دور وسائل الإعلام السعودي في تعزيز ثقافة الحوار لدى طلاب الجامعات

د. فهيد بن مطر داهش الشمري*

أولاً: مقدمة:

لقد تعرّض مجتمع الشباب الجامعي لعدة تيارات" اجتماعية وثقافية واقتصادية" غيّرت كثيراً من بنيته، وأثرت على فكره وسلوكه، لعل من أبرزها: تلاشي وظائف الأسرة، والانفتاح الإعلامي، والعولمة، التي أدت إلى إضاعة الهوية الإسلامية لشبابنا، وإلى خلخلة التوازن لديه، مما نتج عنه من أزمة فكرية يصارعها (اللحياني، ٢٠٠٨ م، ص٢)، حيث يعيش الشباب الجامعي اليوم مجتمع المعرفة والتطور العلمي الذي سيطر على اهتماماتهم وأخذ الكثير من أوقاتهم، ومن بين أبرز تلك الاهتمامات متابعة وسائل الإعلام متنامية الانتشار في ظل تطبيقات العالم الرقمي التي اكتسحت الدول جميعها لتصبح الوسائل الرئيسة لترويج الثقافة وخلق مجتمع المعلومات وتشكيل شخصيات مختلف فئات المجتمع.

وقد أدى التطوّر في تقنيات وسائل الإعلام وقدرتها على تنويع موادها وطرق نشرها وتوجهاتها لجذب فئات المجتمع كافة لمحتوياتها الثرية والمتنوعة، مما نتج عنه انشغال مؤسسات المجتمع بوسائل الإعلام وبالتأثيرات التي يمكن أن تحدثها على عقول الأفراد ووجدانهم وسلوكياتهم، وبصفة خاصة على الشرائح الأقل سناً، وعليه فإن قوة وسائل الإعلام وتأثيرها المفترضين، أديا إلى القيام بدراسات يصعب عدها في مجالات مجتمعية متنوّعة، وما يميّز هذه الدراسات هو معالجتها للتأثير الإيجابي والسلبي لوسائل الإعلام– على حد سواء– ولكن غلب جانب التأثير السلبي لهذه الوسائل على كثير من الدراسات.

وتشير دراسة الرفاعي (٢٠١١م، ص ٧١٨) إلى أنه بالرغم من أن البحوث الاجتماعية والنفسية والإعلامية لم تقدم إجابة شافية عن كيفية تأثير وسائل الإعلام، وهي واحدة من الإشكاليات التي لا تزال مطروحة على مستوي كيفية تأثير وسائل الإعلام، لكن الثابت أن لوسائل الإعلام تأثيراً وربما يكون" المثير" الأقوى من بين"

* المدرس بقسم الإعلام التربوى بكلية التربية النوعية – جامعة المنصورة.

المثيرات" التي يتعرض لها الفرد، حيث تمارس وسائل الإعلام تأثيراً مباشراً وغير مباشر في الأفراد.

وفي هذا المجال يرى أبو أصبع(٢٠١١ م، ص ٢٥٤) أن وسائل الإعلام عموماً لها تأثيراتها على الأفراد والجماعات والمجتمعات في مجالات القيم والعادات والسلوك، وإذ كنا نعرف بأن الفرد هو حاصل تنشئته الاجتماعية، إذن فوسائل الإعلام لها تأثيرها الفاعل في بناء شخصية الفرد وبنائه النفسي والاجتماعي.

وتشغل ثقافة الحوار The Culture Of Dialogue حيّزاً كبيراً من الكتابات والمؤلفات في وقتنا الحالي، ويقاس تطور المجتمعات وحضارتها بمدي شيوع هذه الثقافة بين أفرادها، وقدرتهم على الحوار الذي يخلق قنوات واضحة للتفاهم بين الجميع، فثقافة الحوار وسيلة للتعبير الحر، وتمثّل الحلقة الوسطي الرابطة بين الأفراد وتقوم على حرية الرأي وحق الدفاع عن النفس بصورة حضارية (جمعة، ٢٠٠٨م، ص ٤٢٥).

كما يرى جمعة (٢٠٠٨م، ص ٤٤٤- ٤٤٥) أن ثقافة الحوار تحظي باهتمام متزايد في الفترة الحالية لما يمرّ به المجتمع من ضغوط ومشكلات معقدة متراكمة، والمشكلة الرئيسة التي تواجه الأفراد هي القدرة على التواصل الثقافي، لذا بات الحوار ضرورة من ضروريات العصر، وبخاصة مع تفاقم المشكلات الاقتصادية والاجتماعية، حتى أصبحنا نعيش في بوتقة من التفاعلات والخلافات، ويصعب التعامل بين الأفراد دون حد أدنى من ثقافة الحوار التي تدفع الأفراد لقدر من التسامح والتحكم في النفس حين مواجهة نقاط الخلاف، كما تسهّل عملية التجانس بين الجماعات، سواء كانت جماعة كبيرة أو صغيرة، فالهدف في النهاية هو الاستقرار الاجتماعي على المدي البعيد.

وتؤكد اللبودي (٢٠٠٠م، ص٧) بأن الدول المتقدمة تخصص أقساماً علمية بالجامعات لتعليم فنون الحوار والتواصل وتخصص مقررات منفصلة في المدارس لتعليم مهاراته وقواعده وآدابه وأصوله وفنون التواصل الكلامي.

وتؤثر وسائل الإعلام" المقروء المسموع المرئي" في حياة الناس في مختلف المجتمعات، فتؤثر في التنوّع الثقافي للشباب الجامعي حيث يرتبط الإعلام ارتباطاً وثيقاً بثقافة الشباب ومعرفتهم وطريقة حياتهم ومهارات الحوار وآدابه مع مختلف

الفئات العمرية الأخرى في مختلف المواقف الحياتية، إضافة إلى أن وسائل الإعلام تسهم في تعليم الشباب المهارات والقيم والمعتقدات التي يقدرها المجتمع.

وتهتم المملكة بتنمية ثقافة الحوار لدى مختلف الفئات العمرية من خلال العديد من الجهود التي تقوم بها وزارة التربية والتعليم ومركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني، كما تهتم وزارة التعليم العالي بتنمية القضايا المتصلة بالحوار لدى طلاب الجامعات حيث يدرس الطلاب مقررات دراسية في المرحلة الجامعية، مثل: مقرر مهارات الاتصال الذي يدرسه الطلاب السعوديون في عمادات السنوات التحضيرية بهدف تنمية مهارات الاتصال لديهم.

ثانياً: منهجية الدراسة:

أ- مداخل الدراسة:

تزاوج هذه الدراسة بين مدخلين بحثيين، هما:

١- **أولهما: المدخل الوظيفي** الذي يهتم بدراسة وظائف الإعلام والاتصال، وهذا المدخل لا يعني تحديد الباحث بدراسة وجود وظائف الإعلام أو غيابها، ولكنه يعطي دليلًا على علاقة هذه الوظائف ببعضها، أو دراسة هذه الوظائف بمقدماتها أو الآثار المترتبة عليها(عبد الحميد، ١٩٩٢ م، ص ٢٢) ، ويُعدّ المدخل الوظيفي أحد مداخل دراسة ما تقوم به وسائل الإعلام لإرضاء المتلقي أو تلبية حاجاته، وللإجابة عن الأسئلة الخاصة بأسباب اختيار الأفراد لوسائل الإعلام، ومعرفة الأدوار التي تؤديها، كما يقوم هذا المدخل على تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر، أي اختبار العلاقة بين الوظائف التي تتم صياغتها في إطار الحاجات وبين تعرّض الفرد وكثافة التعرّض بناء على إطار نظري أساسه التحليل(عبد الحميد، ١٩٩٧ م، ص ٢١٠ -٢١٢) ، وتقوم هذه الدراسة بدراسة التوازن والاختلال في تحقيق هذه الوظائف ودور الإعلام في تعزيز ثقافة الحوار لدى طلاب الجامعات في المجتمع السعودي.

٢- **ثانيهما: المدخل الاجتماعي** الذي ينظر إلى المؤسسة الإعلامية بأنها تنظيم يقوم بوظيفة اجتماعية، وهي بناءات لنشر الأفكار العامة، وامتداد للحاجات الإنسانية، وهي عمل جماعي للأفراد في المجتمع، وهذا المدخل يشير إلى العلاقات بين

الأهداف والحاجات الاجتماعية والتنظيم والتوافق الذي يجب أن يسود حتى تقوم هذه المؤسسات بتحقيق أغراضها في أطار الفكرة العامة أو العقيدة أو الفلسفة من وراء قيامها في المجتمع(عبد الحميد ، ١٩٩٧ م، ص ٤٢).

ب- مشكلة الدراسة:

تتناول الدراسة الحالية قضية هامة هي معرفة دور وسائل الإعلام السعودي في تعزيز ثقافة الحوار لدى طلاب الجامعات، فهي تتناول ثلاثة جوانب مهمة، الجانب الأول يتمثل في وسائل الإعلام ودراسة دورها في تعزيز ثقافة الحوار التي تمثل الجانب الثاني في هذه الدراسة لدى فئة الشباب الجامعي التي تمثل الجانب الثالث من جوانب هذه الدراسة.

ويعدّ الحوار من أهم أسس الحياة الاجتماعية وضرورة من ضروراتها ، فهو وسيلة الإنسان للتعبير عن حاجاته ورغباته وميوله وأحاسيسه ومواقفه ومشكلاته، وطريقة إلى تصريف شؤون حياته المختلفة، كما أن الحوار وسيلة الإنسان إلى تنمية أفكاره وتجاربه وتهيئتها للعطاء والإبداع والمشاركة في تحقيق حياة متحضرة، إذ من خلال الحوار يتم التواصل مع الأخرين والتفاعل معهم (اللبودي، ٢٠٠٠ م، ص١).

وترى دراسة اللبودي (٢٠٠٠ م، ص ٨ – ٩) أن الحاجة تتأكد على نشر ثقافة الحوار وآدابه في ظل التكنولوجيا والاتصالات والمعلوماتية، لكونها تحرر الإنسان من الانغلاق والانعزالية، بالإضافة إلى أنها تزيد من قدرة الأفراد على فتح قنوات اتصال فكري وثقافي واجتماعي، فضلاً عما تؤديه من دور فعال في مواجهة القضايا المعاصرة، فلم يعدّ مقبولاً ولا ممكناً أن يحيا الفرد بمعزل عما يموج حوله من تيارات فكرية، فالتواصل الفكري لا يتم في عزلة، وإنما في إطار علاقة مع الغير تنمو في سياقها قيمتهم وأفكارهم وعلاقاتهم.

وتتضمّن ثقافة الحوار نوعين من الحوار لكلاهما نفس الأهمية الاجتماعية، الأول ما يسمي بالحوار اللفظي وهو الشائع المعروف والثاني الحوار غير اللفظي Nonverbal Dialogue الذي يستحوذ على اهتمام المتخصصين في الاتصال الاجتماعي (صيني، ٢٠٠٥ م ، ص ١٠٨) .

ويرى الحكيم (٢٠١١ م، ص ١٦٠) أن حالة الخواء الثقافي والفكري التي نلاحظها في كثير من شبابنا هذه الأيام لم تأت من فراغ، ولكنها نتيجة ما يتعرض له

هؤلاء الشباب من قبل وسائل إعلام إما لا تعرف حقيقة دورها وأثرها في المجتمع، أو إنها تعرف ذلك جيداً وتوظّف تلك المعرفة وذلك الإدراك لإنشاء جيل من الشباب الأجوف اللاهي بملذات الحياة وشكلياتها.

وتشير دراسة الدنيش (٢٠٠٥ م، ص١٩) أن المجتمعات العربية تعاني من تدني ثقافة الحوار، فالمتتبع لجوانب الحوار في مجتمعنا العربي أن يخرج بانطباع سيئ عندما يتبيّن له أن الحوار السائد لدينا هو الحوار الغاضب المهدر للوقت والجهد، ولا يترتب عليه نتائج تسهم في البناء الحضاري، بل هو حوار مفسد لجو التلاحم الاجتماعي حتى سادت التفرقة الاجتماعية، وبعثت العصبية من جديد واختلفت مظاهر الألفة والتعاطف والتكافل وغابت مؤثرات النقاش الواعي، فانكفأ كل فرد على ذاته، وأصبح لا يتقبّل الأخرين وانحسرت إسهاماته الفاعلة، وتضاعف استهلاكه واعتماده على الأمم الأخرى.

والمتمعّن في أهمية تنمية وتعزيز ثقافة الحوار ومهاراته بسبب مواجهة ما يقع في حياتنا اليومية من سلبيات ومشاحنات يكمن سببها في تخلّى أطراف الحوار عن الأسلوب الأمثل في إدارة الحوار، وغياب ثقافته بين المتحاورين، ومن المؤكد أن غياب ثقافة الحوار بين أفراد المجتمع وكذلك غيابه في المؤسسات التربوية المختلفة يظهر مدي الخلل في العمل وضعف الصلابة والتماسك بين أفراد المجتمع بل إن غياب الحوار هو انعكاس لضعف البنية الفكرية والعلمية في المجتمع.

وتتميّز جوانب الحوار بين طلاب الجامعات في عصرنا الحالي بتعدد الرؤي نتيجة للاختلافات الثقافية واختلاف المعارف بين الأفراد واختلاف توجهاتهم، ويعتبر هذا التنوع أمرًا طبيعيًا للتنوع الإنساني الذي يُعدّ آية من آيات القدرة الإلهية ومظهراً من مظاهر عظمة الخالق– سبحانه وتعالي- .

كما أن تعليم وتعلّم الحوار وتعزيز ثقافته ومهاراته لدى طلاب الجامعات ليس مقصوراً على أن يتمكّن طلاب الجامعات من استخدام اللغة السليمة للمفردات والتراكيب اللغوية في التعبير عن الأفكار والآراء والمشاعر في مواقف الحياة المختلفة بل هو معنيّ بتنمية قدرته على الاستماع الفعال للآخرين وفهم ما يقولونه، وتحليله وتقويمه في ضوء ما يتوافر لديه من خبرات ومعلومات وإصدار أحكام وصنع قرارات تتصل بالموضوع (العبيد، ٢٠٠٩ م، ص ١٩).

لذا أصبح من الأهمية بمكان تعزيز ثقافة الحوار ومهاراته لدى طلاب الجامعات في المجتمع السعودي، وتوظيف المؤسسات المجتمعية المختلفة في تعزيز ثقافة الحوار ومهاراته المتنوعة لدى طلاب الجامعات في المجتمع السعودي، كي تعكس ما يمتلكه طلاب الجامعات من نضج عقلي ووجداني ومهاري.

وتُعدّ وسائل الإعلام من أبرز المؤسسات المجتمعية المؤثرة في حياة مختلف فئات الناس في مجتمعاتنا، فلوسائل الإعلام تأثير في التنوّع الثقافي للشباب حيث يرتبط الإعلام ارتباطاً وثيقاً بالمجتمع فهو من الوسائل الناقلة للمعرفة وأنماط التفكير وذو علاقة فعالة ومتداخلة مع منظومة القيم الاجتماعية، ويساهم في تعليم أفراد المجتمع المهارات والقيم والمعتقدات التي يقدرها المجتمع.

وقد نصت وثيقة السياسة الإعلامية للمملكة العربية السعودية في المادة الحادية عشرة على أن يرعي الإعلام السعودي الشباب رعاية خاصة تنبع من الإدراك الواعي للمرحلة الخطرة التي يمرون بها، وتخصص لهم البرامج المدروسة التي تعالج مشكلاتهم وتلبي حاجاتهم وتصونهم من كل انحراف وتعدهم إعدادًا سليماً قوياً في الدين والخلق والسلوك(مجلس الوزراء السعودي، ١٩٨٢ م ، ص ٢) .

حيث تمارس وسائل الإعلام دوراً جوهرياً نحو إثارة اهتمام الجهور بالقضايا والمشكلات المطروحة، كما أنها تمثّل وسيلة أساسية للحصول على الثقافة حيث وفرّت وسائل الإعلام الزاد الثقافي للعالم أجمع وتخلق لهم ثقافة جديدة، كما أنه من الصعب الحكم على قيمتها، كما توفّرت التسلية بأشكالها المتعددة على نحو أيسر من ذي قبل.

وبالرغم من الاعتقاد السائد في قوة وسائل الإعلام وفعاليتها غير أن تأثيراتها ما زالت غير مفهومة بصفة لائقة، وما زال الجدل قائماً بشأنها ولا توجد نظرية واحدة تفسر كل التأثيرات، وهذا ما يؤكده أحد الباحثين البارزين" جيمس كوران James Curran بقوله:" الاعتقاد بأن وسائل الإعلام هي أجهزة تأثير هامة هو صحيح على العموم ، لكن الطرق التي تمارس بها وسائل الإعلام التأثير معقدة ومشروطة" (Curran , 2002, P 158).

وتتأكد أهمية تعزيز ثقافة الحوار لدى فئة طلاب الجامعات في المجتمع السعودي من منطلق أهمية المرحلة العمرية التي يعيشونها، حيث تتبلور فيها أفكارهم

وتتسّع فيها دائرة التفاعل الاجتماعي من خلال معرفة المصطلحات المرتبطة بالحوار وبثقافة الحوار، والاقتناع بالمبادئ المتعلقة بثقافة الحوار وتطبيقها في مواقفهم الحياتية المتنوعة، حيث تشير دراسة مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني (١٤٢٥هـ) أن الإعلام يمثّل نسبة ٢٥ % من العوامل المؤثرة في رفع مستوي ثقافة الحوار في وقتنا الحالي، كما أكدت هذه الدراسة إمكانية ارتفاع هذه النسبة مستقبلاً.

كما أكدت دراسة العبيد (٢٠٠٩م، ص٢٤) أن الوسائل الإعلامية المتنوعة لها جانب أساسي في تنمية مهارات الحوار لدى الطلاب.

وبناءً على ما سبق تسعي الدراسة الحالية إلى" **تقصّي دور وسائل الإعلام السعودي في تعزيز ثقافة الحوار لدى طلاب الجامعات**" .

ج- الدراسات السابقة:

عديدة هي الدراسات التي تناولت دور الإعلام والاتصال وتأثيرهما في الأفراد والمجتمعات من ناحية، ومن ناحية أخري الدراسات التي تناولت ثقافة الحوار لدى الطلاب وتعرض الدراسة الحالية لبعض الدراسات التي لها علاقة بموضوعها.

دراسة الشاماني (٢٠١٢م) هدفت الدراسة إلى التعرف إلى دواعي تعزيز ثقافة الحوار في برامج إعداد الطالب المعلم من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في كلية التربية بجامعة طيبة، للتوصّل إلى مقترحات يمكن أن تفيد في تعزيز وتعميق ثقافة الحوار لدى الطلبة المعلمين، وتوصلت الدراسة إلى ضرورة إدخال موضوعات دراسية في برامج إعداد الطالب المعلم عن مهارات الحوار وشروطه ومقوماته وآلياته وآدابه، وتضمين ثقافة الحوار بشكل مباشر في جميع المقررات الدراسية بحيث تصبح جزءاً من تلك المقررات، لأن ثقافة الحوار ليست مادة تدرس وإنما يجب أن تكون سلوكاً يمارسه الطلاب الجامعيين، والتأكيد على الحوار مدخل نكتشف من خلاله القواسم المشتركة بين الخلافات الثقافية المختلفة، لأنه حين يعتمد على الحوار كأسلوب حياة فإنه يتطلّب بطبيعته بلورة قواعد جديدة للتعامل واكتشاف أرضيات للتلاقي والتواصل.

دراسة الرفاعي (١٤٢٩هـ) هدفت الدراسة إلى استكشاف العوامل المؤثرة في اعتماد الشباب على وسائل الإعلام الوطنية مقارنة بالمستحدثات الاتصالية، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتوصلت الدراسة إلى أن معدلات الاعتماد على

الوسائل التقليدية الوطنية كانت متوسطة، كما مثّل التلفزيون أعلى الوسائل معدلات الاعتماد بين الشباب السعودي في الوقت الذي كانت فيه معدلات الاعتماد على المجلات أدنى درجة، وتوسطت بينهما الصحف والراديو، وجاء معدل اعتماد الشباب على الوسائل المستحدثة أعلى من معدل الاعتماد على الوسائل التقليدية الوطنية، في حين مثل التلفزيون الفضائي أعلى معدلات الاعتماد بين عينة الدراسة تلاه الصحافة الإلكترونية ثم الإذاعات الفضائية، وجاءت المستحدثات الوظيفية المتمثلة الألعاب الإلكترونية ورسائل المحمول في معدل اعتماد يتجه إلى الضعف، وكذلك المستحدث المتعلق بالمحتوى الإعلامي المتمثل في نمط تلفزيون الواقع، وإن مثلت معدلات الاعتماد العالية نسباً مهمة، وأوصت الدراسة بضرورة التوقف عن محاربة هذه المستحدثات تحت دعوى نشرها لثقافات مضادة بعد أن اتضح من خلال الدراسة وجود حالة من الانتماء بين الشباب لمصدر الرسائل الاتصالية، حيث يهتم الشباب بالمضمون المحلي ثم الوطني ثم الخليجي ثم العربي ثم الأجنبي، وهو ما يقلص من مخاوف استخدام المستحدثات، وضرورة تحديث محتوى الإعلام الوطني، والسعي وراء التكامل مع المستحدث، مع ضرورة تشجيع الاستثمارات السعودية المجال الإعلامي الحديث، وضرورة تغيير الأفكار المضادة لاستخدام المستحدثات حيث إن المستحدثات المجال الاتصالي تتطور بشكل لا يمكن وقفه أو تجنبه، مع وجوب إعادة النظر البعد الترفيهي في الوسائل الوطنية بعد أن تبيّن تقلصه، ولا سيما وأن البعد الترفيهي قد صار متوافراً عبر المستحدثات.

دراسة جمعة (٢٠٠٨م) هدفت الدراسة إلى تشخيص واقع ثقافة الحوار لدى طلاب كليات التربية بما فيها من صعوبات ومعوقات، وبما تقتضي من معالجة وحلول من خلال تحديد الأساليب التربوية الفاعلة في إشاعة ثقافة الحوار لدى طالب كلية التربية والمجتمع عامة، ووظّفت الدراسة منهج البحث الوصفي، وحددت الدراسة أبرز معوقات ثقافة الحوار في النقاط الآتية: الانفجار السكاني– أخلاقيات الزحام– الفقر وتدني مستوي التنمية" ثقافة الفقر تعوق ثقافة الحوار"– البطالة.

دراسة العبيد (٢٠٠٩م) هدفت الدراسة إلى تأصيل مفهوم الحوار وبيان أصوله وأسسه ومبادئه وبيان دواعيه ومبرراته والوصول إلى الأساليب المناسبة لتعزز ثقافته ومهاراته وصياغة مقترح لتعزيز ثقافة الحوار ومهاراته لدى طلاب المرحلة الثانوية في المملكة العربية السعودية، ومن أبرز نتائج الدراسة أن من أهم دواعي ومبررات

تعزيز ثقافة الحوار لدى طالب المرحلة الثانوية بناء شخصيته وزيادة خبراته العلمية والعملية، وأن من أهم المهارات الحوارية اللازمة لطالب المرحلة أن يتفق على منطلقات ثابتة تكون منطلقاً للحوار يمكن الرجوع إليها وأن يلتزم بالفكرة الرئيسة لموضوع الحوار وأن يستعمل ألفاظًا لائقة مهنياً وخلقياً، وأن يتجنب الانشغال عن المحاور ويتواصل بصرياً مع المحاورين ويواجههم دون خجل أو خوف، والتركيز على نقاط الاتفاق أكثر من التركيز على نقاط الاختلاف، وأن يحدد نقاط الاتفاق والاختلاف قبل نهاية الحوار.

دراسة مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني (١٤٢٥هـ) هدفت الدراسة إلى التعرف إلى مستوي ثقافة الحوار في المجتمع السعودي، والتعرف إلى مدي استعداد المجتمع لتقبل ثقافة الحوار وتحديد العوامل المساهمة في رفع ثقافة الحوار، ومن نتائج الدراسة إن مستوي ثقافة الحوار بشكل عام تتمرّكز حول المستوي المتوسط، وإن المجتمع السعودي لديه الاستعداد لتقبل ثقافة الحوار، وإن التعليم يعتبر من أهم العوامل المؤثرة في ثقافة الحوار، يليه التربية الأسرية، ثم الإعلام.

دراسة (الشهراني، ٢٠٠٢هـ) هدفت إلى التعرف إلى اتجاهات طلاب جامعة الملك سعود نحو البرامج الحوارية المباشرة في القنوات الفضائية العربية، وخلصت الدراسة إلى نتائج من أهمها أن في المرتبة (mbc) القنوات الفضائية المفضلة جاء مركز تلفزيون الشرق الأوسط الأولى ثم قناة الجزيرة في المرتبة الثانية وقناة دبي الفضائية في المرتبة الثالثة، وأما ما يخصّ البرامج المفضلة ظهر أن البرامج الرياضية والمباريات ثم المسلسلات والأفلام والدراما ثانياً والبرامج الإخبارية ثالثاً، أما أكثر أشكال البرامج الحوارية تفضيلاً أظهرت الدراسة أن البرامج الحوارية الرياضية أتت في المرتبة الأولى ثم البرامج السياسية تليها البرامج الفنية والغنائية، أما ما يخصّ الإشباعات المتحققة من متابعة البرامج الحوارية توصلّت الدراسة إلى أن إشباع معرفة ما يدور في العالم العربي جاء أولًا يليه إشباع الحصول على معلومات ومعارف ثانيًا وإشباع فهم وإدراك ما يجري في العالم ثالثًا.

دراسة عبد الجليل وإبراهيم (١٩٩٧م) هدفت إلى التعرف إلى دور القنوات التلفزيونية الفضائية التي يستقبلها شباب دولة الكويت في حياتهم وموقفهم منها، ، وتوصلت الدراسة إلى: أن جميع المبحوثين من الطلبة والطالبات في جامعة الكويت

عينة البحث يشاهدون القنوات التلفزيونية الفضائية. وأن معدل مشاهدة الأخبار التلفزيونية في تزايد مستمر، نظرًا للظروف التي تعيشها منطقة الخليج والتوتر المستمر فيها، فقد ازدادت ثقة المشاهدين بأخبار التلفزيون بصورة كبيرة. واكتسبت أخبار التلفزيون تأثيراً متزايداً في مجالات السياسة وتكوين الرأي العام. وأن نهاية الأسبوع والإجازات هي أكثر الأيام مشاهدة للقنوات الفضائية، وأنهم يشاهدونها حسب الظروف، فليست هناك مواعيد محددة لمتابعتها، وأن أهم القنوات التي يستقي منها أخبارهم: (MBC) بنسبة (٧٠%) و(CNN) بنسبة (٥٨%)، و(BBC) بنسبة (١٥%). وأوصت الدراسة بضرورة تطوير برامج القنوات التلفزيونية الفضائية العربية، بحيث تكون أكثر ثراءً وتنوعاً وأعمق مضموناً وأسرع حركة، مع الاهتمام بتحسين مستوى النشرات الإخبارية على وجه الخصوص مع التأكيد على الأمانة في العرض، والتوازن في المضمون، والتميّز في صيغ الإنتاج. وضرورة تطوير إنتاج برامج تجذب الشباب إليها لإشباع احتياجاته واهتماماته، وحشد كل طاقاته وقدراته لمواجهة البث المباشر للقنوات التلفزيونية الأجنبية.

دراسة كليفر وهوب وكارلسون (Culver, Sherri Hope & Ulla Carlsoon . 2013) التي تناولت الدراسة دور وسائل الإعلام والمعلومات في محو الأمية والحوار بين الثقافات، وبيان مدى تأثير وسائل الإعلام بكل أشكالها في تفعيل الجانب الثقافي والتعليمي للشباب، وقد أظهرت نتائج الدراسة إيجابية تأثير وسائل الإعلام وخاصة الإعلام الجديد في تنمية الحوار بين الثقافات لدى الشباب وتفعيل مفاهيم التغيّر الاجتماعي والتغيير السياسي والاتجاه نحو ثقافة السلام.

دراسة بتشات وإيفا (Bucht , Catharina & Harrie ,Eva . 2013) التي هدفت إلى تتبع تأثير وسائل الإعلام الرقمية في الشباب، حيث تناولت الدراسة عرضاً تعريفياً بجميع وسائل الإعلام ثم اتجهت إلى وسائل الإعلام الرقمية" الإنترنت والهواتف المحمولة والألعاب" وما تتضمّنه من كتب إلكترونية تنشر في الدور المختلفة للنشر، وتوصلت الدراسة إلى تأثّر بعض الشباب وتغيّر ثقافتهم نتيجة ما يتعرضون له في وسائل الإعلام الرقمية، كما أكدت الدراسة أن الألعاب التي يلهون بها الشباب عبر أجهزة الحاسوب والأجهزة المحمولة أثرّت في كثير من قيمهم وعاداتهم وقللت من تواصلهم مع الآخرين وأصابتهم بالانعزالية بعض الشيء،

وأوصت الدراسة بتفعيل دور الآباء الرقابي للحد من تأثيرات وسائل الإعلام الرقمية في ثقافة الشباب.

دراسة ستروك (Storck Madeline . 2011) التي هدفت إلى تتبع دور وسائل الإعلام الجديد المتمثلة في شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل التواصل بين الشباب في ظل ثورات الربيع العربي من أوائل عام ٢٠٠١م، وبيان دورها الفعال في تسهيل الانتفاضات، كما هدفت إلى بيان مدى استخدام النشطاء المصريين لوسائط الإعلام، مثل: الفيسبوك وتويتر واليوتيوب والمدونات كأدوات لتنظيم وتوليد الوعي والتعبئة السياسية في الانتفاضات التي وقعت في مصر في شهري يناير وفبراير ٢٠٠١م، ووظّفت الدراسة النظريات المتبعة في الاتصالات التي وضعت قبل فترة طويلة من ظهور وسائل الإعلام الاجتماعية، لوضع استخدامه في سياق أوسع من الاتصالات، وشرح كيفية الخصائص الكامنة للشبكات الاجتماعية، وركّزت المناقشة على الانتفاضات في مصر، وقد تم على نطاق واسع ويليها المجتمع الدولي؛ بهدف إثبات أنه في حين تمتلك إمكانات هائلة لتسهيل وتسريع التعبئة السياسية تكون عمليات التوعية السياسية وتعزيزها في نفوس مختلف فئات المجتمع أسهل وأسرع. ووظفت الدراسة أسلوب تحليل المضمون، حيث قامت بتحليل مضمون المصادر الأولية من وسائل الإعلام الاجتماعية، وكذلك دراسة شريحة من حسابات مصدر ثانوي من وسائل الإعلام والمجلات الأكاديمية، باعتباره شكل من أشكال الصحافة البديلة، وعن توليد الوعي على الصعيدين المحلي والدولي، وأظهرت نتائج الدراسة أن الخصائص المتأصلة في وسائل الإعلام الاجتماعية والإنترنت قادرة على تعزيز المتطلبات اللازمة للعمل الجماعي، وأن وسائل الإعلام الاجتماعية أقل فائدة في ترجمة احتياجات ومطالب المتظاهرين، كما أكدت الدراسة أن للشبكات الاجتماعية دور في تأسيس الأحزاب السياسية وفي منظمات المجتمع المدني.

ومن مطالعة الدراسات السابقة ترى الدراسة الحالية أن هذه الدراسات:

- تناولت تأثير وسائل الإعلام في الفرد والمجتمع، وأخري تناولت تأثيرات وسيلة من وسائله في فئة من فئات المجتمع، ودراسات أخري تناولت تأثير برنامج من البرامج في فئة من فئات الجمهور، ولم تنظر إلى عملية التأثير وأداء الإعلام لأدواره من خلال منظور شامل ومتكامل.

- قلة الدراسات التي تناولت دور وسائل الإعلام في تعزيز ثقافة الحوار وما تناول منها موضوع التأثير تناول موضوع ثقافة الحوار تناولاً عرضياً.

د- **أهمية الدراسة:**

تستمد هذه الدراسة أهميتها من واقع طلاب الجامعات الذين يمثلون حاضر المجتمع السعودي ومستقبله المشرق- بإذن الله- ، كما أنهم يمثلون عاملاً رئيساً في نجاح عملية التنمية بمختلف جوانبها في المجتمع السعودي، وتحقيق أهدافها المنشودة التي تسعي إليها حكومة خادم الحرمين الشريفين- حفظه الله- ممثلة في مختلف المؤسسات المجتمعية المنتشرة في مختلف أرجاء المملكة، كما تستمد هذه الدراسة أهميتها من تزايد الاهتمام بوسائل الإعلام ودورها في التأثير على مختلف جوانب شخصية الشباب الجامعي وقدرتها على الإقناع والتوجيه وتبني القيم والتوجيهات التي تسعي إلى نشرها في المجتمع.

كما يمكن تحديد هذه الدراسة من كون ميدان وسائل الإعلام ما زال في حاجة ماسة للرقابة الفعالة التي تقوم على تشخيص الواقع وتحديد العقبات والمشكلات التي تواجه الأمور المتصلة بتنشئة طلاب الجامعات في المجتمع السعودي، وتبرز أهمية هذه الدراسة في تقصيها لدور وسائل الإعلام في تعزيز ثقافة الحوار لدى طلاب الجامعات، مما يسهم في تزويد المخططين التربويين والمعنيين بالتعليم الجامعي بفهم أفضل لواقع الشباب الجامعي وتدفعهم لتعزيز المناهج وإثرائها بالقيم التي تنمي الجوانب المتنوعة المرتبطة بالحوار؛ للتمكّن من مواجهة الثورة الإعلامية التي تواجهها المجتمعات.

كما تُعدّ المفاهيم المتصلة بالحوار وثقافته من الأمور الضرورية للمنشغلين بالعمل الإعلامي من ناحية وللقائمين على أمور الشباب في المؤسسات الجامعية، وقد تُمكّن هذه الدراسة المعنيين بقضية ثقافة الحوار من إيجاد أفضل التطبيقات لتعزيزها لدى طلاب الجامعات في المجتمع السعودي، كما تُعدّ قلة الدراسات التي تناولت دور وسائل الإعلام السعودي في تعزيز ثقافة الحوار لدى طلاب الجامعات عاملاً يضفي الريادة على هذه الدراسة ويجعلها نواة لدراسات أخري في نفس المجال.

هـ- أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى رصد دور وسائل الإعلام السعودي في تعزيز ثقافة الحوار لدى طلاب الجامعات، وذلك من خلال تحديد أبرز وسائل الإعلام التي يتعرض لها الشباب الجامعي، والعمل على تحديد مفهوم ثقافة الحوار لدى طلاب الجامعات، وإلقاء الضوء على أهمية تعزيز ثقافة الحوار لدى طلاب الجامعات، إضافة إلى بيان بعض آداب وأصول ثقافة الحوار لدى طلاب الجامعات، وتحديد دور وسائل الإعلام السعودي" المقروء– المسموع– المرئي" في تنمية ثقافة الحوار لدى طلاب الجامعات.

كما هدفت الدراسة إلى تعميق النظرة إلى دور وسائل الإعلام بنحو عام وبصورة شمولية، بما يسهم في تطوير الدراسات الإعلامية الكمية بالنظرة إلى الظاهرة الإعلامية بوصفها ظاهرة اجتماعية لا تعمل بمعزل عن قنواتها المجتمعية أو بمعزل عن المضامين التي تقدمها أو بمعزل عن آليات تعاطي الجمهور وتفاعلهم معها.

و- تساؤلات الدراسة:

تحاول الدراسة الإجابة عن الأسئلة الآتية:

- ما مفهوم وسائل الإعلام وأنواعها ووظائفها؟
- ما أبرز التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام في لدى طلاب الجامعات؟
- ما مفهوم ثقافة الحوار لدى طلاب الجامعات؟
- ما أهمية تعزيز ثقافة الحوار لدى طلاب الجامعات؟
- ما أبرز آداب وأصول ثقافة الحوار لدى طلاب الجامعات؟
- ما دور وسائل الإعلام السعودي (المقروء– المسموع– المرئي) في تعزيز ثقافة الحوار لدى طلاب الجامعات؟

ز- حدود الدراسة:

ترصد الدراسة دور وسائل الإعلام السعودي في تعزيز ثقافة الحوار لدى طلاب الجامعات، من خلال التعرف إلى دور أنواع وسائل الإعلام المتنوعة" المقروء– المسموع– المرئي"، خاصة بعد التطور غير المسبوق في وسائل الإعلام

التي يتعرض لها الشباب، وفي إطارها البشري تتناول الدراسة فئة الشباب الجامعي في بعض الجامعات السعودية وتهتم على نحو أكبر بدراسة دور وسائل الإعلام السعودي في تعزيز ثقافة الحوار لدى طلاب الجامعات.

ثالثاً: الإطار النظري:

أ- وسائل الإعلام" المفهوم- الأنواع- الوظائف- التأثير":

يُعدّ الإعلام عملية تعريف بقضايا العصر وبمشاكله، وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخلياً وخارجياً، وبالأساليب المشروعة لدى كل نظام وكل دولة (حماد، ٢٠٠٣ م، ص ١١).

كما يمثّل الإعلام تلك العملية التي تتم من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية؛ لبث أشكال المعرفة والمعلومات والأخبار والحقائق والآراء المرتبطة بالعديد من الموضوعات والقضايا المحلية والدولية التي تستحق دراستها؛ لتكوين اتجاهات إيجابية ورأي عام نحوها عن طريق إقناع الجمهور بما ورد في الرسالة الإعلامية، مما يحقق له مزيداً من التفاعل والتكيف مع الأحداث التي تحيط به التي لا يمكن الانفصال عن مجرياتها (الحماحمي؛ السعيد، ٢٠٠٦ م، ص ٢٢).

وتحتل وسائل الإعلام مكانة هامة في المجتمع فأصبحت تخترق جميع مجالات الحياة اليومية بمختلف أنواعها تقريباً، وتستحوذ على جزء كبير من أوقات فراغ الناس، كما تتميّز بقدرتها على إحداث تأثير في عقول متابعيها لقدرتها على نشر محتويات ثرية ومتنوعة.

كما تعتمد المؤسسات المجتمعية المتنوّعة سواء أكانت اقتصادية أو سياسية أو اجتماعية أو تربوية على الإعلام في إيصال رسائلها للمجتمع والقيم والأعراف التي تعتمدها المجتمعات وتتخذها هدفاً، كما أن المؤسسات المختلفة في المجتمع تتخذّ من الإعلام أداة لتهيئة الجماهير وتهيئة الرأي العام لقبول الأفكار والخطط والبرامج المختلفة لا سيما السياسات التي تنتهجها هذه المؤسسات(الغيلاني، ٢٠١٢ م، ص ٨٩١).

ولا تعمل المؤسسة الإعلامية من فراغ ولا تنطلق من الخواء، بغض النظر عن شكل الملكية ونوعية النظام السائد وشخصية ونوعية الوسيلة الإعلامية، إذ هي عبارة عن أجهزة معقدة أوجدتها قوي معينة من أجل تحقيق أهداف معينة وخدمة معينة، كائنة ما كانت الأهداف والمصالح، وإن كل مؤسسة إعلامية معنية ومنهمكة في تحقيق وخدمة مشروع حددته القوي التي تملكها وتوجهها وتحدد منطلقاتها؛ من أجل التفاعل مع الواقع الموضوعي وتشخيص معطياته، ومعالجة أحداثه وظواهره وتطوراته وفق منظور القوي التي تملك وتوجه الوسيلة(رشيد، ٢٠١٠ م، ص ٩).

وظائف وسائل الإعلام:

يرى أبو أصبع (٢٠١١ م ، ص١٧) أن لوسائل الإعلام وظائف متكاملة تحقق العديد من التأثيرات والنتائج المتنوعة سواء على مستوي الفرد أو الجماعة أو المجتمع، ولا يمكن النظر إلى وظيفة ما منها على أنها الأساس، ومن ثم التركيز على حساب الوظائف الأخرى وعلى وسائل الإعلام إدراك ما لجميع الوظائف من أهمية مجتمعية تستدعي التكامل والتوازن.

وقد ارتكزت أساليب التحليل الوظيفي لوسائل الإعلام على دراسة طبيعة ودور كل مؤسسة وبيان كية تأثيرها في المجتمع والأفراد على حد السواء، وكانت هذه الدراسات تستهدف إبراز كية تأثير المجتمع كنظام في الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام وأساليبها الموجهة، وغالباً ما تطرح وظائف الإعلام على نحو جزئي في حين يتسع دورها طبقاً للوظائف التي تؤديها أو تستطيع تأديتها ، ويمكن إيجاز دورها في ثلاثة محاور رئيسة(مكاوي، والسيد، ٢٠٠٢ م، ٦٥ – ٦٦):

أولاً: وظائف طرائق التفكير بوسائل الإعلام: حيث يمكن التمييز بين عدة وظائف أبرزها:

- **الوظيفة الفردية مقابل الوظيفة المجتمعية،** من حيث محافظة وسائل الإعلام على استقرار المجتمع وثباته والمساهمة في عمليات التغيير الاجتماعي والتغيير الاقتصادي والثقافي.
- **وظائف المحتوي مقابل وظائف الوسيلة،** حيث يوجد ثمة وظائف ترتبط بمحتوي الوسيلة وليس بالوسيلة ذاتها ، ووظائف أخري ترتبط بالوسيلة وليس بالمحتوي.

- **وظائف ظاهرة مقابل وظائف كامنة،** حيث تتمثل الوظائف الظاهرة بالإخبار والتثقيف والتوجيه والتعليم والترفيه والإقناع، أما الوظائف الكامنة فهي تلك الوظائف التي يعيها أو يفكر ها عدد قليل من الناس ، ويتصرف بمقتضاها أغلب الناس تقليداً بوعي أو بدون وعي.
- **الوظائف المقصودة وغير المقصودة،** فقد يطور المصدر أو يبتكر رسائل بقصد معين تؤدي وظائف مختلفة تماماً عما كان يقصده.

ثانياً : وظائف وسائل الاعلام بالنسبة للمجتمع: حيث يحدد هارولد لازويل H. D Lasswell عدة وظائف لوسائل الإعلام الجماهيري، هي: مراقبة البيئة، وترابط أجزاء المجتمع في الاستجابة للبيئة ونقل التراث الاجتماعي عبر الأجيال، في حين يرى لازرسلد وميرتون P. F Lazarsfeld & R. K . Merton هذه الوظائف بالتشاور" تبادل الآراء، ودعم المعايير الاجتماعية والتخدير" كخلل وظيفي"، ويذهب ماكويل Denis Mcquail إلى النظر إلى وظائف الإعلام المجتمعية على أنها تحقق التماسك الاجتماعي والتواصل والترفيه والتعبئة.

ثالثاً: وظائف الإعلام بالنسبة للأفراد: وتتمثل هذه الوظائف :

- مراقبة البيئة أو التماس المعلومات، سواء تم البحث عنها بوعي أم بدون وعي، ويكون استخدامها لتحقيق هدفين، هما: توجيه سلوكنا وتوجيه فهمنا.
- تطوير مفاهيمنا عن الذات، لأنها تساعد على فهم أنفسنا وفهم العالم.
- تسهيل التفاعل الاجتماعي، من خلال تزويدنا بالأشياء التي نتحدث عنها ونمارسها، وتزودنا بأرضية مشتركة للمحادثات ، وغالباً ما نتلقاها دون وعى.
- بديل التفاعل الاجتماعي.
- التحرر والاسترخاء والترويح عن النفس والمتعة والاستثارة والتخلص من الملل والعزلة.
- الهروب من التوتر والاغتراب.
- خلق طقوس يومية تمنحنا الشعور بالنظام والأمن.

ويعرض أبو أصبع(٢٠١١ م، ص ١٧- ٢٠) وظائف وسائل الإعلام في الوظائف الآتية:

١- **وظيفة الإخبار:** وهي وظيفة تتمثل بنقل الأخبار سواء أكانت محلية أو إقليمية أو دولية، ومهما كان نوعها؛ لمتابعة ما يجري للمرء في عالمه الصغير والكبير، وتهدف الأخبار إلى تزويد الإنسان بالمعلومات المستجدة التي تصله بالعالم الخارجي غير الشخصي.

٢- **وظيفة الإعلام والتعليم:** وهما وظيفتان متكاملتان تقوم الوظيفة الأولى بتزويد المرء بالمعلومات والمواد الثقافية التي يستفيد منها المرء في حياته فكرياً أو ماديا أو اجتماعياً، أو تقدم له معلومات تكسبه مهارات جديدة أو تعزز تكوينه الثقافي، وتقوم وظيفية التعليم بتقديم نوع من المعلومات المنهجية التي تستخدم لتدعيم عملية التعليم الرسمي مثل برامج الإعلام التربوي أو تعليم الكبار.

٣- **وظيفة ترابط المجتمع ونقل تراثه**: حيث تتم عملية التنشئة الاجتماعية التنشئة السياسية والدينية عن طريق الاتصال، مما يقود تماسك المجتمع، فهو الذي يجعل الأسرة متماسكة، ويربط أفراد المجتمع بعضهم بالبعض الآخر، ويربط الشعب بحكومته ومن خلال نقل التراث يتمكّن الشعب من أن يمتلك خصائصه المميّزة وتجعله كذلك قادراً على تحقيق ترابطه وحفظه وتماسكه ووحدته، فوسائل الإعلام ضرورية لاستمرارية ترابط المجتمع، والحفاظ على كيانه ومعتقداته وحماية فلسفته وتوحيد أفراد المجتمع لتحقيق آمالهم وأهداف مجتمعاتهم.

٤- **وظيفة الترفيه:** وهي لتحقيق العديد من الإشباعات النفسية والاجتماعية للناس، ولإزالة التوتر الإنساني على مستوي الأفراد والجماعات في أي مجتمع كان.

٥ – **وظيفة الرقابة:** وهي لحماية المجتمع وصيانته من الفساد والمخالفات وإساءة استخدام السلطة، وتلعب دوراً أساسياً في الدفاع عن مصالح الناس، وتعتبر هذه الوظيفة أكثر إلحاحاً وأهمية في دول العالم الثالث، حيث تحتاج هذه الدول إلى تعبئة جهودها الوطنية من اجل التنمية، وهي وظيفة أساسية لتقدم المجتمعات للتعبير عن الروح الديمقراطية البناءة في أي مجتمع كان.

٦- **الإعلان والترويج:** وهذه الوظيفة تخدم أكثر من طرف فهي تخدم المستهلك والمعلن صاحب السلعة كما أنها تخدم الوسيلة الإعلامية التي أعلنت فيها.

٧- **تكوين الآراء والاتجاهات**: وهذه الوظيفة تمتاز بخصوصيتها التي تكمن في تشكيل الآراء والاتجاهات لدى الجمهور، ومن ثمَ تدخل الدعاية والعلاقات العامة وتكوين الرأي العام من هذه الوظيفة.

٨- **الوظيفة التخديرية:** وهي وظيفة سلبية ومعقدة تدل عملياً على اختلال وظيفي لدور وسائل الإعلام في المجتمع، وذلك عن طريق زيادة تدفق مستوي المعلومات للجمهور حيث يتحول طوفان المعلومات إلى جرعات سلبية من المعلومات التي تحوّل معرفتهم إلى معرفة سلبية تحول دون أن يصبح للبشر نشاطات ذات مشاركة فعالة.

التأثيرات التي قد تحدثها وسائل الإعلام في فئة الشباب:

تشير الدراسات إلى أن الإعلام يلعب دوراً أساسياً في حياة الشباب، فلوسائل الإعلام تأثير على الأبناء يفوق تأثير الآباء، بل إن البعض في مجال الثقافة قد ذهبوا إلى أبعد من ذلك، حيث قالوا أن الناس يتلقون تعاليمهم التي تحمل قيماً معينة من وسائل الإعلام، فالأبناء يتعلّمون من وسائل الإعلام أكثر مما يتعلمون من الآباء أو الأوصياء في المنزل، ويشير جوشوميروش Joshua Meyrowitz إلى أن العناصر المتشابكة بطبيعتها قد تمزقت عن طريق وسائل الإعلام الإلكترونية مما قد يساهم في إنقاص الشعور بالهوية الإقليمية لدى الأفراد(الحوامدة، ٢٠٠٧ م، ص ٩٨).

وتعدّ وسائل الإعلام مصدراً مهماً من مصادر التوجيه والتثقيف في أي مجتمع، وهي ذات تأثير كبير في جماهير المتلقين المختلفين المتباينين في اهتماماتهم وتوجهاتهم ومستوياتهم الفكرية والأكاديمية والاجتماعية، مما يكسبها أهمية في بناء المجتمعات، ويمكن الزعم بأنها أحد العناصر الأساسية في تشكيل ملامح المجتمعات، وإذا كان دور وسائل الإعلام في أي بيئة مجتمعية يتحدد بالأثر الذي تستطيع أن تحدثه فيها، فمن الممكن أن نقسّم وسائل الإعلام باعتبار تأثيرها في المجتمعات قسمين: قسم مؤثر وفاعل، وقسم غير مؤثر وغير فاعل(الحكيم، ٢٠١١ م، ص ١٥٨).

وفي هذا الصدد تتنوع التأثيرات التي قد تحدثها وسائل الإعلام في فئة الشباب، وتعرض الدراسة لبعض هذه الأنواع، ومنها:

النوع الأول: تغيير المواقف والاتجاهات: والمقصود به هو قدرة وسائل الإعلام من خلال ما تبثه ونشره من مواضيع على تغيير نظرة وموقف واتجاه الناس على العالم، سواء على مستوي الأشخاص أو القضايا أو على مستوي السلوك والقيم.

النوع الثاني: التغيير المعرفي: وهو كون وسائل الإعلام له القدرة والاستطاعة في أن تؤثر في التكوين المعرفي للأفراد.

النوع الثالث: التنشئة الاجتماعية: وهو كون كل ما نسمعه أو نراه أو نقرأه لا يخلو من هدف بل هو مشحون بالقيم التي تسهم في تشكيل الهوية الثقافية لأفراد المجتمع.

النوع الرابع: الإثارة الجماعية: وتنطلق من قدرة وسائل الإعلام على مخاطبة جماهير عريضة في وقت واحد، حيث تمتلك وسائل الإعلام المقدرة على إثارة الجماهير وتحريكها بما يمكن معه التوجيه الجماعي نحو هدف أو قضية معينة واستنهاض الرأي العام لعمل ما سلباً أو إيجاباً وبث مشاعر معينة.

النوع الخامس: الاستثارة العاطفية: ويتمثل ذلك في كون النفوذ القوي للعواطف الذي يسيطر على سلوك الإنسان.

النوع السادس: الضبط الاجتماعي: وذلك من خلال قيامها بتوحيد الناس بدرجة معينة على نوع من الثقافة يصبح الخروج عنها أمراً صعباً في كثير من الأحيان ولا وجود له بالمعني.

النوع السابع: صياغة الواقع: وذلك عبر قيامها بعرض جزء صغير من حقيقة الواقع ليبقي في أذهان الجمهور على أنه الواقع الحقيقي الكامل، وذلك حسب الرؤية التي تريدها.

النوع الثامن: تكريس الأمر الواقع: وهي عكس صياغة الواقع فهي تعمل على تزكية ما هو قائم وتكريس ما هو موجود ، فتجعل الجمهور يقبله دون نقاش(الحكيم، ٢٠١١ م، ص ١٧٢- ١٧٦).

ومن خلال ما سبق يرى الباحث أن وسائل الإعلام تمتلك العديد من الوظائف التي تعمل على تحقيقها على مستوي الفرد والمجتمع، ومن ثمَ تسهم في تنمية الجوانب

المتنوعة لدى الشباب الجامعي من خلال تأثيراتها المتنوعة التي تسهم في تشكيل شخصياتهم.

ب- ثقافة الحوار The Culture of Dialogue :

يعبّر الحوار The Dialogue لغوياً عن مراجعة الكلام بين شخصين أو أكثر ، فهم يتحاورون الرأي أي يراجعونه ويتبادلونه منهم وإليهم" الزمخشري، ب. ت، ص ٩٨)، ويوجز الدنيش (٢٠٠٥ م، ٦) مفهوم الحوار في قوله" أنه المشاركة أو الرد والمجاوبة حول موضوع مطروح بين طرفين أو أكثر، سواء كان الحوار عن طـريق ندوة أو مناقشـة أو مناظرة أو مجادلة أو موقف من المواقف الحياتية.

ويرى علي (٢٠٠٤ م، ص ١٧٠) أن الحوار قد يكون بين الإنسان ونفسه أو الإنسان وعقله، مثلما يكون بين طرفين مختلفين في العلم والمعرفة بموضوع الحوار، ويتقارب الحوار في المعني والأهداف والخطوات مع غيره من المصطلحات كالمناظرة والمناقشة، وتستخدم هذه المعاني جميعها بمعني واحد وبشكل تبادلي، لأنها تعتمد جميعاً تعتمد على تجاذب الحديث ومراجعته.

أما ثقافة الحوار وجد شبه اتفاق على مضمونها حيث تشير إلى "مجموعة قواعد ومبادئ فكرية، ومعايير سلوكية يؤمن بها الأفراد حين التعامل مع الأخرين كما تشمل آداب واختلافات التحضر Urbanization التي تدفع الفرد لقدر من اللياقة وتقدير الآخر، مما يساعد على قدر من القبول الاجتماعي ، وتخطي مشكلات المواقف الاجتماعية (Aijun, Zhu ;2005 , P36)"

ويرى التطاوي (٢٠٠٥ م، ص ١٢) أن ثقافة الحوار تمثّل فكرًا تحليليًا قادرًا على المناقشة والتفاهم والوعي، والاستناد إلى العقل، والبعد عن العنصرية والتعصب، وبعيداً أيضاً عن الانغلاق والتقوقع، والأهم من كل هذا فكر ينأى عن الاستعلاء والاستخفاف بمنظومة الأخرين، باعتبارهم أصحاب حق في طرح رؤية فكرية وموقف وتجربة خطيرة.

ويرى جمعة (٢٠٠٨ م، ص ٤٣٧) أن ثقافة الحوار تمثّل" مجموعة من الأفكار والقيم الخلقية Moral Values والقناعات تعتمد على التفاهم وتحكيم العقل كمنهج للتعامل حين التفاعل الاجتماعي Social Convergenc ، فتعزز التواصل الاجتماعي، وتزيد وعى الأفراد وإدراكهم لأهمية التفاهم كقوي فاعلة -Relation

Powerفي المجتمع، وتترسخ هذه الثقافة داخل الإنسان لتشكّل خطاً إيجابياً وأسلوباً راقياً يمكّنه من الارتقاء بسلوكياته نحو الأخرين، وتسهّل عليه التحاور معهم في ود ووئام ، مما يؤدي في النهاية لسيادة الإيجابيات في المجتمع، وتراجع الخلافات والتوترات فهي إذن فكر واقعي ومطلب اجتماعي؛ لأنها وسيلة للتوافق والتكيف الاجتماعي.

كما تشير ثقافة الحوار إجرائياً إلى تمكّن المحاور وغناه الفكري ومعرفته الواسعة بآداب الحوار وأساليب وطرائق إقناع الأخرين، وهي مجموعة معارف مكتسبة تسمح بتنمية الحوار والنقد والقدرة في الحكم على الناس في الأمور والأشياء (الباني، ١٤٣٠ هـ، ص ٣٤).

وترى الدراسة الحالية أن ثقافة الحوار مفهوم افتراضي يستدل عليه من خلال مجموعة مؤشرات تتمثل في مدي التزام طلاب الجامعات في المجتمع السعودي بمجموعة من القواعد المنظمة لتفاعله مع الأخرين في مختلف مواقف الحياة.

ويمكن وصف الشباب الجامعي السعودي بأنه مثقف حوارياً إذا امتلك الصفات الآتية:

- لديه فهم واضح لطبيعة الحوار.
- الاتجاه الإيجابي نحو الحوار والتحاور.
- إدراك قيمة الحوار للفرد والمجتمع وكيف يؤثر فيهما.
- القدرة على استخدام مهارات الحوار لحل المشكلات اليومية واتخاذ القرارات المناسبة(العبيد، ٢٠٠٩ م، ص ٣٢).

ج- أهمية تعزيز ثقافة الحوار لدى الشباب الجامعي:

تكتسب ثقافة الحوار أهميتها من أهمية امتلاك الشباب لمهارات الحوار التي تتطلّبها الحياة المعاصرة؛ لما لها من آثار في تنمية قدرات الشباب العقلية والمهارية والاجتماعية في مختلف مناحي الحياة، مما يترتب عليه إشباع حاجات الشباب الجامعي النفسية والاجتماعية والثقافية وتساعده على التعبير عن ذاته وقدراته وتسمح له المجال لإظهار قدراته الإبداعية في مختلف المجالات.

ويكتسب الحوار أهميته البالغة في كون الوجود الاجتماعي الإنساني لا يتحقق إلا بوجود الآخر المختلف، ومن أن الإنسان لا يحقق ذاته ولا ينتج المعرفة إلا بالالتقاء والحوار مع الإنسان الآخر والتفاعل الخلاق معه، إذ به تتولّد الأفكار الجديدة في ذهن المتكلم، وبه تتضح المعاني وتغني المفاهيم لأن الحوار في مستوياته العليا هو إنتاج المعرفة الراقية التي تتحاور مع جميع ضروب المعرف الإنسانية(زرمان، ٢٠٠٤ م، ص ١٢٩).

ويؤكد عبد الوهاب(٢٠٠٢ م، ص ٢٨٠) أن هناك مجموعة من الأسباب النفسية التي تضفي على الحوار أهمية لدى الطالب الجامعي، أبرزها: أنها تستأصل في نفوس المتعلمين في الجامعة مظاهر الخوف وفقدان الثقة والخجل والتلعثم، وتعودهم القدرة على الحديث في الجامعة مع مختلف الأطراف بطريقة لائقة، كما أنها تعدّهم للمواقف القيادية أو الإدارية بما يتبيّن لهم من ارتجال للحديث في المواقف الدراسية وإتقان وتمثيل الأدوار ومراعاة المعاني.

ويتمثّل منطق ثقافة الحوار في عدم التحيّز والعمل بالحياد الإيجابي، وتقوية التواصل الاجتماعي Social Communication والمراجعة الحثيثة لعوامل الخلاف التي تنخر في بنية المجتمع ، فشيوع هذه الثقافة بين أفراد المجتمع يخلق بينهم قاسماً مشتركاً وحدًا أدني للفتاهم والتواصل، وتساعد على وضع الآخر في الحسبان والاعتبار، وتجمع تحت لوائها جميع ألوان الفكر والنحل والشرائع الاجتماعية(جمعة، ٢٠٠٨ م، ص ٤٢٥).

ويرى البعض أن ثقافة الحوار تستمد أهميتها من كونها تعزز القيم الثقافية Culture Values الخاصة بالتواصل بين الأفراد، كما أنها لا تتعرض لاحتكار ولا مراقبة من قبل السلطة، بل تنبع من رحم المجتمع وفوائدها مؤكدة في إحداث عملية التقارب، لذا تهتم بالعقليات البشرية Mentalities لما لها من أهمية فوق قومية Supra- Nationalلأنها تشعر جميع الفئات الاجتماعية المختلفة عن بعضها بالتقارب والتفاهم المشترك(جمعة، ٢٠٠٨ م، ص ٤٢٦).

وعلينا أن نتصور أهمية ثقافة الحوار حين ندرك قدرتها على الانتقال بالفرد من الجمود والنمطية Stereotype وكراهية الآخر، إلى حالة من التسامح Toleranceوالاعتدال والتقدير، وتقوية العلاقات الاجتماعية Social Relation، "

فهي تدفع الفرد لتقبل معتقدات الأخرين وإن اختلفوا عنا، والصبر على الآخر، والجدال بالتي هي أحسن، فتؤدي في النهاية إلى الرحابة والصفح ولين الجانب (عبد الوهاب، ٢٠٠٦ م، ص ٦٦)".

وبناءً على ما سبق يمكن تحديد أبرز نقاط أهمية تعزيز ثقافة الحوار لدى الشباب الجامعي السعودي في قناعة الشباب الجامعي بأن الحوار يمثل:

- الوسيلة الفاعلة لحل المشكلات.
- أسلوب لتطوير الأفكار وبنائها واستخراج ثمرات العقول.
- وسيلة لتمكين الشباب الجامعي من اكتساب المعرفة والمشاركة في التقدم العلمي.
- أسلوب التعبير عن الذات.
- وسيلة لتعريف الأخرين بمستوي أدائه ومعالجته لجوانب القصور في أدائه.
- آلية التواصل مع الأخرين والتأثير هم والتأثر بهم ومناقشة مختلف قضاياهم.
- وسيلة لتوضيح وجهات النظر بين الأطراف كافة.

د- آداب الحوار لدى الشباب الجامعي:

تمثل آداب الحوار مؤشرات تمكننا من الحكم على وجود ثقافة الحوار من عدمها، وتظهر في ممارسات الأفراد واستجاباتهم خلال حياتهم اليومية، سواء كان الحوار على المستوي الفردي أو على المستوي الاجتماعي أي بين الأفراد وبعضهم البعض، أو الحوار مع الآخر المختلف عنا دينياً وعقائدياً(جمعة، ٢٠٠٨ م، ص ٤٥٠).

وتشير دراسة الباني(١٤٣٠ ه، ص ٥٢ -٥٣) إلى أن آداب الحوار تقوي من أثر الحوار بين الأطراف المختلفة وتساعد على تقريب وجهات النظر، فاستخدام الترغيب والترهيب في الحوار بالقدرة المحققة للحاجات والمؤثرة في الطرف الآخر، وقوة المنطق المستخدمة في الحوار وقوة شخصية المحاور، وما يتمتع به من عزيمة وصبر وصمود، وقوة البيان والرسالة التي يحملها المحاور، وقوة علميته التي يمتلكها جميعها جوانب لها عظيم الأثر في تقوية جانب الحوار وتعزيز أثره في الطرف الآخر.

ويرى الصقهان والشويعر(٢٠٠٥ م، ٤٠ – ٤٢) أن آداب الحوار يمكن أن تتلخص في الآتي:

- التزام القول الحسن.
- تجنب التحدي والإفحام.
- استخدام تعبيرات تنم عن المرونة، مثل" وأري وجهة نظرك– أتفهم ما تقول– أنا أيضاً لا أشعر بالراحة".
- تبني مبدأ الرفق والمجاملة حتى نكسب ودّ الأخرين، وحتى نظهر نقاط الاتفاق قبل نقاط الاختلاف.

كما حددت دراسة الباني (١٤٣٠هـ، ص٥٤– ٦٢) بعض الآداب التي يحسن بالمتحاورين التأدب بها ما يأتي:

- التدرج في الحوار.
- إشعار المحاور بالمحبة رغم الخلاف.
- ذكر المبررات عند الاعتراض على أقوال المتحاور.
- الالتزام بوقت محدد والإنصاف في الوقت.
- التركيز على الرأي وليس على صاحبه.
- حسن الإنصات وتجنب المقاطعة.
- تميّز المحاور بالبراعة الاتصالية.
- الرجوع إلى الحق والاعتراف بالخطأ.
- إنهاء الحوار بأدب ولباقة.
- سلامة الصدر واللسان بعد انتهاء الحوار.
- احترام رأي الآخر المتخصص(العبيد، ٢٠٠٩ م، ص ١٤١).

هـ- وسائل الإعلام المقروء وتعزيز ثقافة الحوار لدى الشباب الجامعي:

يشير مفهوم وسائل الإعلام المقروء إلى الوسائل الإعلامية القديمة– الجديدة المتجددة في الحياة الإنسانية التي يمكن للإنسان أن يعرف أو يتعرف من خلالها إلى الأخبار والنشاطات والفعاليات العسكرية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والفنية وغيرها، إلا أنها أصبحت في العصر الحاضر تحتل أهمية من الدرجة الثالثة بعد الإعلام المرئي والمسموع؛ كونها وسيلة إعلامية مقروءة تنشر

الخبر في اليوم التالي على الأغلب إلا أنها تمتاز بميزة لا يمكن لوسائل الإعلام الأخرى أن تتمتع بها وهذه الميزة تتمثل في إمكانية الاحتفاظ بالصحيفة أو المجلة أو النشرة لدى الإنسان العادي لفترة من زمنية وتعتبر وثيقة يعتد بها للتوثيق والمراجعة(الصرايرة، ٢٠١١ م، ص ١٢).

وتضم منظومة الإعلام المقروء: الصحف اليومية حسب الجمهور المستهدف والمجلات الأسبوعية العامة، والمجلات الشهرية العامة والمتخصصة، المجلات الدورية العامة والمتخصصة، وما يرد على شبكات بث المعلومات العالمية الإنترنت وغيرها من مواقع التواصل الاجتماعي(الزاحم، ٢٠٠٦ م، ص ٣٢) ويرى عدد كبير من الباحثين أن وسائل الإعلام المقروء هي إحدى وسائط الإعلام التي تتميّز عن وسائل الإعلام المسموع والمرئي بأنها يمكن متابعته دون تقيّد بوقت أو مكان، مع إمكانية الإطلاع عليه عندما تدعو الحاجة إلى ذلك وبسهولة(البكري، ١٩٩٦ م، ص ٣٥).

ويرى الباحث أن وسائل الإعلام المقروء قد تساعد في تعزيز ثقافة الحوار بين طلاب الجامعات في المجتمع السعودي، من خلال عرضها لبعض المقالات الحوارية الرقية في أسلوبها، واستخدام معظم وسائل الإعلام المقروء المطبوعة" كالصحف والكتب والمجلات، ... "، أو الإلكترونية" مثل" الصحف الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي ومواقع الانترنت وغيرها " من وسائل الإعلام المقروء للغة حوارية راقية وتهذي ما تنشره من أخبار، خاصة الأخبار التي تهم الشباب الجامعي مثل أخبار الرياضة مع حرصها على تنقيح الأحداث المؤسفة التي قد تحدث في المجالات المجتمعية المختلفة.

وبناءً على ما سبق يحدد الباحث دور وسائل الإعلام المقروء في تعزيز ثقافة الحوار لدى طلاب الجامعات في المجتمع السعودي في النقاط الآتية:

- تثير وسائل الإعلام المقروء خيال الشباب نحو المواقف الحوارية المتنوعة.
- تدفع وسائل الإعلام المقروء الشباب الجامعي إلى ممارسة ما يقرؤونه من قصص وأخبار تتناول المواقف والسلوكيات التي تحدث في الواقع المجتمعي السعودي.
- قد يتأثر الشباب بما ينشر يقرؤونه عبر وسائل الإعلام من سلوكيات متنوعة في تدريب أذهانهم على إدارة مختلف المواقف الحوارية في حياتهم اليومية.

- بعض وسائل الإعلام المقروءة قد تظهر مواقف حوارية لأشخاص يكن لهم الشباب الجامعي السعودي كل الاحترام والتقدير، الأمر الذي قد يدفع الشباب لتقليده وتقمّص شخصيته في طريقة تعامله وحواره مع الأخرين، الأمر الذي ينمي آداب الحوار لدى الشباب الجامعي السعودي.

و ـ وسائل الإعلام المسموع وتعزيز ثقافة الحوار لدى الشباب الجامعي:

لأهمية حاسة السمع عند الإنسان وتلقيه المعلومات أو الخبرات عبرها، ولما له من تأثير ووقع على الأذن، أسرع زمنياً وأقوي معلوماتياً من الصحف والمجلات، كون هذا النوع من الإعلام يمكنه الوصول إلى مساحة أوسع ليشمل الدولة التي يتم البث من أراضيها والدول المجاورة، وبهذا فإن له السبق والأولوية في النشر والأخبار، وهذا يتحدد من طول أو نوع الموجه الإذاعية التي يتم البث من خلالها، هل هي موجة: متوسطة أو طويلة أو قصيرة، أو البث على جميع أطوال الموجات الإذاعية السابقة، كما إن الخدمة الإذاعية يمكنها الوصول إلى المستمع المفترض أو المستهدف بأقصر فترة زمنية محددة بكلفة أقل للفرد والجماعة على السواء (الصرايرة، ٢٠١١ م، ص ١٢).

وتتضمّن منظومة الإعلام المسموع مختلف المحطات الإذاعية: المركزية العامة والمركزية المتخصصة" موسيقي دراما"، والإقليمية والمحلية الموجهة(الزاحم، ٢٠٠٦ م، ص ٣٢)، وتعتبر الإذاعة من أكثر وسائل التثقيف والتربية انتشاراً، وترجع أهميتها إلى أن الكلمة المنطوقة ذات تأثير كبير؛ لأنها لا تحتاج إلى معرفة بالقراءة أو بالكتابة(النيرب، ٢٠٠٨م، ص ٣٩).

ويشير عسيري(٢٠٠٢ م، ص ٨) إلى أن الإعلام المسموع هو الأكثر شيوعاً وربما الأكثر فاعلية في الوطن العربية؛ لسهولة اقتناء المذياع من شرائح عديدة من المجتمع نتيجة لرخص ثمنه، ولما يتصف به المذياع من سهولة تنقله وإمكانية الاستماع إلي برامجه الإذاعية في أي مكان وزمان، في :" المنزل– السيارة– العمل".

حيث تعمل وسائل الإعلام المسموع بما هو متاح لها من إمكانات تجعلها قادرة على المساهمة في مهمة إعداد وبناء الإنسان بناءً يقوم على اهتمامه بالقيم وسلوك وأنماط جديدة، تحل محل القيم القديمة؛ لقدرة الإعلام المسموع على تقديم نماذج متعددة لميراث الأمة الحضاري، مما يزود الإنسان بثراء فكري ووجداني، بالإضافة

إلى تكوين مهاراته وربطه بصورة مستمرة بالحركة الثقافية في المجتمع وإطلاعه على مآثر الدين في سلوكه وتصرفاته.

وتضيف الدراسة إلى ذلك وسائل الاتصال الحديثة كشبكة الانترنت والجوالات الذكية وتطبيقاتها المتنوعة التي جعلت للإعلام المسموع أهمية كبيرة حيث يمكن للطالب الاستماع إلى ما يريد من مواد إعلامية مسموعة تبثها المواقع المتنوّعة للشبكة العنكبوتية في أي وقت وفي أي مكان، مع توافر إمكانية حفظ هذه المواد المسموعة وإعادة استماعها مرة أخري، إضافة إلى ظهور الإذاعات الفضائية فكل شبكة إخبارية الآن لديها قنوات إخبارية فضائية مرئية وقنوات فضائية إذاعية مسموعة هدفها الأساسي الحصول على أكبر نسبة متابعة من الأوساط المجتمعية المختلفة" الصغار– المراهقين– الشباب– الكبار" .

وتعتمد وسائل الإعلام المسموع على التعبير بالصوت للاتصال بجمهورها، فهي تستعمل المؤثرات الصوتية والموسيقية والقدوة التمثيلية ونبرات الصوت، وحيث أن وسيلة التعبير في وسائل الإعلام المسموعة كالإذاعة هي الصوت فإنه يمكنها أن تصل إلى استثارة خيال الطلاب وتجعلهم يعيشون أحداث برامجها بواسطة النص الإذاعي الجيد والإخراج الدقيق الحساس الواعي والاستثمار الحسن للإمكانيات الإذاعية ، وتمتاز الإذاعة بتأثيرها الشديد من الناحية النفسية والقومية والاجتماعية ، وتتميز كذلك بسهولة الاستخدام حيث يمكن للإنسان أن يستمع إلى الإذاعة وهو يزاول عملاً آخر(دكاك، ٢٠٠٤م، ١٧١).

لكن بالرغم من ذلك فمن خلال معايشة الباحث لواقع الحياة في المجتمع السعودي يمكنه القول أن أكثر طلاب المرحلة الجامعية لا يستمعون إلى كثير من وسائل الإعلام المسموعة؛ نظراً للتقدم التكنولوجي وثورة الانترنت والهواتف الذكية، وجاذبية وسائل الإعلام المرئي والإعلام الجديد في ظل انتشار الفضائيات وتنافسها في جذب جمهور المشاهدين من مختلف الأعمار.

ويمكن القول أن وسائل الإعلام المسموعة الناجحة لابد وأن تضع في أولوياتها الاستراتيجية شرح معني الحوار ومهاراته ومناقشة كثير من القضايا المتعلقة بالتواصل بين مختلف الأطراف ، وتدعيم الممارسات الحوارية الإيجابية في أثناء

عرضها لمختلف برامجها الإذاعية وترسيخ القيم الإيجابية، ومناهضة أشكال الحوار غير المرغوبة في المجتمع السعودي.

وبناءً على ما سبق يحدد الباحث دور وسائل الإعلام المسموع في تعزيز ثقافة الحوار لدى طلاب الجامعات في المجتمع السعودي في النقاط الآتية:

- قد يتأثر الشباب بما يستمعون له من برامج إذاعية متنوعة مما قد يدفع الطلاب إلى تقليد مثل هذه البرامج في حياتهم الواقعية.
- قد يتقمص الشباب دور أبطال بعض المسلسلات الإذاعية مما يكسبهم بعض مهارات وآداب الحوار.
- تؤدي متابعة الشباب لبعض وسائل الإعلام المسموع إلى تعزيز سلوكيات الشباب الحوارية نتيجة متابعتهم لبعض الإذاعات الدولية.
- تكوين اتجاهات وميول لدى الشباب لمتابعة البرامج الحوارية التي تتناول القضايا المختلفة التي تهم الشباب والمجتمع.

ز ـ وسائل الإعلام المرئي وتعزيز ثقافة الحوار لدى الشباب الجامعي:

هذا النوع سمعي وبصري؛ لأنه يجتذب العين والأذنين في الآن ذاته، وله قوة تأثير أقوي من جميع وسائل الإعلام الأخرى كالصحف والمجلات والإذاعات في عصرنا الحاضر وخاصة بعد امتداد البث التلفزيوني وشموله مساحات واسعة من العالم عبر الأقمار الصناعية ما يعرف بالقنوات الفضائية، وتعود زيادة التأثير في الإعلام المرئي إلى كونه ينقل الصوت والصورة المرافقة له وكان المشاهد يرى ما يحدث عن قرب، فالفضائيات تخترق الحدود الطبيعية والجغرافية دون رقيب سياسي أو عسكري(الصرايرة، ٢٠١١ م، ص ١٣).

وتتضمّن منظومة الإعلام المرئي: مختلف المحطات التلفزيونية العامة في البلد: المركزية العامة" الشبكات القومية"، والمركزية المتخصصة والإقليمية والمحلية والفضائية(الزاحم، ٢٠٠٦م، ص ٣٢).

ومن أبرز وسائل الإعلام المرئي التلفزيون" ويعدّ التلفزيون من أكثر وسائل الإعلام تأثيراً واستحواذاً على نفوس المشاهدين بما يقدمه من برامج تعمل على تربية الفرد وتثقيفه بالمعلومات، وتزويده بالخبرات الجديدة في إطار من العرض الشيق الذي يواكب المبادئ السيكولوجية لعملية التعلّم، ويعدّ اقتناء هذه التكنولوجيا سهلاً

لدرجة إننا لا نكاد نعرف أو نجد منزلاً في الحضر أو البادية إلا وفي على الأقل جهاز واحد(الصرايرة، ٢٠١١م، ص ١٢)".

هذا ولم يسبق أن أي وسيلة جماهيرية أثبتت قدرة فائقة جذب الانتباه وإثارة الاهتمام كما الحال مع التليفزيون، ويمكن اعتبار التليفزيون من أهم ما أنجزه العلم الحديث والتكنولوجيا خلال القرن الماضي، ونظراً لما يتمتع به التليفزيون من خصائص لا تتوافر في غيره من الوسائل، فإن ذلك يزيد من فاعليه هذا الجهاز في جذب الانتباه إليه فالتليفزيون جهاز يعتمد على حاستي السمع والبصر، وبالتالي فهو يستحوذ على اهتمام كامل من الجماهير أكثر من الوسائل الأخرى(أبو عاصي، ٢٠١١م، ص ٢٠٠).

ويعتبر التلفزيون بصفة خاصة بين وسائل الإعلام مصدر المعلومات الأساسي بالنسبة للكثير من الناس، وربما المصدر الوحيد للبعض منهم، وبالتالي فما يقدمه وما يتميّز به من تنوّع في الأنواع وثراء في المحتوي قد يكون له أثر على أفراد الجمهور على المستويات المعرفية والوجدانية والسلوكية(بومعيزة، ٢٠٠٦ م، ص ٧٦).

فبالرغم من ظهور وسائل اتصال عديدة ومتقدمة نتيجة للتطوّر التقني في مجال المعلومات والاتصالات وشبكة الانترنت والملتيميديا وبالأخصّ الشبكات الاجتماعية المتنوعة، إلا أن التليفزيون ما زال يمثّل عنصراً هاماً في بث المعلومات والتأثير على المواقع خاصة بعد تطوّر البث وظهور الأقمار الأكثر قدرة وإمكانية ، وتمكّن المستقبلات الأرضية من تلقى البرامج بوضوح وسهوله ويسر، إضافة إلى تحويل جميع المواد المبثوثة في الشاشة التلفزيونية إلى مواد يسهل مشاهدتها من خلال الانترنت.

وقد أدى تعدد القنوات التلفزيونية إلى فتح منافذ واسعة أمام المشاهد من مختلف الشرائح الاجتماعية والعمرية، وبالتالي فاق الوقت المتاح للمشاهدة التلفزيونية تلك الأوقات المخصصة للنشاطات اليومية الأخرى(اللحياني، ٢٠٠٨ م، ص ٣).

ويشير أبو معال(٢٠٠٦ م، ص ٧٨) أن العلاقة بين الشباب والإعلام المرئي تعتمد على مجموعة من العوامل أهمها: ساعات المشاهدة وحجم التعرض، وبروز ثقافة الصورة ودلالتها، وخطورة التأثير التراكمي للمضمون التلفزيوني، فإذا أضيف

إلى ذلك ضعف ارتباط الشباب المعاصر بمؤسسات التنشئة التقليدية، يمكن إدراك مدي عمق التأثيرات الاجتماعية والتربوية للثقافة التلفزيونية.

ولقد استطاعت الفضائيات الانتقال بمشاهديها صغاراً وكباراً إلى عادات وممارسات جديدة تمثّلت بإيجاد علاقات اجتماعية مختلفة، وقدرتها المتميزّة في إحداث تغييرات في السلوك والمواقف والمعتقدات والممارسات والأوضاع الاجتماعية بشكلٍ عام، فلقد أثبتت التجارب أن الفضائيات تتمتع بقدرة فائقة في جذب الانتباه وإثارة الاهتمام من خلال تقديمها لألوان من الخبرة والمعرفة الإنسانية كما تحدث في الحياة(اللحياني، ٢٠٠٨ م، ص ٣٠).

ويشير أبو أصبع(٢٠١١ م ، ص ٢٥٤) إلى أن ما تقدمه الفضائيات من برامج تحمل معها قيماً وعادات وأنماط السلوك تترك آثارها على الفرد والمجتمع على المدي البعيد، ومن ثمّ ما تعرضه الفضائيات من برامج تستهدف الأطفال كما تستهدف الكبار، وتحمل في طياتها كميات كبيرة من العنف والجريمة والقيم الغريبة عن مجتمعاتنا التي تعزز في أحيان كثيرة روح الفردية سيكون لها تأثيراتها على المجتمعات العربية التي ستغيّر نسيجها ببطء، ولكن لها تأثيرات تراكمية ستقود مستقبلاً إلى تغيّرات نوعية في قيم وسلوك وعادات المجتمعات العربية.

وقد كانت فكرة الأثر الإيجابي من التعرض للإعلام محدودة وتكاد تكون مقصورة على برامج التنمية الإعلامية في التلفزيونات الحكومية كبرامج التوجيه والإرشاد والتوعية والتثقيف وما شابهها، وبعد انتشار البرامج الحوارية الجادة وطرح وسائل الإعلام مؤخراً لقضايا حيوية تهم الجمهور والرأي العام، كما أن التعرض المستمر للبرامج الحوارية المدة التي تقوم على أساس مهارات الحوار البناء والطرح الموضوعي الجاد سيكسب المتلقي شيء من أثر تلك المهارات الحوارية(الحسين، ١٤٣٢ ه) .

وانطلاقاً مما سبق يمكن للباحث القول أن مشاهدة الشباب الجامعي السعودي لما تعرضه وسائل الإعلام المرئية المتنوعة من برامج متنوّعة تخلق لديهم اتجاهات غير سليمة أو عدوانية تجاه الحوار مع الأخرين وتكسبهم بعض أنماط التواصل اللفظي وغير اللفظي غير المرغوب فيها، نظرًا لخطورة المرحلة السنية التي يمرّ بها الشباب

الجامعي التي يكون فيها المتعلم سريع التأثر بما يرى من خلال ما يشاهده عبر هذه الشاشات.

ومن جانب آخر تسهم وسائل الإعلام في تنمية أبعاد الحوار المتنوعة من خلال تنمية كيفية الحوار مع الأخرين وكيفية مناقشتهم ومهارات الحوار والتفاوض ومهارات الاختلاف مع الأخرين، كما يكتسب من خلالها الشباب بعض أنماط التواصل اللفظي وغير اللفظي المرغوب فيها.

ويشير سليم(٢٠٠٩ م، ص ٣٠) أن الشباب في مجتمعاتنا الحديثة قد يقعون في أسر وسائل الإعلام، خاصة بعد ظهور تقنيات الإعلام الجديدة وشبكات التواصل الاجتماعي، الأمر الذي أدى إلى إلغاء الخصوصيات بين الشباب، وتغيير لغة الحوار فيما بينهم.

ويمكن القول أن وسائل الإعلام المرئية وسيلة ذات حدين فمنها قد يتعلّم الطالب كثير من القيم والعادات والأشياء الإيجابية، وعلى النقيض قد يتعلّم منها كثير من السلوكيات غير المرغوبة، وفي ضوء ما سبق يحدد الباحث دور وسائل الإعلام في تعزيز ثقافة الحوار لدى طلاب الجامعات في المجتمع السعودي في النقاط الآتية:

- يتعلّم الشباب بعض الأمور المتصلة بآداب الحوار ومهاراته نتيجة ما يشاهدونه من مواد إعلامية متنوعة.
- تقمّص الشباب لشخصيات أبطال الأعمال الدرامية في المادة الإعلامية المعروضة عليهم.
- تدفع مشاهدة الطلاب للبرامج الحوارية عبر وسائل الإعلام المرئي إلى قيام الطلاب بتأدية عمل مشابه في واقع الحياة اليومية.
- يؤدي تعرض الشباب لرؤية المشاهد الحوارية عبر وسائل الإعلام المرئي على اتخاذهم الحوار كأسلوب للتعامل مع المواقف الحياتية.

ولكن وسائل الإعلام لن تستطيع ممارسة دورها في تعزيز ثقافة الحوار لدى الشباب الجامعي بمفردها ما لم تؤد باقي المؤسسات المجتمعية دورها، حيث أن التأثير الإيجابي لوسائل الإعلام لن يكتمل سوي بتنسيق الجهود بينها وبين المؤسسات المجتمعية كالجامعة والأسرة ومراكز التوعية والإرشاد.

رابعاً: الدراسة الميدانية وإجراءاتها:

١- منهج الدراسة:

في ضوء طبيعة الدراسة والأهداف التى تسعي الدراسة إلى تحقيقها يجري استخدام المنهج الوصفي من خلال استخدامه لأسلوب المسح؛ لتميّزه" باستهداف الحقائق التفصيلية عن واقع الظاهرة المدروسة، مما يمكّن الباحث من تقديم وصف شامل ودقيق لذلك الواقع (العساف، ١٩٨٩ م، ص ١٩٣)". مما يمكّن الباحث من تقديم وصف شامل ودقيق لهذا الواقع والتوصّل إلى استنتاجات تسهم في فهم الواقع وتطويره.

٢- مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع طلاب الجامعات السعودية الحكومية، وقد اختار الباحث عدد ١٢٠٠ طالب من أربع جامعات سعودية، هي:" جامعة الملك سعود- جامعة الملك عبد العزيز- جامعة أم القري- جامعة طيبة".

٣- عينة الدراسة:

اختار الباحث عينة الدراسة من الطلاب بالطريقة العشوائية الطبقية على النحو التالي: تم تقسيم العينة وفقاً للجامعات الأربعة، ثم اختار الباحث عدد من الكليات الإنسانية والعلمية والصحية من كل جامعة بصورة عشوائية بشرط أن يكون هناك توافق في نسبة طلاب الكليات الإنسانية والكليات العلمية في كل جامعة، وقد استجاب عدد ٩٧٦ طالب للاستبيان بصورة إيجابية.

٤- أداة البحث:

بناء أداة البحث:

اختار الباحث الاستبيان أداة بحثية لتحقيق أهداف دراسته الميدانية؛ نظرًا لكونها من أنسب الأدوات التي قد تفيد في تحقيق أهداف الدراسة الحالي؛ لكبر حجم مجتمع الدراسة الذي يتمثل في طلاب الجامعات السعودية ، وهي تفيد في الحصول علي بيانات من أعداد كبيرة من الأفراد، إضافة إلي سهولة تحليل النتائج وتفسيرها.

وعليه فقد قام الباحث بتصميم الاستبيان معتمداً في ذلك علي:

- الأدبيات المتعلقة بموضوع الدراسة.
- الدراسات السابقة والإطار النظري.
- الاستعانة بذوي الاختصاص والخبرة.

وقد راعي الباحث أن تتسم عبارات الاستبيان بالموضوعية والبساطة، وقد تكون الاستبيان من ٤٧ عبارة مقسمة إلى ثلاثة محاور، هي:

- دور الإعلام المقروء في تعزيز ثقافة الحوار لدي طلاب الجامعات السعودية وتضمن هذا المحور ١٨ عبارة.
- دور الإعلام المسموع في تعزيز ثقافة الحوار لدي طلاب الجامعات السعودية وتضمن ١٦ عبارة.
- دور الإعلام المرئي في تعزيز ثقافة الحوار لدي طلاب الجامعات السعودية وتضمن ١٣ عبارة.

ويقابل كل عبارة من عبارات المحاور قائمة تحمل العبارات الآتية:(أوافق بشدة- أوافق – أوافق إلى حد ما- غير موافق- غير موافق بشدة)، وقد تم إعطاء كل عبارة من العبارات السابقة درجات لتتم معالجتها إحصائياً على النحو التالي:

"أوافق بشدة (٥) درجات- أوافق (٤) درجات– أوافق إلى حد ما(٣) درجات- غير موافق درجتان- غير موافق بشدة درجة واحدة فقط)، وقد تبني الباحث في إعداد الاستبيان الشكل المغلق) Closed Questionnaire الذي يحدد الاستجابات المحتملة لكل سؤال، وقد تم استخدام مقياس ليكرت المتدرج ذي النقاط الخمس لقياس العبارات.

صدق أداة البحث:

للتأكد من صدق أدوات الدراسة استخدم الباحث طريقة لقياس الصدق على النحو الآتي:

- صدق المحكمين: اعتمد الباحث في حساب صدق أدوات الدراسة علي صدق المحكمين حيث عرض أداة الدراسة في صورتها الأولية علي مجموعة من الأساتذة المتخصصين بالجامعات السعودية، وذلك كمحكمين للتأكد من مدي ملاءمة الاستبيان للغرض الذي أعد من أجله، وإضافة المناسب لمحاور الاستبيان، وكانت الملاحظات التي أبداها السادة المحكمون مختلفة ومتعددة، وفي ضوئها تم إجراء التعديلات اللازمة حتى تم التوصل للصورة النهائية لأداة الدراسة التي تعتبر صادقة في قياس ما وضعت من أجله.

ثبات أداة الدراسة:

للتحقق من ثبات أداة الدراسة استخدم الباحث طريقة إعادة تطبيق الاستبانة، حيث قام الباحث بتطبيق أداة الدراسة علي عينة قوامها(ثلاثون) فردًا من طلاب الجامعات السعودية التى تكونت منها عينة الدراسة، ثم أعيد التطبيق عليهم مرة أخري بعد عشرين يومًا من التطبيق الأول.

وقد تبيّن أن معامل الارتباط لأداة الدراسة كالتالي[1]:

- معامل الارتباط للاستبيان:

* ر= ٠,٩٠ وكان دالًا إحصائيًا عند مستوى (٠,٠١) فأقل وهي درجة مناسبة تدل علي صلاحية الاستبيان للتطبيق علي أفراد العينة.

٥- إجراءات تطبيق أداة البحث:

- قام الباحث بتطبيق دراسته الميدانية في الفصل الدراسي الثاني من العام الدراسي ١٤٣٤هـ/ ١٤٣٥هـ، ومن أهم الإجراءات:
- تصميم الاستبيان.
- مخاطبة الجهات المعنية في الجامعات الأربعة المكون منها عينة البحث.
- إرسال الاستبيان للجهات المعنية بالجامعات لأخذ الموافقة على تطبيقه.
- توزيع الاستبيان على عينة الدراسة.
- الحصول على ملف الدرجات الخاص بالاستبيان، إلى أن حصل الباحث على عدد ٩٩٥ استجابة من الطلاب.
- إجراء المعالجات الإحصائية للبيانات المستخلصة من عملية تطبيق أداة الدراسة.

---

(١) استخدم الباحث برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية(SPSS) في حساب معامل ارتباط "بيرسون".

- تحليل نتائج الدراسة وتفسيرها ومناقشتها في ضوء معطيات الدراسة.
- تقديم التوصيات والمقترحات.

٦- أساليب المعالجة الإحصائية:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم جمعها تم استخدام الأساليب الإحصائية المناسبة، وتمّ ترميز وإدخال البيانات إلى الحاسب الآلي، وقد مرت المعالجة الإحصائية لنتائج تطبيق الاستبيان من خلال الخطوات التالية:

- ♦ حساب التكرارات والنسب المئوية وتحديد استجابات أفراد عينة الدراسة تجاه أداة الدراسة.
- ♦ معامل ارتباط بيرسون "ر" لقياس ثبات الاستبيان.

خامساً: نتائج الدراسة الميدانية وتفسيراتها:

تهدف الدراسة إلى تحديد دور وسائل الإعلام السعودي"المقروء – المسموع – المرئي" في تعزيز ثقافة الحوار لدى طلاب الجامعات، وفيما يلي عرض تفصيلي لنتائج الدراسة من خلال استخلاص ما أسفر عنه تطبيق أداة الدراسة وتحليل ومعالجة البيانات.

دور وسائل الإعلام السعودي في تعزيز ثقافة الحوار لدي طلاب الجامعات السعودية:

ويوضح الجدول رقم (١) دور وسائل الإعلام في تعزيز ثقافة الحوار لدي طلاب الجامعات السعودية:

جدول رقم (١)

استجابات أفراد العينة على عبارات محاور دور الإعلام السعودي في تعزيز ثقافة الحوار لدي طلاب الجامعات

المحور	أوافق بشدة		أوافق		أوافق إلى حد ما		غير موافق		غير موافق بشدة		الرتبة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
الإعلام المقروء	٤٧٤٩	٢٧	٣٦٤٢	٢٠,٨	٣٣١٣	١٨,٨	٣١٠٦	١٧,٧	٢٧٥٨	١٥,٧	٣
الإعلام المسموع	٤٥٥١	٢٩,١	٣٧٢١	٢٣,٨	٢٦٤٩	١٦,٩	٢٣١٧	١٤,٨	٢٣٧٨	١٤,٨	٢
الإعلام المرئي	٣٧٢٧	٢٩,٣	٣١٣٠	٢٤,٧	٢٠٨١	١٦,٤	٢٠٨٠	١٦,٤	١٦٧٠	١٣,٢	١
الإجمالي	١٣٠٢٧	٢٨,٤	١٠٤٩٣	٢٢,٩	٨٠٤٣	١٧,٥	٧٥٠٣	١٦,٣	٦٨٠٦	١٤,٨	

يتضح من الجدول رقم (١) أن لوسائل الإعلام السعودي دور في تعزيز ثقافة الحوار لدي طلاب الجامعات، حيث أبدي نسبة ٢٨,٤ % من أفراد العينة موافقتهم الشديدة على دور وسائل الإعلام في تعزيز ثقافة الحوار لدي طلاب الجامعات، بينما أبدي ١٤,٨ % من نسبة أفراد عدم موافقتهم بشدة تجاه دور وسائل الإعلام في تعزيز ثقافة الحوار لدي طلاب الجامعات.

وتشير نتائج الجدول رقم (١) إلي أن وسائل الإعلام المرئي جاءت في المرتبة الأولي من حيث شدة الموافقة، حيث أبدي نسبة ٢٩,٣ % من أفراد العينة موافقتهم بشدة على دور وسائل الإعلام المرئي في تعزيز ثقافة الحوار لدي طلاب الجامعات، كما أبدي نسبة ٢٤,٧ % من أفراد العينة نسبة موافقتهم على دور وسائل الإعلام المرئي في تعزيز ثقافة الحوار لدي طلاب الجامعات، في حين وصلت نسبة عدم الموافقة بشدة لدور وسائل الإعلام المرئي نسبة ١٣,٢ % من أفراد العينة، ويعزي الباحث ذلك إلى متابعة طلاب الجامعات لوسائل الإعلام المرئي بكثرة مما جعلها تحظي بنصيب الأسد من جملة اهتمامات طلاب الجامعات، كما أن المنافسة بين القنوات الفضائية في تقديم أفضل ما لديها بأفضل صورة والإبداع في تقديمه بطرق

متنوعة جعل طلاب الجامعات ينجذبون نحو متابعة الإعلام المرئي ومتابعة ما يبثه من برامج حوارية متنوعة في المجالات المجتمعية المتعددة.

دور الإعلام المقروء في تعزيز ثقافة الحوار لدي طلاب الجامعات:

جدول رقم (٢)

استجابات أفراد العينة على عبارات محور دور الإعلام المقروء في تعزيز ثقافة الحوار لدي طلاب الجامعات

م	العبارة	أوافق بشدة		أوافق		أوافق إلى حد ما		غير موافق		غير موافق بشدة		الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
٥	متابعة الطلاب الموضوعات الحوارية كنوع من التنفيس عن النفس .	٣٧٢	٣٨,١	١٩٤	١٩,٩	١٥٨	١٦,٢	١١٦	١١,٨	١٣٦	١٣,٩	١
٦	إثارة خيال الطلاب نحو المواقف الحوارية المتنوعة.	٣٧١	٣٨	١٩٥	١٩,٩	١٦٠	١٦,٤	١١٥	١١,٨	١٣٥	١٣,٨	٢
١٥	يتجنب الطلاب استخدام بعض الألفاظ العنيفة مما يقرءونه في وسائل الإعلام .	٣٥٢	٣٦	٣١٥	٢٢	٢٧٨	١٩	١١٨	١٢,١	١٠٥	١٠,٧	٣
٢	تقرب وجهات النظر بين الطلاب .	٣٢٩	٣٣,٧	١٨٥	١٨,٩	١٣١	١٣,٤	٧٦	٧,٨	٢٥٥	٢٦,١	٤
٧	تدرب الأذهان على إدارة مختلف المواقف الحوارية في الحياة اليومية.	٣١٣	٣٢	٣١٦	٣٠,٧	١٠٦	١٦,٦	١١٤	١١,٧	٨٧	٨,٩	٥
٤	تعزز لدي الطلاب احترام الرأي الآخر.	٢٩٨	٣٠,٥	١٤٤	١٤,٧	١٤٩	١٥,٣	١٧٦	١٨	٢٠٩	٢١,٤	٦
١٦	تنمي مهارة النقد البناء .	٢٩٣	٣٠	١٩٦	٢٠	٢٧٦	١٨	٢٩٣	١٩,٨	١١٨	١٢	٧
٣	توجّه الطلاب نحو توظيف آداب الحوار في مواقفهم اليومية.	٢٩٢	٢٩,٩	١٩٢	١٩,٦	٨٩	٩,٢	١٤٦	١٤,٩	٢٥٧	٢٦,٣	٨
٨	تحسّن أفكار الطلاب نحو المجتمع	٢٩٢	٢٩,٩	٣٠١	٢٥,٧	٢٨٧	١٩,١	١١٢	١٣,٢	١١٧	١١,٩	٨

م	العبارة	أوافق بشدة		أوافق		أوافق إلى حد ما		غير موافق		غير موافق بشدة		الرتبة
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
	الجامعي.											
٩	دفع الطلاب لإنهاء الحوار بأدب ولباقة مع زملائهم.	٢٨٨	٢٩,٥	٣٦٥	٣٠,٣	٣١٦	٢٢,١	٨٩	١١,٧	٦٢	٦,٣	٩
١٠	تنمية حسن الإنصات وتجنب المقاطعة في أثناء المواقف الحوارية المتنوعة.	٢٣١	٢٣,٧	٢٢٢	٢٠,٢	٣١٩	١٩,١	٢٨٥	١٨,٩	١٧٥	١٧,٩	١٠
١١	تقوية التواصل فيما بين الطلاب.	٢١٩	٢٢,٤	٢١٤	٢١,٣	١٤٦	١٤,٩	٢٨٩	٢٩,٦	١٠٨	١١,١	١١
١٧	تشجع الطلاب على ذكر الأدلة والبراهين عند عرض رأيهم في المواقف المتنوعة .	٢١١	٢١,٦	٢٠٦	٢١,١	٣١٦	٢٢,١	٢١١	٢٤,٧	١٠٢	١٠,٤	١٢
١٣	قد تكون أسلوباً لتطوير الأفكار وبنائها واستخراج ثمرات العقول.	١٩٩	٢٠,٤	١٥٩	١٦,٣	٢٩٦	٢٠,٨	٢٨٧	٢١,٣	٢٠٧	٢١,٢	١٣
١٨	استخدام تعبيرات تنم عن المرونة.	١٩٥	١٩,٩	١١٨	١٢,١	٢٧٩	٢٨,٦	٢٩٦	٣٠,٣	٨٨	٩	١٤
١٤	تكون بمثابة لتعبير الطلاب عن ذاتهم.	١٩٣	١٩,٨	١٥٧	١٦	١٨٩	١٩,٤	٢١١	٢١,٦	٢٢٦	٢٣,١	١٥
١٢	نشر الموضوعات الحوارية بالتفصيل قد يدفع الطلاب لتعلم فنون التواصل في حياتهم اليومية.	١٨٨	١٩,٣	٢١٨	٢٠,٦	٢٨٥	٢١,٨	٢٧١	٢٠,٢	١٧٧	١٨,١	١٦
١	تشجيع الطلاب على الرجوع إلى الحق والاعتراف بالخطأ.	١١٣	١١,٦	٢٢١	٢٢,٦	٢٦٦	٢٧,٢	١٨٢	١٨,٦	١٩٤	١٩,٩	١٧
	الإجمالي	٤٧٤٩	٤٧٤٩	٢٧	٣٦٤٢	٢٠,٧	٣٣١٣	١٨,٨	٣١٠٦	١٧,٧	٢٧٥٨	١٥,٧

يتضح من الجدول رقم (٢) أن لوسائل الإعلام المقروء دور في تعزيز ثقافة الحوار لدي طلاب الجامعات، حيث جاء مدي الموافقة على هذا الدور باتفاق نسبة

٢٧,٠ % من أفراد العينة، في مقابل نسبة ١٥,٧ % ممن ابدوا عدم موافقتهم بشدة على هذه الدور، وربما يرجع ذلك إلى اتجاه طلاب الجامعات لقراءة الوسائل المتنوعة لوائل الإعلام المقروء المتمثلة في المجلات والجرائد والكتب الإلكترونية، وربما ساعد في ذلك ثورة التكنولوجيا ومواقع التواصل الاجتماعي المتنوعة.

وتشير نتائج الجدول إلى ورود العبارة التى تنصّ علي "متابعة الطلاب الموضوعات الحوارية كنوع من التنفيس عن النفس" في المرتبة الأولي بين عبارات المحور حيث وافق نسبة ٣٨,١ % من أفراد العينة بموافقة شديدة على متابعة الطلاب للموضوعات الحوارية كنوع من التنفيس عن النفس، وجاءت العبارات التي تنصّ علي" إثارة خيال الطلاب نحو المواقف الحوارية المتنوعة"، "يتجنب الطلاب استخدام بعض الألفاظ العنيفة مما يقرءونه في وسائل الإعلام"، "تقرب وجهات النظر بين الطلاب " بنسب موافقة مرتفعة، ويرجع الباحث ذلك إلى أن المجتمع السعودي تثار فيه كثير من المواقف الحوارية المتنوعة التي تبث عبر قنوات الإعلام المقروء المتنوعة، وهذه القضايا معظمها يهم الشباب الجامعي، مما يجعل الطلاب يحرصون على متابعته هذه القضايا مما قد يكسبهم تجنب استخدام الألفاظ غير اللائقة خلقياً، إضافة إلى مساهمتها في تقريب وجهات النظر بينهم.

وتشير النتائج حصول العبارة التى تنصّ على" تشجيع الطلاب على الرجوع إلى الحق والاعتراف بالخطأ" في المرتبة الأخيرة حيث أبدي نسبة ١١,٣ % من أفراد العينة موافقتهم الشديدة على هذه العبارة مقابل نسبة ١٩,٩ % من أفراد العينة أبدوا عدم موافقتهم الشديدة علي هذه العبارة، ويرجع الباحث ذلك إلى طبيعة الشباب الذي يميل بدوره إلى صعوبة الاعتراف بأخطائه.

دور الإعلام المسموع في تعزيز ثقافة الحوار لدي طلاب الجامعات:

جدول رقم (٣)

استجابات أفراد العينة على عبارات محور دور الإعلام المسموع في تعزيز ثقافة الحوار لدي طلاب الجامعات

م	العبارة	أوافق بشدة		أوافق		أوافق إلى حد ما		غير موافق		غير موافق بشدة	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
٧	تكوين اتجاهات إيجابية نحو القضايا التى تبثها الإذاعات.	٤٠١	٤١,٠	٣٠٥	٣١,٢٥	٩٩	١٠,١	١١٤	١١,٧	٥٧	٥,٨
٨	تنمية روح الولاء نحو المنظمات المجتمعية.	٣٨٢	٣٩,١	٢٣٥	٢٤,٠	١٢٦	١٢,٩	١٢٣	١٢,٦	١١٠	١١,٢
٦	قد تتعارض بعض الأعمال الإذاعية مع قيم المجتمع السعودي.	٣٧١	٣٨,٠	١٩٥	١٩,٩	١٦٠	١٦,٤	١١٥	١١,٨	١٣٥	١٣,٨
١٢	قد يكتسب الطلاب بعض الألفاظ الأجنبية مما يسمعونه في وسائل الإعلام.	٣٦٩	٣٧,٨	٢٠٩	٢١,٤	١٤٨	١٥,٢	١٢٦	١٢,٩	١٢٤	١٢,٧
١	تأثر الطلاب بما يسمعونه من أحداث مختلفة.	٣٦٥	٣٧,٤	٢٨٢	٢٨,٩	١١٤	١١,٧	١١٢	١١,٥	١٠٣	١٠,٥
١٣	تعزز لغة التواصل بين الطلاب.	٣٠٢	٣٠,٩	٢٩٦	٣٠,٣	١٦٣	١٦,٧	١٢٣	١٢,٦	٩٢	٩,٤
٤	تنمي الإيجابية لدى الطلاب نتيجة سماعهم المتكرر للبرامج الحوارية.	٢٩٨	٣٠,٥	٢٦٦	٢٧,٢	١٤٩	١٥,٣	١٧٦	١٨,٠	٨٧	٨,٩
١٠	غرس روح التواصل الإيجابي نحو أعضاء المجتمع الجامعي.	٢٩٦	٣٠,٣	٢١٤	٢١,٩	١٢٥	١٢,٨	١٥٦	١٥,٩	١٨٥	١٨,٩
٩	غرس روح الانتماء المستمر بين الطلاب بعضهم البعض.	٢٨٩	٢٩,٦	٢٥٩	٢٦,٥	١٤٧	١٥,٠	١٤٥	١٤,٨	١٣٦	١٣,٩
٣	تأثر الطلاب بشخصيات المحاورين التى يسمعونها في نشرات الأخبار والمسلسلات الإذاعية .	٢٥٩	٢٦,٥	٢١٧	٢٢,٢	١٩٨	٢٠,٣	١٤٦	١٤,٩	١٥٦	١٥,٩
١١	متابعة الطلاب لبعض برامج الحوار الإذاعية قد يؤدي لالتزام الطلاب بآداب الحوار.	٢٥٣	٢٥,٩	٢٤٦	٢٥,٢	١٢٣	١٢,٦	١١٢	١١,٥	٢٤٢	٢٤,٨

م	العبارة	أوافق بشدة		أوافق		أوافق إلى حد ما		غير موافق		غير موافق بشدة	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١٤	تقرب وجهات النظر بين الطلاب وغيرهم.	٢١٥	٢٢,٠	٢١١	٢١,٦	٢٠٣	٢٠,٨	١١٤	١١,٧	٢٣٣	٢٣,٩
١٥	تأثر الطلاب بما يسمعونه من أحداث مختلفة.	٢٠٨	٢١,٣	١٩٧	٢٠,٢	١٩٦	٢٠,٠	٢٠٣	٢٠,٨	١٧٢	١٧,٦
٢	تقمّص الطلاب لشخصيات بعض أبطال المسلسلات الإذاعية الحوارية .	١٩٢	١٩,٧	١٨٥	١٨,٩	٢٨٩	٢٩,٦	٢٠١	٢٠,٦	١٠٩	١١,٢
١٦	تقمّص الطلاب لشخصيات بعض أبطال المسلسلات الإذاعية الحوارية.	١٧٩	١٨,٣	٢٠١	٢٠,٦	٢٠٩	٢١,٤	٢٣٥	٢٤,١	١٥٢	١٥,٦
٥	متابعة الطلاب لبعض المسلسلات البوليسية قد يؤدي لتقليد الطلاب بعض السلوكيات المشابهة في الحياة اليومية.	١٧٢	١٧,٦	٢٠٣	٢٠,٨	٢٠٠	٢٠,٥	١١٦	١١,٩	٢٨٥	٢٩,٢
	الإجمالي	٤٥٥١	٢٩,١	٣٧٢١	٢٣,٨	٢٦٤٩	١٦,٩	٢٣١٧	١٤,٨	٢٣٧٨	١٤,٨

يتضح من الجدول رقم (٣) أن لوسائل الإعلام المسموع دور في تعزيز ثقافة الحوار لدي طلاب الجامعات، حيث جاء مدي الموافقة على هذا الدور باتفاق نسبة ٢٩,١ % من أفراد العينة، في مقابل نسبة ١٤,٨ % ممن أبدوا عدم موافقتهم بشدة على هذه الدور، وربما يرجع ذلك إلى اتجاه الشباب الجامعي لاستماع الإذاعات المتنوعة في أثناء قيادتهم للسيارة أو في رحلاتهم المتنوعة.

وتشير نتائج الجدول إلى ورود العبارة التى تنصّ علي" تكوين اتجاهات إيجابية نحو القضايا التى تبثها الإذاعات" في المرتبة الأولي بين عبارات المحور حيث وافق نسبة ٤٠,١ % من أفراد العينة بموافقة شديدة على تكوين الطلاب اتجاهات إيجابية نحو القضايا المتنوعة التى تثيرها الإذاعات المتنوعة، كما أشارت نتائج الجدول إلى تنمية البرامج الإذاعية لروح الولاء نحو المنظمات المجتمعية لطلاب الجامعات، حيث أبدي نسبة ٣٩,١ % من أفراد العينة موافقتهم الشديدة تجاه هذا الدور، كما رأي نسبة ٣٨,٠ % من أفراد العينة أن بعض الأعمال الإذاعية قد تتعارض مع تعاليم وتقاليد المجتمع السعودي، ويرجع الباحث ذلك إلى أن القنوات الإذاعية تستقبل من كل مكان ومنها ما هو هادف ومنها ما موجّه نحو المجتمع من خلال الدول الأخرى،

وان الشباب يمكنهم متابعة أي من هذه البرامج بكل حرية حيث تستقبل الموجات الصوتية أي إذاعة.

وتشير النتائج حصول العبارة التى تنصّ على" متابعة الطلاب لبعض المسلسلات البوليسية قد يؤدي لتقليد الطلاب بعض السلوكيات المشابهة في الحياة اليومية" في المرتبة الأخيرة حيث أبدي نسبة ٢٩,١ % من أفراد العينة موافقتهم الشديدة على هذه العبارة مقابل نسبة ١٤,٨ % من أفراد العينة أبدوا عدم موافقتهم الشديدة علي هذه العبارة، ويرجع الباحث ذلك إلى طبيعة الشباب الذي قد لا يميل بدوره إلى متابعة المسلسلات البوليسية عبر الإذاعات.

دور الإعلام المرئي في تعزيز ثقافة الحوار لدي طلاب الجامعات:

جدول رقم (٤)

استجابات أفراد العينة على عبارات محور دور الإعلام المرئي في تعزيز ثقافة الحوار لدي طلاب الجامعات

م	العبارة	أوافق بشدة		أوافق		أوافق إلى حد ما		غير موافق		غير موافق بشدة	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١٢	يتجنب الطلاب استخدام الألفاظ النابية نتيجة ما يشاهدونه عبر وسائل الإعلام.	٣٩٥	٤٠,٥	٣٠٥	٣١,٣	١٢٥	١٢,٨	٩٨	١٠,٠	٥٣	٥,٤
٨	يتخذ الطلاب الذين يشاهدون القضايا الحوارية الحوار أسلوباً لهم.	٣٧١	٣٨,٠	١٩٤	١٩,٩	١٦١	١٦,٥	١١٥	١١,٨	١٣٥	١٣,٨
١	يتعلّم الطلاب بعض آداب الحوار من خلال ما يشاهدونه في القنوات الفضائية.	٣٤٥	٣٥,٣	٣٠٢	٢ .٣٠	١٢١	١٢,٤	١١٢	١١,٥	٩٦	٩,٨
٩	يجد الطلاب في مشاهد الموضوعات الحوارية متعة ولذة.	٣٢٩	٣٣,٧	١٨٥	١٨,٩	١٣١	١٣,٤	٧٦	٧,٨	٢٥٥	٢٦,١
٤	تساهم مشاهدة الطلاب لمواقف الحوار تقلديهم بعض السلوكيات المشابهة.	٣٠٢	٣٠,٩	٢٩٦	٣٠,٣	١٦٣	١٦,٧	١٢٣	١٢,٦	٩٢	٩,٤
٦	يؤدي تكرار مشاهدة الطلاب لمشاهد الحوار إلى تنمية إحساسهم تجاه السلوك الحسن.	٣٠٣	٣١,٠	٣١٦	٣٢,٤	١٣٦	١٣,٩	١٢٤	١٢,٧	٩٧	٩,٩
٧	يتأثر الطلاب بذكاء أطراف الحوار بسبب ما يشاهدونه في وسائل الإعلام.	٣٠١	٣٠,٨	٢٣٥	٢٤,١	١٥٨	١٦,٢	١٦٩	١٧,٣	١١٣	١١,٦

م	العبارة	أوافق بشدة		أوافق		أوافق إلى حد ما		غير موافق		غير موافق بشدة	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١٠	قد يتجه الطلاب إلى استخدام الحوار كوسيلة لمواجهة مواقف الحياة اليومية.	٢٨٩	٢٩,٦	٢٥٩	٢٦,٥	١٤٧	١٥,١	١٤٥	١٤,٨	١٣٦	١٣,٩
٣	يتعلم الطلاب الحوار نتيجة ما يشاهدونه في وسائل الإعلام .	٢٨٨	٢٩,٥	٢٠١	٢٠,٦	٢٥٨	٢٦,٤	١١٢	١١,٥	١١٧	١١,٩
٥	يقلد الطلاب بعض قضايا الحوار التى يشاهدونها عبر وسائل الإعلام في حياتهم اليومية.	٢١٩	٢٢,٤	٢١٤	٢١,٩	١٤٦	١٤,٩	٢٨٩	٢٩,٦	١٠٨	١١,١
١١	يتأثر الطلاب بما يشاهدونه من صور حوارية متنوعة .	٢١١	٢١,٦	٢٠٦	٢١,١	٢١٦	٢٢,١	٢١١	٢١,٦	١٣٢	١٣,٥
٢	يتقمص الطلاب طريقة بعض أبطال الدراما التلفزيونية في طريقة حوارهم .	١٩٢	١٩,٧	٢١٨	٢٢,٣	١١٠	١١,٣	٢٧١	٢٧,٨	١٨٥	١٨,٩
١٣	يبدي الطلاب آرائهم في القضايا المختلفة نتيجة ما يشاهدونه في وسائل الإعلام .	١٨٢	١٨,٦	١٩٩	٢٠,٤	٢٠٩	٢١,٤	٢٣٥	٢٤,١	١٥١	١٥,٥
	الإجمالي	٣٧٢٧	٢٩,٣	٣١٣٠	٢٤,٧	٢٠٨١	١٦,٤	٢٠٨٠	١٦,٤	١٦٧٠	١٦,٤

يتضح من الجدول رقم(٤) أن لوسائل الإعلام المرئي دور في تعزيز ثقافة الحوار لدي طلاب الجامعات، حيث جاء مدي الموافقة على هذا الدور باتفاق نسبة ٢٩,٣ % من أفراد العينة، في مقابل نسبة ١٣,٢ % ممن ابدوا عدم موافقتهم بشدة على هذه الدور، وربما يرجع ذلك إلى بذل القنوات الفضائية لكل جهودها في جذب مشاهديها لمتابعة ما تبثه من مواد إعلامية متنوعة، تستهدف مختلف الفئات العمرية.

وتشير نتائج الجدول إلى ورود العبارة التى تنصّ علي" يتجنب الطلاب استخدام الألفاظ النابية نتيجة ما يشاهدونه عبر وسائل الإعلام" في المرتبة الأولي بين عبارات المحور حيث وافق نسبة ٥٤,٠ % من أفراد العينة بموافقة شديدة على تجنب الطلاب استخدام الألفاظ النابية نتيجة ما يشاهدونه عبر وسائل الإعلام، ويرجع الباحث ذلك طبيعة المجتمع السعودي الملتزم والمتماسك أسرياً وخلقياً، وجاءت العبارات التي تنصّ علي "يتخذ الطلاب الذين يشاهدون القضايا الحوارية الحوار أسلوباً لهم"، "يتعلم الطلاب بعض آداب الحوار من خلال ما يشاهدونه في القنوات الفضائية" بنسب موافقة مرتفعة، ويشير ذلك إلى أن المواقف الحوارية المتنوعة التي تبث عبر قنوات الإعلام المرئي المتنوعة تسهم في تنمية آداب الحوار لدي الشباب الجامعي في المجتمع السعودي.

وتشير النتائج حصول العبارة التى تنصّ على "يبدي الطلاب آرائهم في القضايا المختلفة نتيجة ما يشاهدونه في وسائل الإعلام" علي المرتبة الأخيرة حيث أبدي نسبة ١٨,٣% من أفراد العينة موافقتهم الشديدة على هذه العبارة مقابل نسبة ١٥,٥% من أفراد العينة أبدوا عدم موافقتهم الشديدة علي هذه العبارة.

سادساً: ملخص النتائج والتوصيات:

١- النتائج:

توصل الباحث إلى النتائج الآتية:

- أن طلاب الجامعات في المجتمع السعودي يتابعون وسائل الإعلام المتنوعة متأثرين بما تبثه هذه الوسائل في مختلف الجوانب، حيث أبدي نسبة ٢٨,٤% من أفراد العينة موافقتهم الشديدة على دور وسائل الإعلام في تعزيز ثقافة الحوار في المجتمع السعودي، بينما أبدي ١٤,٨% من نسبة أفراد عدم موافقتهم بشدة تجاه دور وسائل الإعلام في تعزيز ثقافة الحوار في المجتمع السعودي.
- إلي أن وسائل الإعلام المرئي جاءت في المرتبة الأولي من حيث شدة الموافقة، حيث أبدي نسبة ٢٩,٣% من أفراد العينة موافقتهم بشدة على دور وسائل الإعلام المرئي في تعزيز ثقافة الحوار في المجتمع السعودي، كما أبدي نسبة ٢٤,٧% من أفراد العينة نسبة موافقتهم على دور وسائل الإعلام المرئي في تعزيز ثقافة

الحوار في المجتمع السعودي، في حين وصلت نسبة عدم الموافقة بشدة لدور وسائل الإعلام المرئي نسبة ١٣,٢% من أفراد العينة.

- تزايد اهتمام بعض طلاب الجامعات بمتابعة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المحلية والعالمية.
- تأثر طلاب الجامعات بلغة الحوار التي يشاهدونها على مختلف البرامج الفضائية، وخاصة برامج البث المباشر
- تقمص بعض طلاب الجامعات لأنماط شخصيات مختلفة يشاهدونها عبر وسائل الإعلام المرئي في طريقة الحديث والحوار، مثل: الشخصيات الفنية والشخصيات الرياضية كاللاعبين وخاصة في مجال كرة القدم، وقد يكون التأثير إيجابي يكسب الشباب الجامعي بعض الأنماط التواصلية اللفظية وغير اللفظية.
- شيوع بعض الألفاظ التي يستمع لها بعض طلاب الجامعات، ومن هذه الألفاظ ما يكون من لهجات ولغات غربية عن ثقافة المجتمع السعودي، مما ينمي جانب التواصل الثقافي بين مختلف الفئات في الأوساط الجامعية.
- تأثر طلاب الجامعات بلغة الحوار التي ترد في بعض العناوين الرياضية في الجزء المخصص لصفحات الرياضة في وسائل الإعلام المقروء وقد يكون هذا التأثير إيجابيًا في بعض الأحيان وسلبي في أوقات أخري.
- متابعة طلاب الجامعات لبعض القنوات الأجنبية مما أدى إلى استخدام الطلاب لبعض الكلمات الأجنبية في حواراتهم.
- تغيير مواقف وتوجهات بعض طلاب الجامعات نحو بعض القضايا التي تخصهم بصفة خاصة وتخص المجتمع بصفة عامة، مما يجعلهم يرفضون هذه القضايا أو يقبلونها.
- وجود نوع من التشتت لدى طلاب الجامعات في جانب متابعة وسائل الإعلام نتيجة لكثرتها وتنوعها والتنافس الشديد ما بينها لجذب أكبر قدر من الجمهور.
- أدى انشغال طلاب الجامعات بمتابعة وسائل الإعلام وخاصة الإلكترونية إلى تقليل جانب التواصل بين الشباب مباشرة واكتفائهم بالتواصل عبر مواقع الدردشة هذا من جانب، بالإضافة إلى كثرة جلوس الشباب مع أنفسهم وإدمانهم لهذه الوسائل.

- تسهم وسائل الإعلام في تكوين بعض جوانب التكوين المعرفي لثقافة الحوار لدى طلاب الجامعات من خلال برامج التوعية الثقافية والبرامج التي تهدف إلى تنمية مهارات الحوار لدى الشباب الجامعي، وتبث من خلال وسائل إعلامية متنوعة قد تكون مرئية وقد تكون سمعية.
- تعمل على وسائل الإعلام على تحسين نوعية المعلومات المتصلة بالحوار لدى الشباب الجامعي في المملكة العربية السعودية.
- تتيح وسائل الإعلام الفرصة لطلاب الجامعات في المملكة العربية السعودية إبداء آرائهم في مختلف القضايا التي تهم المجتمع، من خلال الاتصال المباشر على البرامج التلفزيونية التي تعالج تلك القضايا أو من خلال الحوارات الثقافية، أو من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.
- تسهم وسائل الإعلام في تحديد بعض طلاب الجامعات لمستوي الحوار لديهم، مما يمثل عملية تقييم لأنفسهم، الأمر الذي يعمل على تنمية مهارات الحوار لدى هذا الشباب.

٢- التوصيات:

بعد عرض الباحث لنتائج الدراسة فإن الباحث يوصي بما يلي:

- العمل على تصميم مقاييس خاصة بثقافة جمهور الإعلام ومستوي ثقافة الحوار لديهم، بحيث يمكن من خلالها تصنيف جمهور وسائل الإعلام من الشباب خاصة إلى مستويات معينة في مستوي الحوار لديهم، بحيث يسهم ذلك الأمر في التخطيط لحملات الإعلام التثقيفية والتربوية وغير ذلك.
- العمل على تجنب الأخطاء التي يمكن أن تضعف الحوار لدى الشباب الجامعي في المملكة العربية السعودية.
- ضرورة اهتمام مختلف وسائل الإعلام بجانب الحوار والقضايا المتنوعة المرتبطة بموضوع الحوار.
- إنتاج برامج تختص بالتدريب على تعزيز ثقافة الحوار لدى الشباب الجامعي في المجتمع السعودي، ما يسمي بتطوير ثقافة جماهير الإعلام، بحيث يحقق الشاب أقصي استفادة نتيجة تعرضه لما تبثه وسائل الإعلام خاصة البث الفضائي المباشر، الأمر الذي يسهم في نمو الشباب اجتماعياً.
- تدريب طلاب الجامعات السعودية على الأمور المرتبطة بعملية الحوار بكل أبعادها.

قائمة المراجع:

١. أبو أصبع، صالح خليل. (٢٠١١م). **استراتيجيات الاتصال وسياساته وتأثيراته**. ط١. عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.

٢. أبو عاصي ، هشام عبد العزيز يوسف. (٢٠١١م). **تصوّر مقترح لتنمية وعى الطالب المعلم بحقوق الطفل ضوء الشريعة الإسلامية.** رسالة دكتوراه غير منشورة. كلية التربية بالإسماعيلية، جامعة قناة السويس ٢٠١١ م .

٣. أبو معال، عبد الفتاح (٢٠٠٦م). **أثر وسائل الإعلام على تعليم الأطفال وتثقيفهم**. ط١. القاهرة: دار الشروق للنشر والتوزيع .

٤. الباني، ريم بنت خليف بن محمد. (١٤٣٠هـ). **ثقافة الحوار لدى طالبات المرحلة الثانوية في مدينة الرياض ودورها في تعزيز بعض القيم الخلقية**. الرياض: مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني . إدارة الدراسات والبحوث والنشر .

٥. البكري ، طارق . (١٩٩٦ م) . **الصحافة الإسلامية في الكويت** . رسالة ماجستير غير منشورة . كلية الإمام الاوزاعي للدراسات الإسلامية . بيروت .

٦. بومعيزة ، السعيد .(٢٠٠٦ م) . **أثر وسائل الإعلام على القيّم والسلوكيات لدى الشباب – دراسة استطلاعية بمنطقة البليدة -** . رسالة دكتوراه غير منشورة . كلية العلوم السياسة والإعلام . جامعة الجزائر .

٧. التطاوي ، عبد الله .(٢٠٠٥ م) . **الحوار الثقافي مشروع التواصل والانتماء** . ط ١ . القاهرة : الدار المصرية اللبنانية .

٨. جمعة ، فاطمة على السعيد .(٢٠٠٨ م) . ثقافة الحوار لدى طلاب كليات التربية في مصر – دراسة ميدانية - . **مجلة دراسات في التعليم الجامعي** . مركز تطوير التعليم الجامعي. جامعة عين شمس . العدد الثامن عشر . أغسطس.

٩. الحسين ، عبد الله بن عبد العزيز . (١٤٣٢ ه) . **القنوات الفضائية العربية ومهارة التفكير الناقد لدى الشباب – دراسة وصفية على عينة من طلاب المرحلة الجامعية بمدينة الرياض -** . رسالة دكتوراه غير منشورة . جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية.

١٠. الحكيم ، فواز منصور . (٢٠١١م). **سيكولوجيا الإعلام الجماهيري** .ط ١ . عمان : دار أسامة للنشر والتوزيع.

١١. الحماحمي ، محمد ؛ السعيد ، أحمد. (٢٠٠٦م). **الإعلام التربوي في مجالات الرياضة واستثمار أوقات الفراغ**. القاهرة : دار الكتاب للنشر .

١٢. حماد ، سهيلة زين العابدين. (٢٠٠٣م). **الإعلام في العالم الإسلامي – الواقع والمستقبل .** الرياض : مكتبة العبيكان .

١٣. الحوامدة ، كمال .(٢٠٠٧ م) . العنف الطلابي في الجامعات الأردنية الرسمية والخاصة من وجهة نظر الطلبة . **مجلة العلوم الإنسانية** . جامعة محمد خضير بسكرة . العدد الثاني عشر . نوفمبر .
١٤. دكاك ، أمل حمدي . (٢٠٠٤ م) . دور وسائل الإعلام في حماية الأطفال من العنف . **مجلة الطفولة والتنمية** . العدد ١٣ . مجلد ٤ .
١٥. الدنيش ، صل محمد .(٢٠٠٥ م) . **الحوار الاجتماعي من منظور نفسي** . ط ١ . الرياض . مطبعة النرجس .
١٦. رشيد ، بتول عبد العزيز . (٢٠١٠ م) . دور الصحافة في تدعيم آليات الاستراتيجية الوطنية لمكافحة الفساد – دراسة تحليلية لجريدة البرلمان " نموذجاً " - . رسالة ماجستير . جامعة بغداد .
١٧. الرفاعي ، عبد الله بن محمد بن حسن . (١٤٢٩ ه) . اعتماد الشباب السعودي على وسائل الإعلام التقليدية والوطنية والمستحدثات الاتصالية – دراسة مقارنة على عينة من الشباب في مدينة الرياض - . **مجلة جامعة الإمام** . العدد السادس . محرم .
١٨. الزاحم ، خالد بن عبد الله .(٢٠٠٦ م) . **دور التلفزيون السعودي في معالجة ظاهرة الإرهاب – دراسة مسحية على عينة من أساتذة وطلاب جامعة الملك سعود في مدينة الرياض** - . رسالة ماجستير غير منشورة . كلية التربية . جامعة الأمير نايف للعلوم الأمنية . الرياض .
١٩. زرمان ، محمد .(٢٠٠٤ م) . ثقافة الحوار في مرجعيتنا الدينية والفكرية . **المؤتمر العلمي الثامن " الحوار مع الذات "** . كلية الآداب والفنون . جامعة لادلا . عمان الأردن . في الفترة من ٢٨ - ٣٠ يوليو .
٢٠. الزمخشري ، جار الله محمود عمر .(ب . ت) . **أساس البلاغة** . بيروت : دار المعرفة .
٢١. سليم ، رياض .(٢٠٠٩ م) . **الشباب وتقنيات العصر** . ط ١ . لبنان : الدار التقدمية .
٢٢. الشاماني ، سند بن لا . (٢٠١٢ م) . دواعي تعزيز ثقافة الحوار في برامج إعداد الطالب المعلم من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس بجامعة طيبة . **مجلة كلية التربية** . جامعة المنصورة . العدد ٧٩ . الجزء الثاني . مايو .
٢٣. الشهراني، ع .ظ. (٢٠٠٢ م(. **اتجاهات طلاب جامعة الملك سعود نحو البرامج الحوارية المباشرة القنوات الفضائية العربية، دراسة استطلاعية**. رسالة ماجستير غير منشورة . الرياض .كلية الآداب . جامعة الملك سعود.
٢٤. الصرايرة ، ماجدة أحمد . (٢٠١١م) . **الإعلام التربوي**. عمان : دار الخليج .
٢٥. الصقهان، عبد الله عمر، والشويعر، محمد عبد الله. (٢٠٠٥م)**. قواعد ومبادئ الحوار الفعال** . الرياض: مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني .

٢٦. صيني، سعيد إسماعيل. (٢٠٠٥). **الحوار النبوي مع المسلمين وغير المسلمين** . الرياض : مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني .
٢٧. عبد الجليل ، عبد الباسط ، وإبراهيم ، محمد معوض . (١٩٩٧م). علاقة شباب دولة الكويت بالقنوات التلفزيونية الفضائية. **المجلة العربية للعلوم الإنسانية**. مجلس النشر العلمي بجامعة الكويت. (س (١٨)، عدد (٧١)، صيف ٢٠٠٠م) .
٢٨. عبد الحميد ، محمد .(١٩٩٢ م) . **بحوث الصحافة** . القاهرة : عالم الكتب .
٢٩. عبد الحميد ، محمد .(١٩٩٧ م) . **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**. القاهرة: عالم الكتب .
٣٠. عبد العال ، عادل .(١٩٩٣ م) . **جرائم العنف وأنماطها ووسائلها والحدّ من انتشارها**. تونس الأمانة العامة لمجلس وزراء الداخلية العرب .
٣١. عبد الوهاب ، أشرف . (٢٠٠٦ م) . **التسامح الاجتماعي بين التراث والتغيّر** . ط ١ . القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب .
٣٢. عبد الوهاب ، سمير . (٢٠٠٢ م) . فاعلية برنامج قائم على التعبير الشفهي في تنمية بعض قدرات التفكير الإبداعي لتلاميذ المرحلة الاعدادية . **المؤتمر العلمي الأول للجمعية المصرية للقراءة والمعرفة** . جماعة عين شمس .
٣٣. العبيد ، إبراهيم عبد الله . (١٤٣٠ ه) . **تعزيز ثقافة الحوار ومهاراته لدى طلاب المرحلة الثانوية الدواعي والمبررات والأساليب – دراسة وصفية تحليلية مع صيغة مقترحة -** . ط ١ الرياض : مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني . إدارة الدراسات والبحوث والنشر .
٣٤. العساف، صالح بن حمد. (١٩٨٩م). **المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية** . ط ١ . الرياض: العبيكان.
٣٥. عسيري ، عبد الرحمن. (٢٠٠٢ م). **العمل الإعلامي الأمني – المشكلات والحلول -** . جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية . الرياض .
٣٦. علي، سعيد إسماعيل، وآخرون. (٢٠٠٤م). **التربية الإسلامية**. ط ١. الرياض: مكتبة الرشد.
٣٧. الغيلاني، خالد بن حمد بن سالم. (٢٠١٢م). دور الإعلام التربوي في تنمية الوعى الاجتماعي لدى طلاب مدارس التعليم الأساسي الحلقة الثانية (٥ – ١٠) في سلطنة عمان – دراسة تحليلية - . **مجلة كلية التربية**. جامعة عين شمس. العدد السادس والثلاثون. الجزء الأول.
٣٨. اللبودي، منى إبراهيم. (٢٠٠٠م). **تنمية فنيات الحوار وآدابه لدى طلاب المرحلة الثانوية**. رسالة دكتوراه غير منشورة. كلية التربية . جامعة عين شمس .

٣٩. اللحياني ، خضر بن كامل محمد. (٢٠٠٨م). **أثر الفضائيات على المراهقين والمراهقات في المملكة العربية السعودية من وجهة نظر التربويين والتربويات** . رسالة دكتوراه غير منشورة . كلية التربية . جامعة كولومبس .

٤٠. مجلس الوزراء السعودي . (١٩٨٢م) . **السياسة الإعلامية للمكلة العربية السعودية** – الصادرة بقرار مجلس الوزراء رقم (١٦٩) وتاريخ ٢٠ / ١٠ / ١٤٠٢ ه .

٤١. مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني. (١٤٢٥هـ) . **ثقافة الحوار في المجتمع السعودي رؤية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية**. ط ٢. الرياض : مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني . إدارة الدراسات والبحوث والنشر.

٤٢. مكاوي ، حسن عماد ، والسيد ، ليلي حسين. (٢٠٠٢م). **الاتصال ونظرياته المعاصرة**. ط ٣. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية .

٤٣. النيرب ، عبد الله محمد . (٢٠٠٨م) . **العوامل النفسية والاجتماعية المسؤولة عن العنف المدرسي في المرحلة الاعدادية كما يدركها المعلمون والتلاميذ في قطاع غزة .** رسالة ماجستير غير منشورة. كلية التربية . الجامعة الإسلامية. غزة.

44. Aijun, Zhu. (2005). **The Cultural Production of Controversy** . PhD. University of Maryland .

45. Curran, James. (2002). **Media & Power** . London : Routledge .

46. Culver, Sherri Hope & Ulla Carlsoon. (2013). Media & Information Literacy & Intercultural Dialogue. Cooperation Programme on Media and Information Literacy and Intercultural Dialogue (MILID) is based on an initiative from the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) and the UN Alliance of Civilizations (UNAOC).

47. Bucht, Catharina & Harrie, Eva . (2013) . Young People in The Nordic Digital media culture . The International Clearinghouse on Children , Youth & Media , NORDICOM .

48. Storck Madeline . (2011). The Role of Social Media in Political Mobilisation :a Case Study of the January 2011 Egyptian Uprising. This dissertation is submitted in part requirement for the Degree of M.A. (Honours with International Relations) at the University of St Andrews, Scotland, and is solely the work of the above named candidate".