	لينكدإن LinkedIn

يبين الجدول أعلاه أن جميع أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك بنسبة (100.0%)، تلاها حساب الانستغرام بنسبة (81.27%)، ثم تويتر بنسبة (56.96%)، ثم اليوتيوب بنسبة (41.01%)، تلاه حساب سناپ تشات بنسبة (32.41%)، ثم غوغل بلس بنسبة (21.01%)، وأخيراً حساب لينكدإن بنسبة (9.62%). وهذه النتيجة تؤكد أن هذه الحسابات أعلاه هي أكثر الحسابات شيوعاً بين

أفراد العينة لما تتيح من إمكانية التواصل والتفاعلية، وتوفر الكثير من المزايا التي تسهل عمل الصحفي سواء فيما يخص علاقاته الخاصة أو فيما يتعلق بعمله.

### ما كثافة استخدام الصحفيين لشبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام

لبيان كثافة استخدام الصحفيين العراقيين لشبكات التواصل الاجتماعي تم استخراج

التكرارات والنسب المئوية بحسب استجاباتهم، كما يبين ذلك الجدول (5):

#### جدول (5)

التكرارات والنسب المئوية لاستجابات العينة عن كثافة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
كثافة استخدام الصحفيين العراقيين لشبكات التواصل الاجتماعي	دائماً	235	59.5
	غالباً	102	25.8
	أحياناً	52	13.2
	نادراً	6	1.6
	أبداً	0	0.00
	المجموع	395	100.0

بينت النتائج بحسب الجدول (5) أن (59.5%) من أفراد العينة تستخدم شبكات التواصل

الاجتماعي بشكل (دائم)، تلتها نسبة (25.8%) تستخدمها (غالب) الوقت، وبالتالي فإن

النسبتين مجتمعين تعني أن (85.3%) من العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بكثافة

عالية.

## ما كثافة استخدام الصحفيين لكل شبكة من شبكات التواصل الاجتماعي

لبيان نتائج كثافة استخدام الصحفيين العراقيين لشبكات التواصل الاجتماعي تم استخراج

التكرارات والنسب المئوية لكل شبكة على حدة من ناحية الاستخدام، والجدول (6) يوضح ذلك:

### جدول (6)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات العينة عن كثافة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كل شبكة على حدة

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقدير
1	الفيسبوك Facebook	4.49	0.97	1	مرتفع
5	انستغرام Instagram	3.56	1.53	2	متوسط
4	يوتيوب YouTube	2.97	1.54	3	متوسط
2	تويتر Twitter	2.64	1.54	4	متوسط
3	سناپ تشات Snap Chat	1.85	1.40	5	منخفض
7	غوغل بلس Google +	1.75	1.10	6	منخفض
6	لينكدان LinkedIn	1.18	0.56	7	منخفض
	المتوسط العام الحسابي	2.30	0.59		منخفض

يوضح الجدول رقم (6) كثافة استخدام أفراد العينة لكل حساب من الحسابات، وقد حاز المحور

على متوسط حسابي (2.30) وانحراف معياري (0.59)، وتراوحت متوسطاته بين (1.18) -

(4.49)، وهو ضمن المستوى المنخفض. وكون المحور في المستوى المنخفض فهذا يعني أن العدد



الأكبر من الحسابات هي أقل استخداماً مقارنة بحسابين، إذ حازت فقرة الفيسبوك على أعلى متوسط حسابي بلغ (4.49) وانحراف معياري (0.97)، تلاه في المستوى المتوسط حساب الانستغرام بمتوسط حسابي (3.56) وانحراف معياري (1.53).

أما في المراتب الأخيرة فقد جاء حساب غوغل بلس بمتوسط حسابي (1.75) وانحراف معياري (1.10)، ثم في المرتبة الأخيرة حساب لينكدان بمتوسط حسابي (1.18) وانحراف معياري (0.56). وكلاهما في المستوى المنخفض.

### نتائج محاور الدراسة

#### نتائج المحور الأول: ما موضوعات ثقافة التسامح الأكثر انتشاراً في الشبكات؟

للتعرف إلى استجابات أفراد مجتمع الدراسة عن محور "موضوعات ثقافة التسامح الأكثر انتشاراً في الشبكات" تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والجدول (7) يبين ذلك:

## الجدول (7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات الصحفيين العراقيين عن "موضوعات ثقافة التسامح الأكثر انتشاراً في الشبكات" مرتبة ترتيباً تنازلياً..

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقدير
8	الموضوعات التي تحث على الجانب الانساني وتقديم المساعدات للمحتاجين	4.35	0.88	1	مرتفع
10	الدعوة الى الحفاظ على وحدة المجتمع وتماسكه	4.25	0.93	2	مرتفع
7	إحلال السلام والتعايش السلمي	3.98	0.95	3	مرتفع
12	التسامح الفكري والثقافي وهو الحوار الإيجابي والبناء واحترام الآخر ثقافياً وعدم التعصب	3.88	1.53	4	مرتفع
3	نبذ ثقافة الكراهية التي تخلق تصدعات في جدار العلاقات الاجتماعية	3.76	1.53	5	مرتفع
13	التعامل مع الآخرين الذين نختلف معهم دون المساس بقواعد الاخلاقيات	3.54	1.07	6	متوسط
4	نشر ثقافة عيادة المريض وحضور المناسبات الاجتماعية	3.51	1.13	7	متوسط
6	التسامح العرقي ويقصد به تقبل الاخر رغم اختلاف لونه وعرقه	3.47	1.41	8	متوسط
5	عدم التعصب للافكار	3.42	1.21	9	متوسط
11	نشر اللقاءات والاجتماعات والمهرجانات الشعرية والمؤتمرات العشائرية وتجمعات منظمات المجتمع المدني	2.89	1.01	10	متوسط
9	المواقف التي تبعث على الطمأنينة في حل النزاعات	2.74	1.86	11	متوسط

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقدير
1	التسامح السياسي - احترام الآخرين في المشاركة السياسية في ظل القانون وضمان الحريات السياسية	2.68	1.96	12	متوسط
2	التسامح الديني الذي يدعو الى حرية ممارسة الشعائر الدينية للفرق والطوائف	2.66	1.10	13	متوسط
14	تفضيل المصلحة العامة على المصالح الشخصية	2.53	1.90	14	متوسط
	المتوسط العام الحسابي	3.40	1.31		متوسط

يتضح من الجدول رقم (7) أن المتوسط الحسابي العام لمحور الدراسة (موضوعات ثقافة التسامح الأكثر انتشاراً في الشبكات) بلغ (3.40). أي ضمن المستوى المتوسط، وقد تراوحت متوسطاته بين (2.53 و 4.35).

ففي المستوى المرتفع، احتلت الفقرة رقم (8) أعلى متوسط حسابي ضمن فقرات المحور بلغ (4.35)، وكان إنحرافها المعياري (0.88)، وقد نصت الفقرة على أن من موضوعات ثقافة التسامح الأكثر انتشاراً في الشبكات هي (الموضوعات التي تحث على الجانب الإنساني وتقديم المساعدات للمحتاجين)، وفي المستوى المرتفع أيضاً جاءت الفقرة رقم (10) بالمرتبة الثانية، إذ بلغ متوسطها الحسابي (4.25) وانحرافها المعياري (0.93)، وقد نصت الفقرة على أن من موضوعات ثقافة التسامح الأكثر انتشاراً في الشبكات هي (الدعوة إلى الحفاظ على وحدة المجتمع وتماسكه).

وفي المستوى المتوسط جاءت الفقرة رقم(2) في المرتبة ما قبل الأخيرة ضمن فقرات المحور، فقد بلغ متوسطها الحسابي(2.66)، وانحرافها المعياري(1.10)، وقد نصت الفقرة على أن من موضوعات ثقافة التسامح الأقل انتشاراً في الشبكات هي (التسامح الديني الذي يدعو إلى حرية ممارسة الشعائر الدينية للفرق والطوائف).

أما المرتبة الأخيرة فقد كان من نصيب الفقرة رقم(14) التي نصت على أن من موضوعات ثقافة التسامح الأقل انتشاراً في الشبكات هي (تفضيل المصلحة العامة على المصالح الشخصية)، وقد حازت الفقرة على متوسط حسابي(2.53)، وانحراف معياري(1.90). وهي في المستوى المتوسط أيضاً.

يستنتج من خلال استعراض نتائج هذا المحور أن من أكثر موضوعات ثقافة التسامح انتشاراً في شبكات التواصل الاجتماعي هي الموضوعات التي تحث على الجانب الإنساني وتقديم المساعدات للمحتاجين، وكذلك الموضوعات التي تدعو إلى الحفاظ على وحدة المجتمع وتماسكه. بينما كان من أقل الموضوعات حضوراً على شبكات التواصل الاجتماعي هي التسامح الديني الذي يدعو إلى حرية ممارسة الشعائر الدينية للفرق والطوائف، وموضوعات تفضيل المصلحة العامة على المصالح الشخصية.

## نتائج المحور الثاني: ما التأثيرات المعرفية لشبكات التواصل الاجتماعي؟

للتعرف إلى استجابات الصحفيين العراقيين عن محور "التأثيرات المعرفية لشبكات التواصل

الاجتماعي"، تم استخراج المتوسطات الحس

بية والانحرافات المعيارية، والجدول رقم (8) يوضح ذلك:

### الجدول (8)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات الصحفيين العراقيين عن "التأثيرات المعرفية لشبكات التواصل الاجتماعي" مرتبة ترتيباً تنازلياً..

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقدير
20	تدعو لنبذ الطائفية	4.26	0.87	1	مرتفع
26	تبادل الثقافات المتنوعة	4.20	0.78	2	مرتفع
19	تدعو لنبذ التطرف الديني	3.80	0.99	3	مرتفع
27	تبادل الخبرات والمعارف	3.79	0.79	4	مرتفع
15	زيادة الوعي المجتمعي	3.77	0.85	5	مرتفع
16	عرض ثقافات الشعوب المختلفة في التسامح والتعايش	3.73	0.88	6	مرتفع
21	تسهم في لحمة المجتمع وتماسكه	3.71	0.95	7	مرتفع
23	تتشر ثقافة الاختلاف والتنوع	3.64	0.91	8	متوسط

متوسط	9	0.81	3.57	تقديم منتج ثقافي يساهم في رقي المجتمع	17
منخفض	10	1.05	2.14	تشجع على قبول الاخر	22
منخفض	11	1.09	2.10	تدعو لنبذ التعصب القومي	18
منخفض	12	0.87	2.03	تساهم في تكوين الاتجاهات الايجابية	25
منخفض	13	0.88	1.89	تدعو لقبول ثقافة الاختلاف الايديولوجي والسياسي	24
متوسط		0.73	3.28	المتوسط العام الحسابي	

يتبين من نتائج الجدول (8) أن محور (التأثيرات المعرفية لشبكات التواصل الاجتماعي)،

حاز على متوسط حسابي إجمالي (3.28)، وقد تراوحت متوسطاته الحسابية ما بين (1.89 و 4.35)، وهو من المستوى المتوسط.

أما فقرات المحور، فقد احتلت الفقرة رقم (20) أعلى متوسط حسابي ضمن المستوى المرتفع، إذ بلغ متوسطها الحسابي (4.26)، وإنحرافها المعياري (0.87)، وقد نصت الفقرة على أن من التأثيرات المعرفية لشبكات التواصل الاجتماعي هي (نبذ الطائفية)، تلاها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (26) والتي نصت على أن من التأثيرات المعرفية لشبكات التواصل الاجتماعي هي (تبادل الثقافات المتنوعة)، إذ حازت الفقرة على متوسط حسابي (4.20) وانحراف معياري (0.78)، وقد جاءت ضمن المستوى المرتفع أيضاً.

أما الفقرة رقم (25) والتي نصت على أن من التأثيرات المعرفية لشبكات التواصل الاجتماعي هي (المساهمة في تكوين الاتجاهات الايجابية)، فقد احتلت المرتبة ما قبل الأخيرة

ضمن فقرات المحور، وقد حازت على متوسط حسابي (2.03)، وانحراف معياري (0.87)، وهي ضمن المستوى المنخفض.

وفي المرتبة الأخيرة وضمن المستوى المنخفض جاءت الفقرة رقم (24) والتي نصت على أن من التأثيرات المعرفية لشبكات التواصل الاجتماعي هي أنها (تدعو لقبول ثقافة الاختلاف الايديولوجي والسياسي)، وقد حازت على متوسط حسابي (1.89)، وانحراف معياري (0.88).

يستنتج من خلال استعراض نتائج المحور أعلاه أن من أكثر من التأثيرات المعرفية لشبكات التواصل الاجتماعي هي نبذ الطائفية تبادل الثقافات المتنوعة، بينما كان أقلها كل من المساهمة في تكوين الاتجاهات الايجابية والدعوة لقبول ثقافة الاختلاف الايديولوجي والسياسي والتي جاءت بمستويات منخفضة.

### نتائج المحور الثالث: ما التأثيرات الوجدانية لشبكات التواصل الاجتماعي؟

لمعرفة نتائج استجابات الصحفيين العراقيين عن محور "التأثيرات الوجدانية لشبكات التواصل الاجتماعي"، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والجدول رقم (9) يستعرض النتائج كما يلي:

### الجدول (9)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات الصحفيين العراقيين عن "التأثيرات الوجدانية لشبكات التواصل الاجتماعي" مرتبة ترتيباً تنازلياً..

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقدير
34	الحذر من المعلومات المزيفة والاذخار الكاذبة	4.12	0.94	1	مرتفع
35	تنمية الذوق العام	3.98	0.98	2	مرتفع
30	نشر ثقافة الاحترام للآخر	3.77	0.85	3	مرتفع
28	المحافظة على النسيج الاجتماعي ولحمة المجتمع	3.73	0.88	4	مرتفع
32	تشجيع اواصر المحبة والصدقة والالفة	3.71	1.21	5	مرتفع
29	ديمومة التواصل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية	3.64	1.01	6	متوسط
33	إحداث تغييرات في السلوك العاطفي والوجداني بشكل ايجابي	3.57	0.81	7	متوسط
31	اشاعة الهدوء النفسي والعاطفي	2.14	1.05	8	منخفض
	المتوسط العام الحسابي	3.58	0.96		متوسط

يتبين من الجدول (9) أن المتوسطات الحسابية لمحور (التأثيرات الوجدانية

لشبكات التواصل الاجتماعي)، تراوحت ما بين (2.14 و 4.12)، إذ بلغ المتوسط الحسابي

الإجمالي للمحور (3.58)، وهو من المستوى المتوسط.



وفي هذا المحور وحسب نتائج الجدول أن الفقرة رقم (34) والتي نصت على أن من التأثيرات الوجدانية لشبكات التواصل الاجتماعي هي (الحذر من المعلومات المزيفة والاحبار الكاذبة)، قد احتلت أعلى متوسط حسابي والذي بلغ (4.12)، وكان إنحرافها المعياري (0.94)، والفقرة جاءت ضمن المستوى المرتفع، تلتها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (35) والتي حازت على متوسط حسابي (3.98) وانحراف معياري (0.98) وهي ضمن المستوى المرتفع أيضاً، وقد نصت الفقرة على أن من التأثيرات الوجدانية لشبكات التواصل الاجتماعي هي (تنمية الذوق العام).

وفي المرتبة ما قبل الأخيرة جاءت الفقرة رقم (33) ضمن المستوى المتوسط، والتي نصت على أن التأثيرات الوجدانية لشبكات التواصل الاجتماعي هي (إحداث تغييرات في السلوك العاطفي والوجداني بشكل ايجابي)، وقد حازت على متوسط حسابي (3.57)، وانحراف معياري (0.81).

بينما جاءت في المرتبة الأخيرة وضمن المستوى المنخفض الفقرة رقم (31) التي نصت على أن من التأثيرات الوجدانية لشبكات التواصل الاجتماعي هي (اشاعة الهدوء النفسي والعاطفي)، وقد حازت على متوسط حسابي (2.14)، وانحراف معياري (1.05).

يستنتج من خلال استعراض نتائج المحور أعلاه أن من أكثر من التأثيرات الوجدانية لشبكات التواصل الاجتماعي هي المعلومات المزيفة والاحبار الكاذبة، وتنمية الذوق العام، بينما جاءت في مستويات منخفضة كل من إحداث تغييرات في السلوك العاطفي والوجداني بشكل ايجابي، وكذلك اشاعة الهدوء النفسي والعاطفي.

### نتائج المحور الرابع: ما التأثيرات السلوكية لشبكات التواصل الاجتماعي؟

للتعرف إلى استجابات أفراد مجتمع الدراسة عن محور "التأثيرات السلوكية لشبكات التواصل الاجتماعي"، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، كما هو مبين في الجدول (10) أدناه:

#### الجدول (10)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات الصحفيين العراقيين عن "التأثيرات السلوكية لشبكات التواصل الاجتماعي" مرتبة ترتيباً تنازلياً..

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقدير
41	الجرأة في التعبير عن الرأي وكسر حاجز الخوف والتردد لدى الجمهور	4.22	0.85	1	مرتفع
40	تنمية مهارات التواصل لدى الافراد	4.20	0.73	2	مرتفع
44	انفتاح المجتمع على نماذج سلوكية مختلفة ومتنوعة	4.10	0.97	3	مرتفع
46	انخراط الجمهور في فعاليات شعبية ومتنوعة	4.05	0.79	4	مرتفع
39	المساهمة بتنمية المجتمع وتقدمه	3.88	0.92	5	مرتفع
43	بروز انماط سلوك حضارية جديدة	3.44	0.81	6	متوسط
37	اندماج الفرد بالمجتمع	3.41	1.14	7	متوسط
45	انحسار السلوكيات العدوانية والمتطرفة	2.14	1.08	8	منخفض

منخفض	9	1.01	2.03	غرس ثقافة النقد البناء	42
منخفض	10	1.06	1.78	قبول الاخر المختلف	36
منخفض	11	0.97	1.42	تغليب المصلحة العامة على المصلحة الشخصية	38
متوسط		0.74	3.15	المتوسط العام الحسابي	

يظهر من الجدول (10) أن المتوسطات الحسابية لمحور (التأثيرات السلوكية لشبكات التواصل الاجتماعي)، تراوحت ما بين (1.42 و 4.22)، حيث حاز المحور على متوسط حسابي إجمالي (3.15)، وهو من المستوى المتوسط.

احتلت الفقرة رقم (41) المرتبة الأولى ضمن المستوى المرتفع، إذ حازت على أعلى متوسط حسابي بلغ (4.22)، وانحراف معياري (0.85)، وقد نصت الفقرة على أن من التأثيرات السلوكية لشبكات التواصل الاجتماعي هي (الجرأة في التعبير عن الرأي وكسر حاجز الخوف والتردد لدى الجمهور)، بينما احتلت المرتبة الثانية ضمن المستوى المرتفع أيضاً الفقرة رقم (40) والتي قد حازت على متوسط حسابي بلغ (4.20) وانحراف معياري (0.73)، وقد نصت الفقرة على أن من التأثيرات السلوكية لشبكات التواصل الاجتماعي هي (تنمية مهارات التواصل لدى الافراد).

أما في المرتبة ما قبل الأخيرة فقد جاءت ضمن المستوى المنخفض الفقرة رقم (36)، إذ حازت على متوسط حسابي (1.78)، وانحراف معياري (1.06). وقد نصت الفقرة على أن التأثيرات السلوكية لشبكات التواصل الاجتماعي هي (قبول الاخر المختلف)،

أما الفقرة رقم(38) والتي نصت على أن من التأثيرات السلوكية لشبكات التواصل الاجتماعي هي (تغليب المصلحة العامة على المصلحة الشخصية) فقد جاءت في المرتبة الأخيرة، إذ حازت على متوسط حسابي(1.42)، وانحراف معياري(0.97)، وهي من المستوى المنخفض.

يستنتج من خلال استعراض نتائج المحور أعلاه أن من أكثر من التأثيرات السلوكية لشبكات التواصل الاجتماعي هي الجرأة في التعبير عن الرأي وكسر حاجز الخوف والتردد لدى الجمهور، وكذلك تنمية مهارات التواصل لدى الافراد، بينما جاءت في مستويات منخفضة كل من قبول الاخر المختلف، وكذلك في مستويات منخفضة جاءت تغليب المصلحة العامة على المصلحة الشخصية.

### نتائج المحور الخامس: ما التحديات أمام نشر ثقافة التسامح؟

للتعرف إلى استجابات الصحفيين العراقيين عن محور "التحديات أمام نشر ثقافة التسامح"، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وفيما يلي عرض لهذه النتائج:

#### الجدول (11)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات الصحفيين العراقيين عن "التحديات أمام نشر ثقافة التسامح" مرتبة ترتيباً تنازلياً..

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقدير
47	تشابك وتعدد العملية السياسية في العراق	3.90	1.23	1	مرتفع
48	المحاكمة الطائفية	3.73	1.32	2	مرتفع
61	ضعف المنظومة التعليمية	3.71	1.40	3	مرتفع
49	التنوع القومي والعرقي	3.71	1.16	4	مرتفع
63	تعدد الولاءات السياسية والمذهبية والقومية	3.68	1.22	5	مرتفع
58	التفاوت الاقتصادي بين الناس	3.67	1.23	6	متوسط
57	التدخلات الاقليمية والدولية في شؤون العراق	3.65	1.35	7	متوسط
67	الايخبار المزيفة والشائعات في شبكات التواصل	3.62	1.22	8	متوسط
50	النزعات المذهبية والطائفية	3.62	1.13	9	متوسط

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	التقدير
60	انتشار ثقافة التجهيل والامية والسطحية	3.61	1.44	10	متوسط
53	الفساد المالي والاداري	3.57	1.44	11	متوسط
66	ضعف منظمات المجتمع المدني	3.53	1.12	12	متوسط
56	كثرة الاحزاب والتيارات السياسية	3.53	1.27	13	متوسط
55	انتشار الفصائل المسلحة غير النظامية	3.51	1.36	14	متوسط
59	تنامي ظاهرة العصابات الارهابية مثل داعش	3.47	1.41	15	متوسط
64	عدم استقرار القوانين والتشريعات	3.46	1.22	16	متوسط
52	غياب سلطة القانون او ضعفها	3.45	1.31	17	متوسط
65	تغول بعض مراكز القوى المؤثرة	3.41	1.13	18	متوسط
51	بروز ظاهرة العشائرية	3.33	1.30	19	متوسط
62	عدم وجود سياسة اعلامية وطنية راسخة	3.32	1.14	20	متوسط
54	الغاء التجنيد الاجباري للشباب	3.19	1.17	21	متوسط
69	التضليل الاعلامي لوسائل اعلام تعمل ضد العراق	3.18	1.28	22	متوسط
68	توظيف شبكات التواصل لاجندات غير وطنية	3.01	1.25	23	متوسط
	<b>المتوسط العام الحسابي</b>	<b>3.51</b>	<b>0.96</b>		<b>متوسط</b>

يبين الجدول رقم (11) أن المتوسط الحسابي الإجمالي لمحور (التحديات التي تقف أمام نشر ثقافة التسامح) بلغ (3.51)، وقد تراوحت المتوسطات الحسابية للمحور ما بين (3.01 و 3.90)، والمحور من المستوى المتوسط.

احتلت الفقرة رقم (47) المرتبة الأولى ضمن المستوى المرتفع من المحور، إذ حازت على أعلى متوسط حسابي وقد بلغ (3.90)، وإنحراف معياري (1.23)، وقد نصت الفقرة على أن من التحديات التي تقف أمام نشر ثقافة التسامح هي (تشابك وتعقد العملية السياسية في العراق)، تلتها في المرتبة الثانية ضمن المستوى المرتفع أيضاً الفقرة رقم (48)، والتي نصت على أن من التحديات التي تقف أمام نشر ثقافة التسامح هي (المحاصصة الطائفية)، وقد حازت الفقرة على متوسط حسابي (3.73) وإنحراف معياري (1.32).

بينما جاءت الفقرة رقم (69) في المرتبة ما قبل الأخيرة من المحور ضمن المستوى المتوسط، وقد نصت على أن من التحديات التي تقف أمام نشر ثقافة التسامح هي (التضليل الاعلامي لوسائل اعلام تعمل ضد العراق)، وقد حازت على متوسط حسابي (3.18)، وإنحراف معياري (1.28).

أما في المرتبة الأخيرة فقد كانت للفقرة رقم (68) والتي نصت على أن من التحديات التي تقف أمام نشر ثقافة التسامح هي (توظيف شبكات التواصل لاجندات غير وطنية)، وقد حازت على متوسط حسابي (3.01)، وإنحراف معياري (1.25)، وهي من المستوى المتوسط أيضاً.

يستنتج من خلال استعراض نتائج الجدول أعلاه أن من أكثر التحديات التي تعيق نشر ثقافة التسامح هي تشابك وتعدد العملية السياسية في العراق، وكذلك المحاصصة الطائفية، بينما جاءت في مستويات أقل تأثيراً كل من التضليل الاعلامي لوسائل اعلام تعمل ضد العراق، وتوظيف شبكات التواصل لاجندات غير وطنية.

### نتائج اختبار فرض الدراسة

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات المبحوثين عن دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح من وجهة نظر الصحفيين العراقيين تعزى لمتغيرات الدراسة؛ النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، ومكان العمل، ونوع المؤسسة الإعلامية، والمسمى الوظيفي، والخبرة في المجال الاعلامي؟

#### 1. النوع الاجتماعي

للتعرف إلى الفروق الإحصائية لاستجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح من وجهة نظر الصحفيين العراقيين تعزى لمتغير النوع الاجتماعي تم استخدام اختبار العينة المستقلة Independent Sample T-test، والجدول (12) يبين ذلك.



## جدول (12)

اختبار العينة المستقلة Independent Sample T-test للتعرف إلى الفروق الإحصائية لاستجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.

المصدر	النوع الاجتماعي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العينة	درجات الحرية	قيمة (T)	الدلالة الاحصائية
الفروق الإحصائية لاستجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح من وجهة نظر الصحفيين العراقيين تعزى للنوع الاجتماعي	ذكر	3.60	0.55	285	383	1.207	*0.003
	أنثى	3.73	0.50	100			

\*أقل من (0.05) دالة إحصائياً.

من خلال استعراض النتائج المتضمنة في الجدول (12) يتبين وجود فروق دالة إحصائية في استجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى للنوع الاجتماعي، إذ بلغت قيمة (ت) الإحصائي لاستجابات المبحوثين (1.207) وبدلالة إحصائية (0.00)، وهي أقل من (0.05)، وهذا يشير إلى أن لدى المبحوثين مستويات متباينة في استجاباتهم عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح باختلاف نوعهم الاجتماعي، إذ بلغ المتوسط الحسابي للمبحوثين الذكور (3.60) والمتوسط الحسابي للإناث (3.73) وكانت الفروق

لصالح فئة الإناث على فئة الذكور، وبالتالي ترفض الفرضية العدمية لوجود فروق ذات دلالة إحصائية.

## 2. العمر.

للتعرف إلى الفروق في استجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير العمر تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA ، والجدول (13) يوضح ذلك.

### جدول (13)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن " دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح" تعزى لمتغير العمر"

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	فئات العمر	المصدر
0.04	93.5	10	25-18	استجابات المبحوثين عن دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير العمر
0.47	3.66	181	33-26	
0.32	3.80	66	41-34	
0.68	3.45	128	42 فأكثر	
<b>0.55</b>	<b>3.61</b>	<b>385</b>	<b>المجموع</b>	

يشير الجدول أعلاه إلى أن المتوسطات الحسابية لاستجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح التي تعزى لمتغير العمر، كانت متباينة إلى حد ما، وهذا يفسر بأن هناك فروقاً ظاهرة بين الإستجابات، وللتعرف إلى دلالة هذه الفروقات تم استخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA ، والجدول (14) يوضح ذلك.

### جدول (14)

تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للكشف عن دلالة للفروق في استجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير العمر.

المصدر	التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
استجابات المبحوثين عن دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير العمر	بين المجموعات	5.928	3	1.976	7.017	0.00
	داخل المجموعات	107.288	381	0.282		
	المجموع	113.216	384			

يبين الجدول (14) أن الفروق في استجابات الصحفيين العراقيين عن محور الدراسة المتمثل بدور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح والتي تعزى إلى متغير العمر هي دالة إحصائياً، فقد بلغت قيمة (ف) الإحصائي (7.017) وبدلالة إحصائية (0.00)، وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، مما يعني أنها دالة.

وهذا يشير إلى أن وجهات نظر الصحفيين العراقيين حول دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح جاءت بمستويات متباينة إلى حد ما على اختلاف أعمارهم، والفروق بلغت مستوى الدلالة الإحصائية، وتم إجراء اختبار LSD للمقارنات البعدية لمعرفة لصالح من كانت الفروق ضمن فئات العمر، كما في الجدول رقم(15):

### جدول (15)

اختبار LSD للمقارنات البعدية للكشف عن أي فئات العمر كان لها الفرق المعنوي في استجابة المبحوثين عن دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح.

المصدر	العمر (I)	العمر (J)	متوسط الفروق (I-J)	القيمة الإحصائية
استجابات المبحوثين عن دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير العمر	25-18	33-26	-.08247-	0.63
		41-34	-.20799-	50.2
		42 فأكثر	.13129	0.45
	33-26	25-18	.08247	0.63
		41-34	-.12552-	0.10
		42 فأكثر	.21376*	0.00
	41-34	25-18	.20799	0.25
		33-26	.12552	0.10
		42 فأكثر	.33928*	0.00
	42 فأكثر	25-18	-.13129-	0.45
		33-26	-.21376-*	0.00
		41-34	-.33928-*	0.00

يبين الجدول (15) لاختبار LSD للمقارنات البعدية أن الفروق الإحصائية كانت لصالح

متغير العمر فئة (41-34)، إذ كانت القيم الإحصائية لها هي الأقرب إلى الدلالة الإحصائية.

وبالتالي ترفض الفرضية العدمية لوجود فروق ذات دلالة إحصائية.

### 3. المستوى الأكاديمي.

للتعرف إلى الفروق في استجابات الصحفيين العراقيين عن محور الدراسة المتمثل بدور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير المستوى الأكاديمي تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA ، والجدول (16) يوضح ذلك.

#### جدول (16)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن " دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح" تعزى لمتغير المستوى الأكاديمي"

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	فئات المستوى الأكاديمي	المصدر
0.56	3.43	66	ثانوية ودبلوم	استجابات الباحثين عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير المستوى الأكاديمي
0.43	3.76	249	دبلوم عالي وبكالوريوس	
0.64	3.24	70	دراسات عليا	
0.54	3.61	385	المجموع	

يظهر من الجدول (16) أن المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير المستوى الأكاديمي، كانت متباينة إلى حد ما، وهذا يشير إلى أن هناك فروقاً ظاهرة بين الإستجابات، لذا تم استخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA بهدف التعرف إلى الدلالة الإحصائية لهذه الفروقات، والجدول (17) يبين ذلك.

### جدول (17)

تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للكشف عن دلالة للفروق في استجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير المستوى الأكاديمي.

المصدر	التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
استجابات المبحوثين عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير المستوى الأكاديمي	بين المجموعات	17.096	2	8.548	33.972	0.00
	داخل المجموعات	96.120	383	0.252		
	المجموع	113.216	385			

يتضح من الجدول (17) أن الفروق في استجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير المستوى الأكاديمي دالة إحصائياً، إذ بلغت قيمة (ف) الإحصائي (33.972) وبدلالة إحصائية (0.00)، وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، فهي دالة.

وهذا يدل على أن وجهات نظر الصحفيين العراقيين إلى دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح جاءت بمستويات متباينة إلى حد ما على اختلاف مستوياتهم الأكاديمية، والفروق بلغت مستوى الدلالة الإحصائية، وقد تم إجراء اختبار LSD للمقارنات البعدية بهدف معرفة لمن كانت الفروق ضمن فئات المستوى الأكاديمي، كما يظهر في الجدول رقم (18):

## جدول (18)

اختبار LSD للمقارنات البعدية للكشف عن الفرق المعنوي في استجابة الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح لأي فئات المستوى الأكاديمي

القيمة الإحصائية	متوسط الفروق (I-J)	المستوى الأكاديمي (J)	المستوى الأكاديمي (I)	المصدر
0.000	-.32622*	دبلوم عالي وبكالوريوس	ثانوية ودبلوم	استجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير المستوى الأكاديمي
0.027	.19109*	دراسات عليا		
0.000	.32622*	ثانوية ودبلوم	دبلوم عالي وبكالوريوس	
0.000	.51731*	دراسات عليا		
0.027	-.19109*	ثانوية ودبلوم	دراسات عليا	
0.000	-.51731*	دبلوم عالي وبكالوريوس		

يتبين من الجدول (18) أن الفروق الاحصائية كانت لصالح متغير المستوى الأكاديمي فئة (دبلوم عالي وبكالوريوس) بحسب اختبار LSD للمقارنات البعدية، فقد تبين أن القيم الإحصائية لها كانت أقل من (0.05) فهي دالة إحصائياً. وبالتالي ترفض الفرضية العدمية لوجود فروق ذات دلالة إحصائية.

## 4. المؤسسة الإعلامية.

للتعرف إلى الفروق في استجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير المؤسسة الإعلامية تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والجدول (19) يبين ذلك.

### جدول (19)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن " دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح" تعزى لمتغير المؤسسة الإعلامية"

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	فئات المؤسسة الإعلامية	المصدر
0.51	3.67	56	صحافة ورقية	استجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير المؤسسة الإعلامية
0.42	2.39	12	مواقع الكترونية	
0.47	3.60	263	إذاعة وتلفزيون	
0.56	3.87	54	وكالة أنباء	
<b>0.54</b>	<b>3.61</b>	<b>385</b>	<b>المجموع</b>	

يظهر من الجدول (19) أن المتوسطات الحسابية لاستجابات الصحفيين العراقيين عن دور

شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح حسب متغير المؤسسة الإعلامية، كانت متباينة

إلى حد ما، وهذا يشير إلى أن هناك فروقاً ظاهرة بين الإستجابات، وقد تم استخدام اختبار التباين

الأحادي One Way ANOVA، بهدف التعرف إلى الدلالة الإحصائية لهذه الفروقات كما هو مبين

في الجدول (20).



## جدول (20)

تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للكشف عن دلالة للفروق في استجابات المبحوثين عن دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير المؤسسة الإعلامية.

مستوى الدلالة	قيمة "ف"	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	التباين	المصدر
0.95	8.67	7.337	3	22.010	بين المجموعات	استجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير المؤسسة الإعلامية
		0.239	381	91.207	داخل المجموعات	
			384	113.216	المجموع	

يظهر من الجدول (20) أن الفروق في استجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات

التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح التي حسب متغير المؤسسة الإعلامية بلغت أكثر من مستوى الدلالة (0.05)، فهي غير دالة.

وهذا يشير إلى أن وجهات نظر أفراد العينة إلى دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر

ثقافة التسامح جاءت بمستويات متقاربة على اختلاف مؤسساتهم الإعلامية، إلا أن الفروق لم تبلغ مستوى الدلالة الإحصائية.

## 5. عائدية المؤسسة الإعلامية.

للتعرف إلى الفروق في استجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح حسب متغير عائدية المؤسسة الإعلامية، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA والجدول (21) يوضح ذلك.

### جدول (21)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات الصحفيين العراقيين عن " دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح" تعزى لمتغير عائدية المؤسسة الإعلامية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	فئات عائدية المؤسسة الإعلامية	المصدر
0.70	3.62	123	حكومي	استجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير عائدية المؤسسة الإعلامية
0.45	3.64	229	خاص	
0.40	3.37	33	مختلط	
<b>0.54</b>	<b>3.6131</b>	<b>385</b>	<b>المجموع</b>	

يشير الجدول (21) إلى أن المتوسطات الحسابية لاستجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير ملكية (عائدية) المؤسسة الإعلامية، كانت متباينة إلى حد ما، مما يعني أن هناك فروقاً ظاهرة بين الإستجابات، وتم استخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA، بهدف التعرف إلى الدلالة الإحصائية لهذه الفروقات كما يتضح من خلال الجدول (22).

## جدول (22)

تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للكشف عن دلالة للفروق في استجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير عائلية المؤسسة الإعلامية.

المصدر	التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
استجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير ملكية المؤسسة الإعلامية	بين المجموعات	2.116	2	1.058	3.63	0.086
	داخل المجموعات	111.101	382	0.291		
	المجموع	113.216	384			

يظهر من الجدول أعلاه أن الفروق في استجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح والتي تعزى لمتغير عائلية (ملكية) المؤسسة الإعلامية أكثر من مستوى الدلالة (0.05)، فهي غير دالة. وهذا يؤكد على أن الفروق في وجهات نظر الصحفيين العراقيين إلى دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح جاءت بمستويات متقاربة على اختلاف عائلية مؤسساتهم الإعلامية، والفروق لم تبلغ مستوى الدلالة الإحصائية.

## 6. المسمى الوظيفي.

للتعرف على الفروق في استجابات المبحوثين عن دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير المسمى الوظيفي، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA، كما هو مبين في الجدول (23).

### جدول (23)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات الصحفيين العراقيين عن " دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح" تعزى لمتغير المسمى الوظيفي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	فئات المسمى الوظيفي	المصدر
0.49	3.70	51	رئيس تحرير	استجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير المسمى الوظيفي
0.36	3.43	14	مدير تحرير	
0.56	2.70	18	سكرتير تحرير	
0.27	3.86	20	مندوب ومراسل	
0.55	3.68	169	محرر	
1.04	2.73	4	مترجم	
0.23	3.85	21	مقدم	
0.19	3.72	35	مصور	
0.30	3.56	18	مخرج	
0.03	3.65	8	فني	
0.64	3.24	19	مونتير	
0.42	3.60	8	إدارة وعلاقات	
<b>0.54</b>	<b>3.61</b>	<b>385</b>	<b>المجموع</b>	

يشير الجدول (23) إلى أن المتوسطات الحسابية لاستجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير المسمى الوظيفي، كانت متباينة إلى حد ما، وهذا يشير إلى أن هناك فروقاً ظاهرة بين الإستجابات، ولذا تم استخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA بهدف التعرف إلى الدلالة الإحصائية لهذه الفروقات، والجدول (24) يوضح ذلك.

### جدول (24)

تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للكشف عن دلالة للفروق في استجابات المبحوثين عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير المسمى الوظيفي.

المصدر	التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
استجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير المسمى الوظيفي	بين المجموعات	25.607	11	2.328	5.91	0.15
	داخل المجموعات	87.609	373	0.235		
	المجموع	113.216	384			

يظهر من الجدول (24) أن الفروق في استجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح والتي تعزى إلى متغير المسمى الوظيفي أعلى من مستوى الدلالة (0.05)، فهي غير دالة. وهذا يدل على أن الفروق في وجهات نظر الصحفيين العراقيين إلى

دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح جاءت بمستويات متقاربة على اختلاف المسمى الوظيفي، والفروق لم تبلغ مستوى الدلالة الإحصائية.

#### 7. سنوات الخبرة في العمل الإعلامي.

للتعرف على الفروق في استجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير سنوات الخبرة في العمل الإعلامي، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA ، والجدول (25) يوضح ذلك.

#### جدول (25)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات الصحفيين العراقيين عن " دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح" تعزى لمتغير سنوات الخبرة في العمل الإعلامي"

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العدد	فئات سنوات الخبرة	المصدر
3.54	0.62	77	أقل من 5 سنوات	استجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير سنوات الخبرة في العمل الإعلامي
3.70	0.28	81	من 5-10 سنوات	
3.77	0.35	121	من 11-15 سنة	
3.41	0.71	106	أكثر من 16 سنة	
<b>3.61</b>	<b>0.54</b>	<b>385</b>	<b>المجموع</b>	

يظهر من الجدول (25) أن المتوسطات الحسابية لاستجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير سنوات الخبرة في العمل الإعلامي، كانت متباينة إلى حد ما، الأمر الذي يفسر بأن هناك فروقاً ظاهرة بين الإستجابات، وللتعرف على الدلالة الإحصائية لهذه الفروقات تم استخدام اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA، والجدول (26) يوضح ذلك:

### جدول (26)

تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للكشف عن دلالة للفروق في استجابات المبحوثين عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير سنوات الخبرة في العمل الإعلامي.

المصدر	التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
استجابات المبحوثين عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير سنوات الخبرة في العمل الإعلامي	بين المجموعات	8.233	3	2.744	9.96	0.000
	داخل المجموعات	104.983	381	0.276		
	المجموع	113.216	384			

يشير الجدول (26) إلى أن الفروق في استجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح والتي تعزى إلى متغير سنوات الخبرة في العمل الإعلامي

دالة إحصائية، إذ بلغت قيمة (ف) الإحصائي (9.96) وبدلالة إحصائية (0.00)، وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، فهي دالة.

وهذا يشير إلى أن وجهات نظر الصحفيين العراقيين حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح جاءت بمستويات متباينة إلى حد ما على اختلاف سنوات خبرتهم في العمل الإعلامي، والفروق بلغت مستوى الدلالة الإحصائية، ولمعرفة لمن كانت الفروق ضمن فئات سنوات الخبرة في العمل الإعلامي، تم إجراء اختبار LSD للمقارنات البعدية، كما في الجدول رقم (27):

### جدول (27)

اختبار LSD للمقارنات البعدية للكشف عن أي فئات المستوى الأكاديمي كان لها الفرق المعنوي في استجابة المبحوثين عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح.

القيمة الإحصائية	متوسط الفروق (I-J)	(J) المستوى الأكاديمي	(I) المستوى الأكاديمي	المصدر
0.06	-.15537-	من 5-10 سنوات	أقل من 5 سنوات	استجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير المستوى الأكاديمي
0.00	-.22670-*	من 11-15 سنة		
0.09	.13133	أكثر من 16 سنة		
0.06	.15537	أقل من 5 سنوات	من 5-10 سنوات	المستوى الأكاديمي
0.34	-.07133-	من 11-15 سنة		
0.00	.28670*	أكثر من 16 سنة		



0.00	.22670*	أقل من 5 سنوات	من 11-15 سنة
0.34	.07133	من 5-10 سنوات	
0.00	.35803*	أكثر من 16 سنة	
0.09	-.13133-	أقل من 5 سنوات	أكثر من 16 سنة
0.00	-.28670- *	من 5-10 سنوات	
0.00	-.35803- *	من 11-15 سنة	

يتبين من اختبار LSD للمقارنات البعدية في الجدول (27) أن الفروق الإحصائية كانت

لصالح متغير سنوات الخبرة فئة (أكثر من 16 سنة)، إذ كانت القيم الإحصائية لها اقل من (0.05)

فهي دالة إحصائياً. وبالتالي ترفض الفرضية العدمية لوجود فروق ذات دلالة إحصائية.

## الفصل الخامس

### مناقشة نتائج الدراسة

1- اظهرت نتائج الدراسة أنماط استخدام الصحفيين العراقيين (العينة المبحوثة) لشبكات التواصل الإجتماعي صادرة شبكة الفيسبوك باجماع ساحق قياساً الى الشبكات الأخرى المستخدمة، إذ أن جميع أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك بنسبة (100.0%)، تلاها حساب الانستغرام بنسبة (81.27%)، ثم تويتر بنسبة (56.96%)، ثم اليوتيوب بنسبة (41.01%)، تلاه حساب سناب تشات بنسبة (32.41%)، ثم غوغل بلس بنسبة (21.01%)، وأخيراً حساب لينكدان بنسبة (9.62%).

ويفسر الباحث هذه النتيجة بسبب ان الفيسبوك هي الشبكة الاقدم انتشارا والاكثر شعبية وسهولة في الاستخدام ولا تتطلب مهارات كبيرة في انشاء الحسابات حيث ان المشتركين يقضون اوقاتهم في التصفح ومد خطوط الصلة مع اصدقاء وزملاء زمن مضى، فضلا عن ان هذه الشبكة توفر معلومات ومنشورات متنوعة ترضي كل الاذواق تقريبا، وايضا فان هذه النتيجة تؤكد أن هذه الحسابات السبعة اعلاه اعلاه هي أكثر التطبيقات شيوعاً بين أفراد العينة لما لها من خصائص اعلامية واتصالية وفنية تتيح التواصل والتفاعلية، وتوفر الكثير من المزايا التي تسهل عمل الصحفي سواء فيما يخص علاقاته الخاصة أو فيما يتعلق بعمله او بتعدد مصادر معلوماته ومصادر تشكل مدراكه ومعارفه العامة .

2- وفيما يتعلق بكثافة الاستخدام فظهر ان النتائج اظهرت أن (59.5%) من أفراد العينة تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي بشكل (دائم)، تلتها نسبة (25.8%) تستخدمها (غالب) الوقت،

وبالتالي فإن النسبتين مجتمعين تعني أن (85.3%) من العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بكثافة عالية فهذا يعني ديمومة الاستخدام . أما الاستخدام الوسط فكان يشكل 15% بين احيانا ونادرا في حين لم يظهر على العينة من اجاب بعدم الاستخدام ابدا . وهذه النتيجة ايضا يمكن تفسيرها بغلبة وهيمنة مواقع التواصل الاجتماعي على الجمهور بشكل فاق كونها مصدر تنوع وتواصل فقط بل اصبحت مصادر معلومات معتمدة لدى الاعلاميين ومؤسسات الاعلام . وتم استخلاص ان الفيسبوك احتل الرتبة -1- في كثافة الاستخدام بمعيار - مرتفع - في حين احتلت شبكات انستغرام ويوتيوب وتويتر معيار (متوسط) وهبطت كثافة استخدام سناب تشات وغوغل بلاس ولينكدن الى (منخفض) . وكون هذا المحور جاء في المستوى المنخفض فهذا يعني أن العدد الأكبر من الحسابات هي أقل استخداماً مقارنة بحسابين، إذ حازت فقرة الفيسبوك على أعلى نسبة تلاه في المستوى المتوسط حساب الانستغرام أما في المراتب الأخيرة فقد جاء حساب غوغل بلس ثم في المرتبة الأخيرة حساب لينكدان وكلاهما في المستوى المنخفض. ويمكن تفسير هذه النتيجة من ان الحسابات الاكثر حداثة تتطلب وقتا اطول في التعود والاستخدام من الحسابات الاقدم والتي ترسخ استخدامها بمرور الوقت .

3- فيما يتعلق بالمحور الأول من أسئلة الدراسة والاستبانة (ما موضوعات ثقافة التسامح الاكثر انتشارا في شبكات التواصل من وجهة نظر المبحوثين؟) فقد اتضح ان من موضوعات ثقافة التسامح الأكثر انتشاراً في الشبكات هي (الموضوعات التي تحت على الجانب الإنساني وتقديم المساعدات للمحتاجين) تليها في الاهمية (الدعوة إلى الحفاظ على وحدة المجتمع وتماسكه) ثم (التسامح الديني الذي يدعو إلى حرية ممارسة الشعائر الدينية للفرق

والطوائف). أما المرتبة الأخيرة فقد كانت من نصيب الفقرة (تفضيل المصلحة العامة على المصالح الشخصية. نستنتج من هذه النتائج ان الشبكات الاجتماعية جاءت موضوعاتها بشكل يتوافق مع حاجة المجتمع العراقي المعاصر حيث ان الغالبية من افراد المجتمع ونتيجة الضائقة الاقتصادية وظروف العراق تعيش في وضع اجتماعي واقتصادي متواضع في الغالب ، إذ ظهر أن من أكثر موضوعات ثقافة التسامح انتشاراً في شبكات التواصل الاجتماعي هي الموضوعات التي تحث على الجانب الانساني وتقديم المساعدات للمحتاجين، وكذلك الموضوعات التي تدعو إلى الحفاظ على لحمة المجتمع ووحدته الوطنية وسط دعوات مماثلة اخرى تدعو للتشردم وتغييب الهوية الوطنية وتغليب الهويات الفرعية على الرئيسية وهذا امر طبيعي في مجتمع مر بظروف صعبة وطويلة من الحروب التي انهكته منذ عام 1980 وحتى الاحتلال الامريكي للعراق عام 2003 وما نجم من هذا الاحتلال من واقع ادى الى تصدعات واضحة في بنية المجتمع العراقي. بينما كان من أقل الموضوعات حضوراً على شبكات التواصل الاجتماعي هي التسامح الديني الذي يدعو إلى حرية ممارسة الشعائر الدينية للفرق والطوائف، وموضوعات تفضيل المصلحة العامة على المصالح الشخصية ، وتفسر هذه النتيجة من ان العراق بحاجة الى وقت طويل ليتعافى من نظام المحاصصة الطائفية الذي كرسه الاحتلال كصيغة رسمية في المؤسسات والمجتمع وغلبة النزعات المذهبية والعرقية والعشائرية مما يتطلب وقتاً من الجهد والعمل لتخطي هذه الحواجز.

#### 4- نتائج المحور الثاني: ما التأثيرات المعرفية لشبكات التواصل الاجتماعي؟

للتعرف إلى استجابات الصحفيين العراقيين عن محور " التأثيرات المعرفية لشبكات التواصل الاجتماعي يتبين أن محور (التأثيرات المعرفية لشبكات التواصل الاجتماعي) حاز على الرتبة الاعلى ، وتضمن الدعوة الى (نبذ الطائفية)، تلاها (تبادل الثقافات المتنوعة)، و (المساهمة في تكوين الاتجاهات الايجابية) . أما المرتبة الأخيرة وضمن المستوى المنخفض جاءت فقرة (قبول ثقافة الاختلاف الايديولوجي والسياسي) . وتفسر هذه النتيجة يستنتج من خلال استعراض نتائج المحور أعلاه أن من أكثر من التأثيرات المعرفية لشبكات التواصل الاجتماعي هي نبذ الطائفية تبادل الثقافات المتنوعة، بينما كان أقلها كل من المساهمة في تكوين الاتجاهات الايجابية والدعوة لقبول ثقافة الاختلاف الايديولوجي والسياسي والتي جاءت بمستويات منخفضة. وهذا يعود لطبيعة التحولات التي حدثت في المجتمع العراقي بعد الاحتلال الذي اتى على البنى التحتية للبلاد ولم يكتف بذلك بل استهدف البنى الثقافية – الاجتماعية التي تحتاج الى وقت طويل لتجاوز الحن والظروف. وايضا تفسر هذه النتائج من ان شبكات التواصل الاجتماعي اصبحت فضاءات مفتوحة دون قيد او شرط لكل منشور سواء كان صالحا او طالحا ، بحيث وجد العراقيون انفسهم بعد سنوات من نظام يقنن قنوات الاعلام الى واقع مفتوح دون وجود اية سيطرة او رقابة عليه .

#### 5- نتائج المحور الثالث: ما التأثيرات الوجدانية لشبكات التواصل الاجتماعي؟

وفي هذا المحور تصدرت فقرة (الحذر من المعلومات المزيفة والاذخار الكاذبة) الرتبة الاولى تلتها في المرتبة الثانية (تنمية الذوق العام). اما في المرتبة ما قبل الأخيرة جاءت

الفقرة (إحداث تغيرات في السلوك العاطفي والوجداني بشكل ايجابي) ، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة (اشاعة الهدوء النفسي والعاطفي).

يستنتج مما ذكر أعلاه أن من أكثر من التأثيرات الوجدانية لشبكات التواصل الاجتماعي هي الخطر الذي تشكله المعلومات المزيفة والاذخار الكاذبة والشائعات وضرورة الحد منها بل محاربتها كما بينت الفئة المبحوثة . اما تنمية الذوق العام فهذا مطلب المثقفين الذين يرون هبوطا في هذا المجال يستدعي الارتقاء بمستوى الذوق الفني والادبي والثقافي لعموم المجتمع. ومن الطبيعي ان تظهر حالات هبوط الذوق العام لارتباط الظواهر الاجتماعية مع بعضها البعض . بينما جاءت في مستويات منخفضة كل من إحداث تغيرات في السلوك العاطفي والوجداني بشكل ايجابي، وكذلك اشاعة الهدوء النفسي والعاطفي. وهذا أيضاً يتعلق بالمدى الزمني الذي تحتاجه النفوس لتشفى من الأذى الذي تعرضت له بسبب الأحداث والظواهر السلبية وإرهاصات الاحتلال وآثاره الاجتماعية والنفسية.

#### 6- نتائج المحور الرابع: ما التأثيرات السلوكية لشبكات التواصل الاجتماعي؟

احتلت الفقرة (الجرأة في التعبير عن الرأي وكسر حاجز الخوف والتردد لدى الجمهور) المرتبة الأولى، بينما احتلت المرتبة الثانية (تنمية مهارات التواصل لدى الافراد). أما في المرتبة ما قبل الأخيرة فقد جاءت ضمن المستوى المنخفض الفقرة (قبول الاخر المختلف)، أما الفقرة التي نصت على أن من التأثيرات السلوكية لشبكات التواصل الاجتماعي هي (تغليب المصلحة العامة على المصلحة الشخصية) فقد جاءت في المرتبة الأخيرة وهي من المستوى المنخفض. ويستنتج من خلال تحليل وتفسير المحور أن من أكثر من التأثيرات

السلوكية لشبكات التواصل الاجتماعي هي شيوع الجرأة في التعبير عن الرأي وكسر حاجز الخوف والتردد لدى الجمهور، وهذه النتيجة يمكن تفسيرها ان ظروف التقييد والكبت السابقة ادت الى ذلك، فلكل فعل رد فعل مساوي له في الدرجة. والكلام نفسه يقال عن تنمية مهارات التواصل لدى الافراد، بينما جاءت في مستويات منخفضة كل من قبول الاخر المختلف، وكذلك تغليب المصلحة العامة على المصلحة الشخصية. وهذه النتيجة تفسر على ان المجتمع مازال بعيدا نسبيا عن التخلي عن الثقافات الطارئة أو ما يشهده المجتمع من تمييز سياسي ومصلي وضياع المصلحة العامة في سلوكيات الكثير من السياسيين، جعل الكثير من الناس ضحايا هذه الثقافة، وبالتالي ضعف تغليب المصلحة العامة على المصلحة الخاصة.

#### 7- نتائج المحور الخامس: ما التحديات أمام نشر ثقافة التسامح؟

شكلت ظاهرة (تشابك وتعقد العملية السياسية في العراق) التحدي الاول الذي يراه الصحفيون، فهو تحد قوي امام انتشار وترسيخ ثقافة التسامح في المجتمع العراقي، بسبب الواقع المعاش وما افرزته ظروف الحروب والحصارات والاحتلال وما نجم عنه . ثم جاء التحدي الثاني وهو (المحاصصة الطائفية) التي رسخها الاحتلال رسميا ومن خلال الدستور والقوانين ورفضتها الاوساط المثقفة والشعبية الى حدما . ولكن المحاصصة الطائفية لها سوقها ومريدها والمنتفعون منها، ومنها ان هذه المحاصصة تكرر الفساد، وبحسب النتائج فإن المحاصصة تشكل مانعا لتحول البلاد الى مجتمع عصري وحضاري . بينما جاءت الفقرة (التضليل الاعلامي لوسائل اعلام تعمل ضد العراق) بترتيب ما قبل الاخير أما في المرتبة

الأخيرة فقد كانت للفقرة (توظيف شبكات التواصل لاجندات غير وطنية وهي من المستوى المتوسط أيضاً).

#### 8- النتائج المتعلقة بفروض الدراسة

- النوع الاجتماعي: من خلال استعراض نتائج اختبار الفرضية المتعلقة بالنوع تبين وجود فروق دالة إحصائياً في استجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى للنوع الاجتماعي، وكانت لديهم مستويات متباينة في استجاباتهم باختلاف نوعهم الاجتماعي، وكانت الفروق لصالح فئة الإناث على فئة الذكور، وبالتالي ترفض الفرضية العدمية لوجود فروق ذات دلالة إحصائية. ويعزو الباحث النتيجة إلى كون الإناث يشغلن حيزاً كبيراً في جانب التحرير الصحفي والتقديم، وهذا يزيد من احتكاكهم المباشر بالموضوعات السياسية والمجتمعية بشكل واسع، فضلاً عن استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي بكثافة عالية، وهذه الأمور تعزز من تأثير استجاباتهم عن فحوى الفرضية وإن كانت الإناث اقل عدداً في المؤسسات من الذكور، إلا أن هذا يؤكد تقارب الاستجابات فيما بينهن أكثر مما بين الذكور.

- العمر: من خلال استعراض نتائج اختبار الفرضية المتعلقة بالعمر تبين وجود فروق دالة إحصائياً في استجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى للعمر، وكانت لديهم مستويات متباينة في استجاباتهم باختلاف أعمارهم، وكانت هناك فروق معنوية لصالح متغير العمر فئة (34-41). ويمكن تفسير هذه النتيجة لكون هذه الفئة العمرية تجمع بين الخبرة الحياتية والخبرة العملية، وبالتالي كانت لاستجاباتهم تأثير أكبر في اتجاه نتيجة الفرضية.



- **المستوى الأكاديمي:** من خلال استعراض نتائج اختبار الفرضية المتعلقة بالمستوى الأكاديمي تبين وجود فروق دالة إحصائياً في استجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى للمستوى الأكاديمي، وكانت لديهم مستويات متباينة في استجاباتهم باختلاف مستوياتهم الأكاديمية، وكانت هناك فروق معنوية لصالح فئة (دبلوم عالي و بكالوريوس)، وهذا حسب ما يرى الباحث أمر طبيعي لكون الفئات الأكثر من بين العينة هم من أصحاب حملة الشهادات الدبلوم والباكالوريوس، وبالتالي تشكل استجاباتهم التأثير الأكبر في نتيجة الدراسة.

- **المؤسسة الإعلامية:** أظهرت النتائج أن الفروق في استجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح حسب متغير المؤسسة الإعلامية غير دالة إحصائياً، وهذا يشير إلى أن وجهات نظر أفراد العينة إلى دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح جاءت متماثلة. وهذا يمكن تفسيره لكون المؤسسات الإعلامية تتعامل مع الأحداث والقضايا بالسياق ذاتهن وتحكمها نمطيات واحدة، لذا جاءت الاستجابات متماثلة.

- **عائدية المؤسسة الإعلامية:** أظهر نتائج الدراسة أن الفروق في استجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح والتي تعزى لمتغير عائدية (ملكية) المؤسسة الإعلامية غير دالة. وهذا يؤكد على أن الفروق في وجهات نظر الصحفيين العراقيين إلى دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح جاءت متباينة على اختلاف عائدية مؤسساتهم الإعلامية. ويجد الباحث أن ذلك يعود إلى كون المؤسسات الإعلامية تحكمها سياسات متقاربة، لافرق بينها حكومية أو خاصة، وذلك لغلبة السياسات الحزبية أكثر منها رسمية أو خاصة.

- **المسمى الوظيفي:** أظهرت نتائج الدراسة أن الفروق في استجابات الصحفيين العراقيين عن دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح والتي تعزى إلى متغير المسمى الوظيفي غير دالة. وهذا يدل على أن الفروق في وجهات نظر الصحفيين العراقيين إلى دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح جاءت بمستويات متماثلة على اختلاف المسمى الوظيفي، وتعزى هذه النتيجة إلى طبيعة البيئة الإعلامية التي يعمل بها الصحفيون والتي وحدت اتجاهاتهم الوظيفية فلم يعد هناك فرق معنوي يؤثر في اتجاه الاستجابات.

- **سنوات الخبرة:** تبين من خلال اختبار استجابات المبحوثين بحسب الخبرة أن المتوسطات الحسابية لاستجاباتهم عن دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح تعزى لمتغير سنوات الخبرة في العمل الإعلامي، كانت متباينة إلى حد ما، الأمر الذي يفسر بأن هناك فروقاً ظاهرة بين الإستجابات، وهذا يشير إلى أن وجهات نظر الصحفيين العراقيين حول دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح جاءت بمستويات متباينة إلى حد ما على اختلاف سنوات خبرتهم في العمل الإعلامي، والفروق بلغت مستوى الدلالة الإحصائية، وكانت الفروق لصالح متغير سنوات الخبرة فئة (أكثر من 16 سنة).

## التوصيات

بعد ان كشفت الدراسة عن هذه النتائج فان الباحث يضع التوصيات التالية وهي برسم المؤسسات الرسمية والخاصة والشعبية ومؤسسات المجتمع المدني في العراق ونقابة الصحفيين العراقيين والجامعات والمؤسسات التعليمية والمؤسسات الدينية ايضا :

- 1- تدريب وتأهيل الصحفيين العراقيين على استخدام التقنيات الحديثة في الاعلام وزجهم بورش ودورات للتعامل مع الاعلام الجديد بجوانبه المهنية والتقنية والاخلاقية .
- 2- اشاعة ونشر ثقافة التسامح من قبل المؤسسات الدينية والتربوية والتعليمية والصحفية ومؤسسات التنشئة الاجتماعية الاخرى وترسيخ هذا المبدأ .
- 3- تعميق الجوانب الايجابية المشرقة التي ظهرت بالدراسة ومنها الموضوعات التي تحت على الجانب الإنساني وتقديم المساعدات للمحتاجين .
- 4- الدعوة باستمرار الى الحفاظ على وحدة المجتمع العراقي وتماسكه وجعل الانتماء الوطني هو الاساس وجعل الانتماءات الثانوية مظلات حماية وتقوية للتماسك الاجتماعي .
- 5- نشر وتشجيع التسامح الديني الذي يدعو إلى حرية ممارسة الشعائر الدينية للفرق والطوائف المختلفة انطلاقا من مبادئ الدين الاسلامي الحنيف ومن المبادئ الانسانية العامة في ما يتعلق بحقوق الانسان .
- 6- غرس ثقافة تقديم المصلحة العامة على المصالح الشخصية من خلال وسائل الاعلام والجهات ذات العلاقة .

7- نبذ المحاصصة الطائفية والتخلص منها تدريجيا من خلال اتدريب والتاهيل

النفسي والفكري لافراد المجتمع العراقي ومن في واجهة المسؤولية .

8- عدم نشر الموضوعات التي تدعو للتشردم والتناحر وخطاب الكراهية والارهاب

الفكري

9- اهمية وضرورة تعويد المواطن العراقي على تبادل الثقافات المتنوعة و المساهمة

في تكوين الاتجاهات الايجابية .

10- تنمية قبول ثقافة الاختلاف الايديولوجي والسياسي في المجتمع كظاهرة

صحية

11- توخي الحيطة والحذر من قبل وسائل الاعلام ومنصات التواصل من

المعلومات المزيفة والابخار الكاذبة والشائعات

12- تنمية الذوق العام والارتقاء به نحو الافضل

13- الحد من ظاهرة تبني الاجندات الخارجية من قبل بعض وسائل الاعلام والتركيز على

الهم الوطني .

## المراجع والمصادر:

### أولاً: المصادر باللغة العربية

- أبو سويلم, شرحبيل غالب حميد(2015), اعتماد طلبة الجامعة الأردنية على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات, رسالة ماجستير منشورة, جامعة الشرق الأوسط, كلية الإعلام: عمّان.
- إسماعيل, محمود حسن(2003), مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير, ط1, دار العالمية للنشر والتوزيع: الحيزة.
- الخليل, وآخرون(2016), التسامح بين شرق وغرب, بدون طبعة, دار الساقى: مصر.
- الخفاجي, أحمد نبيه نشمي(2014), الوظيفة الإخبارية لشبكات التواصل الاجتماعي, رسالة ماجستير منشورة, جامعة الشرق الأوسط, كلية الإعلام: عمّان.
- الرعود, عبدالله ممدوح مبارك(2012), دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي, رسالة ماجستير منشورة في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين, جامعة الشرق الأوسط, كلية الإعلام: عمّان.
- المرّين, محمد حسن محمد(2009), دور الجامعات الفلسطينية في تعزيز قيم التسامح لدى طلبتها من وجهة نظرهم, رسالة ماجستير منشورة, جامعة الأزهر, كلية التربية: غزة.
- السباعي, مصطفى(1987), أخلاقنا الإجتماعية, ط5, المكتب الإسلامي: بيروت, دمشق
- العبابسة, رياض عوض(2016), دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة السياسية لطلبة الدراسات العليا في الجامعة الأردنية, الجامعة الأردنية: عمّان.
- المحلبدي, مزنة(2012), التعايش السلمي في إطار التعددية المذهبية داخل المجتمع المسلم وتطبيقاته التربوية في الأسرة والمدرسة, رسالة ماجستير منشورة, جامعة أم القرى, كلية التربية: مكة المكرمة.

- باصيد, إيمان(2012), التسامح السياسي والاجتماعي في المجتمع اليمني المعاصر, رسالة ماجستير, - اليمن.
- ملفين ديفلير و ساندر بول - روكيتش ( 2000 ) ترجمة : كمال عبد الرؤوف " نظريات وسائل الاعلام " الطبعة - 5- ( القاهرة : الدرا الدولية للنشر والتوزيع ) .
- سليمان, أحمد(2017), شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى, جامعة الشرق الأوسط, كلية الإعلام: عمّان.
- سليمان, صالح(2014), أخلاقيات الإعلام, ط1, دار الحنين للنشر والتوزيع: عمّان.
- صوالح, وهيبه(2017), السردية الرقمية وآليات إنتاج السرد الرقمي, ط1, دار نينوى للدراسات والنشر: دمشق.
- عبد الغفار, فيصل(2015), شبكات التواصل الاجتماعي, ط1, الجنادرية للنشر والتوزيع: الاردن.
- علبي, عاطف(2003), أضواء على التسامح والتعصب, ط1, الفكر اللبناني: بيروت.
- فرحات, دانا(2015), دور الفضائيات اللبنانية في تشكيل اتجاهات الرأي العام اللبناني نحو الطائفية, رسالة ماجستير منشورة, جامعة الشرق الأوسط, كلية الإعلام: عمّان.
- فهمي, عادل(2014), الإعلام بين هموم الفرد وقضايا المجتمع, ط1, دار المشرق العربي:
- كوكش, أميرة(2017), دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة التسامح من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية, جامعة الشرق الأوسط, كلية الإعلام: عمّان.
- محاسنة, عبلة(2015), شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها في الوعي المجتمعي لدى طلبة الجامعة الأردنية, الجامعة الأردنية: عمّان.
- مسلم, أحمد(2015), التواصل الاجتماعي: الطرق والأساليب, ط1, دار المعتز: الاردن
- مكايي, حسن عماد, والسيد, ليلي حسين(1998), الاتصال ونظرياته المعاصرة, الطبعة الأولى, الدار المصرية اللبنانية: القاهرة.

— حجاب، محمد منير(2003). أساسيات البحوث الإعلامية والإجتماعية. ط2. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

— رشوان، حسين أحمد ( 1998). العلم والبحث العلمي في مناهج العلوم. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.

— عوده، احمد، مكاوي فتحي(1987). أساسيات البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية. الزرقاء: مكتبة المنار

— غرابية، فوزي وأخرون(2002). أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والانسانية. ط6. عمان: دار وائل للنشر

— سميسم، حميدة، (2005) "الحرب النفسية والرأي العام" (القاهرة: الدار الثقافية للنشر).

— طماش، لارا (2015) "درجة ادراك الرأي العام الاردني للتضليل الاعلامي من وجهة نظر قادة الرأي في الاردن" رسالة ماجستير في الاعلام غير منشورة - جامعة الشرق الاوسط - عمان.

— البياتي ، رائد ، ومراد ، كامل ، وادريس ، عالية " درجة وعي طلبة الاعلام في الجامعات الاردنية باساليب التضليل الاعلامي في البرامج الاخبارية للفضائيات العربية " بحث منشور في مجلة الاعلام والبحوث الاجتماعية للبحوث المتخصصة - المجلد-2-العدد-1-نيسان 2017 الصفحات

— الدببسي والطاهات، (2012) "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لطلبة الجامعات الاردنية"

— الدليمي ، عبد الرزاق ، 2018 " إشكاليات الأخبار المفبركة وتأثيرها في تشكيل الرأي العام" دراسة منشورة على شبكة الجزيرة القطرية بتاريخ 26 تموز - يوليو 2018 .

— غنم ، أديب ، ( 1983 ) " حول العلاقة بين الأنباء والجمهور " بحث منشور في دورية الدراسات الاعلامية العربية - العدد-3- ص 23-31

#### المصادر باللغة الإنجليزية

-McKay, D. (2010) 'On the Face of Facebook: Historical Images and Personhood in Filipino Social Networking', **History and Anthropology Journal**, 4(17): 479-498

-Shen, Kathy and Kalifa, Mohamed (2010), **Facebook Usage Among Arabic CollegeStudents**, International Journal of E-Business Management, 4 (1), 53-65.



-Jennifer , John, Bonds & Raacke (2010), MySpace and Facebook  
Identifying Dimensions of Uses and Gratifications for Friend Networking

Sites , Individual Difference Research , Vol (8), No, 1 , pp27-33.

-Boon, S., & Sinclair, C. (2009). A world I don't inhabit: disquiet and  
identity in second life and Facebook. **Educational Media**

**International Journal**, 46(2), 99-110.

(Defleur, M, and Pall – Rokeach 1989, Schiller, H. 1974, 1992).

Bartlett, J.E., Kotrlík, J.W. and Higgins, C.C. (2001) Organizational —  
Research: Determining Appropriate Sample Size in Survey Research.  
Information Technology, Learning, and Performance Journal, 19, 43-50.

### المصادر الإلكترونية

العطية ، مروان (بدون تاريخ ) ، قاموس المعاني- تم زيارة الموقع الإلكتروني ادناه بتاريخ  
www.isalna.com 2019/3/15

خليف, سميحة(2016), مفهوم الثقافة لغة واصطلاحا- تم زيارة الموقع الإلكتروني ادناه بتاريخ  
2019/3/15

[www.mawdoo3.com](http://www.mawdoo3.com)

(www. youm7.com/story)

## الملحقات

### الملحق رقم(1) قائمة باسماء المحكمين

مكان العمل	اللقب العلمي	الاسم	ت
جامعة الشرق الاوسط	استاذ تخصص الاذاعة والتلفزيون	أ.د. عزت محمد حجاب	1
جامعة البترا	استاذ تخصص الصحافة	أ.د. تيسير أبو عرجة	2
جامعة البترا	استاذ تخصص الدعاية الاعلامية	أ.د. عبد الرزاق الدليمي	3
جامعة الشرق الاوسط	استاذ مشارك تخصص الاذاعة والتلفزيون	د. رائد احمد البياتي	4
جامعة البترا	استاذ مشارك تخصص الصحافة	د. عبد الكريم علي الدبيسي	5
جامعة الشرق الاوسط	استاذ مشارك تخصص الاذاعة والتلفزيون	د. عبد الباسط الحطامي	6
جامعة الشرق الاوسط	استاذ مساعد تخصص الصحافة والاعلام	د. حنان كامل الشيخ	7
جامعة الشرق الاوسط	استاذ مساعد تخصص الاذاعة والتلفزيون	د. احمد عريقات	8



الملحق رقم ( 2 ) أستبانة الدراسة



Amman - Jordan

كلية الإعلام

Faculty Of Media

عزيزي الاعلامي العراقي المحترم ، عزيزتي الاعلامية العراقية المحترمة

تحية طيبة وبعد،،،،

يقوم الباحث بإجراء دراسة بعنوان " دور شبكات التواصل الإجتماعي في نشر ثقافة التسامح من وجهة نظر الصحفيين العراقيين " وذلك لاستكمال الحصول على درجة الماجستير في الاعلام من جامعة الشرق الأوسط في عمان - الأردن. ولأغراض هذه الدراسة فقد قام الباحث بتطوير الأداة المرفقة طيا لجمع بيانات الدراسة.

أرجو التفضل باقتطاع جزء من وقتكم الثمين للإجابة على اسئلة الاستبانة، وان دقة النتائج ستتوقف عليها اجاباتكم الكريمة التي تعبر عن واقع الحال ، وأن أي معلومات ستدلون بها سيتم التعامل معها باطار البحث العلمي فقط ،، شاكرا لكم تعاونكم . . . . .

مع فائق التقدير

الباحث

حميد شهيد جفات

لطفا عن رأيك بالفقرات بكل حرية بإختيار أحد البدائل أمام كل فقرة بوضع علامة ( √ ) :

القسم الأول : سمات العينة المستطلعة (الديموغرافية ) :

النوع الاجتماعي:

ذكر  أنثى

الفئة العمرية:

25 – 18  33 – 26  41 – 34  42 --- فأكثر

المؤهل العلمي:

ثانوية عامة +دبلوم  بكالوريوس + دبلوم عالي  دراسات عليا

طبيعة العمل الإعلامي:

صحافة ورقية  مواقع إلكترونية  إذاعة وتلفزيون  وكالة أنباء  أخرى (أذكرها)

عائدية المؤسسة الإعلامية ::

قطاع حكومي  خاصة  مختلط

المسمى الوظيفي:

رئيس مجلس ادارة  صاحب امتياز  رئيس تحرير  نائب رئيس تحرير  مدير تحرير  سكرتير تحرير  مندوب / مراسل  محرر  مترجم  مقدم  محرر  مخرج  فني  أخرى (أذكرها)

## الخبرة في المجال الاعلامي :

- أقل من 5 سنوات    من 5\_10 سنوات    من 11\_15 سنة
- أكثر من 16 سنة

## القسم الثاني: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

هل لديك حساب شخصي على أحد المواقع التالية:(يمكن اختيار أكثر من خيار)

- فيسبوك    تويتر    جوجل بلس    يوتيوب
- انستغرام    لينكد ان    سناب تشات    غير ذلك (أذكرها)
- .....

## استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي :

- دائماً    غالباً    أحياناً    نادراً    ابداً

❖ ملاحظة: إذا كنت لا تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي وكان خيارك اعلاه ( ابدا ) فقد وصلت لنهاية الاستبانة، وأشكرك على وقتك الثمين وأرجو التكرم بتسليم الاستبانة مشكوراً

ما مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها، ومدى استخدامك لها بشكل عام؟

مدى الاستخدام الموقع	دائماً	غالباً	احياناً	نادراً	ابداً
1 فيسبوك					
5 تويتر					
4 سناب تشات					
2 يوتيوب					
3 انستغرام					
7 لينكد إن					
6 جوجل بلس					
غير ذلك (أذكرها)					

## القسم الثالث : محاور الدراسة

### المحور الأول : موضوعات ثقافة التسامح الأكثر انتشارا في الشبكات :

الإجابة				الفقرة	#
موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة		
				التسامح السياسي ويقصد به احترام الآخرين في المشاركة السياسية في ظل القانون وضمان الحريات السياسية	1
				التسامح الديني الذي يدعو الى حرية ممارسة الشعائر الدينية للفرق والطوائف	2
				نبذ ثقافة الكراهية التي تخلق تصدعات في جدار العلاقات الاجتماعية	3
				نشر ثقافة عيادة المريض وحضور المناسبات الاجتماعية	4
				التعايش السلمي وعدم التعصب للأفكار	5
				التسامح العرقي و يقصد به تقبل الآخر رغم اختلاف لونه وعرقه	6
				احلال السلام و التعايش السلمي	7
				الموضوعات التي تحث على الجانب الانساني وتقديم المساعدات للمحتاجين	8
				المواقف التي تبعث على الطمأنينة في حل النزاعات	9
				الدعوة الى الحفاظ على وحدة المجتمع وتماسكه	10
				نشر اللقاءات والاجتماعات والمهرجانات الشعرية والمؤتمرات العشائرية وتجمعات منظمات المجتمع المدني	11
				التسامح الفكري و الثقافي وهو الحوار الايجابي والبناء واحترام الآخر ثقافيا وعدم التعصب	12
				التعامل مع الآخرين الذين نختلف معهم دون المساس بقواعد الاخلاقيات	13
				تفضيل المصلحة العامة على المصالح الشخصية	14

## المحور الثاني: التأثيرات المعرفية لشبكات التواصل الاجتماعي:

الإجابة					الفقرة	#
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة		
					زيادة الوعي المجتمعي	15
					عرض ثقافات الشعوب المختلفة بمجال التسامح والتعايش	16
					تقديم منتج ثقافي يساهم في رقي المجتمع	17
					تدعو لنبذ التعصب القومي	18
					تدعو لنبذ التطرف الديني	19
					تدعو لنبذ الطائفية	20
					تساهم في لحمة المجتمع وتماسكه	21
					تشجع على قبول الآخر	22
					تنشر ثقافة الاختلاف والتنوع	23
					تدعو لقبول ثقافة الاختلاف الايديولوجي والسياسي	24
					تساهم في تكوين الاتجاهات الايجابية	25
					تبادل الثقافات المتنوعة	26
					تبادل الخبرات والمعارف	27



### المحور الثالث : التأثيرات الوجدانية لشبكات التواصل الاجتماعي :

#	الفقرة	الإجابة			
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة
28	المحافظة على النسيج الاجتماعي ولحمة المجتمع				
29	ديمومة التواصل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية				
30	نشر ثقافة الاحترام للآخر				
31	اشاعة الهدوء النفسي والعاطفي				
32	تشجيع اواصر المحبة والصداقة والالفة				
33	إحداث تغيرات في السلوك العاطفي والوجداني بشكل ايجابي				
34	التحذير من المعلومات المزيفة والايخبار الكاذبة				
35	تنمية الذوق العام				

### المحور الرابع: التأثيرات السلوكية لشبكات التواصل الاجتماعي

#	الفقرة	الإجابة			
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة
36	قبول الاخر المختلف				
37	اندماج الفرد بالمجتمع				
38	تغليب المصلحة العامة على المصلحة الشخصية				
39	المساهمة بتنمية المجتمع وتقدمه				
40	تنمية مهارات التواصل لدى الافراد				
41	الجرأة في التعبير عن الرأي وكسر حاجز الخوف والتردد لدى الجمهور				
42	غرس ثقافة النقد البناء				
43	بروز انماط سلوك حضارية جديدة				
44	انفتاح المجتمع على نماذج سلوكية مختلفة ومتنوعة				
45	انحسار السلوكيات العدوانية والتمترفة				
46	انخراط الجمهور في فعاليات شعبية ومتنوعة				


## المحور الخامس: التحديات أمام نشر ثقافة التسامح

#	الفقرة	الإجابة			
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة
47	تشابك وتعقد العملية السياسية في العراق				
48	المحاصصة الطائفية				
49	التنوع القومي والعرقي				
50	النزعات المذهبية والطائفية				
51	بروز ظاهرة العشائرية				
52	غياب سلطة القانون او ضعفها				
53	الفساد المالي والاداري				
54	الغاء التجنيد الاجباري للشباب				
55	انتشار الفصائل المسلحة غير النظامية				
56	كثرة الاحزاب والتيارات السياسية				
57	التدخلات الاقليمية والدولية في شؤون العراق				
58	التفاوت الاقتصادي بين الناس				
59	تنامي ظاهرة العصابات الارهابية مثل داعش الارهابية				
60	انتشار ثقافة التجهيل والامية والسطحية				
61	ضعف المنظومة التعليمية				
62	عدم وجود سياسة اعلامية وطنية راسخة				
63	تعدد الولاءات السياسية والمذهبية والقومية				
64	عدم استقرار القوانين والتشريعات				
65	تغول بعض مراكز القوى المؤثرة				
66	ضعف منظمات المجتمع المدني				
67	كثرة الاخبار المزيفة والشائعات في شبكات التواصل				
68	توظيف شبكات التواصل لاجندات غير وطنية				
69	التضليل الاعلامي لمؤسسات ووسائل اعلام تعمل ضد العراق				

شاكرا تفضلكم بالاجابة على اسئلة وفقكم الله ،،،

المحلق رقم (3)

كتاب نقابة الصحفيين العراقيين




Iraq  
Journalists Syndicate  
Baghdad
نقابة الصحفيين العراقيين  
المركز العام

---

الباحثة هيد هيد الميم  
 مابغة الشرق الأوسط / عمان

تحية طيبة :  
 نود ان نرسلكم بان العدد الذي لادعاء نقابة  
 الصحفيين العراقيين بلو الغاية التي  
 (١٩٧٨) وقب متوياتهم في  
 عضوية النقابة ، يتوزعون بينه عضو مدرس  
 وعضو مدرس وعضو سائر .  
 تنتقل بالاصح معكم



ادارة نقابة  
 صبيح فاضل  
 ٢٠١٩ / ١٤ / ١٠

## الملحق رقم (4)

## جدول تحديد العينات

TABLE 1  
Table for Determining Sample Size from a Given Population

<i>N</i>	<i>S</i>	<i>N</i>	<i>S</i>	<i>N</i>	<i>S</i>
10	10	220	140	1200	291
15	14	230	144	1300	297
20	19	240	148	1400	302
25	24	250	152	1500	306
30	28	260	155	1600	310
35	32	270	159	1700	313
40	36	280	162	1800	317
45	40	290	165	1900	320
50	44	300	169	2000	322
55	48	320	175	2200	327
60	52	340	181	2400	331
65	56	360	186	2600	335
70	59	380	191	2800	338
75	63	400	196	3000	341
80	66	420	201	3500	346
85	70	440	205	4000	351
90	73	460	210	4500	354
95	76	480	214	5000	357
100	80	500	217	6000	361
110	86	550	226	7000	364
120	92	600	234	8000	367
130	97	650	242	9000	368
140	103	700	248	10000	370
150	108	750	254	15000	375
160	113	800	260	20000	377
170	118	850	265	30000	379
180	123	900	269	40000	380
190	127	950	274	50000	381
200	132	1000	278	75000	382
210	136	1100	285	100000	384

Note.—*N* is population size.  
*S* is sample size.

المصدر: (Bartlett, Kotrlík, & Higgins, 2001, P.48)

## ملحق-5-

قائمة بالمقابلات الشخصية التي اجراها الباحث مع اعلاميين عراقيين :

- 1- السيد مالك البدرى - عضو نقابة الصحفيين العراقيين - بتاريخ 2019/2/1
- 2- السيد جليل ستار عبد الوهاب الطالقاني - عضو نقابة الصحفيين العراقيين - بتاريخ 2019/2/1
- 3- أ.د. هادي فليح حسن - كلية الاعلام - جامعة ذي قار - بتاريخ 2019/2/5
- 4- السيد حيدر محمد حسين - عضو نقابة الصحفيين العراقيين - بتاريخ 2019/2/2
- 5- السيد احمد جبر الحجامي - عضو نقابة الصحفيين العراقيين - بتاريخ 2019/2/3
- 6- السيد سامر كاظم منشد - عضو نقابة الصحفيين العراقيين - بتاريخ 2019/2/3
- 7- السيد فارس الاسدي - عضو نقابة الصحفيين العراقيين - بتاريخ 2019/2/1
- 8- السيد عباس ساجت الغزي - عضو نقابة الصحفيين العراقيين - بتاريخ 2019/2/1
- 9- السيد رافد عدنان - مذيع اعلامي - عضو نقابة الصحفيين العراقيين - بتاريخ 2019/2/3
- 10- السيد علي الخزاعي - عضو نقابة الصحفيين العراقيين - بتاريخ 2019/2/3