مكتب وكيل الكلية لشئون
الدراسات العليا والبحوث

السيد الدكتور /حسان عمر بصفر

قسم الإعلام – كلية الآداب والعلوم الإنسانية

جامعة الملك عبد العزيز – جدة – المملكة العربية السعودية

تحية طيبة وبعد ،،،

يسرني أن أحيط سيادتكم علما بقبول بحثكم المعنون : **الاتصال وثقافة الحوار دراسة مسحية على عينة من طلاب جامعة الملك عبد العزيز بجدة**

وسوف يتم نشر البحث في أحد الأعداد القادمة من المجلة المصرية لبحوث الإعلام

وتفضلوا بقبول وافر التحية و الاحترام،،،،

٢/٧/٢٠٠٨

وكيل الكلية لشئون الدراسات العليا والبحوث

ومدير تحرير المجلة المصرية لبحوث الإعلام

"أ. د. عاطف عدلي العبد"

مكتب بريد المدينة الجامعية - الجيزة - مصر - رمز بريدي: ١٢٦١٣ - كلية الإعلام - جامعة القاهرة
فاكس: ٣٧٧٦٥٠٤٠ تليفون: ٣٥٦٧٥٤٤١ محمول: ٠١٠١٤٤٢٥٠
www.atefelabd.com. E.Mail: atefelabd4@yahoo.com.

الاتصال وثقافة الحوار (دراسة مسحية على عينة من طلاب جامعة الملك عبدالعزيز بجدة)

د. حسان عمر بصفر

قسم الإعلام – كلية الآداب والعلوم الإنسانية

جامعة الملك عبدالعزيز – جدة – المملكة العربية السعودية

المستخلص. تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تصور الطلاب السعوديين بجامعة الملك عبدالعزيز تجاه دور وسائل الإعلام من صحافة، وإذاعة، وتلفاز، إضافة إلى الإنترنت والاتصال الشخصي، ودور مصادر الأخبار الصحفية والإعلامية كمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني، ووكالة الأنباء السعودية، وخبراء ومحللين بوسائل الإعلام في نشر ثقافة الحوار، وهي دراسة مسحية لعينة حصصية عمدية من الطلاب السعوديين بجامعة الملك عبدالعزيز بمدينة جدة بالمملكة العربية السعودية، والذين بلغ مجموعهم ١١٤٨ طالبًا، شاركوا في هذه الدراسة. ومن أهم الاستنتاجات ما يلي:

١. تأثير مشاهدة الأخبار، والموضوعات التي يستعرضها التلفاز ببرامجه عن ثقافة الحوار بشكل واضح وعميق، على تصور الطلاب الجامعيين تجاه ثقافتهم الحوارية، ويأتي هذا التأثير في المرتبة الأولى بنسبة (٣٠,٩٢٣٪) كمؤثر رئيس للعينة المستهدفة.

٢. تأثير الصحف السعودية، وعرض الإنترنت للأخبار، وموضوعات عن ثقافة الحوار بشكل واضح في تصور الطلاب تجاه ثقافتهم الحوارية، وتأتي هذه المؤثرات في المرتبة الثانية بنسبة (٢٥,٩٥٨٪) والثالثة بنسبة (١٩,٢٥١٪) على التوالي.

٣. استماع الطلاب للإذاعة أكثر تأثيرًا مما عليه اتصالهم الشخصي، ويأتي تأثير دور الإذاعة على ثقافة الحوار في المرتبة

الرابعة بنسبة (١٣,٩٣٨٪)، وأخيرًا يأتي تأثير دور الاتصال الشخصي بالمرتبة الخامسة بنسبة (٩,٩٣٠٪).

٤. وجود دور واضح لمصادر الأخبار الصحفية والإعلامية: كمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني، ووكالة الأنباء السعودية، وخبراء ومحللين بوسائل الإعلام في نشر ثقافة الحوار.

المقدمـــــــة

نشر ثقافة الحوار في حاجة إلى المزيد، إضافة إلى بحوث علمية مستفيضة تواكب التطور الإعلامي، والتقني العلمي السريع، والمواكب للاقتصاد المتين، حيث توجيه خادم الحرمين الشريفين الملك عبدالله بن عبدالعزيز آل سعود (يحفظه الله) عندما كان وليًا للعهد، حين افتتح مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني بقوله: "لا يراودني أدنى شك أن إنشاء المركز – مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني – وتواصل الحوار سوف يكون – بإذن الله – إنجازًا تاريخيًا يسهم في إيجاد قناة للتعبير المسؤول، وسيكون لها أثر فاعل في محاربة التعصب، والغلو، والتطرف، ويوجد مناخاً نقيًا تنطلق منه المواقف الحكيمة، والآراء المستنيرة التي ترفض الإرهاب، والفكر الإرهابي". وأضاف "إننا في هذا الوطن الحبيب لم نحقق ما حققناه من أمن ورخاء ورفاهية إلا بفضل العقيدة الإسلامية، ثم بفضل تمسكنا بوحدة هذا الوطن، وإيماننا بالمساواة بين أبنائه، وأن أي حوار مثمر لا بد أن ينطلق من هاتين الركيزتين، ويعمل على تقوية التمسك بهما. فلا حياة لنا إلا بالإسلام، ولا عزة لنا إلا بوحدة الوطن، ولن نقبل من أحد كائنًا من كان أن يمس مبادئ العقيدة، كما أننا نرفض أن يسعى أحد كائنًا من كان للعبث بالوحدة الوطنية"(١).

---

(١) مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني: دليل تعريفي (٢٠٠٦م) الرياض، المملكة العربية السعودية: مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني، ص ٣.

ومن منطلق هذه الكلمات التوجيهية السامية الحكيمة والرشيدة، وجب علينا كباحثين الاهتمام بدراسة حركة نشر ثقافة الحوار في بلادنا الحبيبة، التي سيكون لها الأثر الفعال لتحقيق جهود الدولة في تنفيذ خططها التنموية الطموحة، التي تحقق طموحات، وتطلعات كل من القيادة والمواطن وفق الأولويات والمتغيرات المنطلقة من إطار العقيدة السمحاء، والوحدة الوطنية لهذا البلد المعطاء.

ومن منطلق أهمية دور وسائل الإعلام، والإنترنت، والاتصال الشخصي في نشر ثقافة الحوار، إضافة إلى أهمية دور مصادر الأخبار كمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني، ووكالة الأنباء السعودية، وخبراء ومحللين بوسائل الإعلام، توجب علينا كباحثين عمل دراسة استكشافية لمعرفة مدى فعالية هذه الأدوار.

تحديد المشكلة

مما لا شك فيه أن وسائل الإعلام المطبوعة (الصحف السعودية اليومية)، والمسموعة (الإذاعات الحكومية والتجارية)، والمرئية (محطات التلفزة الحكومية والتجارية)، علاوة على ذلك، الإنترنت والاتصال الشخصي لها دور واضح يلمسه الباحث، والملاحظ العلمي لحركة نشر ثقافة الحوار، فجاءت هذه الدراسة لتوضيح وشرح هذه الظاهرة الإعلامية المضيئة، خاصة أن دراسة دور المتغيرات والمؤثرات الاتصالية والإعلامية على الحوارات، أصبحت تحظى باهتمام كبير في الدول المتقدمة والنامية على حد سواء؛ وذلك لما تقوم به هذه الحوارات من دور مهم وفاعل في حشد المدخرات الوطنية، وتوجيهها إلى قنوات وأرصدة استثمارية تعمل على دعم الاقتصاد الوطني، كما أنها تزيد من معدلات رفاهية أفراد مجتمعات تلك البلدان.

وتكمن مشكلة البحث الرئيسة في أن وسائل الإعلام والإنترنت والاتصال الشخصي لها الدور البارز والفاعل، مما يترك انطباعات واتجاهات من خلال ما ينشر يوميًا من أخبار، وموضوعات، كالآراء والتصورات والمقالات والتعليقات الإعلامية، والرسائل الإعلامية التي قد تؤثر على الطلاب بشكل واضح، وينعكس ذلك على تشكيل ثقافة الطلاب الحوارية، إضافة إلى أن دور الاتصال الشخصي على تشكيل ثقافتهم الحوارية يدعم هذا الاتجاه فيما يخص نشر ثقافة الحوار، علاوة على دور مصادر الأخبار الصحفية والإعلامية كمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني، ووكالة الأنباء السعودية، وخبراء ومحللين بوسائل الإعلام.

لذا جاءت هذه الدراسة لتكشف لنا عن دور وسائل الإعلام المطبوعة، والمسموعة، والمرئية والاتصال الشخصي، واستكشاف دور مصادر الأخبار الصحفية والإعلامية على ثقافة الطلاب الحوارية بشكل أعمق وأشمل.

أهم النظريات التفسيرية التي اعتمدت عليها الدراسة

اعتمدت الدراسة في إطارها النظري التفسيري بشكل رئيس على "نظرية الاعتماد": "Dependency Theory" للأفراد (الطلاب الجامعيين) وعلى وسائل الإعلام، كالصحافة والإذاعة والتلفاز، إضافة إلى الإنترنت والاتصال الشخصي. ويعتبر هذا المنظور لنظرية الاعتماد جزء من نظرية الاعتماد المتبادل "Interdependence Theory" بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية، والتي تشكل بدورها علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام. ويفسر علماء الغرب هذه العلاقة على أساس الاعتماد المتبادل، وهو ما يتفق مع الأسس الخاصة بالبنائية الوظيفية – فعلى سبيل المثال– يستخلص ديفلير وروكيتش (Defleur & Rokeach, 82: 236-38) أن العلاقات القائمة على الحاجة المتبادلة – يمكن تفسيرها في إطار مفهوم الاعتماد المتبادل لكل من المؤسسات – ووسائل

الإعلام التي تعتمد بعضها على بعض، فأصبحت عملية إلزامية في أي مجتمع حضاري حديث[١].

من جانب آخر تعتمد الكثير من النظم الاجتماعية في المجتمع، مثل العائلة والمؤسسات التعليمية، والمؤسسات العسكرية والمؤسسات الاقتصادية، وغيرها على ما تقدمه وسائل الإعلام من معلومات أكثر من غيرها من الوسائل أو الطرق الأخرى. وفي نفس الوقت، فإن هذه العلاقات المتبادلة تفسر أسباب وكيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وتأثرهم بها، إذ إن تبعية الأفراد لوسائل الإعلام واعتمادهم عليها يمكن تحديدها في جانبها الأكبر من خلال علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى. فالفرد يعتمد على وسائل الإعلام كمصدر ليتفاعل مع المشكلات الوطنية. وبشكل آخر نجد أن علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى، هي التي تحدد الأدوار الاجتماعية لوسائل الإعلام، وتحدد كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، فالأفراد لا يستطيعون أن يسيطروا على نشر الأنواع المختلفة من الرسائل الإعلامية، لأنه يجب أن تؤخذ علاقة وسائل الإعلام كنظام قائم مع النظم الأخرى. ويمكننا أن نستنتج بأن علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى تشكل طبيعة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام[٢].

ويقوم المنظور الخاص باعتماد الأفراد على وسائل الإعلام على دعامتين رئيستين قدمهما ميلفين وروكيتش:

---

(١) نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عبدالحميد، محمد (١٩٩٧م) القاهرة، جمهورية مصر العربية: عالم الكتب، ص ص: ١٤٠-١٤٢.

(٢) نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عبدالحميد، محمد (١٩٩٧م) القاهرة، جمهورية مصر العربية: عالم الكتب، ص ص: ١٤٠-١٤٣.

أ- توجد أهداف للأفراد يبغون تحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها المصادر.

ب- نظام وسائل الإعلام هو: نظام معلوماتي يتحكم في مصادر تحقيق الأهداف الخاصة بالأفراد(١).

ويمكننا أن نستخلص بأن هذه الدراسة تعتمد في إطارها النظري بشكل رئيس وصريح على "نظرية الاعتماد" للأفراد من طلاب جامعيين على وسائل الإعلام كالصحافة، والإذاعة، والتلفاز، إضافة إلى الإنترنت والاتصال الشخصي. ويعتبر هذا المنظور لنظرية الاعتماد جزء من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية، والتي يشكل بدورها علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام.

كما أنه ينبغي مراعاة أطر نظرية تفسيرية عند التعامل مع وسائل الإعلام والاتصال، فبشكل عام، يعتمد توظيف إطار نظري دون آخر على طبيعة الوسيلة المستخدمة، ويمكن في ضوء ذلك مراعاة الأطر النظرية التالية:

١. نظرية الغرس الثقافي

يتطلب هذا المدخل مهارات عالية جدًا، ومتقدمة في بناء العمل الاتصالي بجانب الشكل والمحتوى. ويقوم هذا المدخل النظري على الغرس الثقافي للأفكار، والمعتقدات، والمعلومات، والمعارف، والسلوكيات. ويؤكد ذلك قدرة وسائل الإعلام على خلق واقع معين لمشاهديها ومستمعيها وقرائها، بحيث يحل "واقع وسائل الإعلام" محل "الواقع الطبيعي للمشاهدين والمستمعين

---

(١) نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عبدالحميد، محمد (١٩٩٧م) القاهرة، جمهورية مصر العربية: عالم الكتب، ص ص: ١٤٠-١٤٥.

والقراء". ويمكن استخدام هذا المدخل في مضامين يراد منها تحقيق نوع من التغير الاجتماعي طويل المدى[١].

٢. نظريات التعلم

تهتم هذه النظرية بتعليم ثقافة الاختلاف في الآراء، واتخاذ أسلوب الحوار مبدأ للتفاهم حول موضوعات الاختلاف، والوصول إلى الآراء الأكثر صوابًا، ففي هذه الحالة يمكن الاستناد إلى مداخل نظرية مهمة تتقدمها نظريات التعلم بصفة عامة، ونظريات التعلم المعرفي، والتعلم بالملاحظة، والتعلم الاجتماعي، بكل ما تتضمنه هذه النظريات من نماذج لدراسة وفهم التأثيرات المتوقعة، والمتحققة للرسائل الإعلامية والاتصالية، سواء كانت هذه التأثيرات مباشرة، أو غير مباشرة، ومحدودة، أو غير محدودة، وذلك عبر الفهم الدقيق للظروف التي تحكمت في عملية الاتصال التي تمت[٢].

٣. نظريات التنافر المعرفي

تعتمد الفرضية على أن موضوعات الحوار الفكري هي: موضوعات تستند على مداخل معرفية متنافرة في الأصل، بل ومتعارضة في كثير من الحالات. وبذلك، لا بد من أن تؤسس عملية الحوار – اتصاليًا – على مبدأ الانتقائية. ويستلزم هذا المبدأ ضرورة البحث في موضوع الحوار عن أكثر

---

(١) نحو تكريس أفضل لقيم الحوار في المجتمع: رؤية منهجية لمستقبل العمل الإعلامي في مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني: ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، الحمود، عبدالله (٢٠٠٥م) الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني . وأيضًا إلى: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عبد الحميد، محمد، (١٩٩٧م) القاهرة، جمهورية مصر العربية: عالم الكتب، ص ص: ٢٦٢-٢٦٩.

(٢) *المرجع السابق*. وأيضًا: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عبد الحميد، محمد (١٩٩٧م) القاهرة، جمهورية مصر العربية: عالم الكتب، ص ص: ٢٥٥-٢٦٢.

الزوايا اتساقًا معرفيًا بين المتحاورين، ونقاطًا للالتقاء، مع تأكيد الالتزام، والشعور بالمسؤولية، لتتدرج عملية الحوار - اتصاليًا - بعد ذلك. ويمكن ضمان حدود ملائمة للحوار يتم عبرها العمل على استمراره والتوصل إلى نقاط تلاقي أكثر وأوسع، ثم في النهاية، القبول بمبدأ الاختلاف في وجهات النظر، وإشاعة الاحترام المتبادل بين المختلفين[1]. وخلاصة القول- في ضوء ما سبق- أن تلك المداخل النظرية ليست سوى نماذج من المداخل التي ينبغي التوجه الجاد للإفادة منها في بث رسائل الإعلام والاتصال التي يقوم مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني بالعمل على بثها، حيث ستكون الجهود الاتصالية والإعلامية للمركز غير ذات جدوى إن كانت تتم دون التنبه الكامل لمثل هذه الأسس النظرية.

٤. نظرية الاستخدامات والإشباعات

تستهدف هذه المداخل النظرية الجمهور العريض المستخدم لوسائل الإعلام والاتصال، حيث توضح كيف يوظف الأفراد العملية الإعلامية لخدمة احتياجاتهم وتحقيق أهدافهم، وذلك في ضوء الخصائص العامة للجمهور، ولنشاط أفراده، ولتفاعلهم في عملية الاتصال. فإذا كان المركز يبث رسائل ومضامين، عبر أيٍّ من وسائل الإعلام والاتصال، فعليه أن يدرك أن الجمهور إنما يستخدم هذه الرسائل والمضامين لتحقيق إشباعات معينة خاصة لديه، قد

---

(١) نحو تكريس أفضل لقيم الحوار في المجتمع : رؤية منهجية لمستقبل العمل الإعلامي في مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني : ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار: العلاقة بين المضمون والوسيلة، الحمود، عبدالله (٢٠٠٥م) الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني . وأيضًا: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عبد الحميد، محمد (١٩٩٧م) القاهرة، جمهورية مصر العربية: عالم الكتب، ص ص: ٢٩٥-٣٠٣.

تكون معرفية أو سلوكية. ويعني ذلك تلقائيًا، أن الجمهور قد لا يقبل أن يتعرض لمضامين معينة يعتقد بعدم تحقيقها لتلك الإشباعات[١].

٥. نظرية ترتيب الأولويات

باستخدام هذا المدخل، يمكن لوسائل الإعلام العمل على إعادة ترتيب أهمية الموضوعات لدى قطاعات الجمهور المختلفة. وهنا، يمكن للمركز توظيف وسائل الإعلام لتكون أداة فاعلة في دفع الجمهور لأن تحظى الموضوعات التي يثيرها المركز بأولويات متقدمة لديه[٢].

٦. نظرية التسويق الاجتماعي

تقوم – المداخل النظرية للتسويق الاجتماعي على استخدام الأساليب التسويقية في التصدي للمشكلات الاجتماعية في إطار مفهوم الحملات الإعلامية الشاملة، وهنا يمكن توظيف أكثر من وسيلة وأسلوب، للعمل على إقناع الجمهور بقضايا وموضوعات يستهدفها المركز[٣].

---

(١) *المرجع السابق*. وأيضًا: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عبد الحميد، محمد (١٩٩٧م) القاهرة، جمهورية مصر العربية: عالم الكتب، ص ص: ٢٢٦-٢٢٨.

(٢) *المرجع السابق*. وأيضًا: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عبد الحميد، محمد (١٩٩٧م) القاهرة، جمهورية مصر العربية: عالم الكتب، ص ص: ٢٧٣-٢٨٣.

(٣) نحو تكريس أفضل لقيم الحوار في المجتمع : رؤية منهجية لمستقبل العمل الإعلامي في مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني : ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار : العلاقة بين المضمون والوسيلة، الحمود، عبدالله (٢٠٠٥م) الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني. وأيضًا: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عبد الحميد، محمد (١٩٩٧م) القاهرة، جمهورية مصر العربية: عالم الكتب، ص ص: ٣٠٣-٣٠٨.

التراث العلمي والدراسات السابقة

لم يتطرق الباحثون من قبل إلى هذا المجال الحيوي والفعال، فجاءت هذه الدراسة كاستطلاع واستكشاف لمدى الدور الذي تتركه وسائل الإعلام والإنترنت والاتصال الشخصي في نشر ثقافة الحوار، إلا أنه توجد بعض أوراق العمل المهمة والمقدمة في ندوة بعنوان: "الإعلام والحوار: العلاقة بين المضمون والوسيلة"، التي عقدت في مدينة الرياض يوم السبت ٢٦ نوفمبر ٢٠٠٥م بهدف التعرف على الدور الذي تقوم به مختلف وسائل الإعلام في تكريس قيم الحوار في المجتمع، وتوثيق العلاقة بين وسائل الإعلام ومركز الحوار، وذلك بحضور ستين مشاركًا يمثلون نخبة من القيادات الفكرية والإعلامية والأكاديمية، وقد تضمن اللقاء أربع جلسات اشتملت على أربعة محاور: ففي الجلسة الأولى: ناقش الحضور الإعلام والحوار من خلال ست أوراق عمل، أما في الجلسة الثانية: نوقش الاتصال الشخصي والجمعي والحوار والذي عرض فيه أربع أوراق عمل، وفي الجلسة الثالثة: وموضوعها عن الإنترنت والحوار، تم عرض ثلاث أوراق عمل، وكانت الجلسة الرابعة: عن الاتصال الجماهيري والحوار من خلال سبع أوراق عمل. وقد تم اللقاء في إطار من التفاؤل والتفاعل بين المشاركين والمشاركات، ونوقشت قضايا ذات علاقة بتطوير الحوار وتفعيله من خلال وسائل الإعلام المتنوعة، والتي تمثل منعطفاً أساسيًا في نشر ثقافة الحوار، وإيصال وجهات النظر إلى الآخر[١]. فعلى سبيل المثال تعرضت ورقة عمل عبدالرحمن القحطاني (٢٠٠٥م) التي وثقها تحت عنوان: "دور وسائل الإعلام في تعميق الحوار لدى المواطن " أن هناك علاقة واضحة – بين ما تبثه وسائل الإعلام

---

(١) ندوة الإعلام والحوار : العلاقة بين المضمون والوسيلة، مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني (٢٠٠٥م)، الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

المطبوعة كالصحافة والمسموعة كالإذاعة والمرئية كالتلفاز ووسيلة الإنترنت ونشر ثقافة الحوار[١]. كما أكدت بعض أوراق العمل هذا الاتجاه كورقة العمل المقدمة من عبدالله الحمود (٢٠٠٥م) بعنوان: "نحو تكريس أفضل لقيم الحوار في المجتمع : رؤية منهجية لمستقبل العمل الإعلامي في مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني[٢]."، وورقة العمل المقدمة من فاطمة القرني (٢٠٠٥م) بعنوان: "الإعلام والحوار الوطني"[٣]، وورقة العمل المقدمة من فالح الصغير (٢٠٠٥م) بعنوان: "الإعلام والحوار الوطني: الخروج من النمطية واللاتأثير، واستثمار وسائل الإعلام الجديدة، والمساهمة في الوصفة العلاجية"[٤]. وورقة العمل المقدمة من محمد الماجد (٢٠٠٥م) بعنوان:

---

(١) دور وسائل الإعلام في تعميق الحوار الوطني لدى المواطن : ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار: العلاقة بين المضمون والوسيلة، القحطاني، عبدالرحمن (٢٠٠٥م) الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

(٢) نحو تكريس أفضل لقيم الحوار في المجتمع: رؤية منهجية لمستقبل العمل الإعلامي في مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني: ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار: العلاقة بين المضمون والوسيلة، الحمود، عبدالله (٢٠٠٥م) الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

(٣) الإعلام والحوار: ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار: العلاقة بين المضمون والوسيلة، القرني، فاطمة (٢٠٠٥م) الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

(٤) الإعلام والحوار: الخروج من النمطية واللاتأثير استثمار وسائل الإعلام جديدة والمساهمة في الوصفة العلاجية: ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، الصغير، فالح (٢٠٠٥م) الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

"الحوار الوطني مع وسائل الإعلام"[١]. وورقة العمل المقدمة من فهد الخريجي (٢٠٠٥م) بعنوان: "الحوار في – و – مع وسائل الإعلام"[٢].

مما سبق ذكره من أوراق عمل يدل بوضوح على مدى اعتماد المواطنين (الطلاب الجامعيون: عينة الدراسة) على وسائل الإعلام، حيث أهمية دور الصحيفة المقروءة التي تزود القارئ بمعلومات مهمة عن ثقافة الحوار، إضافة إلى أهمية طبيعة دور التلفاز وتأثيره على توصيل المعلومة عن طريق الصورة والحركة والمؤثرات التلفازية والألوان، علاوة على أهمية دور الإذاعة المسموعة لتزويد المستمع بمعلومات مهمة عن ثقافة الحوار. ويؤكد ما سبق ذكره ما تعرض إليه من قبل ويرن صمويل وآخرون (*et al.*, Warren Samuels 1983) في كتابهم: "الاقتصاد والحوار في القرن العشرين" إلى أهمية دور وسائل الإعلام واعتماد الجمهور على المعلومات المستقاة من تلك الوسائل الإعلامية[٣]. كما أنه جاءت أوراق العمل لكل من جميل الذيابي (٢٠٠٥م) تحت عنوان: "الصحافة والحوار "[٤]. وسليمان العقيلي (٢٠٠٥م)

---

(١) الحوار مع وسائل الإعلام: ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، الماجد، محمد (٢٠٠٥م) الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

(٢) الحوار في– و– مع وسائل الإعلام: ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، الخريجي، فهد (٢٠٠٥م) الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

(٣) Samuels, Warren (1983) Economic Thought and Discourse in the 20*th* century, London: *Sage Publication, Inc.*, pp:134-150.

(٤) الصحافة والحوار : ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار : العلاقة بين المضمون والوسيلة، الذيابي، جميل (٢٠٠٥م) الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني .

تحت عنوان: "الصحافة والحوار الوطني: الأدوار المتبادلة"[١]. وناهد باشطح (٢٠٠٥م) تحت عنوان: "الصحافة والحوار الوطني: الاتصال والتواصل". أن هناك علاقة قوية ومتينة ما بين تأثير طبيعة وسيلة الصحافة ونشر ثقافة الحوار[٢]. ويتضح ذلك التأثير على الجمهور المتلقي للرسائل الإعلامية، وبالتالي يكشف أهمية دور وسائل الإعلام على الأفراد المتلقين للرسائل الإعلامية من شرائح المجتمع، كشريحة الطلاب الجامعيين. كما أكدت أوراق العمل المقدمة من سلوى شاكر بعنوان: "الإعلام المرئي والمسموع والحوار"[٣]. والمقدمة من عبدالله الطاير بعنوان: "الإعلام المرئي والمسموع والحوار "[٤]. وورقة العمل المقدمة من منى أبو سليمان بعنوان: " الإعلام المرئي والمسموع والحوار "[٥]. والمقدمة من نوال بخش بعنوان: " الإعلام

---

(١) الصحافة والحوار الوطني: الأدوار المتبادلة: ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون، العقيلي، سليمان (٢٠٠٥م) الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني .

(٢) الصحافة والحوار الوطني: الاتصال والتواصل: ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، باشطح، ناهد (٢٠٠٥م) الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

(٣) الإعلام المرئي والمسموع والحوار : ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، شاكر، سلوى (٢٠٠٥م) الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني .

(٤) الإعلام المرئي والمسموع والحوار : ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، الطاير، عبدالله (٢٠٠٥م) الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني .

(٥) الإعلام المرئي والمسموع والحوار الوطني: ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، أبو سليمان، منى (٢٠٠٥م)

المرئي والمسموع والحوار "[١]. بأن هناك دورًا واضحًا ومؤثرًا لوسائل الإعلام المرئية والمسموعة في نشر ثقافة الحوار. كما توصلت ورقة العمل المقدمة من هداية سلمان (٢٠٠٥م) بعنوان: "الإنترنت وتعزيز ثقافة الحوار." إلى أهمية دور الإنترنت بشكل ملحوظ في تعزيز نشر ثقافة الحوار[٢].

وبنظرة علمية متفحصة إلى أوراق العمل السابقة، يمكننا أن نستخلص: أنه من الممكن تطبيق المفهوم العام النظري لأوراق العمل السابقة على دور وأثر وسائل الإعلام على ثقافة الحوار في المجتمعات الإنسانية المتحضرة كمجتمع طلاب جامعة الملك عبدالعزيز في مدينة جدة (عينة الدراسة) بشكل خاص، الذي تطورت لديه وسائل الإعلام من صحافة، وإذاعة، وتلفاز، إضافة إلى الإنترنت والاتصال الشخصي، بشكل ملحوظ وملموس في السنوات الأخيرة الماضية.

أهمية الدراسة

ترمي هذه الدراسة إلى استكشاف دور وسائل الإعلام من صحافة وإذاعة وتلفاز في نشر ثقافة الحوار التي تنعكس على الحياة الاقتصادية والاجتماعية لقطاعات عديدة من شرائح المجتمع من طلبة جامعيين وغيرهم، إضافة إلى

=الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

(١) الإعلام المرئي والمسموع والحوار الوطني: ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، بخش، نوال (٢٠٠٥م) الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

(٢) الإنترنت وتعزيز ثقافة الحوار: ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، سلمان، هداية (٢٠٠٥م) الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

أهمية دور الاتصال عبر الإنترنت، وأهمية اتصال الطلاب على مستوى الاتصال الشخصي، إضافة إلى استكشاف أهمية دور مصادر الأخبار الصحفية والإعلامية كمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني، ووكالة الأنباء السعودية، وخبراء ومحللين بوسائل الإعلام على ثقافة الحوار بشكل أعمق واشمل، فجاءت هذه الدراسة بأسلوب علمي، وتحليلي، منظم، ودقيق لتكشف لنا نتائج علمية وتوصيات قيمة ستفيد – بإذن الله تعالى – على المدى القريب والمدى البعيد المنظمات والهيئات المشرفة والمشاركة والمتعاونة في نشر ثقافة الحوار كمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

وتعتبر أيضًا هذه الدراسة جديدة، حيث إنه لم يتطرق إليها الباحثون من قبل في هذا المجال الحيوي والفعال، فجاءت هذه الدراسة كاستطلاع واستكشاف لمدى الدور الذي تتركه وسائل الإعلام والإنترنت والاتصال الشخصي على ثقافة الطلاب الجامعيين الحوارية الوطنية.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة لمعرفة آراء ووجهات نظر الطلاب الجامعيين عن نشر ثقافة الحوار، وتشمل الأفراد – طلاب بجامعة الملك عبدالعزيز بمدينة جدة – وفي إطار هذا الهدف العام تبرز بعض الأهداف الفرعية التي تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على أراء الطلاب ووجهات نظرهم في عدد من الجوانب المهمة المتصلة بهذا الهدف العام:

١. التعرف على أراء طلاب الجامعة في دور وسائل الإعلام المطبوعة (الصحف اليومية) والمسموعة (الإذاعات الحكومية والتجارية) والمرئية (محطات التلفزة الحكومية والتجارية) تجاه ثقافتهم الحوارية الوطنية.

٢. إبراز دور الإنترنت تجاه ثقافتهم الحوارية ة كطلاب جامعيين.

٣. التعرف على وجهات نظر مفردات العينة تجاه دور الاتصال الشخصي على ثقافتهم الحوارية الوطنية.

٤. إبراز دور مصادر الأخبار كمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني، ووكالة الأنباء السعودية، وخبراء ومحللين بوسائل الإعلام تجاه ثقافة الطلاب الحوارية الوطنية كطلاب جامعيين.

تساؤلات الدراسة

من أجل ألا تتحرك هذه الدراسة في فراغ بحثي، فقد حرصت أن تركز المشكلة البحثية في عدد من التساؤلات والاستفسارات التي سعت الدراسة للإجابة عنها:

السؤال العام والرئيس لهذه الدراسة، يستكشف أهمية دور وسائل الإعلام من خلال وسائل الإعلام المطبوعة (الصحف اليومية)، والمسموعة (الإذاعات الحكومية والتجارية)، والمرئية (محطات التلفزة الحكومية والتجارية)، إضافة إلى الإنترنت، والاتصال الشخصي في نشر ثقافة الطلاب الجامعيين للحوار على النحو التالي:

– هل يوجد دور لوسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية والإنترنت، والاتصال الشخصي في نشر ثقافة الطلاب للحوار؟ وجاءت الأسئلة التفصيلية للإجابة على التفاصيل على النحو الآتي:

١. هل يتابع الطلاب الجامعيون أخبارًا وموضوعات ثقافة الحوار من خلال الصحافة (الصحف اليومية)؟ وإلى أي مدى؟

٢. ما الصحف اليومية التي يتابع الطلاب الجامعيون من خلالها أخبارًا وموضوعات ثقافة الحوار ؟

٣. هل يتابع الطلاب الجامعيون أخبارًا وموضوعات ثقافة الحوار من خلال الإذاعة؟ وإلى أي مدى؟

٤. ما الإذاعات التي يتابع الطلاب الجامعيون من خلالها أخبارًا وموضوعات ثقافة الحوار؟

٥. هل يتابع الطلاب الجامعيون أخبارًا وموضوعات ثقافة الحوار من خلال التلفاز؟ وإلى أي مدى؟

٦. ما محطات التلفاز التي يفضل متابعتها الطلاب الجامعيون لأخبار وموضوعات ثقافة الحوار؟

٧. هل يتابع الطلاب الجامعيون أخبارًا وموضوعات ثقافة الحوار من خلال الاتصال الشخصي؟ وإلى أي مدى؟

٨. هل يتابع الطلاب الجامعيون أخبارًا وموضوعات ثقافة الحوار من خلال الإنترنت؟ وإلى أي مدى؟

٩. ما أكثر وسيلة مؤثرة من الوسائل الإعلامية والاتصالية (الصحف اليومية، والإذاعة، والتلفاز، والإنترنت، والاتصال الشخصي) في تشكيل ثقافة الطلاب الجامعيين الحوارية الوطنية؟

١٠. ما أكثر مصدر مؤثر من مصادر الأخبار الصحفية والإعلامية كمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني، ووكالة الأنباء السعودية، وخبراء ومحللين في نشر ثقافة الحوار للطلاب الجامعيين؟

نوع البحث ومنهجه

يعتمد هذا البحث على منهج المسح، وذلك لكونه يستهدف تصويرًا وتحليلاً وتقويم خصائص معينة، أو موقفًا معينًا يغلب عليه صفة التحديد. وتعتمد البحوث الوصفية المسحية على دراسة الظاهرة المدروسة أو الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة محددة، أو موقف محدد، أو مجموعة من الناس، أو مجموعة من الأحداث، أو مجموعة من الأوضاع، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها، وبغض النظر عن وجود أو عدم وجود فروض محددة، لأنه ليس بالضرورة للدراسات

الوصفية أن تتضمن فروضًا سببية[١]، ولذلك نجد أن هذه الدراسة تعتمد على منهج المسح، الذي يعتبر من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية خاصة البحوث الوصفية والاستكشافية[٢]. ويعد منهج المسح يعد جهدًا علميًا منظمًا للحصول على بيانات ومعلومات، وأوصاف عن الظاهرة موضوع البحث، بهدف تكوين قاعدة أساسية من البيانات والمعلومات المطلوبة في مجال معين[٣]، ولذلك يتم في هذه الدراسة الحصول على بيانات ومعلومات حول أراء حركة نشر ثقافة الحوار بالمملكة العربية السعودية. وتعتمد الدراسة على المسح بالعينة، نظرًا لصعوبة إجراء مسح شامل لكبر حجم مجتمع الدراسة، إذ إن المسح بالعينة أسلوب علمي يتبع في غالبية البحوث[٤].

---

(١) حسين، سمير محمد، بحوث الإعلام، القاهرة، جمهورية مصر العربية: مكتبة عالم الكتب، ١٩٩٥م، ص ١٣١.

(٢) حسين، سمير محمد، بحوث الإعلام، نفس المرجع السابق، ص ١٤٧.

(٣) حسين، سمير محمد، بحوث الإعلام، نفس المرجع السابق، ص ١٤٧.

(٤) استخدم واستفاد الباحث في إعداد الجزء المنهجي للدراسة من المصادر الآتية:

أ- صيني، سعيد إسماعيل، قواعد أساسية في البحث العلمي، بيروت، لبنان: مؤسسة الرسالة، ١٩٩٤م.

ب-حسين، سمير محمد، بحوث الإعلام، القاهرة، جمهورية مصر العربية: مكتبة عالم الكتب، ١٩٩٥م.

ت-الفوال، صلاح مصطفى، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، القاهرة، جمهورية مصر العربية: دار غريب، ١٩٨٢م.

ث-الجوهري، محمد، الخريجي، عبدالله، طرق البحث الاجتماعي، الطبعة الثالثة، القاهرة، جمهورية مصر العربية: دار الكتاب العربي، ١٩٨٢م.

ج- الحيزان، محمد عبدالعزيز، البحوث الإعلامية: أسسها، أساليبها، مجالاتها، الطبعة الثانية، الرياض، المملكة العربية السعودية: مطبعة سفير، ٢٠٠٤م.

ح-حسين، سمير، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، القاهرة، جمهورية مصر العربية: مؤسسة دار الشعب، ١٩٨٦م.

عينة الدراسة

وفقا لحدود الدراسة وإمكانات البحث، فقد اختار الباحث عينة عمدية حصصية[١] من الطلاب بكليات جامعة الملك عبدالعزيز بمدينة جدة فقط، والذين بلغت في مجملها ١٤٠٠ مفردة، تم توزيعها على النحو الآتي:

١) ١٠٠ مفردة: طلاب من كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجدة.

خ- العبد، عاطف، تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام والإعلام: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، القاهرة، جمهورية مصر العربية: دار الفكر العربي، ٢٠٠٢م.

(١) استخدم واستفاد الباحث في إعداد الجزء المنهجي للدراسة من المصادر الآتية:

أ- صيني، سعيد إسماعيل، قواعد أساسية في البحث العلمي، بيروت، لبنان: مؤسسة الرسالة، ١٩٩٤م.

ب-حسين، سمير محمد، بحوث الإعلام، القاهرة، جمهورية مصر العربية: مكتبة عالم الكتب، ١٩٩٥م.

ت- الفوال، صلاح مصطفى، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، القاهرة، جمهورية مصر العربية: دار غريب، ١٩٨٢م.

ث-الجوهري، محمد، الخريجي، عبدالله، طرق البحث الاجتماعي، الطبعة الثالثة، القاهرة، جمهورية مصر العربية: دار الكتاب العربي، ١٩٨٢م.

ج- الحيزان، محمد عبدالعزيز، البحوث الإعلامية: أسسها، أساليبها، مجالاتها، الطبعة الثانية، الرياض، المملكة العربية السعودية: مطبعة سفير، ٢٠٠٤م.

ح-حسين، سمير، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، القاهرة، جمهورية مصر العربية: مؤسسة دار الشعب، ١٩٨٦م.

خ- العبد، عاطف، تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام والإعلام: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، القاهرة، جمهورية مصر العربية: دار الفكر العربي، ٢٠٠٢م.

٢) ١٠٠ مفردة: طلاب من كلية الأرصاد والبيئة وزراعة المناطق الجافة بجدة.
٣) ١٠٠ مفردة: طلاب من كلية الاقتصاد والإدارة بجدة.
٤) ١٠٠ مفردة: طلاب من كلية الحاسبات وتقنية المعلومات بجدة.
٥) ١٠٠ مفردة: طلاب من كلية الصيدلة بجدة.
٦) ١٠٠ مفردة: طلاب من كلية الطب بجدة.
٧) ١٠٠ طالب من كلية العلوم بجدة.
٨) ١٠٠ مفردة: طلاب من كلية العلوم الطبية التطبيقية بجدة.
٩) ١٠٠ مفردة: طلاب من كلية المجتمع بجدة.
١٠) ١٠٠ مفردة: طلاب من كلية الهندسة بجدة.
١١) ١٠٠ مفردة: طلاب من كلية تصاميم البيئة بجدة.
١٢) ١٠٠ مفردة: طلاب من كلية طب الأسنان بجدة.
١٣) ١٠٠ مفردة: طلاب من كلية علوم الأرض بجدة.
١٤) ١٠٠ مفردة: طلاب من كلية علوم البحار بجدة.

ولقد أجيب على ١١٤٨ (أي ٨٢٪) مفردة فقط من مجموع ١٤٠٠ مفردة، وتعتبر نسبة ٨٢٪ نسبة جيدة ومقبولة علميا في الدراسات المسحية المشابهة لهذه الدراسة[١]، وبذلك بلغ إجمالي عدد مفردات عينة الدراسة بعد جمعها (١١٤٨) مفردة، وهم الذين تم تطبيق استمارة الاستقصاء عليهم.

---

(١) استخدم واستفاد الباحث في إعداد هذا الجزء المنهجي للدراسة من المصادر الآتية:
د- صيني، سعيد إسماعيل، قواعد أساسية في البحث العلمي، بيروت، لبنان: مؤسسة الرسالة، ١٩٩٤م.
ذ- حسين، سمير محمد، بحوث الإعلام، القاهرة، جمهورية مصر العربية: مكتبة عالم الكتب، ١٩٩٥م.

أسلوب جمع البيانات

أعد الباحث صحيفة استقصاء للإجابة على تساؤلات البحث الرئيسة، وقد احتوت هذه الصحيفة على مجموعة من الأسئلة تجيب في النهاية على هذه التساؤلات. وقد قام الباحث بعرض هذه الصحيفة على أساتذة محكمين، لإبداء آرائهم فيها، ومن ثم تم تعديلها وفقا لأرائهم.

وقد تم تفريغ صحيفة الاستقصاء، وجدولتها، ومعالجتها إحصائيا بعد تعبئة الاستمارات ميدانيًا، كما قام بتحليل وتفسير النتائج في إطار أهداف هذه الدراسة الأساسية.

مصطلحات الدراسة

- **الحوار** : "إيجاد قناة للتعبير المسؤول، سيكون لها أثر فاعل في محاربة التعصب، والغلو، والتطرف، ويوجد مناخاً نقيًا تنطلق منه المواقف الحكيمة والآراء المستنيرة التي ترفض الإرهاب، والفكر الإرهابي"(١).

ر- الفوال، صلاح مصطفى، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، القاهرة، جمهورية مصر العربية: دار غريب، ١٩٨٢م.

ز- الجوهري، محمد، الخريجي، عبدالله، طرق البحث الاجتماعي، الطبعة الثالثة، القاهرة، جمهورية مصر العربية: دار الكتاب العربي، ١٩٨٢م.

س-الحيزان، محمد عبدالعزيز، البحوث الإعلامية: أسسها، أساليبها، مجالاتها، الطبعة الثانية، الرياض، المملكة العربية السعودية: مطبعة سفير، ٢٠٠٤م.

ش-حسين، سمير، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، القاهرة، جمهورية مصر العربية: مؤسسة دار الشعب، ١٩٨٦م.

(١) من كلمة خادم الحرمين الملك عبدالله بن عبدالعزيز (حفظه الله وأيده) عندما كان وليًا للعهد، حين افتتاح مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني، مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني: دليل تعريفي (٢٠٠٦م)، الرياض، المملكة العربية السعودية: مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني، ص ٣.

- **وسائل الإعلام:** يقصد بها الصحافة، والإذاعة، والتلفاز.

- **الصحافة / وسائل الإعلام المطبوعة / الصحف السعودية:** هي الصحف التي تهتم بأخبار وموضوعات وإعلانات ثقافة الحوار كالصحف التالية: عكاظ، والمدينة، والبلاد، والوطن، وشمس، والرياض، والجزيرة، واليوم، والشرق الأوسط، والحياة.

- **وسائل الإعلام المسموعة:** إذاعة المملكة العربية السعودية (البرنامج العام من الرياض، والبرنامج الثاني من جدة)، وإذاعة بانوراما-العربية، وإذاعة MBC-FM وتهتم هذه الإذاعات بأخبار وموضوعات ثقافة الحوار وتحليلها والتعليق عليها.

- **التلفاز / وسائل الإعلام المرئية:** هي القنوات التلفازية التي تهتم بأخبار وموضوعات ثقافة الحوار كالقنوات التلفازية التالية: السعودية الأولى، والسعودية الثانية، والإخبارية، والعربية، وMBC.

- **خبراء ومحللون إعلاميون:** خبراء ومحللون، غالبًا يكونون خبراء متخصصين في ثقافة الحوار، وخبراء محللين من منظمات حكومية أو أهلية ذات العلاقة يشاركون بتحليلاتهم وتعليقاتهم عبر وسائل الإعلام وعبر الإنترنت.

نتائج الدراسة

استهدفت هذه الدراسة التعرف على أراء ووجهات نظر عينة من طلاب جامعة الملك عبدالعزيز بمدينة جدة، وفي إطار هذا الهدف العام تبرز بعض الأهداف الفرعية التي تسعى هذه الدراسة إلى التعرف عليها في عدد من الجوانب المهمة المتصلة بهذا الهدف العام.

السؤال العام والرئيس لهذه الدراسة يستكشف أهمية دور وسائل الإعلام السعودية من خلال وسائل الإعلام المطبوعة (الصحف السعودية)، والمسموعة (الإذاعات الحكومية والتجارية)، والمرئية (محطات التلفزة

الحكومية والتجارية) والإنترنت والاتصال الشخصي على ثقافة الطلاب الجامعيين على النحو التالي: هل يوجد دور لوسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية والإنترنت والاتصال الشخصي في نشر ثقافة الطلاب الجامعيين؟ وجاءت الإجابات على الأسئلة التفصيلية على النحو الآتي:

١. هل يتابع الطلاب الجامعيون أخبارًا وموضوعات ثقافة الحوار من خلال الصحافة (الصحف السعودية) وإلى أي مدى؟

يوضح جدول رقم (١) أراء الطلاب الجامعيين (مفردات عينة الدراسة) على سؤال البحث الأول وكانت إجابتهم للسؤال الأول بنعم، وبشكل عام، أجابوا بأن متابعتهم للصحافة فيما يخص أخبار وموضوعات ثقافة الحوار كان واضحا وجليا بالرغم من تفاوت مستويات المتابعة من فرد إلى آخر. ويوضح الجدول رقم (١) مدى متابعة الطلاب الجامعيين أخبار وموضوعات حركة نشر ثقافة الحوار من خلال الصحافة (الصحف السعودية).

جدول (١). يبين مدى متابعة الطلاب الجامعيون أخبار وموضوعات ثقافة الحوار من خلال الصحافة (الصحف السعودية).

مدى المتابعة	العدد	النسبة
دائمًا	٤٣٥	٪٣٧,٨٩٢
بعض الأحيان	٤٢٢	٪٣٦,٧٦٠
نادرًا	٢٩١	٪٢٥,٣٤٨
أبدًا	٠	٪٠
الإجمالي	١١٤٨	٪١٠٠

ويمكننا أن نستنتج من قراءة الجدول رقم (١)، أن مدى متابعة الطلاب لأخبار وموضوعات ثقافة الحوار عن طريق الصحف السعودية جاءت بنسبة

٣٧,٨٩٢٪، وذلك بشكل دائم، بينما ٣٦,٧٦٠٪ من الطلاب يتابعون أخبارًا وموضوعات ثقافة الحوار أحيانًا، في حين نجد أن ٢٥,٣٤٨٪ من الطلاب يتابعون أخبارًا وموضوعات ثقافة الحوار بشكل نادر.

ويتضح أيضًا من استعراض الجدول رقم (١) بأنه يوجد نسبة من العينة تبلغ ٣٧,٨٩٢٪ من عينة البحث أجابوا بأنهم يتابعون أخبار وموضوعات ثقافة الحوار بشكل دائم ونسبة ٣٦,٧٦٠٪ يتابعون أحيانا. وهذه النسبة تدل بوضوح على أن هناك مستوى جيد من القراءة لهذه الصحف، ومتابعة جيدة للعينة عن طريق هذه الوسيلة المطبوعة المهمة (الصحف السعودية).

٢. ما الصحف التي يتابع الطلاب الجامعيون من خلالها أخبارًا وموضوعات ثقافة الحوار؟

جدول رقم (٢) يوضح إجابات أفراد العينة على سؤال البحث الثاني، وكانت إجابتهم بأن معظمهم يتابعون أخبارًا وموضوعات ثقافة الحوار على صفحات الصحف السعودية بمدينة جدة على النحو الآتي:

١) صحيفة عكاظ.
٢) صحيفة المدينة.
٣) صحيفة الوطن.
٤) صحيفة الشرق الأوسط.
٥) صحيفة شمس.
٦) صحيفة البلاد.
٧) صحيفة الرياض.
٨) صحيفة الجزيرة.
٩) صحيفة الحياة.
١٠) صحيفة اليوم.

جدول (٢). يوضح الصحف التي يتابع الطلاب الجامعيون من خلالها أخبارًا وموضوعات ثقافة الحوار، ونسب المتابعون لها بمدينة جدة.

اسم الصحيفة	العدد	النسبة ٪
عكاظ	٢٨١	٪٢٤,٤٧٨
المدينة	٢٢٤	٪١٩,٥١٣
الوطن	١٦٥	٪١٤,٣٧٢
الشرق الأوسط	٩٨	٪٨,٥٣٦
شمس	٩٣	٪٨,١٠١
البلاد	٨٧	٪٧,٥٧٩
الحياة	٥٧	٪٤,٩٦٥
الجزيرة	٥٣	٪٤,٦١٧
الرياض	٤٨	٪٤,١٨١
اليوم	٤٢	٪٣,٦٥٨
الإجمالي	١١٤٨	٪١٠٠

ويتضح من قراءة الجدول رقم (٢) ، أن متابعة الطلاب الجامعيين لأخبار وموضوعات ثقافة الحوار عن طريق صحيفة عكاظ جاء بنسبة ٢٤,٤٧٨٪، في حين نجد أن ١٩,٥١٣٪ عن طريق صحيفة المدينة، بينما ١٤,٣٧٢٪ عن طريق صحيفة الوطن، بينما ٨,٥٣٦٪ عن طريق صحيفة الشرق الأوسط، بينما ٨,١٠١٪ عن طريق صحيفة شمس، بينما ٧,٥٧٩٪ عن طريق صحيفة البلاد، بينما ٤,٩٦٥٪ عن طريق صحيفة الحياة، بينما ٤,٦١٧٪ عن طريق صحيفة الجزيرة، بينما ٤,١٨١٪عن طريق صحيفة الرياض، بينما ٣,٦٥٨٪ عن طريق صحيفة اليوم.

ويمكننا أن نستنتج بأن نسبة كبيرة من العينة تفضل صحيفتي عكاظ والمدينة بالترتيب، وعلى التوالي، بسبب أن هاتين الصحفيتين هما الأكثر شعبية، وتوزيعًا بمدينة جدة، حيث إن هذه الدراسة حددت العينة بطلاب جامعة الملك عبدالعزيز بمدينة جدة، ومن ثم تأتي الصحف الأخرى بالترتيب، وعلى التوالي بدءًا بالوطن، وهي صحيفة لها انتشارها الجيد بين أوساط الطلاب الجامعيين في مدينة جدة، ثم الشرق الأوسط التي تتمتع بجاذبية التنوع، ولها قراؤها من الطلاب الجامعيين، ثم شمس التي يهتم بقراءتها الطلاب الجامعيون ولكونهم من فئة عمر الشباب، فهذه الصحيفة تعلن عن نفسها بأنها شبابية ومنوعة وسعودية، ثم البلاد، ثم الحياة التي تحتاجان إلى جذب أكبر عدد ممكن من القراء من الطلاب الجامعيين، ثم أخيرا تأتي في المراتب الثلاث الأخيرة على التوالي صحف الجزيرة، والرياض، واليوم، التي لا تحظي بدرجة كبيرة من متابعة القراء من الطلاب الجامعيين بمدينة جدة، لكونها تركز في أخبارها بشكل رئيسي وواضح على المناطق التي تصدر منها.

٣. هل يتابع الطلاب الجامعيين أخبارًا وموضوعات ثقافة الحوار من خلال الإذاعة بشكل عام (الإذاعات الحكومية والتجارية) وإلى أي مدى؟

يوضح جدول رقم (٣) آراء الطلاب الجامعيين (مفردات عينة الدراسة) على سؤال البحث الثالث، وكانت إجابتهم للسؤال الثالث بنعم، وبشكل عام، أجابوا بأن متابعتهم للإذاعة فيما يخص أخبار وموضوعات ثقافة الحوار كان واضحًا وجليًا، بالرغم من تفاوت مستويات المتابعة من فرد إلى فرد آخر بالعينة. ويوضح الجدول الآتي مدى متابعة الطلاب الجامعيين لأخبار وموضوعات ثقافة الحوار من خلال الإذاعة (الإذاعات الحكومية والأهلية).

جدول (٣). يبين مدى متابعة الطلاب الجامعيون أخبار وموضوعات ثقافة الحوار من خلال الإذاعة (الإذاعات الحكومية والأهلية).

مدى المتابعة	العدد	النسبة ٪
دائمًا	٣٩٥	٪٣٤,٤٠٨
بعض الأحيان	٣٨٣	٪٣٣,٣٦٢
نادرًا	٣٧٠	٪٣٢,٢٣٠
أبدًا	٠	٪٠
الإجمالي	١١٤٨	٪١٠٠

ويمكننا أن نستنتج من قراءة الجدول رقم (٣)، أن مدى متابعة الطلاب لأخبار وموضوعات ثقافة الحوار، عن طريق الإذاعات الحكومية والأهلية جاء بنسبة ٣٤,٤٠٨٪ بشكل دائم، بينما كان ٣٣,٣٦٢٪ من الطلاب يتابعون أخبارًا وموضوعات ثقافة الحوار أحيانًا، في حين نجد أن ٣٢,٢٣٠٪من الطلاب يتابعون أخبار وموضوعات ثقافة الحوار بشكل نادر.

ويتضح أيضا من قراءة الجدول رقم (٣)، أن مدى متابعة الطلاب لأخبار وموضوعات ثقافة الحوار جاء بشكل دائم بنسبة ٣٤,٤٠٨٪، ونسبة ٣٣,٣٦٢٪ أحيانًا، وهي تعتبر نسبًا أقل من نسب متابعة الطلاب لكل من التلفاز والصحافة والإنترنت. وقد يعود انخفاض متابعة الطلاب (عينة الدراسة) للاستماع إلى الإذاعة – مقارنة بوسيلتي الإعلام الأخرى كالتلفاز والصحافة، إضافة إلى الإنترنت – بسبب عدم عرض برامج إذاعية مدروسة ومقننة عن طريق الإذاعة تجذب المستمعين إليها من الطلاب وتلبي احتياجاتهم إعلاميا من عرض برامج ذات تحليل عالٍ يساعد الطلاب على أداء مهامهم بكل يسر وسهولة، لفهم التغييرات والعوامل التي قد تطرأ على ثقافة الحوار،

بالرغم من الخصائص المتميزة التي تتمتع بها وسيلة الإذاعة، والتي قد تـؤثر بشكل واضح، وعميق على نشر ثقافة الحوار.

٤. ما الإذاعات التي يتابع الطـلاب الجـامعيون مـن خلالهـا أخبـارًا وموضوعات ثقافة الحوار؟

يوضح جدول رقم (٤) إجابات أفراد العينة على سؤال البحـث الرابـع، وكانت إجابتهم بأن معظمهم يتابعون أخبارًا، وموضوعات ثقافة الحوار عـن طريق الإذاعة بمدينة جدة، على النحو الآتي:

١. الإذاعة ة (البرنامج العام والبرنامج الثاني).

٢. (بانوراما-العربية- MBC-FM).

جدول (٤). الإذاعات التي يتابع الطلاب الجامعيون من خلالها أخبارًا وموضوعات ثقافـة الحوار.

اسم الإذاعة	العدد	النسبة
الإذاعة السعودية (البرنامج العام والبرنامج الثاني)	١٠٦٧	٪٩٢,٩٤٤
(العربية -MBC-FM)	٨١	٪٧,٠٥٦
الإجمالي	١١٤٨	٪١٠٠

يتضح من قراءة الجدول رقم (٤)، أن نـسبة متابعـة الطـلاب لأخبـار وموضوعات ثقافة الحوار عن طريـق الإذاعـة الـسعودية جـاء بنـسبة:

٩٢,٩٤٤٪، بينما ٧,٠٥٦٪ عن طريق الإذاعة التجارية: (العربيـــة--MBC FM). ونلاحظ من الجدول رقم (٤) بأن نـــسبة متابعـــة الطـــلاب لأخبـــار وموضوعات ثقافة الحوار عن طريق الإذاعة السعودية أعلى من نسبة المتابعة للإذاعة التجارية (العربية-MBC-FM) ويدل على أن الإذاعة السعودية أكثـــر جاذبية من (العربية-بانوراما-MBC-FM) بسبب عرضها المكثـــف لأخبـــار وموضوعات ثقافة الحوار بشكل جذاب وشيق من خلال برامجهـــا الوطنيـــة الرصينة، مما يشجع المستمع للاستماع والمشاركة عن طريق الإذاعة ة، علمًا بأن الجدول رقم (٤) يذكرنا بضعف متابعة الاستماع إلى الإذاعة لدى الطلاب الجامعيين (عينة الدراسة) مقارنة بوسيلتي الإعلام الأخرى كالتلفاز والصحافة، إضافة إلى وسيلة الإنترنت.

٥. هل يتابع الطلاب الجامعيون أخبارًا وموضوعات ثقافة الحوار مـــن خلال التلفاز بشكل عام (محطات التلفزة الحكومية والتجارية) وإلى أي مدى؟

يوضح جدول رقم (٥) آراء الطلاب الجامعيين (مفردات عينة الدراســـة) على سؤال البحث الخامس وكانت إجابتهم للسؤال الخامس بنعم، وبشكل عام، أجابوا بأن متابعتهم لمحطات التلفزة الحكومية والأهلية فيما يخـــص أخبـــارًا وموضوعات ثقافة الحوار كان واضحًا وجليًا بالرغم من تفـــاوت مـــستويات المتابعة من فرد إلى فرد آخر بالعينة. ويوضح الجدول الآتي مـــدى متابعـــة الطلاب الجامعيين لأخبار وموضوعات ثقافة الحـــوار مـــن خـــلال التلفـــاز (محطات التلفزة الحكومية والأهلية).

جدول (٥). مدى متابعة الطلاب الجامعيين لأخبار وموضوعات ثقافة الحوار، من خلال التلفاز (محطات التلفزة الحكومية والتجارية).

مدى المتابعة	العدد	النسبة
دائمًا	٤٦٨	٪٤٠,٧٦٧
بعض الأحيان	٣٩٨	٪٣٤,٦٦٩
نادرًا	٢٨٢	٪٢٤,٥٦٤
أبدًا	٠	٪٠
الإجمالي	١١٤٨	٪١٠٠

ويمكننا أن نستنتج من قراءة الجدول رقم (٥)، أن مدى متابعة الطلاب لأخبار وموضوعات ثقافة الحوار عن طريق التلفاز، جاء بنسبة ٤٠,٧٦٧٪ وذلك بشكل دائم، بينما ٣٤,٦٦٩٪ من الطلاب يتابعون أخبارًا وموضوعات ثقافة الحوار أحيانًا، بينما ٢٤,٥٦٤٪ من الطلاب يتابعون أخبارًا وموضوعات ثقافة الحوار بشكل نادر.

ويتضح أيضًا من استعراض الجدول رقم (٥) بأنه يوجد نسبة عالية (٤٠,٧٦٧٪) من عينة البحث أجابوا بأنهم يتابعون أخبار وموضوعات ثقافة الحوار بشكل دائم ونسبة ٣٤,٦٦٩٪ يتابعون أحيانا. وهذه النسبة تدل على أن هناك نسبة عالية من المتابعة للطلاب (عينة البحث) لوسيلة التلفاز، حيث وجود الصورة، والحركة، والألوان، والمؤثرات الصوتية، وحركة الكاميرا، وغير ذلك من التأثيرات التلفازية التي تجذب المشاهدين من الطلاب وتضفي قوة ومصداقية إعلامية على الأخبار والموضوعات التي يستعرضها التلفاز عن طريق برامجه المتنوعة، على الشاشة الفضية الصغيرة.

٦. ما المحطات التلفازية التي يفضل متابعتها الطلاب الجامعيون لأخبار، وموضوعات ثقافة الحوار؟

يوضح جدول رقم (٦) إجابات أفراد العينة على سؤال البحث السادس، وكانت إجابتهم بأنهم يفضلون متابعة أخبار، وموضوعات ثقافة الحوار على المحطات التلفازية الآتية:

١. قناة السعودية (الأولى).
٢. قناة الإخبارية.
٣. قناة MBC.
٤. قناة العربية.
٥. قناة السعودية (الثانية).

جدول (٦). يبين محطات التلفاز التي يتابع الطلاب الجامعيون من خلالها موضوعات ثقافة الحوار.

اسم المحطة التلفازية	العدد	النسبة
السعودية (الأولى)	٣٢٣	٪٢٨,١٣٦
الإخبارية	٢٩٧	٪٢٥,٨٧١
MBC	٢٥٤	٪٢٢,١٢٥
العربية	٢٢٨	٪١٩,٨٦١
السعودية (الثانية)	٤٦	٪٤,٠٠٧
الإجمالي	١١٤٨	٪١٠٠

ويتضح من قراءة الجدول رقم (٦)، أن نسبة متابعة الطلاب الجامعيين لأخبار وموضوعات ثقافة الحوار عن طريق قناة التلفاز السعودية (الأولى)

جاء بنسبة ٢٨,١٣٦٪، بينما ٢٥,٨٧١ ٪ عن طريق قناة الإخبارية، بينما ٢٢,١٢٥ ٪ عن طريق قناة MBC، بينما ١٩,٨٦١ ٪ عن طريق قناة العربية، بينما ٤,٠٠٧ ٪ عن طريق قناة السعودية (الثانية).

ويمكننا أن نستنتج بأن نسبة كبيرة من العينة تفضل قناتي السعودية الأولى والإخبارية على التوالي، بسبب أن هاتين القناتين هما الأكثر متابعة بشكل مباشر لأخبار وموضوعات، وإعلانات الحوار من قبل الطلاب الجامعيين بمدينة جدة بالمملكة العربية السعودية، حيث إن هذه الدراسة حددت العينة بعينة من طلاب جامعة الملك عبدالعزيز بمدينة جدة، ومن ثم تأتي القنوات التلفازية الأخرى بالترتيب وعلى التوالي كقناة MBC وهي قناة معروفة وجيدة في متابعتها لأخبار وموضوعات الحوار، والتي جذبت المشاهدين من الطلاب الجامعيين وحصلت على المركز الثالث نسبيًا بحسب رأي عينة الدراسة ومن ثم قناة العربية، وأخيرا تأتي في المرتبة الأخيرة قناة السعودية الثانية حيث إنها تستخدم اللغة الإنجليزية في تقديمها وتحليلها، ولا تستخدم اللغة العربية اللغة الأم لعينة الدراسة.

٧. هل يتابع الطلاب الجامعيون أخبارًا وموضوعات ثقافة الحوار من خلال الاتصال الشخصي وإلى أي مدى؟

يوضح جدول رقم (٧) التالي أراء الطلاب الجامعيين (مفردات عينة الدراسة) على سؤال البحث السابع وكانت إجابتهم بنعم، وبشكل عام، أجابوا بأن متابعتهم لأخبار وموضوعات ثقافة الحوار من خلال الاتصال الشخصي كان واضحًا وجليًا بالرغم من تفاوت مستويات المتابعة من فرد إلى فرد آخر بالعينة. ويوضح الجدول الآتي مدى متابعة الطلاب لأخبار، وموضوعات ثقافة الحوار من خلال الاتصال الشخصي.

جدول (٧). مدى متابعة الطلاب الجامعيين أخبارًا وموضوعات ثقافة الحوار، عن طريق الاتصال الشخصي.

مدى المتابعة	العدد	النسبة ٪
دائمًا	٣١٣	٪٢٧,٢٦٥
بعض الأحيان	٢٩٠	٪٢٥,٢٦١
نادرًا	٣٠١	٪٢٦,٢٢٠
أبدًا	٢٤٤	٪٢١,٢٥٤
الإجمالي	١١٤٨	٪١٠٠

ويمكننا أن نستنتج من قراءة الجدول رقم (٧)، أن مدى متابعة الطلاب لأخبار وموضوعات ثقافة الحوار عن طريق الاتصال الشخصي، جاء بنسبة ٢٧,٢٦٥٪ وذلك بشكل دائم، بينما ٢٥,٢٦١٪ من الطلاب يتابعون أخبارًا وموضوعات ثقافة الحوار أحيانًا، بينما ٢٦,٢٢٠٪ من الطلاب يتابعون أخبارًا وموضوعات حركة نشر ثقافة الحوار بشكل نادر.

ويتضح أيضًا من استعراض جدول رقم (٧) بأنه يوجد نسبة عالية (٢٧,٢٦٥٪) من عينة البحث أجابوا بأنهم يتابعون أخبار وموضوعات ثقافة الحوار بشكل دائم، ونسبة ٢٥,٢٦١٪ يتابعون ذلك أحيانًا. وهذه النسبة تدل على أن هناك نسبة عالية من المتابعة للطلبة الجامعيين (عينة البحث) عن طريق الاتصال الشخصي الذي يضفي قوة ومصداقية إعلامية على ما يبث من أخبار أو ما يطرح من موضوعات عن طريق الاتصال الشخصي، حيث إن الاتصال الشخصي له تأثيره وجاذبيته، حيث تفاعل المرسل والمستقبل مع موضوع الرسالة المطروح للتحليل والدراسة، والحصول على ردود الفعل

المباشرة من المرسل والمستقبل في نفس اللحظة التي بدأ فيها الاتصال، ولكن يبقى محدودا بحسب المعرفة ومستوى التحصيل العلمي للمرسل والمستقبل عن موضوع الرسالة المطروح للنقاش، ويعتمد أيضًا على المزاج العام للموقف الاتصالي. وأيضًا سيدعم ذلك تأثير الأخبار والموضوعات التي تناقش من خلال وسائل الإعلام المطبوعة، والمسموعة، والمرئية، ووسيلة الإنترنت.

٨. هل يتابع الطلاب الجامعيون أخبارًا وموضوعات ثقافة الحوار من خلال الإنترنت وإلى أي مدى؟

يوضح جدول رقم (٨) التالي أراء الطلاب الجامعيين (مفردات عينة الدراسة) على سؤال البحث الثامن وكانت إجابتهم بنعم، وبشكل عام، أجابوا بأن متابعتهم لأخبار وموضوعات ثقافة الحوار من خلال الإنترنت كان واضحًا وجليًا بالرغم من تفاوت مستويات المتابعة من فرد إلى فرد آخر بالعينة. ويوضح الجدول الآتي مدى متابعة الطلاب الجامعيين لأخبار وموضوعات ثقافة الحوار من خلال الإنترنت.

ويمكننا أن نستنتج من قراءة الجدول رقم (٨)، أن مدى متابعة الطلاب لأخبار وموضوعات ثقافة الحوار عن طريق الاتصال الإنترنت جاء بنسبة ٣٦,٦٧٢٪ وذلك بشكل دائم، بينما ٣٤,٤٠٨٪ من الطلاب يتابعون أخبارًا وموضوعات ثقافة الحوار أحيانًا، بينما ٢٨,٩٢٠٪ من الطلاب يتابعون أخبارًا وموضوعات ثقافة الحوار بشكل نادر.

جدول (٨). يوضح مدى متابعة الطلاب الجامعيين لأخبار، وموضوعات ثقافة الحوار من خلال الإنترنت.

مدى المتابعة	العدد	النسبة ٪
دائمًا	٤٢١	٪٣٦,٦٧٢
بعض الأحيان	٣٩٥	٪٣٤,٤٠٨
نادرًا	٣٣٢	٪٢٨,٩٢٠
أبدًا	٠	٪٠
الإجمالي	١١٤٨	٪١٠٠

ويتضح أيضًا من استعراض الجدول رقم (٨) بأنه يوجد نسبة عالية (٣٦,٦٧٢٪) من عينة البحث أجابوا بأنهم يتابعون أخبارًا وموضوعات ثقافة الحوار بشكل دائم، ونسبة ٣٤,٤٠٨٪ يتابعوا أحيانًا. وهذه النسبة تدل على أن هناك نسبة عالية من المتابعة للطلبة (عينة البحث) عن طريق الإنترنت الذي يضفي قوة ومصداقية إعلامية على ما يبث من أخبار أو ما يطرح من موضوعات عن طريق وسائل الإعلام والاتصال الشخصي، ومما لا شك فيه أن الإنترنت له تأثيره وجاذبيته حيث تفاعل المرسل والمستقبل مع موضوع الرسالة المطروح للتحليل والدراسة، والحصول على ردود فعل لحظية وغير لحظية من المرسل والمستقبل، ولكن يبقى الأثر محدودًا بحسب المعرفة ومستوى التحصيل العلمي للمرسل والمستقبل عن موضوع الرسالة المطروحة للنقاش، ويعتمد أيضا على المزاج العام للموقف الاتصالي.

٩. ما أكثر وسيلة مؤثرة من الوسائل الإعلامية والاتصالية (الصحافة، الإذاعة، التلفاز، الإنترنت، الاتصال الشخصي) في نشر ثقافة الحوار ؟

يوضح الجدول رقم (٩) إجابات أفراد العينة على سؤال البحث التاسع، وكانت إجابتهم بأن أكثر وسيلة مؤثرة من الوسائل الإعلامية، والاتصالية (الصحافة، والإذاعة، والتلفاز، والإنترنت، والاتصال الشخصي) في نشر ثقافة الحوار بحسب الأعلى تأثيرًا، تكون على النحو الآتي:

١) التلفاز.
٢) الصحافة.
٣) الإنترنت.
٤) الإذاعة.
٥) الاتصال الشخصي.

جدول (٩). يبين أكثر وسيلة مؤثرة من الوسائل الإعلامية والاتصالية في نشر ثقافة الحوار.

اسم الوسيلة الإعلامية / الاتصالية	العدد	النسبة ٪
التلفاز	٣٥٥	٪٣٠,٩٢٣
الصحافة	٢٩٨	٪٢٥,٩٥٨
الإنترنت	٢٢١	٪١٩,٢٥١
الإذاعة	١٦٠	٪١٣,٩٣٨
الاتصال الشخصي	١١٤	٪٩,٩٣٠
الإجمالي	١١٤٨	٪١٠٠

ويتضح من قراءة الجدول رقم (٩)، أن نسبة تأثير وسيلة التلفاز جاء بالنسبة الأعلى، من بين نسب التأثير الأخرى، حيث جاءت نسبة تأثير التلفاز

بنسبة ٣٠,٩٢٣٪، ويرجع ذلك إلى تفضيل الطلاب لمتابعة أخبار وموضوعات ثقافة الحوار عن طريق التلفاز، حيث وجود أثر حركة الكاميرا والمؤثرات الصوتية والإخراج الإبداعي التلفازي، بينما ٢٥,٩٥٨٪ عن طريق الصحافة، وقد يعود ذلك إلى عدم وجود الوقت الكافي للتفرغ إلى متابعة الصحف السعودية اليومية المتعددة، كما أن الصحافة ليست لحظية في نقل الأخبار والتحليلات، والموضوعات، كما هو الحال بالنسبة لوسيلة التلفاز، والتي تستخدم النقل المباشر من واقع الحدث بالرغم من وجود خبراء ومحللين على مستوى عال من العلم والمعرفة بثقافة الحوار، بينما ١٩,٢٥١٪ عن طريق الإنترنت حيث إنه يستخدم بشكل يومي في المنزل ويستخدم بالمكتب والطائرة والمركبة وغيرها، بينما ١٣,٩٣٨٪ عن طريق الإذاعة، ويعود ذلك إلى عدم وجود برامج إذاعية مقننة بشكل علمي جيد كما انه لا يوجد برامج إذاعية شيقة تجذب إليها المستمعين من الطلاب، وقد يعود ذلك إلى عدم وجود متخصصين إذاعيين في ثقافة الحوار بالإذاعة يستغلون الخصائص الإعلامية التي تمتاز بها وسيلة الإذاعة، بينما ٩,٩٣٠٪ عن طريق الاتصال الشخصي وقد يعود ذلك إلى عدم وجود الوقت الكافي للاتصال بين الطلاب الجامعيين عن طريق الاتصال الشخصي الذي يحتاج إلى الوقت، والوقت بطبيعة الحال، هو عامل مهم في عالم التعليم لجميع الطلاب الجامعيين.

١٠. ما أكثر مصدر مؤثر من مصادر الأخبار الصحفية والإعلامية الرسمية، وغير الرسمية (مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني، ووكالة الأنباء السعودية، وخبراء ومحللين بوسائل الإعلام) في نشر ثقافة الحوار ؟

يوضح الجدول رقم (١٠) إجابات أفراد العينة على سؤال البحث العاشر، وكانت إجابتهم بأن: أكثر مصدر مؤثر من مصادر الأخبار الصحفية، والإعلامية الرسمية، وغير الرسمية في نشر ثقافة الحوار بحسب الأفضلية، والأولوية لهم تكون على النحو الآتي:

١) مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

٢) خبراء ومحللون بوسائل الإعلام.
٣) وكالة الأنباء السعودية.

جدول (١٠). أكثر مصدر مؤثر من المصادر الأخبار الصحفية، والإعلامية الرسمية، وغير الرسمية في نشر ثقافة الحوار.

مصادر الأخبار الصحفية والإعلامية الرسمية وغير الرسمية	العدد	النسبة ٪
مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني	٥٥٩	٪٤٨,٦٩٤
خبراء ومحللون بوسائل الإعلام	٣٢٦	٪٢٨,٣٩٧
وكالة الأنباء السعودية	٢٦٣	٪٢٢,٩٠٩
الإجمالي	١١٤٨	٪١٠٠

ويتضح من قراءة الجدول رقم (١٠)، أن أعلى نسبة ٤٨,٦٩٤٪ أثرت على ثقافة الطلاب فيما يخص أخبارًا وموضوعات ثقافة الحوار كانت عن طريق مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني، وقد يعود ذلك إلى تأثير المركز بما يمتلكه من إشراف، وتنظيم على حركة نشر ثقافة الحوار للعينة (الطلاب الجامعيون)، حيث إن الطلاب ينتظرون أخبار وموضوعات وإعلانات المركز فيما يخص الحوار، وذلك يعطي المركز نسبة مصداقية عالية وصورة ذهنية إيجابية جيدة لدى عينة الدراسة (الطلاب الجامعيون)، بينما نسبة ٢٨,٣٩٧٪ عن طريق خبراء ومحللين بوسائل الإعلام بسبب سعي الخبراء والمحللين بوسائل الإعلام إلى الوصول إلى معلومات وأخبار مهمة قد تفيدهم إيجابيًا في تقديم تحليلاتهم الإعلامية والصحفية إلى المتلقين من جمهور الطلاب الجامعيين بشكل جذاب، ولكن مصداقيتهم أقل من مصداقية مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني، بينما نسبة ٢٢,٩٠٩٪ عن طريق وكالة الأنباء السعودية، حيث إنها تعتبر ناقلة للأخبار والإعلانات التي يصدرها المركز،

ولكنها تفتقد إلى عمل أبحاث، وتحليلات علمية عما يدور حول أخبار، وموضوعات الحوار، ولذلك نجد أن وكالة الأنباء ة تكون أقل تأثيرًا على الطلاب الجامعيين، مقارنة بنسب تأثير مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني، والخبراء والمحللين بوسائل الإعلام.

المناقشة والنتائج

لكي تعطي نتائج الدراسة دلالات ذات قيمة علمية جيدة، يجب تفسيرها، ومناقشتها من خلال ربطها بالإطار النظري للدراسة، وربطها بالتراث العلمي، والدراسات السابقة على النحو الآتي:

١. جاءت نسبة تأثير دور التلفاز بنسبة ٣٠,٩٢٣٪، ويرجع ذلك إلى تفضيل الطلاب الجامعيين لمتابعة أخبار وموضوعات ثقافة الحوار عن طريق التلفاز، حيث وجود أثر المؤثرات الصوتية، والمرئية، والإخراج الإبداعي التلفازي، بينما نسبة ٢٥,٩٥٨٪ عن طريق الصحافة، وقد يعود ذلك إلى عدم وجود الوقت الكافي للتفرغ إلى متابعة الصحف السعودية اليومية المتعددة، كما أن الصحافة ليست لحظية في نقل الأخبار والتحليلات والموضوعات كما هو الحال بالنسبة لوسيلة التلفاز، والتي تستخدم النقل المباشر من واقع الحدث، بينما نسبة ١٩,٢٥١٪ عن طريق الإنترنت حيث إنها تستخدم بشكل يومي في المنزل، وتستخدم بالمكتب والطائرة والمركبة وغيرها، بينما ١٣,٩٣٨٪، عن طريق الإذاعة، ويعود ذلك إلى عدم وجود برامج إذاعية مقننة بشكل علمي جيد، كما أنه لا توجد برامج إذاعية شيقة تجذب إليها المستمعين من الطلاب الجامعيين، وقد يعود ذلك أيضًا إلى عدم وجود متخصصين إذاعيين في عالم الحوار بالإذاعة يستغلون الخصائص الإعلامية التي تمتاز بها وسيلة الإذاعة. بينما ٩,٩٣٠٪ عن طريق الاتصال الشخصي وقد يعود ذلك إلى عدم وجود الوقت الكافي للاتصال بين الطلاب الجامعيين عن طريق الاتصال الشخصي

الذي يحتاج إلى الوقت، والوقت بطبيعة الحال، هو عامل مهم للطلاب الجامعيين، وتدل النسب المذكورة بوضوح على أن: هناك مستوى متابعة جيدة للعينة (الطلاب الجامعيون) لوسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية، إضافة إلى متابعتهم عن طريق الإنترنت والاتصال الشخصي. وتؤكد هذه النسب على ما ذكرناه سابقاً في الإطار النظري للدراسة بأن هذه الدراسة تعتمد بشكل رئيس على "نظرية الاعتماد": "Dependency Theory" لأفراد العينة (الطلاب الجامعيون) على وسائل الإعلام كالصحافة والإذاعة والتلفاز. ويعتبر هذا المنظور لنظرية الاعتماد جزء من نظرية الاعتماد المتبادل "Interdependence Theory" بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية، والتي يشكل بدورها علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام. وهذا الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الأخرى يقوم بتشكيل أدوار وسائل إعلامية تعليمية بالنسبة للأفراد والمجتمع. وتعتمد الكثير من النظم الاجتماعية في المجتمع مثل: العائلة، والمؤسسات التعليمية وغيرها على ما تقدمه وسائل الإعلام من معلومات أكثر من غيرها من الوسائل أو الطرق الأخرى. وفي نفس الوقت فإن هذه العلاقات المتبادلة تفسر أسباب وكيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وتأثرهم بها حيث تبعية الأفراد لوسائل الإعلام واعتمادهم عليها يمكن تحديدها في جانبها الأكبر من خلال علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى كالنظام التعليمي. فالفرد كما ذكرنا سابقاً يعتمد على وسائل الإعلام كمصدر ليتفاعل مع المشكلات الاجتماعية والتعليمية. وبشكل آخر نجد أن علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية التعليمية الأخرى، هي التي تحدد الأدوار التعليمية لوسائل الإعلام، وتحدد كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، فالأفراد لا يستطيعون أن يسيطروا على نشر الأنواع المختلفة من الرسائل الإعلامية التعليمية لأنه يجب أن تؤخذ علاقة وسائل الإعلام كنظام قائم مع النظم الأخرى. ويمكننا أن

نستنتج بأن علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية التعليمية الأخرى تشكل طبيعة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام[١]. إضافة إلى أهمية طبيعة دور التلفاز وتأثيره على توصيل المعلومة عن طريق الصورة والحركة والمؤثرات التلفازية والألوان، علاوة على أهمية دور استغلال الإذاعة المسموعة لتزويد المستمع بمعلومات مهمة عن الحوار. وتؤكد نتائج هذه الدراسة إلى ما تعرضت إليه ورقة عمل عبدالرحمن القحطاني (٢٠٠٥م) التي وثقها تحت عنوان: "دور وسائل الإعلام في تعميق الحوار لدى المواطن " أن هناك علاقة واضحة بين ما تبثه وسائل الإعلام المطبوعة كالصحافة والمسموعة كالإذاعة، والمرئية كالتلفاز، ووسيلة الإنترنت، ونشر ثقافة الحوار[٢]. كما أكدت بعض أوراق العمل هذا الاتجاه كورقة العمل المقدمة من عبدالله الحمود (٢٠٠٥م) بعنوان: "نحو تكريس أفضل لقيم الحوار في المجتمع: رؤية منهجية لمستقبل العمل الإعلامي في مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني "[٣]. وورقة العمل المقدمة من فاطمة

---

(١) نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عبدالحميد، محمد (١٩٩٧م) القاهرة، جمهورية مصر العربية: عالم الكتب، ص ص:١٤١:-١٤٣.

(٢) دور وسائل الإعلام في تعميق الحوار الوطني لدى المواطن : ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، القحطاني، عبدالرحمن (٢٠٠٥م) الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

(٣) نحو تكريس أفضل لقيم الحوار في المجتمع: رؤية منهجية لمستقبل العمل الإعلامي في مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني : ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، الحمود، عبدالله (٢٠٠٥م) الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

القرني (٢٠٠٥م) بعنوان: "الإعلام والحوار الوطني"[١]. وورقة العمل المقدمة من فالح الصغير (٢٠٠٥م) بعنوان: "الإعلام والحوار : الخروج من النمطية واللا تأثير استثمار وسائل الإعلام جديدة والمساهمة في الوصفة العلاجية"[٢]. وورقة العمل المقدمة من محمد الماجد (٢٠٠٥م) بعنوان: "الحوار مع وسائل الإعلام"[٣]. وورقة العمل المقدمة من فهد الخريجي (٢٠٠٥م) بعنوان: الحوار في – و – مع وسائل الإعلام[٤]. ويدل مما سبق ذكره بوضوح على مدى اعتماد المواطنين (الطلاب الجامعيون: عينة الدراسة) على وسائل الإعلام، حيث أهمية دور الصحيفة المقروءة التي تزود القارئ بمعلومات مهمة عن ثقافة الحوار، إضافة إلى أهمية طبيعة دور التلفاز، وتأثيره على توصيل المعلومة عن طريق الصورة والحركة والمؤثرات التلفازية، والألوان، علاوة على أهمية دور الإذاعة المسموعة لتزويد المستمع بمعلومات مهمة عن ثقافة الحوار. وتؤكد نتائج هذه الدراسة إلى ما جاء في أوراق العمل لكل من جميل

---

(١) الإعلام والحوار الوطني: ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، القرني، فاطمة (٢٠٠٥م) الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

(٢) الإعلام والحوار الوطني: الخروج من النمطية واللاتأثير استثمار وسائل الإعلام جديدة والمساهمة في الوصفة العلاجية: ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، الصغير، فالح (٢٠٠٥م) الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

(٣) الحوار الوطني مع وسائل الإعلام: ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، الماجد، محمد (٢٠٠٥م)، الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

(٤) الحوار الوطني في– و– مع وسائل الإعلام: ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، الخريجي، فهد (٢٠٠٥م) الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

الذيابي (٢٠٠٥م) تحت عنوان: "الصحافة والحوار الوطني"[١]. و سليمان العقيلي (٢٠٠٥م) تحت عنوان: "الصحافة والحوار : الأدوار المتبادلة"[٢]. وناهد باشطح (٢٠٠٥م) تحت عنوان: "الصحافة والحوار : الاتصال والتواصل". أن هناك علاقة قوية ومتينة ما بين تأثير طبيعة وسيلة الصحافة، ونشر ثقافة الحوار[٣]. ويتضح ذلك التأثير على الجمهور المتلقي للرسائل الإعلامية، وبالتالي يكشف أهمية دور وسائل الإعلام على الأفراد المتلقين للرسائل الإعلامية من شرائح المجتمع كشريحة الطلاب الجامعيين. كما تؤكد نتائج هذه الدراسة إلى ما جاء في أوراق العمل المقدمة من سلوى شاكر بعنوان: "الإعلام المرئي والمسموع والحوار "[٤]. وورقة العمل المقدمة من عبدالله الطاير بعنوان: "الإعلام المرئي والمسموع والحوار "[٥]. وورقة العمل

---

(١) الصحافة والحوار الوطني: ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار : العلاقة بين المضمون والوسيلة، الذيابي، جميل (٢٠٠٥م)، الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

(٢) الصحافة والحوار الوطني: الأدوار المتبادلة: ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون، العقيلي، سليمان (٢٠٠٥م)، الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

(٣) الصحافة والحوار الوطني: الاتصال والتواصل: ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، باشطح، ناهد (٢٠٠٥م)، الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

(٤) الإعلام المرئي والمسموع والحوار : ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، شاكر، سلوى (٢٠٠٥م)، الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

(٥) الإعلام المرئي والمسموع والحوار الوطني: ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، الطاير، عبدالله (٢٠٠٥م)، الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

المقدمة من منى أبو سليمان بعنوان: " الإعلام المرئي والمسموع والحوار الوطني"[١]. وورقة العمل المقدمة من نوال بخش بعنوان: " الإعلام المرئي والمسموع والحوار الوطني"[٢]. بأن هناك دورًا واضحًا ومؤثرًا لوسائل الإعلام المرئية والمسموعة في نشر ثقافة الحوار. كما تؤكد نتائج هذه الدراسة إلى ما جاء في ورقة العمل المقدمة من هداية سلمان (٢٠٠٥م) بعنوان: "الإنترنت، وتعزيز ثقافة الحوار." إلى أهمية دور الإنترنت بشكل ملحوظ في تعزيز نشر ثقافة الحوار[٣].

٢. يوجد نسبة عالية (٤٠,٧٦٧٪) من عينة البحث أجابوا بأنهم يتابعون أخبار وموضوعات ثقافة الحوار بشكل دائم، ونسبة ٣٤,٦٦٩٪ يتابعون أحيانًا عن طريق التلفاز. وهذه النسبة تدل على أن هناك نسبة عالية من المتابعة للطلبة (عينة البحث) لوسيلة التلفاز حيث وجود الصورة، والحركة، والألوان، والمؤثرات الصوتية وحركة الكاميرا، وغيره من التأثيرات التلفازية التي بدورها تجذب المشاهدين من الطلاب وتضفي قوة ومصداقية إعلامية على الأخبار والموضوعات التي يستعرضها التلفاز عن طريق برامجه المتنوعة على الشاشة الفضية الصغيرة. وتدل النسبة المذكورة أيضًا بوضوح على مدى اعتماد الطلاب على وسيلة التلفاز، حيث قوة وأهمية طبيعة دور التلفاز وتأثيره

---

(١) الإعلام المرئي والمسموع والحوار : ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، أبو سليمان، منى (٢٠٠٥م)، الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

(٢) الإعلام المرئي والمسموع والحوار : ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، بخش، نوال (٢٠٠٥م)، الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

(٣) الإنترنت وتعزيز ثقافة الحوار: ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، سلمان، هداية (٢٠٠٥م)، الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني .

على توصيل المعلومة عن طريق الصورة والحركة والمؤثرات التلفازية والألوان، لتزويد الطلاب بمعلومات مهمة عن ثقافة الحوار. وتؤكد النتائج السابق ذكرها إلى ما تعرضت إليه أوراق العمل المقدمة من سلوى شاكر بعنوان: "الإعلام المرئي والمسموع والحوار الوطني"(١). وورقة العمل المقدمة من عبدالله الطاير بعنوان: "الإعلام المرئي والمسموع والحوار"(٢). وورقة العمل المقدمة من منى أبو سليمان بعنوان: " الإعلام المرئي والمسموع والحوار الوطني "(٣). وورقة العمل المقدمة من نوال بخش بعنوان: " الإعلام المرئي والمسموع والحوار الوطني"(٤). بأن هناك دورًا واضحًا ومؤثرًا لوسائل الإعلام المرئية والمسموعة في نشر ثقافة الحوار.

٣. نسبة كبيرة من العينة تفضل قناتي السعودية الأولى (بنسبة ٢٨,١٣٦٪) والإخبارية (بنسبة ٢٥,٨٧١٪) على التوالي بسبب أن هاتين القناتين هما الأكثر متابعة بشكل مباشر لأخبار، وموضوعات، وإعلانات

---

(١) الإعلام المرئي والمسموع والحوار الوطني: ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، شاكر، سلوى (٢٠٠٥م)، الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

(٢) الإعلام المرئي والمسموع والحوار : ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، الطاير، عبدالله (٢٠٠٥م)، الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

(٣) الإعلام المرئي والمسموع والحوار الوطني: ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، أبو سليمان، منى (٢٠٠٥م)، الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

(٤) الإعلام المرئي والمسموع والحوار الوطني: ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، بخش، نوال (٢٠٠٥م)، الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

الحوار من قبل الطلاب الجامعيين بمدينة جدة بالمملكة العربية السعودية، حيث إن هذه الدراسة حددت العينة بعينة من طلاب جامعة الملك عبدالعزيز بمدينة جدة، ومن ثم تأتي القنوات التلفازية الأخرى بالترتيب وعلى التوالي كقناة MBC بنسبة ٢٢,١٢٥٪، وهي قناة معروفة وجيدة في متابعتها لأخبار وموضوعات الحوار والتي جذبت المشاهدين من الطلاب الجامعيين وحصلت على المركز الثالث نسبيًا بحسب رأي عينة الدراسة ومن ثم قناة العربية بنسبة ١٩,٨٦١٪، وأخيرا تأتي في المرتبة الأخيرة قناة السعودية الثانية بنسبة ٤,٠٠٧٪، حيث إنها تستخدم اللغة الإنجليزية في تقديمها وتحليلها ولا تستخدم اللغة العربية اللغة الأم لعينة الدراسة.

٤. يوجد نسبة عالية من العينة أي ما يعادل نسبة (٣٧,٨٩٢٪) من عينة البحث أجابوا بأنهم يتابعون أخبارًا وموضوعات ثقافة الحوار عن طريق الصحف السعودية بشكل دائم ونسبة ٣٦,٧٦٠٪ يتابعون أحيانًا. وهذه النسبة تدل بوضوح على أن هناك مستوى عال من القراء لهذه الصحف ومتابعة جيدة للعينة عن طريق هذه الوسيلة المطبوعة المهمة (الصحف السعودية)، حيث إنه يمكن للقراء من الطلاب الجامعيين الرجوع إلى قراءة أخبار وموضوعات وإعلانات الحوار في الوقت الذي يختارونه في أوقات فراغهم، ومن إحدى المزايا التي تتمتع به الصحيفة المطبوعة بأنه: يمكن الرجوع إليها في المستقبل فهي توثق جميع ما يكتب من أخبار وموضوعات تدور حول الحوار. وتؤكد النتائج السابق ذكرها إلى ما جاءت به أوراق العمل لكل من جميل الذيابي (٢٠٠٥م) تحت عنوان: "الصحافة والحوار الوطني"[١]. وسليمان العقيلي

---

(١) الصحافة والحوار الوطني: ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، الذيابي، جميل (٢٠٠٥م)، الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

(٢٠٠٥م) تحت عنوان: "الصحافة والحوار الوطني: الأدوار المتبادلة"[١]. وناهد باشطح (٢٠٠٥م) تحت عنوان: "الصحافة والحوار : الاتصال والتواصل". أن هناك علاقة قوية ومتينة ما بين تأثير طبيعة وسيلة الصحافة ونشر ثقافة الحوار[٢]. ويتضح ذلك التأثير على الجمهور المتلقي للرسائل الإعلامية، وبالتالي يكشف أهمية دور وسائل الإعلام على الأفراد المتلقين للرسائل الإعلامية من شرائح المجتمع كشريحة الطلاب الجامعيين.

٥. نسبة كبيرة من العينة تفضل صحيفتي عكاظ (بنسبة ٢٤,٤٧٨٪) والمدينة (بنسبة ١٩,٥١٣٪) بالترتيب وعلى التوالي بسبب أن هاتين الصحفيتين هما الأكثر شعبية وتوزيعا بمدينة جدة، حيث إن هذه الدراسة حددت العينة بطلاب جامعة الملك عبدالعزيز بمدينة جدة، ومن ثم تأتي الصحف الأخرى بالترتيب وعلى التوالي بدءاً بالوطن بنسبة ١٤,٣٧٢٪ وهي صحيفة لها انتشارها الجيد بين أوساط الطلاب الجامعيين في مدينة جدة، ثم الشرق الأوسط بنسبة ٨,٥٣٦٪ التي تتمتع بجاذبية التنوع ولها قراؤها من الطلاب الجامعيين، ثم شمس بنسبة ٨,١٠١٪ التي يهتم بقراءتها الطلاب الجامعيون كونهم من فئة عمر الشباب، فهذه الصحيفة تعلن عن نفسها بأنها شبابية ومنوعة وسعودية، ثم البلاد بنسبة ٧,٥٧٩٪، ثم الحياة ٤,٩٦٥٪ اللتان يحتاجان إلى جذب أكبر عدد ممكن من القراء من الطلاب الجامعيين، ثم أخيرا

---

(١) الصحافة والحوار الوطني: الأدوار المتبادلة: ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون، العقيلي، سليمان (٢٠٠٥م)، الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

(٢) الصحافة والحوار الوطني: الاتصال والتواصل: ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوارالوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، باشطح، ناهد (٢٠٠٥م)، الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

تأتي في المراتب الثلاث الأخيرة على التوالي صحف الجزيرة ٤,٦١٧٪ والرياض ٤,١٨١٪ واليوم ٣,٦٥٨٪ التي لا تحظي بدرجة كبيرة من متابعة القراء من الطلاب الجامعيين بمدينة جدة، كونها تركز في أخبارها واهتماماتها بشكل رئيسي وواضح على المناطق التي تصدر منها.

٦. نسبة عالية (٣٦,٦٧٢٪) من عينة البحث أجابوا بأنهم يتابعون أخبارًا وموضوعات ثقافة الحوار بشكل دائم، ونسبة ٣٤,٤٠٨٪ يتابعون أحياناً عن طريق الإنترنت، وهذه النسبة تدل على أن هناك نسبة عالية من المتابعة للطلبة (عينة البحث) عن طريق الإنترنت الذي يضفي قوة ومصداقية إعلامية على ما يبث من أخبار أو ما يطرح من موضوعات عن طريق وسائل الإعلام والاتصال الشخصي، ومما لا شك فيه كل ذلك سيدعم تأثير وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية، والإنترنت له تأثيره وجاذبيته حيث تفاعل المرسل والمستقبل مع موضوع الرسالة المطروح للتحليل والدراسة والحصول على ردود الفعل المباشرة من المرسل والمستقبل في نفس اللحظة التي بدأ فيها الاتصال، ولكن يبقى محدودا بحسب المعرفة ومستوى التحصيل العلمي للمرسل والمستقبل عن موضوع الرسالة المطروحة للنقاش، ويعتمد أيضا على المزاج العام للموقف الاتصالي كما هو الحال بالنسبة للاتصال الشخصي. وتؤكد النتائج السابق ذكرها إلى ما توصلت إليه ورقة العمل المقدمة من هداية سلمان (٢٠٠٥م) بعنوان: "الإنترنت وتعزيز ثقافة الحوار." إلى أهمية دور الإنترنت بشكل ملحوظ في تعزيز نشر ثقافة الحوار [١].

---

(١) الإنترنت وتعزيز ثقافة الحوار: ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، سلمان، هداية (٢٠٠٥م)، الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

٧. نسبة عالية (٢٧,٢٦٥٪) من عينة البحث يتابعون أخبارًا وموضوعات ثقافة الحوار بشكل دائم، ونسبة ٢٥,٢٦١٪ يتابعون أحيانا عن طريق الاتصال الشخصي. وهذه النسبة تدل على أن هناك نسبة عالية من المتابعة للطلبة الجامعيين (عينة البحث) عن طريق الاتصال الشخصي الذي يضفي قوة ومصداقية إعلامية على ما يبث من أخبار أو ما يطرح من موضوعات، حيث إن الاتصال الشخصي له تأثيره وجاذبيته حيث تفاعل المرسل والمستقبل مع موضوع الرسالة المطروح للتحليل والدراسة والحصول على ردود الفعل المباشرة من المرسل والمستقبل في نفس اللحظة التي بدأ فيها الاتصال، ولكن يبقى الأثر محدودا بحسب المعرفة ومستوى التحصيل العلمي للمرسل والمستقبل عن موضوع الرسالة المطروح للنقاش، ويعتمد أيضا على المزاج العام للموقف الاتصالي. وأيضاً سيدعم ذلك تأثير الأخبار والموضوعات التي تناقش من خلال وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية والإنترنت.

٨. مدى متابعة الطلاب الجامعيين لأخبار وموضوعات حركة نشر ثقافة الحوار عن طريق الإذاعات الحكومية والتجارية جاء بشكل دائم بنسبة ٣٤,٤٠٨٪، ونسبة ٣٣,٣٦٢٪ أحيانا وهي تعتبر نسب اقل من نسب متابعة الطلاب لكل من التلفاز والصحافة والإنترنت والاتصال الشخصي. وقد يعود انخفاض متابعة الطلاب (عينة الدراسة) للاستماع إلى الإذاعة بسبب عدم عرض برامج إذاعية مدروسة ومقننة عن طريق الإذاعة تجذب المستمعين إليها من الطلاب وتلبي احتياجاتهم إعلاميا من عرض برامج ذات تحليل عال يساعد الطلاب في فهم ثقافة الحوار. وتأكد النتائج السابق ذكرها إلى ما جاء من أوراق عمل مقدمة من سلوى شاكر بعنوان: "الإعلام المرئي والمسموع

والحوار الوطني"[١]. وورقة العمل المقدمة من عبدالله الطاير بعنوان: "الإعلام المرئي والمسموع والحوار الوطني"[٢]. وورقة العمل المقدمة من منى أبو سليمان بعنوان: " الإعلام المرئي والمسموع والحوار الوطني"[٣]. وورقة العمل المقدمة من نوال بخش بعنوان: "الإعلام المرئي والمسموع والحوار"[٤]. بأن هناك دورًا واضحًا ومؤثرًا لوسائل الإعلام المرئية والمسموعة في نشر ثقافة الحوار.

٩. نسبة متابعة الطلاب لأخبار وموضوعات ثقافة الحوار عن طريق الإذاعة السعودية (٩٢,٩٤٤٪) أعلى من نسبة المتابعة للإذاعة التجارية (العربية-MBC-FM) (٧,٠٥٦٪) ويدل على أن الإذاعة السعودية أكثر جاذبية من (العربية-بانوراما-MBC-FM) بسبب عرضها المكثف لأخبار وموضوعات ثقافة الحوار بشكل جذاب وشيق من خلال برامجها ة الرصينة، مما يشجع المستمع للاستماع والمشاركة عن طريق الإذاعة السعودية، علما

---

(١) الإعلام المرئي والمسموع والحوار الوطني: ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، شاكر، سلوى (٢٠٠٥م)، الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

(٢) الإعلام المرئي والمسموع والحوار الوطني: ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، الطاير، عبدالله (٢٠٠٥م)، الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

(٣) الإعلام المرئي والمسموع والحوار الوطني: ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، أبو سليمان، منى (٢٠٠٥م)، الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

(٤) الإعلام المرئي والمسموع والحوار الوطني: ورقة عمل مقدمة في ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، بخش، نوال (٢٠٠٥م)، الرياض، المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

بأن مدى متابعة الطلاب الجامعيين (عينة الدراسة) لثقافة الحوار عن طريق الإذاعة أقل من مدى متابعتهم لوسيلتي الإعلام الأخرى كالتلفاز والصحافة، إضافة إلى وسيلة الإنترنت.

وبنظرة علمية متفحصة إلى أهم الأطر النظرية التفسيرية والتراث العلمي لهذه الدراسة، يمكننا أن نستخلص أنه من الممكن تطبيق تلك الأطر النظرية التفسيرية وذلك التراث العلمي على نتائج هذه الدراسة، وبالتالي نستنتج أنه يوجد دور واضح لوسائل الإعلام، إضافة إلى الإنترنت والاتصال الشخصي في نشر ثقافة الحوار في المجتمعات الإنسانية المتحضرة كمجتمع طلاب جامعة الملك عبدالعزيز في مدينة جدة (عينة الدراسة) بشكل خاص، الذي تطورت لديه وسائل الإعلام من صحافة وإذاعة وتلفاز، إضافة إلى الإنترنت والاتصال الشخصي، بشكل ملحوظ وملموس في السنوات الأخيرة الماضية.

توصيات الدراسة

وفي ضوء نتائج هذه الدراسة، فقد تم التوصل إلى التوصيات الآتية:

١) العمل على تخطيط وتنفيذ حملات علاقات عامة وإعلام مقننة ومنظمة علميا تهدف إلى تأكيد الصورة الذهنية الايجابية التي يحملها مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني وما يقوم به من أعمال تنظيمية ضخمة في نشر ثقافة الحوار، مما سينعكس ذلك بشكل إيجابي على نشر ثقافة الحوار على المدى القريب والبعيد.

٢) إنشاء وحدة أبحاث علمية متخصصة أو مركز بحوث تابع لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني بالتعاون مع أقسام الإعلام بالجامعات السعودية لدراسة دور وسائل الإعلام والإنترنت والاتصال الشخصي في ثقافة الحوار بشكل منتظم ومستمر.

٣) مشاركة قادة الرأي من أساتذة الجامعات، وخبراء ومحللين بوسائل الإعلام، ومشرفي وممثلي من مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني،

ووزارة الثقافة والإعلام، ومشرفي وممثلي صفحات بوسائل الإعلام المسموعة والمطبوعة والمرئية في عقد ندوات متخصصة موسعة لمناقشة كيفية نشر ثقافة الحوار من عدة زوايا.

٤) توعية الجمهور المستقبل للرسائل الإعلامية (الطلاب الجامعيون) عن دور الوسائل الإعلامية والإنترنت والاتصال الشخصي فيما يخص ثقافة الحوار عن طريق عقد محاضرات وندوات إعلامية متخصصة للحوار يشارك فيها ممثلو ومشرفو صفحات الحوار بالصحف ومحطات الإذاعة والتلفاز تحت عنوان: " دور وسائل الاتصال في نشر ثقافة الحوار".

٥) عقد دورات تدريبية متخصصة للطلبة الجامعيين تهدف إلى تطوير قدراتهم الاتصالية وتدريبهم على فهم ثقافة الحوار، وتدريبهم أيضا على استيعاب وتفهم دور وسائل الإعلام والإنترنت والاتصال الشخصي على تكوين ثقافتهم الحوارية الوطنية.

٦) تشجيع مراكز البحث العلمي بالجامعات والجمعيات العلمية السعودية على عمل دراسات علمية مستفيضة عن دور وسائل الإعلام والإنترنت والاتصال الشخصي على تشكيل ثقافة المجتمع الحوارية الوطنية، ورصد الميزانيات اللازمة لهذا النوع من الدراسات العلمية المهمة لخدمة المجتمع، مما سيزيد الوعي العلمي والإعلامي والاتصالي في نشر ثقافة الحوار.

٧) حيث إن حدود هذه الدراسة وإمكانات الباحث، فقد اختار الباحث عينة محددة من الطلاب الجامعيين بمدينة جدة، ويوصي الباحث بتوسعة العينة مستقبلا لتشمل الطلاب الجامعيين بالجامعات السعودية الأخرى، كما يمكن توسيع العينة إلى لتشمل جامعات دول الخليج العربي وجامعات الدول العربية الأخرى المشابهة.

المراجـــع

أولاً: المراجع العربية

أبو سليمان، منى (٢٠٠٥م) الإعلام المرئي والمسموع والحوار الوطني: ورقة عمل مقدمة في *ندوة الإعلام والحوار : العلاقة بين المضمون والوسيلة، الرياض، المملكة العربية السعودية*: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

باشطح، ناهد (٢٠٠٥م) الصحافة والحوار الوطني: الاتصال والتواصل: ورقة عمل مقدمة في *ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، الرياض، المملكة العربية السعودية*: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

بخش، نوال (٢٠٠٥م) الإعلام المرئي والمسموع والحوار الوطني: ورقة عمل مقدمة في *ندوة الإعلام والحوار : العلاقة بين المضمون والوسيلة، الرياض، المملكة العربية السعودية*: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

الجوهري، محمد، الخريجي، عبدالله (١٩٨٢م) *طرق البحث الاجتماعي*، الطبعة الثالثة: القاهرة، جمهورية مصر العربية: دار الكتاب العربي.

حسين، سمير محمد (١٩٧٦م) *بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ*، القاهرة، جمهورية مصر العربية: مؤسسة دار الشعب.

حسين، سمير محمد (١٩٩٥م) *بحوث الإعلام*، القاهرة، جمهورية مصر العربية: مكتبة عالم الكتب.

الحمود، عبدالله (٢٠٠٥م) نحو تكريس أفضل لقيم الحوار في المجتمع : رؤية منهجية لمستقبل العمل الإعلامي في مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني: ورقة عمل مقدمة في *ندوة الإعلام والحوار : العلاقة بين المضمون والوسيلة، الرياض، المملكة العربية السعودية*: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

الحيزان، محمد بن عبدالعزيز (٢٠٠٤م) *البحوث الإعلامية: أسسها، أساليبها، مجالاتها*، الطبعة الثانية: الرياض، المملكة العربية السعودية: مطبعة سفير.

الخريجي، فهد (٢٠٠٥م)، الحوار الوطني في- و- مع وسائل الإعلام: ورقة عمل مقدمة في *ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، الرياض،*

المملكة العربية السعودية: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

الذيابي، جميل (٢٠٠٥م) الصحافة والحوار الوطني: ورقة عمل مقدمة في *ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، الرياض، المملكة العربية السعودية*: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

سلمان، هداية (٢٠٠٥م) الإنترنت وتعزيز ثقافة الحوار: ورقة عمل مقدمة في *ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، الرياض، المملكة العربية السعودية*: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

شاكر، سلوى (٢٠٠٥م) الإعلام المرئي والمسموع والحوار الوطني: ورقة عمل مقدمة في *ندوة الإعلام والحوار: العلاقة بين المضمون والوسيلة، الرياض، المملكة العربية السعودية*: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

شرام، ولبر (١٩٨٨م) التحديات التي تواجه بحوث الاتصال، فصل من كتاب: *المدخل إلى بحوث الاتصال الجماهيري*، جامعة لويزنا الأمريكية، بغداد: ترجمة ونشر المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين.

صالح، سليمان (٢٠٠١م) مستقبل الصحافة المطبوعة في ضوء تطور التكنولوجيا الاتصال، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد الثالث عشر.

الصغير، فالح (٢٠٠٥م) الإعلام والحوار : الخروج من النمطية واللاتأثير استثمار وسائل إعلام جديدة والمساهمة في الوصفة العلاجية: ورقة عمل مقدمة في *ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، الرياض، المملكة العربية السعودية*: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

صيني، سعيد إسماعيل (١٩٩٤م) *قواعد أساسية في البحث العلمي*، بيروت، لبنان: مؤسسة الرسالة.

الضحيان، سعود بن ضحيان وعزت عبد الحميد محمد حسن (٢٠٠٢م) *معالجة البيانات باستخدام برنامج*، الجزء الثاني، الرياض، المملكة العربية السعودية: مطابع التقنية.

الطاير، عبدالله (٢٠٠٥م) الإعلام المرئي والمسموع والحوار الوطني: ورقة عمل مقدمة في *ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، الرياض، المملكة العربية السعودية*: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

عبد الحميد، محمد، (١٩٩٢م) *بحوث الصحافة*، القاهرة، جمهورية مصر العربية: عالم الكتب.

عبد الحميد، محمد، (١٩٩٧م) *نظريات الإعلام واتجاهات التأثير*، القاهرة، جمهورية مصر العربية: عالم الكتب.

العبد، عاطف، عدلي، (٢٠٠٦م) *الرأي العام وطرق قياسه: الأسس النظرية، الجوانب المنهجية، النماذج التطبيقية*، والتدريبات العملية، القاهرة، جمهورية مصر العربية: دار الفكر العربي.

العبد، عاطف، عدلي (٢٠٠٧م) *مدخل إلى الاتصال والرأي العام: الأسس العلمية*، والتدريبات العملية، القاهرة، جمهورية مصر العربية: دار الفكر العربي.

العبد، عاطف، والعبد، نهى (٢٠٠٢م) *تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام والإعلام: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية*، القاهرة، جمهورية مصر العربية: دار الفكر العربي.

العبد، عاطف، والعبد، نهى (٢٠٠٧م) *الإعلام التنموي والتغير الاجتماعي: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية*، القاهرة، جمهورية مصر العربية: دار الفكر العربي.

عبيدات، ذوقان عبد الرحمن عدس وكايد عبد الحق (١٩٨٩م) *البحث العلمي: مفهومه، أدواته، أساليبه*، عمان، الأردن: دار الفكر.

العقيلي، سليمان (٢٠٠٥م) الصحافة والحوار الوطني: الأدوار المتبادلة: ورقة عمل مقدمة في *ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون، الرياض، المملكة العربية السعودية* : الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

فهمي، نجوى عبدا لسلام (١٩٩٨م) تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية: الواقع وأفاق المستقبل، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد الرابع.

الفوال، صلاح مصطفى (١٩٨٢م) *مناهج البحث في العلوم الاجتماعية*، القاهرة، جمهورية مصر العربية: دار غريب.

القحطاني، عبدالرحمن (٢٠٠٥م) دور وسائل الإعلام في تعميق الحوار الوطني لدى المواطن : ورقة عمل مقدمة في *ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، الرياض، المملكة العربية السعودية*: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

القرني، فاطمة (٢٠٠٥م) الإعلام والحوار : ورقة عمل مقدمة في *ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، الرياض، المملكة العربية السعودية*: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

الكامل، فرج (١٩٨٥م) *تأثير وسائل الاتصال: الأسس النفسية والاجتماعية*، القاهرة، جمهورية مصر العربية: دار الفكر العربي.

الماجد، محمد (٢٠٠٥م) الحوار الوطني مع وسائل الإعلام: ورقة عمل مقدمة في *ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، الرياض، المملكة العربية السعودية*: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني (٢٠٠٥م) *ندوة الإعلام والحوار الوطني: العلاقة بين المضمون والوسيلة، الرياض، المملكة العربية السعودية*: الموقع الإلكتروني لمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني (٢٠٠٦م) *دليل تعريفي*، مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني، الرياض، المملكة العربية السعودية: مطبعة مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني.

ويمر، روجر ودومينيك (١٩٨٩م) *مناهج البحث الإعلامي*، ترجمة وتقديم: صالح خليل أبو إصبع، دمشق، سوريا: صبرا للطباعة والنشر.

ثانيًا: المراجع الإنجليزية

Patton, Michael Quinn (2002) "*Qualitative Research & Evaluation Methods*", London: Sage Publication, Inc.

Samuels, Warren (1983) *Economic Thought and Discourse in the 20th Century*, London: Sage Publication, Inc., pp:134-150.

ملحق (١)

رقم الاستبانة: التاريخ:

الموضوع: الاتصال وثقافة الحوار: دراسة مسحية على عينة من طلاب جامعة الملك عبدالعزيز بجدة)

أخي الطالب المحترم

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،

تجد برفقه استبياناً يتعلق بدراسة عن دور وسائل الإعلام والإنترنت والاتصال الشخصي في نشر ثقافة الحوار.

أرجو التفضل على إجابة هذا الاستبيان والذي لا يتجاوز العشرة دقائق من الزمن لإتمامه. علمًا بأن جميع المعلومات التي ستتفضل بها سوف تراعى بغاية السرية، وأيضا هذا الاستبيان لا يطلب اسمك أو عنوانك، فجميع المعلومات سوف تستخدم لغاية البحث العلمي فقط.

أخي الطالب، بدون إجابتك لن يتم نجاح هذه الدراسة، لذا استحثك على اتباع التعليمات و إجابتك الكاملة لهذه الاستبانة، مع خالص شكري وتقديري في مشاركتك. ولمزيد من الاستفسار، أرجو الاتصال على العنوان التالي:

حسان بن عمر بصفر

قسم الإعلام – كلية الآداب والعلوم الإنسانية

جامعة الملك عبدالعزيز – جدة – المملكة العربية السعودية

hassanbasfar@yahoo.com

تعليمات: للإجابة على الأسئلة، أرجو وضع علامة (√) في المكان المحدد والموافق لتصورك في الإجابة.

الأسئلة الآتية تتعلق بتجربتك مع دور وسائل الإعلام (الصحافة والإذاعة والتلفاز) والإنترنت والاتصال الشخصي في نشر ثقافة الحوار:

١. هل تتابع أخبار وموضوعات ثقافة الحوار من خلال الصحافة (الصحف السعودية)؟

نعم ☐ لا ☐

- إذا كانت الإجابة بنعم، في اعتقادك، إلى أي مدى تمتد متابعتك؟

دائما ☐ بعض الأحيان ☐

نادرا ☐ أبدا ☐

٢. ما الصحف التي تفضل أن تتابع عن طريقها أخبار وموضوعات ثقافة الحوار (حدد الصحيفة/ الصحف)؟

- البلاد ☐
- عكاظ ☐
- المدينة ☐
- الوطن ☐
- الحياة ☐
- الشرق الأوسط ☐
- شمس ☐
- الرياض ☐
- الجزيرة ☐
- اليوم ☐

أخرى:

(أرجو ذكرها).....

٣. هل تتابع أخبار موضوعات ثقافة الحوار من خلال الإذاعة بشكل عام (الإذاعات الحكومية والتجارية)؟

نعم ☐ لا ☐

- إذا كانت الإجابة بنعم، في اعتقادك، إلى أي مدى تمتد متابعتك؟

دائما ☐ بعض الأحيان ☐

نادرا ☐ أبدا ☐

٤. ما الإذاعات التي تتابع عن طريقها أخبار وموضوعات ثقافة الحوار (حدد المحطة الإذاعية / المحطات الإذاعية)؟

- الإذاعة السعودية
(البرنامج العام من الرياض والبرنامج الثاني من جدة) ☐
- (العربية- MBC-FM) ☐

أخرى:
(أرجو ذكرها).....

٥. هل تتابع أخبار وموضوعات ثقافة الحوار من خلال التلفاز بشكل عام (محطات التلفزة الحكومية والتجارية)؟

نعم ☐ لا ☐

- إذا كانت الإجابة بنعم، في اعتقادك، إلى أي مدى تمتد متابعتك؟

دائما ☐ بعض الأحيان ☐
نادرا ☐ أبدا ☐

٦. ما القنوات التلفازية التي تفضل أن تتابع عن طريقها أخبار وموضوعات ثقافة الحوار (حدد القناة / القنوات)؟

السعودية (الأولى) ☐
السعودية (الثانية) ☐
الإخبارية ☐
MBC ☐
العربية ☐

أخرى:
(أرجو ذكرها).....

٧. هل تتابع أخبار وموضوعات ثقافة الحوار من خلال الاتصال الشخصي؟

نعم ☐ لا ☐

– إذا كانت الإجابة بنعم، في اعتقادك، إلى أي مدى تمتد متابعتك؟

دائما ☐ بعض الأحيان ☐

نادرا ☐ أبدا ☐

٨. هل تتابع أخبار وموضوعات ثقافة الحوار من خلال الإنترنت؟

نعم ☐ لا ☐

– إذا كانت الإجابة بنعم، في اعتقادك، إلى أي مدى إلى أي مدى تمتد متابعتك؟

دائما ☐ بعض الأحيان ☐

نادرا ☐ أبدا ☐

٩. ما أكثر وسيلة مؤثرة من الوسائل الإعلامية والاتصالية الآتية، في تشكيل ثقافة الحوار :

الصحافة ☐

الإذاعة ☐

التلفاز ☐

الإنترنت ☐

الاتصال الشخصي ☐

١٠. ما أكثر مصدر مؤثر من مصادر الأخبار الصحفية والإعلامية الرسمية وغير رسمية (كمركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني، وكالة الأنباء السعودية، خبراء ومحللين بوسائل الإعلام،) في نشر ثقافة الحوار ؟

مركز الملك عبدالعزيز للحوار الوطني ☐

وكالة الأنباء السعودية ☐

خبراء ومحللين بوسائل الإعلام ☐

أشكرك الشكر الجزيل على تعاونك في إكمال هذا الاستبيان، متمنيا لك التوفيق والنجاح في حياتك العلمية والعملية، والله ولي التوفيق،،،

The Communication and Dialogue Culture's: A Sample Study of Saudi Undergraduate Students at King Abdulaziz University

Dr. Hassan Omar Basfar
Department of Mass Communication
Faculty of Arts & Humanities, King Abdulaziz University, Jeddah, Saudi Arabia

Abstract. This study seeks to examine the perceptions of Saudi Arabian Undergraduate students at King Abdulaziz University regarding the function of mass media, internet and interpersonal communication in constructing their national dialogue culture's. A survey method based on a questionnaire is used to collect data for the present study where a total number of 1148 students have participated. Simple descriptive statistics are utilized in the analysis and presentation of the data.

The main findings of the analysis reveal the following:

1- The function of TV news and programmes constructs the students' perception of their national dialogue culture's comes in first place constituting 30.923٪ of total effect.

2- The study shows that the newspapers and internet play a major role in the students' perception of their national dialogue culture's. However, their perception comes in second and third positions constituting 25.958٪ and 19.251٪ of total effect respectively.

3- The study also shows that listening to the news and topics related to national dialogue culture's on the governmental and commercial radio broadcast have a greater perception than the interpersonal communication level. Hence, the impact of Radio on the students' perception of their national dialogue culture's comes in fourth place whereas the impact of Interpersonal Communication comes in fifth place, constituting 13.983٪ and 9.930٪ of total effect respectively.

4- The study reveals that the official and non-official news sources such as King Abdulaziz Center for National Dialogue, the Saudi Arabian News Agency, in addition to national dialogue analysis conducted by experts have their impact on the students' perception of their national culture's.

5- Finally, the study has reached a number of significant conclusions and recommendations related to the function of mass media, internet and interpersonal communication on the students national dialogue culture's, which will be useful for Saudi national dialogue culture's as well as other national dialogue culture's in the gulf region and the Arab world.