

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الاعلام



الموضوع:

مواقع التواصل الاجتماعي والحوار بين الأديان
دراسة وصفية تحليلية لعينة من المجموعات التي تدعوا إلى الحوار بين
المسلمين والمسيحيين على الفيسبوك

رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه الطور الثالث (ل.م.د.)
في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص : صحافة، تطبيقات وتخصص

تحت إشراف: أ.د/ بو عجمي جمال

من اعداد: بوسيف جمال

قدمت ونوقشت علنا:

أمام أعضاء لجنة المناقشة:

السيد: ادريس شريف	أستاذ التعليم العالي	رئيسا	م.و.ع.ص.ع.إ.
السيد: بو عجمي جمال	أستاذ التعليم العالي	مقررا	جامعة الجزائر 3
السيدة: بوسجرة ليليا	أستاذة محاضرة	عضوا	م.و.ع.ص.ع.إ.
السيد: هدير محمد	أستاذ محاضر	عضوا	م.و.ع.ص.ع.إ.
السيدة: شعبان كريمة	أستاذة محاضرة	عضوا	جامعة الجزائر 3
السيد: فرشان دليلة	أستاذة محاضرة	عضوا	جامعة الجزائر 3

الدفعة الثانية - 2015

السنة الجامعية: 2019 - 2020

اهداء

أهدي هذا العمل:

إلى الوالدين الكريمين

إلى إخوتي الأعزاء

إلى كل الأصدقاء والزملاء

إلى كل من قدم لي يد العون من قريب أو بعيد

إليكم جميعا أهدي هذا العمل

شكر وعرفان

أتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى الأستاذ الدكتور بوعجيمي جمال على قبوله الإشراف على هذا العمل، وعلى كل ما قدمه لي من توجيهات وارشادات، كما أتقدم بالشكر إلى جميع الأساتذة الذين قدموا لي يد العون.

خطة الدراسة

مقدمة:

- الاطار المنهجي:
- الإشكالية
- التساؤلات
- أسباب اختيار الموضوع
- أهمية الموضوع
- أهداف الموضوع
- مجتمع البحث وعينته
- منهج البحث وأدواته
- اختبارات الثبات
- الأدوات الإحصائية
- الدراسات السابقة
- مفاهيم الدراسة
- المقرب النظري للدراسة: نظرية الفضاء العمومي لهيرماس ونظرية حارس البوابة

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي في بيئة الانترنت

- المبحث الأول: بيئة الانترنت
- المطلب الأول: مفهوم ونشأة الانترنت
- المطلب الثاني: خصائص الانترنت
- المطلب الثالث: 2.0 تحول تقني جديد
- المطلب الرابع: الانترنت وعولمة الإعلام
- المبحث الثاني: إعلام الوسائل الجديدة وإشكالية المفهوم
- المطلب الأول: مفهوم إعلام الوسائل الجديدة
- المطلب الثاني: زوايا أعمق لفهم إعلام الوسائل الجديدة
- المطلب الثالث: أهم الوسائل التكنولوجية الحديثة
- المطلب الرابع: الفرق بين إعلام الوسائل التقليدية وإعلام الوسائل الجديدة
- المبحث الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي أحد أشكال التحول التقني الجديد
- المطلب الأول: مفهوم ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي
- المطلب الثاني: خصائص ووظائف مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث: أهم النظريات المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي
المطلب الرابع: الفايبروك ومواقع التواصل الاجتماعي الأخرى
المبحث الرابع: جدلية المجتمع الافتراضي في ظل تواجد المجتمع الواقعي بين التناغم والتنافر
المطلب الأول: المجتمع الافتراضي والجماعات
المطلب الثاني: العلاقات الافتراضية شكل من أشكال العلاقات الاجتماعية
المطلب الثالث: التنشئة الالكترونية إحدى مؤسسات التنشئة الاجتماعية
المطلب الرابع: الهوية الافتراضية إعادة إنتاج للهوية الواقعية

الفصل الثاني: ظاهرة حوار أتباع الأديان بين اعلام الوسائل التقليدية واعل الإعلام الجديدة

المبحث الأول: ماهية الأديان والحوار

المطلب الأول: الدين مفهومه أهميته ومكوناته
المطلب الثاني: أنواع الأديان
المطلب الثالث: الحوار مفهومه أهميته أنواعه وقواعده
المطلب الرابع: الأهداف العامة للحوار
المبحث الثاني: الأديان في البيئة الرقمية
المطلب الأول: تعريف الدين الرقمي ونشأته
المطلب الثاني: العبادات والطقوس الدينية من البيئة الواقعية إلى البيئة الرقمية
المطلب الثالث: أشكال الممارسة الدينية في البيئة الرقمية
المطلب الرابع: تشكل المجتمع المتندين عبر الأنترنت
المبحث الثالث: طبيعة الحوار بين أتباع الأديان

المطلب الأول: الحوار بين أتباع الأديان مفهومه نشأته أهميته وأنواعه
المطلب الثاني: أهم نقاط الالتقاء والافتراق بين الديانة المسيحية والإسلام.
المطلب الثالث: حوار أتباع الأديان بين الداعمين والرافضين من المفكرين
المطلب الرابع: العوائق التي تقف في وجه الحوار بين أتباع الأديان

المبحث الرابع: أنماط الوسائل الإعلامية المستخدمة في الحوار بين المسلمين والمسيحيين:

المطلب الأول: أهم الوسائل التقليدية التي احتضنت الحوار بين المسلمين والمسيحيين
المطلب الثاني: الحوار المسيحي الإسلامي عبر المواقع الالكترونية
المطلب الثالث: الحوار المسيحي الإسلامي عبر اليوتيوب أشكاله وآلياته

المطلب الرابع: الحوار المسيحي الإسلامي عبر الفايسبوك أي تمظهرات؟

الفصل الثالث: تحليل نتائج المقابلات والملاحظة بالمشاركة ومضمون المجموعات الثلاث:

المبحث الأول: التعريف بالمجموعات الثلاث

المطلب الأول: تعريف بالمجموعة الناطقة باللغة العربية

المطلب الثاني: التعريف بالمجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية

المطلب الثالث: التعريف بالمجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

المبحث الثاني: تحليل نتائج المقابلات

المطلب الأول: النتائج المتعلقة بخصائص أفراد العينة الذين أجريت معهم المقابلة

المطلب الثاني: النتائج المتعلقة بالإعداد التقني للمجموعات الثلاث

المطلب الثالث: النتائج المتعلقة بالأهداف التي تقف وراء إنشاء المجموعات الثلاث

المطلب الرابع: النتائج المتعلقة بكيفية تفاعل المسؤولين والمشرفون مع أعضاء مجموعاتهم

المبحث الثالث: تحليل نتائج الملاحظة بالمشاركة

المطلب الأول: تحليل الملاحظة الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة العربية

المطلب الثاني: تحليل الملاحظة الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية

المطلب الثالث: تحليل الملاحظة الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

المطلب الرابع: النتائج العامة للملاحظة الخاصة بالمجموعات الثلاث

المبحث الرابع: تحليل نتائج المضمون الخاصة بالمجموعات الثلاث

المطلب الأول: تحليل مضمون المجموعة الناطقة باللغة العربية

المطلب الثاني: تحليل مضمون المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية

المطلب الثالث: تحليل مضمون المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

المطلب الثالث: مقارنة نتائج تحليل مضمون المجموعات الثلاث

الفصل الرابع: تحليل نتائج الاستبيان الخاص بالمجموعات الثلاث:

المبحث الأول: تحليل نتائج الاستبيان الخاص بالمجموعة الناطقة باللغة العربية
المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة العربية
المطلب الثاني: أساليب تفاعل الجمهور داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية
المطلب الثالث: حرية التفاعل داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية
المطلب الرابع: طبيعة ثقافة الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية

المبحث الأول: تحليل نتائج الاستبيان الخاص بالمجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية
المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية
المطلب الثاني: أساليب تفاعل الجمهور داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية
المطلب الثالث: حرية التفاعل داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية
المطلب الرابع: طبيعة ثقافة الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية

المبحث الأول: تحليل نتائج الاستبيان الخاص بالمجموعة الناطقة باللغة الفرنسية
المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة الفرنسية
المطلب الثاني: أساليب تفاعل الجمهور داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية
المطلب الثالث: حرية التفاعل داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية
المطلب الرابع: طبيعة ثقافة الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

المبحث الرابع: المقارنة بين إجابات أفراد عينة المجموعات الثلاث
المطلب الأول: مقارنة النتائج المتعلقة بأساليب تفاعل الجمهور داخل المجموعات الثلاث
المطلب الثاني: مقارنة النتائج المتعلقة بحرية تفاعل الجمهور داخل المجموعات الثلاث
المطلب الثالث: مقارنة النتائج المتعلقة بطبيعة ثقافة الحوار داخل المجموعات الثلاث
المطلب الثالث: النتائج العامة الخاصة بجمهور المجموعات الثلاث

مقدمة:

تعد عملية التواصل غريزة إنسانية، نشأت مع الإنسان، حيث مر تاريخ التواصل بعدة مراحل وعصور حتى وصل إلى مرحلة النضج، السرعة والتطور، كانت بداياتها في العصور القديمة بما عرف بعصر الإشارات والعلامات عن طريق استخدام الرموز والإيماءات الجسدية كإشارة اليدين والعينين والإشارات الطبيعية، كإشعال النار والتواصل بالدخان وغيرها من أساليب التواصل والتفاهم بين أبناء ذلك العصر.

ثم بعد ذلك الانتقال إلى عصر اللغة والتخاطب، وصولاً إلى نطق بعض الكلمات ثم إلى عصر الكتابة بظهور الهيروغليفية عند المصريين والكتابة المسمارية في بلاد الرافدين، وكانت تستعمل بعض الوسائط كالكتابة على الصخور وأوراق البردي والألواح الطينية وغيرها من الوسائط، وصولاً إلى اكتشاف الورق عند الصينيين الذي ساهم في انتشار الكتابة وتطورها وتبادل الرسائل والكتب.

ظهر بعد ذلك عصر جديد بفضل العالم الألماني يوحنا جوتنبرغ في القرن الخامس عشر، ألا وهو عصر الطباعة، حيث أسس هذا الاختراع لمفهوم التقنية الإعلامية التكنولوجية في ذلك العصر، وسهلت عملية النسخ والنشر وتبادل المعارف والثقافات بين الشعوب، وأصبحت الكتب تنتشر على مدى أوسع من ذي قبل، إذ كانت حكرًا على الطبقة الغنية والمتقفة قبل اكتشاف هذه الوسيلة، وكان الفضل للطباعة بظهور عصر التنوير في أوروبا، نتيجة وصول الكتابات إلى عموم الجمهور.

إلى عصر الاتصال الجماهيري ممثلاً في اكتشاف السلكي واللاسلكي، التلغراف، الفاكس، الهاتف والتلنكس تم الانتقال إلى الإذاعة والتلفزيون والأقمار الصناعية في النصف الأول من القرن العشرين، حيث ساهمت هذه الوسائل بظهور الاتصال الجماهيري على نطاق أوسع.

يليه العصر الرقمي أو ما يسمى بالعصر التفاعلي، الذي عرف اكتشاف الإنترنت في النصف الثاني من القرن 20، والتي خلقت عالم تواصل جديد وأفرزت خليطاً من أجناس وطبقات المجتمعات على مختلف مشاربهم الثقافية والعقائدية، تحت راية واحدة هي القرية الافتراضية الصغيرة والتي تنبأ بها العالم الأمريكي الشهير **ماكلوهان** وصدق قوله بأن **الوسيلة هي الرسالة**، فبظهور الجيل الثاني والثالث للإنترنت أو ما يسمى بالويب 2.0 والويب 3.0 تطورت وسائل الاتصال وأدى إلى ولادة مواقع التواصل الاجتماعي أو ما يعرف بالشبكات الاجتماعية، مثل الفيسبوك وتويتر واليوتيوب ما يسهل لينكدن وغيرها، والتي سهلت أكثر عمليات التواصل وأتاحت نطاقاً واسعاً للحوار وتبادل الثقافات والمعلومات.

جذبت مواقع التواصل الاجتماعية قاعدة جماهيرية افتراضية غير مسبقة من مختلف شرائح المجتمع خاصة الشباب، حيث تخطت بذلك حدود وسيطرت الوسائل التقليدية الإعلامية مثل الصحف والإذاعة والتلفزيون مؤسسة لما يسمى بالإعلام الجديد، الإعلام البديل، الإعلام الاجتماعي أو إعلام الصحفي المواطن وغير ذلك من التسميات، إعلام سمح بتفاعل أكبر وتواصل على نطاق أوسع يضمن حرية أكبر، بالإضافة إلى خلق جمهور الكتروني وواقع ومجتمع وهوية افتراضية هجينة ومتعددة.

ساهمت الأحداث التي صنعها الفيسبوك وتويتر واليوتيوب في التحول الديمقراطي على مستوى العالمي، بداية من الولايات المتحدة الأمريكية أثناء الانتخابات الرئاسية لسنة 2008، حيث استغل المرشح الأمريكي باراك أوباما في ذلك الوقت مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة ناجعة للتسويق الانتخابي لبرنامج، حيث أتاح له الفيسبوك واليوتيوب من التواصل والتفاعل المباشر مع الشباب الأمريكي الأكثر استخداما لهذا النوع من الوسائط، الذي مكّنه من البقاء متصلا معهم طيلة الحملة، وحتى بعد فوزه بالرئاسيات كأول رئيس من أصول أفريقية متغلبا عن نظريه من الحزب الجمهوري، والذي لم يعطي نفس الاهتمام لهاته الشبكات الاجتماعية، فشهدت الولايات المتحدة الأمريكية تحولا ديمقراطيا أكثر عمقا، حيث فاز رئيس اسود بعد الحروب الأهلية التي كانت تنشب بين البيض والسود منذ زمن، محدثة نقلا ديمقراطيا دُونَ على دفتر التاريخ الأمريكي خاصة والعالمي عامة بفضل مواقع التواصل التي أزالّت النعرات والفوارق والأفكار المسبقة.

أيضا؛ ما أحدثته مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك من التحول الديمقراطي والحراك السياسي في الوطن العربي، أو ما أطلق عليه الربيع العربي، حيث كسرت مواقع التواصل الاجتماعي حاجز الصمت والخوف من الأنظمة الدكتاتورية وتملصت من الرقابة الأمنية، بالتواصل عبر الفيسبوك وتويتر واليوتيوب من خلال برجة أوقات وأماكن التظاهر والتعبئة من أجل الإطاحة بالأنظمة المتسلطة، وتمكنت عن طريق هذه المواقع من تنظيم نفسها من خلال التشاور وتبادل الآراء، فأطيح بزين العابدين في تونس، ثم حسني مبارك في مصر، ومعمر القذافي في ليبيا ولازال الصراع قائما في سوريا.

اضطرت الكثير من الدول المجاورة إلى المبادرة بإصلاحات سياسية واجتماعية، بداية بالجزائر بفتحها الفضاء الإعلامي الخاص، وإمكانية إنشاء أحزاب سياسية جديدة، وتدعيم الشباب العاطل عن العمل، وبفضل هذه الشبكات الاجتماعية اتسع هامش حرية الرأي والتعبير، ورفعت حالة الطوارئ وسمح للشعب الجزائري بالتظاهر والمطالبة بحقوقه الاجتماعية، وكذلك عمدت المغرب إلى إصلاحات سياسية من أجل تفادي انتقال

العدوى الربيعية، كما أن الاحتجاجات انتقلت عبر العدوى الفايبرية أيضا إلى بعض الدول الأوروبية التي كانت تعاني من أزمة مالية، كاسبانيا واليونان حيث طالب سكان هذه الدول بتحسين الأوضاع الاجتماعية، كل هذه الأحداث صنعها الفايبر كأحد أبرز مواقع التواصل الاجتماعي وأثبت قوته وتأثيره كإعلام بديل.

أصبحت بذلك مواقع التواصل الاجتماعي تحتل مكانة كبيرة عند جميع المجتمعات على اختلاف مستوياتها وثقافتها، وفتحت بذلك المجال للحوار والتواصل، وإلى جانب المواضيع السياسية التي صنعت الحدث على موقع الفايبر؛ انتشار المواضيع الدينية المختلفة الأهداف والمتعددة المشارب العقائدية، حيث أضحت أحد المنابر الدينية التي تجاوزت حدود المساجد والكنائس والمعابد والمدارس، وخلقت منبرا افتراضيا، فأصبح الإمام والقسيس، والراهب، والأشخاص العاديون ذوو الميول الديني يستعملون الفايبر كمنصة لهم ينقلون من خلالها دعواتهم الدينية، وحتى المتطرفين الدينيين وجدوا ملاذهم في هذا النوع من المواقع لنشر التطرف والتعصب الديني، والبعض الآخر اتخذ من الفايبر منبرا للدعوة إلى الحوار بين الأديان والتعايش وتقبل الآخر وبعث روح التسامح والإنسانية، وهذا الأخير هو الذي سنركز عليه في هاته الدراسة.

قسمنا هذه الدراسة إلى أربعة فصول حيث تناولنا في الفصل الأول مواقع التواصل الاجتماعي في بيئة الانترنت، وقد تطرقنا من خلاله للحديث عن ماهية الانترنت، وعن إعلام الوسائل الجديدة، ومواقع التواصل الاجتماعي، والمجتمع الافتراضي.

أما الفصل الثاني فقد خصصناه لظاهرة الحوار الأديان بين إعلام الوسائل التقليدية وإعلام الوسائل الجديدة، حيث ركزنا فيه على ماهية الحوار والدين، وعلى الأديان في البيئة الرقمية، وعلى طبيعة الحوار بين الأديان وواقعه، وأخيرا أنماط وسائل الاعلام المستعملة في الحوار بين أتباع الأديان.

أما الفصلين الأخيرين فخصصناهما لتحليل بيانات الجانب التطبيقي، حيث تطرقنا في الفصل الأول من الجانب التطبيقي للحوار بين المسيحيين والمسلمين؛ من خلال تحليل بيانات المقابلة والملاحظة واستمارة تحليل مضمون المجموعات على الفايبر، أما الفصل الثاني فخصصناه للحوار بين المسلمين والمسلمين من خلال تحليل استمارة الاستبيان الموزعة على جمهور المجموعات الثلاث.

إشكالية الدراسة:

نعيش اليوم في عصر التقدم التكنولوجي في عصر السيطرة الرقمية على مختلف جوانب الحياة، في عصر فتحت فيه شبكة الانترنت أبواب العالم؛ أزلت الحدود واخترقت المجتمعات، فمثلا بفضل تقنية الجيل الثالث

والرابع للهاتف الذكي أصبح بمقدور المستخدم أن يرتبط بشبكة الأنترنت، ويتلقى التدفق المعلوماتي بسهولة ومرونة وسرعة؛ اختزل فيها الزمان والمكان، وتلاشت فيها الحواجز وخلقت أشكال جديدة للتواصل، حلت مكان التواصل التقليدي.

يعد الفايسبوك مظهر من مظاهر التقدم التكنولوجي الهائل، ومن أبرز مواقع التواصل الاجتماعي، بحيث يصل عدد المشتركين فيه إلى المليار ونصف مستخدم، لسهولة استخدامه ولثرائه المعرفي والتكنولوجي، وإمكانية التفاعلية والتشاركية العالية بين المستخدمين، من خلال إنشاء المجموعات الخاصة والعامة، وكذلك إنشاء الصفحات ذات المواضيع المختلفة على موقع الفايسبوك وتنوعها من السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية وصولاً إلى الدينية.

انفتح المجال الديني بقوة على هذا النوع من المواقع (الفايسبوك)، وأخذ مساحة واسعة على مجموعاته، وازدادت بذلك الاستخدامات الدينية على الفايسبوك من طرف الجمهور الإلكتروني، وتنوعت المعتقدات والديانات على تلك المجموعات؛ سواء كانت ديانات سماوية مثل الإسلام المسيحية أو اليهودية أو وضعية مثل البوذية أو الكونفوشوسية، ولقد اختلف القائمون على هذه المجموعات من دعاة وعلماء دين ومن ناشطين، فمنها من يغلب عليها التطرف والتعصب الديني وعدم تقبل الآخر والانغلاق؛ مما تسبب في انتشار العنف ونشوب النزاعات، واللا أمن في العديد من بقاع العالم بما فيها البلدان المتقدمة التي لم تسلم من هذا التطرف.

دفع الوضع الراهن اليوم البعض الآخر سواء كانوا أشخاص عاديون محبون للسلام والخير أو دعاة أو منظمات دولية، إلى إنشاء مجموعات تدعو إلى الاعتدال وتشجيع الحوار بين أتباع الأديان، وتحاول إقامة روابط التفاهم والتعايش والتعارف بين الشعوب، بإظهار العقائد دون حمل الآخرين على الإكراه، من أجل تفادي الصدام والصراع بين الدول ومن أجل استتباب السلام والأمن والاستقرار وتجنب الحروب الطائفية والنزاعات الدينية، وهذا بمثابة حلٍ دعت إليه الكثير من البلدان ورأت في حجة الخلاص من الفتن والعداوة التي تقف في وجه الإنسانية، من خلال الاعتماد على الفايسبوك كوسيلة حديثة وشعبية تستطيع الوصول إلى أكبر شريحة من مجتمعات العالم.

إشكالية دراستنا تلقي الضوء على المجموعات الدينية التي تدعو إلى الحوار بين الأديان وتقبل الآخر بحيث تحاول هذه الدراسة استنطاقها من خلال طرح السؤال المحوري والذي مفاده: هل أسس الفايسبوك كأحد مواقع

التواصل الاجتماعي فضاءً عمومياً افتراضياً يكرس مبدأ الحوار والنقاش المبني على العقلانية والحرية بين المسيحيين والمسلمين من خلال مضامين المجموعات التي تدعوا إلى الحوار بين أتباع الديانتين؟

تساؤلات الدراسة:

من خلال الإشكالية الرئيسية وللتفصيل أكثر سنطرح مجموعة من التساؤلات التي سنحاول من خلالها تسليط الضوء على مختلف زوايا الموضوع :

- 1- ماهي أهم المواضيع المعروضة للحوار في المجموعات التي تدعوا إلى الحوار بين المسلمين والمسيحيين؟
- 2- كيف يتفاعل الأعضاء داخل المجموعات التي تدعوا إلى الحوار بين المسلمين والمسيحيين؟
- 3- هل الحوار الذي يدار داخل المجموعات التي تدعوا إلى الحوار بين المسلمين والمسيحيين يلغى عليه العقل أم العاطفة؟
- 4- هل ما ينشر ويتداول داخل المجموعات التي تدعوا إلى الحوار بين المسلمين والمسيحيين يغلب عليه اتجاهات الحوار أم الصراع؟
- 5- هل يحترم المسؤولون والمشرفون على المجموعات التي تدعوا إلى الحوار بين المسلمين والمسيحيين حرية الرأي والتعبير؟
- 6- هل يتحلى أعضاء المجموعات التي تدعوا إلى الحوار بين المسلمين والمسيحيين بثقافة الحوار والاعتدال الديني وروح تقبل الآخر رغم الاختلافات الدينية؟

أهمية الدراسة:

تعتبر البحوث إعلام الوسائل الجديدة من أهم الدراسات التي يتجه الباحثين إليها، نظراً للأهمية التي أضحت تحتلها وقوتها الإعلامية والاتصالية مقارنة بإعلام الوسائل التقليدية، وخاصة فيما يخص شبكات التواصل الاجتماعي التي أثبتت نجاعتها وقوة تأثيرها، ففي الآونة الأخيرة استطاع هذا النوع من الشبكات وعلى رأسها الفيسبوك بالإطاحة بالعديد من الأنظمة الدكتاتورية، وفعلت ما لم يستطيع الإعلام التقليدي أن يقوم به، وما لفت انتباهنا أيضاً أن هذه المواقع لم تعد فقط تستعمل في المجال السياسي فقط؛ بل أيضاً المجال الاقتصادي التجاري، والمجال الاجتماعي، والخيري، والمجال الديني الذي أخذ هو أيضاً حقه من المساحات على مجموعات الفيسبوك،

ما أسس إلى ولادة إعلام ديني افتراضي شبكي، حيث أصبحت تلقى المجموعات الدينية على الفايسبوك إقبال كبير من طرف المستخدمين من مختلف الديانات والمعتقدات سواء كانت مجموعات دينية متطرفة منغلقة أو مجموعات دينية معتدلة منفتحة على الآخر.

تكمن أهمية موضوعنا في معالجة ورصد دور الإعلام الديني الشبكي عبر الفايسبوك في بعث ثقافة الحوار والتسامح، وتسليط الضوء على هذا النوع من الإعلام المعتدل الذي يدعو لتقبل الآخر، ويدعم القيم الإنسانية السمحاء والسلام والأمن والاستقرار في مختلف أنحاء العالم.

أسباب اختيار الموضوع:

هناك مجموعة من الأسباب و الدوافع التي تقف وراء اختيار هذا الموضوع منها ما هو ذاتي و منها ما هو موضوعي:

الأسباب الذاتية:

الاهتمام الشخصي بالجانب الديني المعتدل والتسامح والتعايش مع الآخر ونبذ للعنصرية والتطرف، بالإضافة إلى رغبتى الشديدة بصفتي كباحث في ميدان علوم الإعلام والاتصال أن أخوض غمار البحث في مجال إعلام الوسائل الجديدة، خاصة دراسة موقع الفايسبوك الذي كل يوم يثبت قوته و تأثيره الإعلامي في مختلف المجالات.

الأسباب الموضوعية:

تسليط الضوء على الرأي المغيب في الإعلام التقليدي، ألا وهو الإعلام الديني المعتدل المنفتح على مختلف الديانات والعقائد والذي يدعو إلى التعايش والتسامح مع الآخر، محاولين بذلك الكشف عن مدى فعالية مواقع التواصل الاجتماعي من عدمه في مجال الحوار بين أتباع الأديان.

أهداف الدراسة:

هناك مجموعة من الأهداف نسعى لتحقيقها من خلال هذا النوع من الدراسات أهمها:

1- التعرف على مضامين المجموعات التي تدعم الحوار بين الأديان.

2- الكشف عن درجة فعاليتها واستقطابها لجمهور الشبكات.

3- قياس درجة تقبل الجمهور للآخر ولثقافته الدينية وكيفية تفاعله مع هذا النوع من المجموعات.

4- محاولة وضع أرضية علمية للإعلام الديني الشبكي خاصة بعد الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي.

مجتمع البحث عينة الدراسة:

يمثل مجتمع البحث بالنسبة لهذه الدراسة كل المجموعات التي تدعوا إلى الحوار بين المسيحيين والمسلمين على موقع الفيسبوك وبجميع اللغات، بالإضافة إلى كل المنشورات والأعضاء والمسؤولين والمشرفين على هذا النوع من المجموعات.

عينة الدراسة:

بالنسبة لعينة الدراسات هناك خمس أنواع من العينات:

أولاً: عينة خاصة بالمجموعات:

اعتمدنا على نوع العينة النمطية والتي يعرفها موريس أنجرس على أنها " سحب عينة من مجتمع بحث بانتقاء عناصر مثالية من هذا المجتمع".¹ حيث تم اختيار ثلاث مجموعات بلغات مختلفة من العدد الإجمالي لمجتمع البحث الخاصة بالمجموعات التي تدعو إلى الحوار بين المسلمين والمسيحيين وهي كالاتي:

1- مجموعة المسيحية تسأل والاسلام يجب حوار إسلامي مسيحي محترم:² هي مجموعة ناطقة باللغة العربية عامة؛ مخصصة للحوار الديني بين المسلمين والمسيحيين يستطيع أي مستخدم متابعة منشوراتها.

2- مجموعة Débat Chrétiens Musulmans :³ هي مجموعة ناطقة باللغة الفرنسية، وعامة يستطيع

أي مستخدم أن يرى ويتابع منشوراتها وهي مخصصة للحوار المسيحي إسلامي.

3- مجموعة Meaningful Christian-Muslim Dialogue:¹ هي عبارة عن مجموعة ناطقة باللغة

الإنجليزية مغلقة لا تستطيع متابعة منشوراتها إلا إذا كنت عضواً فيها، وهي مجموعة مخصصة للحوار بين المسلمين والمسيحيين.

¹ نفس المرجع، ص311.

² موقع الفيسبوك، مجموعة المسيحية تسأل والإسلام يجب، تم معاينته يوم 2018/06/10، على الساعة 22:07 على الرابط

<https://www.facebook.com/groups/1677646985787988/?ref=bookmarks>

³ Groupe de Facebook, Groupe Débat Chrétiens Musulmans, consulter en 10/06/2018, à 21 :20, sur le lien <https://www.facebook.com/groups/571511629565525/>

ثانيا: عينة خاصة بالجمهور:

أما في يخص الجمهور الالكتروني من أجل معرفة درجة تفاعله وتقبله للآخر؛ قمنا باختيار عينة من جمهور المجموعات الثلاثة السابقة الذكر، حيث تم الاعتماد على نوع **العينة العرضية**، والتي يعرف موريس أنجرس بأنها: "سحب عينة من مجتمع البحث حسب ما يليق بالباحث"² حيث تم حصر 130 استبيان لكل مجموعة أي ما يعادل 390 استبيان، أما فيما يخص طريق الفرز فكانت طريقة الفرز عن طريق المتطوعين الذين اختاروا طوعية الاجابة عن الاستبيان، هذا النوع من الفرز يعرفه موريس أنجرس على أنه "إجراء غير احتمالي يستدعى بموجبه الأفراد للمشاركة في تجربة ما."³

ثالثا: عينة خاصة بالمضامين الخاصة بالمجموعات الثلاث:

اعتمدنا على **العينة النمطية** حيث تم أخذ منشور واحد من كل شهر ومن كل مجموعة أي ما يعادل 36 منشور كعدد إجمالي، وتم اختيار المنشور الذي يحتوي على أكثر عدد من التعليقات والذي يتناسب موضوعه مع الحوار المسيحي الإسلامي، أما طريقة الفرز فلقد اعتمدنا على الفرز الموجه والذي يعرفه موريس أنجرس على أنه "إجراء غير احتمالي للمعينة يُستدعى بموجبه الأفراد للمشاركة في تجربة ما."⁴

رابعا: عينة خاصة بالأفراد الذين أجريت معهم المقابلة:

اعتمدنا على نوع العينة نمطية عن طريق باختيار عناصر مثالية من المسؤولين والمشرفين على المجموعات الثلاث، أما عن طريقة الفرز فقد اعتمدنا على فرز المتطوعين، مع المسؤولين والمشرفين الذي قبلوا دعوتنا للمشاركة في المقابلة.

قمنا بإجراء 07 مقابلات: 03 مقابلات مع مسؤول ومشرفين من المجموعة الناطقة باللغة العربية، 03 مقابلات مع 03 مسؤولين عن المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية، ومقابلة واحدة مع أحد المسؤولين عن المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية. (أنظر المبحث الخاص بتحليل المقابلات)

خامسا: عينة خاصة بأداة الملاحظة بالمشاركة:

¹ Facebook Group, Meaningful Christian-Muslim Dialogue Group, see in 10/06/2018, at 21:45, on <https://www.facebook.com/groups/1420502991517980/?ref=bookmarks>

² موريس أنجرس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، ط2، دار القصة للنشر، الجزائر، 2006، ص311.

³ موريس أنجرس، مرجع سابق، ص314.

⁴ نفس المرجع، ص314.

اعتمدنا على نوع العينة النمطية عن طريق المشاركة بالملاحظة في المواضيع المطروحة للحوار في المجموعات الثلاث، حيث قمنا بالمشاركة بمعدل موضوعين في كل شهر وفي كل مجموعة لمدة سنة كاملة، أي بمعدل 24 موضوع في كل مجموعة، بمجموع إجمالي قدر ب72 موضوع (أنظر الملحق رقم 04/03/02/01).

حدود الدراسة:

بالنسبة لحدود هذه الدراسة هناك حدود مكانية و زمانية :

بالنسبة للحدود المكانية ستكون المجموعات التي تدعو إلى الحوار بين أتباع الأديان على موقع الفايسبوك. أما بالنسبة للحدود الزمانية للدراسة تبدأ من 01 أوت 2017 إلى غاية 31 جويلية 2018 أي لمدة سنة كاملة.

منهج الدراسة:

سنعتمد في هذه الدراسة على منهجين علميين رئيسيين هما:

1- **المنهج المسحي** : من أجل مسح عينة الدراسة لهذه المجموعات، إذ يعرفه يوسف تمار في كتابه مناهج

وتقنيات البحث في الدراسات الإعلامية- الاتصالية على أنه: " محاولة تحليل وتفسير وعرض واقع الحال للأفراد في مؤسسة مثلا، أو منظمة معينة لمعرفة الاتجاهات السائدة فيها، حاضرا ومستقبلا، كما يمكن أن يقع المسح على وثائق أو أشرطة أو أي محتوى في حامل..."¹

2- **المنهج المقارن** : وهذا من أجل مقارنة بين مضامين المجموعات الدينية المختارة والوقوف على أوجه

التشابه والاختلاف، لرصد التوجه وأهداف كل صفحة ومدى تعزيزها للحوار بين الأديان ونشرها لثقافة تقبل الآخر، حيث يرى كل من طه حميد حسن العنبيكي ونرجس حسين زاير العقابي بأن المقارنة " تعتمد على تشخيص أوجه الشبه والاختلاف بين الموضوعين المقارن بينهما، وعلى ذلك لا تصح بتاتا المقارنة بين طرفين متشابهين بشكل كلي أو مختلفين بشكل كلي."²

¹ يوسف تمار، مناهج وتقنيات البحث في الدراسات الإعلامية-الاتصالية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2017، ص 66.

² طه حميد حسن العنبيكي ونرجس حسين زاير العقابي، أصول البحث العلمي في العلوم السياسية، ط1، منشورات الاختلاف، الرباط، 2015، ص 85.

أدوات الدراسة:

فيما يخص الأدوات التي سنستعين بها في هذه الدراسة هي عديدة ومتنوعة وتتناسب مع موضع الدراسة وهي كما يلي:

1-أداة تحليل المضمون: والذي يعرفه روجي ميتشلي Mucchielli على أنه " مجموعة من الطرق المتنوعة، والموضوعية، والمنهجية، والكمية، يكون هدفها المشترك استخراج أكبر قدر ممكن من المعلومات الخاصة بالأشخاص أو الأحداث أو المواضيع، والأهم من كل ذلك هو إعطاء معاني لتلك المعلومات."¹

2-أداة الاستبيان الالكتروني: الذي يعتمد على شبكة الويب web-based e-survey لأنه الأداة المناسب في جمع المعلومات من الجمهور الالكتروني اذ يعرفه كل من Karen J.Jasmen, Kevin G. Corley and Bernard J.Jasmen بأنه: " ذلك النوع من الاستبيانات التي تنشأ على شبكة الويب والتي يمكن الوصول إليها فقط عن طريق متصفح الانترنت web-broswer ... بالإضافة إلى هذا يمكن أن نجعل هذا النوع من الاستبيانات أكثر حيوية وتفاعلية من خلال إمكانية إرفاقه بأصوات أو فيديوهات التي يمكن المستخدم من الفهم الجيد للاستبيان"،² سنستعين بالاستبيان، من أجل قياس تفاعلات وأراء جمهور المجموعات التي تدعو إلى الحوار بين المسيحيين والمسلمين.

3- أداة الملاحظة بالمشاركة: يعرفها موريس أنجرس في كتابه مناهج البحث في العلوم الإنسانية، بأنها "حالة يشارك فيها الملاحظ أو الملاحظة حياة الأشخاص الموجودين تحت الملاحظة"،³ يقصد بها هنا الملاحظة الحية التتبعية وهذا ما ساقوم به من خلال مشاركة الصفحات الدينية المختارة، وتتبع تعليقات وتفاعلات الجمهور لهذه المجموعات.

4-أداة المقابلة المقننة: يعرفها محمد عبد الحميد بأنها " المقابلات ذات الإجراءات والخطوات والأسئلة المحددة مسبقا، والتي لا يسمح فيها للقائم بالمقابلة بالخروج عن الحدود المرسومة، فالأسئلة تحدد مسبقا، وتوجه إلى كل مبحوث بنفس الصياغة والترتيب الموجود في استمارة المقابلة، وعادة ما تستخدم فيها الأسئلة ذات النهايات

¹ يوسف تمار، مناهج وتقنيات البحث في الدراسات الإعلامية-الاتصالية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2017، ص 125.

² Karen J.Jansen and others, E-survey Methodology, Idea Group, USA, 2007, p 02.

³ موريس أنجرس، مرجع سابق، ط2، ص185.

المغلقة، وإذا ما استخدمت الأسئلة ذات النهايات المفتوحة، ستكون لأغراض الاستيضاح أو معرفة الأسباب والدوافع.¹

اختبارات الثبات بالنسبة للأدوات الأربع المعتمدة في الدراسة:

اعتمدنا على معادلى هولستي Holsti في قياس معامل الثبات على الأدوات الأربع بعد ما قمنا بأعداد دليل للتعريفات الاجرائية لكل أداة وقمنا بتوزيعها على ثلاث محكمين* لكل أداة، حيث تم حساب معامل الثبات حسب القانون التالي:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{n}{n+1} (\text{متوسط الاتفاق بين المحللين}) + \frac{1}{n} (\text{متوسط الاتفاق بين المحللين})$$

حساب معامل ثبات استمارة الاستبيان:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{0,90}{2,54} = \frac{2,31}{2,54} = (0,77)(1-3) + \frac{1}{3}(0,77) = 0,90$$

حساب معامل ثبات دليل استمارة تحليل المضمون:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{0,87}{2,4} = \frac{2,1}{2,4} = (0,70)(1-3) + \frac{1}{3}(0,70) = 0,87$$

حساب معامل ثبات دليل الملاحظة بالمشاركة:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{0,89}{2,48} = \frac{2,22}{2,48} = (0,74)(1-3) + \frac{1}{3}(0,74) = 0,89$$

حساب معامل ثبات دليل المقابلة:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{0,86}{2,36} = \frac{2,04}{2,36} = (0,68)(1-3) + \frac{1}{3}(0,68) = 0,86$$

نستنتج من خلال هذه النسب بأن الأدوات الأربع المستعملة في الدراسة تتميز بدرجة ثبات عالية لان معامل الثبات قد انحصر ما بين 0,86 إلى 0,90، لأن بعض الباحثين قالوا بأن يعد صالحا اذا "انحصرت نسبته ما بين 0,65 و 0,95، وما دون ذلك ينبغي على الباحث إعادة النظر في كل فئات وعناصر الأداة"²

¹ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتاب، القاهرة، 2004، ص ص 395-396.

* بالنسبة لدليل الملاحظة والمقابلة تم تحكيمها من طرف كل من الأستاذة: - د. رقيق عبد الكريم (جامعة جيلالي اليابس سيدي بلعباس) - د. قدوري ريم (المركز الجامعي أحمد زبانة جامعة غيلزان)، - د. شلوش نورة (كلية الإعلام والاتصال جامعة الجزائر3)، أما بالنسبة لاستمارة الاستبيان فتم تحكيمها من طرف كل من الأستاذة: د. عرجون سمير (المدرسة الوطنية للصحافة وعلوم الإعلام)، - د. رقيق عبد الكريم (جامعة جيلالي اليابس سيدي بلعباس)، د. شلوش نورة (كلية الإعلام والاتصال جامعة الجزائر3)، أما بالنسبة لاستمارة تحليل المضمون فتم تحكيمها من طرف كل من الأستاذة: - أ. د. معتوق فتحية، - أ. د. تمار يوسف، - د. حمدي ابتسام (جامعة محمد بوضياف المسيلة)

² يوسف تمار، مرجع سابق، ص 163.

الأدوات الإحصائية المستخدمة في تفريغ وتحليل البيانات:

اعتمدنا في هذه الدراسة على برنامج SPSS في تفريغ البيانات الخاصة باستمارة الاستبيان، والذي سهل لنا عملية تصنيف البيانات وتحليلها.

أما بالنسبة للأدوات الإحصائية فاعتمدنا على الأساليب الإحصائية الوصفية، والمتمثلة في التكرارات والنسب كركيزة أساسية، وعلى المتوسط الحسابي في بعض الأحيان عند المقارنة بين بعض بيانات المجموعات الثلاث الخاصة بأداة تحليل المضمون، ويجدر الإشارة إلى أنه اكتفينا بالمتوسط الحسابي فقط لأن طبيعة الاشكالية المطروحة لا تحتاج إلى استعمال مختلف الإجراءات الإحصائية الأخرى.

الدراسات السابقة:

بالنسبة للدراسات السابقة التي تتناول المواضيع الدينية وربطها بمجال وسائل التكنولوجيا للإعلام يمكن أن نقسمها إلى قسمين :

-أولا:الدراسات العربية

1- دراسة بن عجائمة بوعبد الله تحت عنوان "1، طرحت اشكالية على شكل مجموعة من الأسئلة هي كالآتي: ما هو تأثير الظاهرة الدينية الالكترونية (المواقع الإسلامية على شبكة الانترنت) على الشباب الجزائري؟ وما تأثير هذه المواقع على ايدولوجية وطريقة تفكيره؟ وانعكاسات ذلك على البيئة الدينية والاجتماعية في المجتمع الجزائري؟ ذلك ان الكثير من الدراسات الإعلامية والسوسيولوجية وحتى في مجال علم النفس بدأت تؤكد في معظمها بأن الشباب الجزائري بدأ يتوجه إلى المواقع الإسلامية على شبكة الانترنت، وأن الموضوعات الأخرى كالجنس والألعاب الترفيهية... لم تعد بالضرورة تحتل المراتب الأولى في اهتمام الشباب الجزائري، فأصبح البحث عن الفتاوى في الفضاء الافتراضي والاستماع للمحاضرات الدينية ودروس الوعظ والارشاد عبر شبكة الانترنت وحتى التطرف والتشيع أو ما أصبح يصطلح عليه بالتمذهب أصبح يبحث عنه الشباب الجزائري في الفضاء الافتراضي عبر المواقع الالكترونية الحاملة لهذه المواضيع المثيرة للجدل.

توصلت هذه الدراسة إلى أن هناك إقبال كبير من طرف الشباب الجزائري على المواقع الالكترونية الدينية، من خلال تحليله لبيانات الاستمارة التي وزعها على 500 شاب، وتوصل إلى أن هذه المواقع تؤثر على سلوك الشباب وفي ثقافتهم الدينية، وعن تأثير المواقع الإسلامية على الجانبين الفكري والايديولوجي للشباب الجزائري،

¹ بن عجائمة بوعبد الله، استخدامات الانترنت و تأثيراتها السوسيولوجية على الشباب الجزائري الظاهرة الدينية الإلكترونية نموذجاً، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر3، 2015.

فقد أكدت أهم النتائج على أن المواقع الإسلامية تؤثر وبشكل معتبر على الشباب المتردد عليها، فيما أكدت أهم نتائج تأثير المواقع الإسلامية على البيئة الدينية في الجزائر على أن الإقبال على المواقع الإسلامية كان واحدا لكن أسبابه اختلفت عند الباحثين، ومنه يمكن تحديد ثلاثة أسباب رئيسية لإقبال الشباب الجزائري على المواقع الإسلامية على النحو التالي على الترتيب: ردة فعل على الأوضاع القائمة بنسبة 40,4%، وإعجاب شخصي بالمواقع الإسلامية بنسبة 39,2%، ثم التضيق على الحريات الدينية بنسبة 20,4%، حيث أجمعت كل المستويات التعليمية على الاختيارات السابقة الذكر.

كما عبر أغلب أفراد العينة ونسبة 83.4% بأن المواقع الإسلامية تمتلك قدرة كبيرة على المنافسة والتأثير، مقارنة بالمواقع الإسلامية غير الدينية أو غير الإسلامية وعلى خلاف ما تروج له عديد الدراسات بأن الفضاء الافتراضي مقتصر فقط على مواقع من قبيل المواقع الإباحية والمواقع الرياضية ومواقع التسلية والترفيه. وكلما كان عامل السن مرتفعا كلما كان الاختيار شخصيا وأكثر حرية واستقلالية في اختيار المواقع الإسلامية، في حين كلما كان السن منخفضا كلما زاد تأثير العوامل الخارجية في استقلالية وحرية الاختيار (بمعنى زادت التبعية أكثر) ونفس النتيجة تنسحب على عامل المستوى التعليمي، فكلما كان هذا الأخير مرتفعا كلما كان الاختيار شخصيا وأكثر استقلالية في اختيار المواقع الإسلامية والعكس صحيح.

2- دراسة فلة بن غربية تحت عنوان "سيرورة المنظومة الاتصالية والفضاء العمومي دراسة مقارنة لآليات التشكل في المجتمعين الغربي والعربي الإسلامي"¹ تطرقت هذه الدراسة إلى تحليل آليات تكوين الفضاء العمومي في مجتمعين مختلفين هما المجتمع الغربي والعربي الإسلامي، من حيث المنطلق والمرجعية البنيوية، من حيث المنظومة الاتصالية ومتغيراتها ومن حيث النظم الفكرية والمعرفية والفاعلين والمؤثرين في تأسيس هذه النظم، حيث تم التركيز على الفضاء العمومي الغربي ابتداء من ق18، أما الفضاء العمومي العربي الإسلامي تم دراسته منذ الفترة المحمدية لأنها الفترة التي أدت إلى التأسيس المؤسسي.

انطلقت هذه الدراسة من إشكالية محورية هي: هل الفضاء العمومي العربي الإسلامي أنتج لنا نموذجا اتصاليا مجتمعيا بفكر وخصائص وتنظيمات ميزت مراحل تغيره وتطوره، بتغير الفاعلين والمنتجين له حسب تفكيرهم

¹ فلة بن غربية تحت عنوان، سيرورة المنظومة الاتصالية والفضاء العمومي دراسة مقارنة لآليات التشكل في المجتمعين الغربي والعربي الإسلامي، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر3، 2009.

ومرجعيتهم ووعيهم وفهمهم وتأوليهم للواقع المعاش؟ وما هي الأشكال التي برز من خلالها في تقديمه لطبيعة النظم السياسية؟

ارتكزت هذه الدراسة على خمس فرضيات:

- وجود فرق بين المنظومتين الاتصالية للفضاء العمومي الغربي والمنظومة الاتصالية للفضاء العمومي العربي الإسلامي.
- وجود اختلاف بين الفضاء العمومي الغربي والفضاء العمومي العربي الإسلامي.
- المجتمع العربي الإسلامي بعد وفاة خاتم الأنبياء والمرسلين عليه الصلاة والسلام أنتج أزمة اتصالية بنيوية مغذات من طرف فكر سياسي بمرجعية عصبية معينة تهدف إلى السيطرة على الفضاء العمومي السياسي ومنه السيطرة على جميع الفضاءات العمومية الأخرى المهندس لطبيعة المدينة العربية الإسلامية.
- فكر المدينة مازال كمجال قاعدي في تحديد مفاهيمية الفضاء العمومي في المجتمع العربي الإسلامي... صراع على آليات صناعة الابداع الفكري الذي تعتبره المنقذ من الأزمة الاتصالية البنيوية التي عانى ومزال يعاني منها المجتمع العربي الإسلامي.
- لقد حاولت النظم الفكرية للمجتمع العربي الإسلامي صناعة نظم حاكمة تتماشى والابداع الفكري بالتأثير على الرأي العام في المطالبة بحقوقه السياسية والمدنية والمشاركة في تغيير الفكر السلطاني(منذ بداية ظاهرة السلطان).
- ومن بين أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:
- لعبت وسائل الإعلام دورا كبيرا في نمذجة المجتمع الغربي ضمت قوالب اتصالية.
- تعتبر الفترة المحمدية مرحلة مميزة من حيث الخطاب الاتصالي الديني الفلسفي وكذا التطبيقي المبني على الحوار والتفاهم.
- إن استقرار وعلاقته المتغيرات ومؤسسات الفضاء العمومي تؤدي إلى استقرار واتزان المنظومة الاتصالية والعكس صحيح.
- إن الفضاء العمومي غير موجود خارج السيطرة، بل دائما وأبدا مسيطر عليه لاعتباره قيمة أساسية معنوية أو مادية تكرر سلطة القوى المسيطرة.

- المفاهيم التي أنتجها الفضاء العمومي والتي لها علاقة بالسلطة في الحكم في المجتمع الغربي تمثلت في الديمقراطية المشاركة السياسية، المساواة في الحقوق والواجبات المدنية، حرية الرأي وممارسته، أما المفاهيم التي أنتجها الفضاء العمومي في المجتمع العربي الإسلامي والتي لها علاقة بالسلطة فهي: الشورى، الخلافة، البيعة، الحكم الوراثي، الحكم الملكي، الفكر السلطاني، النظم الحاكمة...
- ارتبط مفهوم الفضاء العمومي بالاتصال السياسي في المجتمع الغربي، وارتبط في المجتمع العربي الإسلامي بدرجة كبيرة بالتغيرات التي عرفها نظام الحكم في هذا المجتمع.

3- دراسة صالح زنداقي تحت عنوان "عملية الاتصال الدعوي من خلال شبكة المعلومات الدولية الشبكة الإسلامية نموذجاً"¹، حاول الباحث من خلال هذه الدراسة معرفة دور الانترنت كوسيلة اتصال حديثة في نشر المعلومة الدينية الإسلامية، وبالتالي السبيل الناجعة للدعوى الإسلامية الفعالة، وهذا من خلال طرحه الاشكالية التالية: ما كيفية الاستفادة من الامكانيات المتاحة التي توفرها شبكة الانترنت في عملية الاتصال الدعوي من خلال موقع الشبكة الإسلامية خاصة؟

ولقد تمخض عن هذه الاشكالية مجموعة من التساؤلات كان من أبرزها:

- ماهي امكانيات وخدمات الانترنت التي يمكن للقائمين على الدعوة الإفادة منها؟
- ما هي طرق الاستفادة من امكانيات وخدمات الانترنت في سبيل خدمة الدعوة الإسلامية؟
- هل هناك من تجارب دعوية اسلامية ناجحة على شبكة الانترنت؟
- ما الذي يقدمه موقع الشبكة الإسلامية "إسلام ويب" للدعوة على شبكة الانترنت؟
- كيف يمكن تجنب الأضرار الناجمة عن الانترنت في المجال الدعوي؟
- توصل الباحث من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:
- تعد الانترنت من أهم الوسائل الحديثة الفعالة في الدعوة الإسلامية.
- تحتوي الأنترنت على إمكانات فعالة لدعوة مثل مواقع التواصل الاجتماعي والبرامج الحاسوبية...
- لقد سجل النشاط الدعوي داخل الانترنت دخول أعداد معتبرة إلى الإسلام.
- يقوم موقع إسلام ويب بعمل مؤسسي منظم ومتقن.

¹ صالح زنداقي، عملية الاتصال الدعوي من خلال شبكة المعلومات الدولية الشبكة الإسلامية نموذجاً، أطروحة دكتوراه، جامعة باتنة، الجزائر، 2014.

- سجل موقع اسلام ويب اقبال ضخم من المتصفحين وصل إلى قرابة نصف مليون زائر يوميا، وإلى قرابة مليوني زيارة في اليوم الواحد، ووصل استماع المواد إلى قرابة ملياري حالة استماع، وبلغ تحميل الملفات الصوتية إلى نصف مليار، هذا ما أهله إلى الحصول على المرتبة الأولى ضمن ترتيب أحسن المواقع الإسلامية.

4- دراسة حسين نايلي تحت عنوان " دلالات الخطاب الديني عبر شبكات التواصل الاجتماعي"،¹ اعتمد الباحث في هذه الدراسة على اختيار أربع صفحات دينية على الفيسبوك، صفحتين رسميتين إحداهما للداعية عمرو خالد والأخرى للعفاسي، أما الصفحتين المتبقيتين فالشخصين عاديين وتم اختيار 10 خطابات دينية تم تطبيق التحليل السيميولوجي.

5- دراسة موقاي بلال تحت عنوان "سؤال التواصل ومنطلقات الحوار الديني في الخطاب الفلسفي المعاصر يورغن هابرماس نموذجاً"²، انطلقت الدراسة من طرح إشكالية على شكل سؤال هي: كيف يمكن للتواصل الحقيقي الذي يقترحه الفيلسوف الألماني يورغن هابرماس من حيث مفهومه، خصائصه ومقاصده أن يشكل أرضية حقيقية للحوار الديني في الخطاب الفلسفي؟

ولقد انبثقت عن هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات هي:

- ما هو التواصل عند هابرماس؟ وما هي أهم منطلقاته ودوافعه بوصفه براديغما؟
 - ما هو المقصود باتيقا المناقشة؟ وأين تتجلى اجراءاتها في المجال السياسي بوصفها منطلقا للحوار الديني؟
 - ما هي حقيقة مجتمع ما بعد العلماني باعتباره منطلقا للحوار الديني؟
 - ما هي حدود براديغم التواصل عند هابرماس؟
- ولقد لخص الباحث هذه التساؤلات في فرضيتين أساسيتين هما:

- إذا كان يورغن هابرماس في كتابه نظرية الفعل التواصل لم يتطرق إلا نادرا للمسألة الدينية(أو المسائل التي يطرحها الدين)، علاوة على كونه مفكر علماني بامتياز، وبالرغم من اهتمامه في آخر كتاباته بالمسألة الدينية؛ فإنه لن ينتصر لهذه الأخيرة، بقدر ما سينتصر للجانب العلماني محاولا تغليبها، أراد الباحث من

¹ حسين نايلي، دلالات الخطاب الديني عبر شبكات التواصل الاجتماعي"، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر 3، 2014.

² موقاي بلال، سؤال التواصل ومنطلقات الحوار الديني في الخطاب الفلسفي المعاصر يورغن هابرماس نموذجاً، أطروحة دكتوراه، جامعة معسكر، الجزائر، 2017.

خلال هذه الفرضية التعرف على كيفية هذا التحول لهبرماس، كونه لم يكن يهتم بالمسائل الدينية، إلى مهتم بها وبقضاياها الراهنة، خصوصا مسألة الحوار مع الأديان المختلفة، ومع النقيض العلماني.

- إن لاجراءات اتيقا المناقشة في المجال السياسي (الفضاء العمومي النقدي، الديمقراطية التشاورية) ولجتمتع ما بعد العلمانية - في إطار براديغم التواصل - دورا مفصليا وهاما في الخطاب الفلسفي المعاصر ليورغن هابرماس، أراد الباحث من خلال هذه الفرضية التعرف على كيف أن هذه الاجراءات تشكل أحد المنطلقات الهامة للحوار الديني عند هابرماس وخاصة مع النقيض العلماني.

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

— الفرضية الأولى لم تتحقق حرفيا، نظرا لأن هابرماس وإن كان يدافع بقوة عن العلمانية وقيم الحداثة والتنوير، إلا أنه لن ينتصر للجانب العلماني على حساب الديني، حيث سينتقد أيضا العلمانية وسيعمل على إعادة بنائها من جديد، علاوة على هذا سيدعوها إلى الاعتراف بالجماعات الدينية ضمنها، كما أنه لم ينتصر للجانب الديني، بل عمل على إعادة إدماجه هو الآخر ضمن المجتمعات العلمانية، وبهذا يتشكل المجتمع الما بعد علماني بوصفه تصورا جديدا يجمع كل من المتدينين والعلمانيين ضمن مصاف واحد، باعتبارهم مواطنين على اختلاف توجهاتهم وقناعاتهم داخل دولة الحق والقانون والديمقراطية.

- أما الفرضية الثانية هي الأقرب إلى التحقق، كونها تشمل على المنطلقات الهامة للحوار الديني مع الأديان الأخرى ومع النقيض العلماني، فالفضاء العمومي النقدي والديمقراطية التشاورية يعدان من أهم المقدمات الهامة والضرورية للحوار الديني عند هابرماس، كما أن مجتمع ما بعد العلمانية يعد أحد الممكنات التي يتم فيها تطبيق تلك الإجراءات على مسألة الحوار الديني في الخطاب الفلسفي المعاصر، وخاصة مع النقيض العلماني.

6- دراسة عبد الحليم آيت أمجوض تحت عنوان "حوار الأديان نشأته وأصوله وتطوره"¹، عمد الباحث من خلال هذه الدراسة إلى التركيز على تقصي نشأة حوار الأديان وأصوله وتطوره من خلال دراسة النشأة والأصول اللاهوتية والواقعية قبل البحث في قضايا التطور المعاصرة، كما نجد بأن الباحث ركز على الحوار الإسلامي المسيحي نموذجا للدراسة كمحل لتقييم تجربة حوار الأديان في المرحلة المعاصرة.

توصل الباحث من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

¹ عبد الحليم آيت أمجوض، حوار الأديان نشأته وأصوله وتطوره، أطروحة دكتوراه طبعت في كتاب، ط1، دار الأمان، المغرب، 2012.

- ليس هناك مسلك أنسب لتحقيق تذاكر وتفكير انساني بين الفضلاء من مسلك التحاور، وليس ثمة أمام الفرقاء سبيل أكثر أمنا لتحصيل حسن الجوار من سبيل الحوار.
- يشمل حوار الأديان جميع الحوارات التي تجري بين معتنقي أديان مختلفة، أفرادا كانوا أو جماعات، شفوية كانت أو مكتوبة أو مرقونة...
- يتصل الحوار الواقعي بحركة التعايش بين معتنقي الأديان المختلفة في الوطن الواحد، أو في العالم كله، على صعيد المواقع المشتركة أو المفضلة.
- يرتبط الحوار العقدي من جهة بحوار الثقافات بجامع مناوئتهما للقضايا الفكرية المتصلة بالعقائد، ويرتبط الحوار الواقعي بحوار الحضارات بجامع تركيزهما على قضايا الواقع المادي المشترك.
- لحوار الأديان نشأتان: عفوية تاريخية يحكمها الظهور الطبيعي للأديان الجديدة في رحم المجتمع وانتشارها من خلال التعايش والإقناع على المستوى الشعبي، ورسمية تميزت بها الظاهرة المعاصرة لحوار الأديان التي انطلقت من مجمع الفاتيكان الثاني، وإن كانت مسبقة ببعض المبادرات والأنشطة التواصلية.
- كشف التصاعد الخطير لأعمال العنف والدمار ونزاعات العنصرية عن مكان من الخلل التي حالت دون تحقيق دعوات الحوار الحديثة لأهدافها الإنسانية، والمعوقات التي عرقلت تنزيل شعاراتها النبيلة المعلنة في الواقع.
- 7- دراسة بوبكر الصديق بن شويخ تحت عنوان "الفضاء العمومي الافتراضي ساحة للتعبير وتعزيز الحريات"¹ حيث يرى الباحث بأن الشبكات الاجتماعية صبحت تلعب دورا أساسيا في عمليات التغيير السياسي والاجتماعي، وأصبح ينظر إليها أيضا بأنها امتداد للفضاء العمومي البرجوازي المؤسس على النقد والمساءلة، بواسطة النقاش العقلاني القائم على المحاجة.

توصلت هذه الدراسة على جملة من النتائج نخصي من بينها:

- سمحت شبكات التواصل الاجتماعي (مثل فايسبوك، تويتر، يوتيوب، لينكدان...) بمشاركة الجماهير في إطار الخطاب العام، وفي ضوء ذلك فإن هذه الوسائل تضفي الطابع الديمقراطي على الحياة العامة، وتتيح

¹ بوبكر الصديق بن شويخ، الفضاء العمومي الافتراضي ساحة للتعبير وتعزيز الحريات، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 4، العدد 7، 2018

أشكال جديدة من التنافس، وأشكال أكثر تشاركية من وسائل الإعلام التقليدية، بواسطة التفاعل المباشر بين المواطنين والنخب الثقافية والسياسية.

- خلقت وسائل التواصل الاجتماعي من خلال أبنيتها التكنولوجية فرص حقيقية للحوار والنقاش بين المستخدمين مع بعضهم البعض، فهي تخترق بعمق ديناميات الحياة اليومية، وتعيد تشكيل التفاعلات الشخصية غير الرسمية بين الناس، والتي من المحتمل أيضا أن تؤثر على الهياكل المؤسسية والمهنية.

8- دراسة بن بوزيان عبد الرحيم تحت عنوان "الفضاء العمومي الافتراضي عبر الصفحات الإخبارية لموقع الفاييس بوك"¹، حيث حاولت هذه الدراسة استكشاف امكانية أن يكون موقع التواصل الاجتماعي فاييس بوك كحيز لظهور فضاء عمومي افتراضي جديد في الجزائر؛ بالاعتماد على دراسة حالة موضوع قانون المالية لسنة 2017 عبر الصفحة الاخبارية لجريدة البلاد في الفاييس بوك، حيث تم تحليل محتوى 32 منشور و7200 تعليق في الفترة الممتدة من 4 سبتمبر إلى 31 ديسمبر 2016.

ولقد عمد الباحث الى طرح سؤالين رئيسيين هما:

- هل يمكن أن يكون الحيز العمومي الخاص بالمنشورات (موضوع قانون المالية 2017) الصفحة الاخبارية لجريدة البلاد في الفاييس بوك كفضاء عمومي بديل للفضاء العمومي الرسمي؟
- هل يمكن أن يكون الحيز العمومي الخاص بالتعليقات (على منشورات قانون المالية 2017) عبر الصفحة الاخبارية لجريدة البلاد في الفاييس بوك كفضاء عمومي مضاد للفضاء العمومي الذي أنتجه الحيز العمومي الخاص بالمنشورات؟

توصل الباحث من خلال هذه الدراسة الى نتائج نخصي من أهمها:

- الفاييس بوك لا يشكل حيزا عموميا واحدا، بل يتشكل من حيزين مختلفين تماما، فهناك حيز خاص بمنشورات الصفحة والمشرع عليها هو من يتحكم فيها، وحيز آخر خاص بالتعليقات وهي التي لا يستطيع المشرع على الصفحة التحكم فيها وتفتح المجال أمام الجمهور لإبداء آرائهم حول أي منشور يريدون التعليق عليه.

¹ بن بوزيان عبد الرحيم، الفضاء العمومي الافتراضي عبر الصفحات الإخبارية لموقع الفاييس بوك، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 24، 2017.

- كما أظهرت الدراسة بأن جريدة البلاد من خلال صفحتها على الفايسبوك تصطف الى جانب الفضاء العمومي الرسمي، بل يمكن اعتبارها هي أيضا أحد مؤسسات ذلك الفضاء الذي يضعف كثيرا من قدرات الفضاء العمومي، وبالتالي كان الحيز العمومي الخاص بالمنشورات مجرد داعم للفضاء العمومي الرسمي ولم يكن بديلا له.
- أما الحيز الثاني الذي شكلته التعليقات المستخدمين فقد كان مختلفا عن الحيز الأول، حيث أظهر أنه يعمل كفضاء عمومي مضاد للفضاء العمومي الرسمي، ورغم ذلك يبقى هذا الفضاء المضاد يعاني من نقص المحاجة العقلانية التي تعتبر جوهر الفضاء العمومي خاصة في ظل الرؤية الهابرماسية.

ثانيا الدراسات الأجنبية:

1- دراسة بول ماكلور¹ Paul K. McClure تحت عنوان "الايان والفايسبوك في عصر الكونية: تأثير

مواقع التواصل الاجتماعي في المتدينين الشباب" : Faith and Facebook in Pluralistic Age

.Effects of Social Networking Sites on the Religious Beliefs of Emerging Adults

طرحت هذه الدراسة سؤالين محوريين هما: هل يؤثر استعمال مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الشباب على ميلهم نحو الايمان بأن العديد من الأديان يمكن ان تكون صحيحة؟ وهل استعمال مواقع التواصل الاجتماعي يجعل الشباب أكثر تقبلا لفكرة بأن الأديان متوافقة (أي في نفس المستوى)؟ حيث قام الباحث بقياس هذا السؤال عن طريق بيانات الأسئلة التي تكشف عن إن كان قد سبق وان اختار أفراد العينة الاعتقاد بأديان غير الدين الأصلي الذي يعتقدون به وبالتالي اقبالهم على ممارستهم لمجموعة من الأديان.

كما طرح الباحث ثلاث فرضيات هي:

- مستخدمي الفايسبوك سيكونون أكثر تقبل من غيرهم بفكرة أن مختلف الأديان يمكن أن تكون صحيحة
- يا إما دين واحد هو الصحيح أو أن هناك البعض من الصحة في كل دين.
- مستخدمي الفايسبوك سيكونون أكثر من غيرهم غير المستخدمين للموقع تقبلا لفكرة أن الفرد يمكنه بأن يعتقد بدين غير الدين الأصلي الذي تعلمه من قبل.

¹ Paul K. McClure, Faith and facebook in pluralistic age the effects of social networking sites on the religious beliefs of emerging Adults, Sociological Perspectives, SAGE ,Vol 59, No 04, 2016

- مستخدمي الفايسبوك سيكونون أكثر من غيرهم غير المستخدمين للموقع تقبلا لفكرة أنه يمكنهم أن يمارسوا ديانات أخرى إلى جانب ديانتهم الأصلية.
 - أسفرت هذه الدراسة على مجموعة من النتائج من أهمها:
 - الذين لا يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لديهم حضور ديني (في الحياة الواقع) منتظم إلى حد ما،
 - الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي يقل حضورهم الديني في الواقع مع مرور الوقت.
 - النساء هم الأكثر إيماناً بأن كل الأديان صحيحة أو على الأقل لديها البعض من الحقيقة.
 - الذين يقيمون في جنوب أمريكا هم الأكثر تقبلاً للتعددية الدينية.
 - الحالة الاجتماعية للمتزوجين لها تأثير حيث أن الأشخاص المتزوجين هم الأقل تقبلاً للتعددية الدينية عندما يخيرون بين التعددية أو الدين الواحد.
 - عند المقارنة بين الذين يتمون إلى ديانات معينة فإن الكاثوليكين أكثر تقبلاً للتعددية الدينية عكس الإنجليين الذين هم أقل تقبلاً للتعددية عندما يخيرون بينها وبين العلمانية.
 - كما أن الإنجليين هم الأكثر تقبلاً لفكرة أن كل الأديان صحيحة لكم دون أن تمتلك الحقيقة المطلقة،
 - أثبتت الدراسة بأن المستخدمين لديهم قابلية أكثر لاختيار ديانات غير الديانات الأصلية التي اعتنقوها.
- 2- دراسة إيرليس سيل¹ Erlis Cela تحت عنوان "الشبكات الاجتماعية كأحد الأشكال الجديدة للفضاء العمومي" Social Media as a New Form of Public Sphere يرى الباحث من بأن**
- ظهور الإعلام الجديد بالإضافة إلى التطور في ميدان تكنولوجيا الاتصال خلقت واقع جديد يحتاج إلى استكشاف الشبكات الاجتماعية مثل الفايسبوك، تويتر، انستغرام، يوتيوب الخ.
- لقد توصل الباحث من خلال هذه الدراسة إلى نتائج من بينها ما يلي:
- أدى انتشار استعمال الشبكات الاجتماعية إلى تراجع انتشار وسائل الاعلام التقليدية.
 - تأثير شبكات الاجتماعية على سلوك الأفراد هي حقيقة واقعية.
 - زاد نشاط الاتصال السياسي من خلال البيئة الافتراضية.

¹Erlis Cela, Social Media as a New Form of Public Sphere, European Journal of Social Sciences Education and Research, Vol2, Issue3, 2015.

- ساهمت هذه البيئة الجديدة في ديمقراطية الاتصال من خلال اعطاء فرصة للاتصال للفرد البسيط، هذا الاخير الذي كان مغيبا في وسائل الإعلام التقليدية.

3- دراسة ليزا شاهناز¹ Liza Shahnaz، تحت عنوان "الدوافع الدينية لاستعمال الفايسبوك من

طرف طلبة الجامعيين المسلمين" Religious Motives for Using Facebook among University Muslim Students

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على مدخل الاستخدامات والاشباع كخلفية نظرية، ووضعت الباحثة مجموعة من الأهداف لهذه الدراسة وهي:

- الكشف عن مميزات مستخدمي الفايسبوك من طلبة الجامعة الإسلامية العالمية الماليزية
- الكشف عن أساليب استعمال الفايسبوك بين المستخدمين الطلبة.
- الكشف عن الدوافع الدينية لاستخدام الفايسبوك.
- معرفة إيجابيات وسلبيات استعمال الفايسبوك بين الطلبة.
- خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أبرزها:
- معظم طلبة كلية العلوم الإسلامية والإنسانية يستعملون موقع الفايسبوك، وأغلبهم إناث يبلغون من العمر 22 سنة فما فوق.
- يستعمل الطلبة الفايسبوك منذ 15 شهر بمعدل ساعة يوميا.
- يزور الطلبة الموقع 3مرات يوميا.
- من بين أهم دوافعهم الدينية التي تقف وراء استخداماتهم للفايسبوك هو وعظ وارشاد الناس للقيام بالأفعال الخيرة، ومشاركة القيم الدينية.
- يظهر الطلبة بأنهم ملتزمين بالتعاليم الإسلامية.
- يعتبر الفايسبوك بالنسبة للطلبة وسيلة للدعوة الإسلامية.

¹ Liza Shahnaz, Religious Motives for Using Facebook among University Muslim Students, Seminar Kebangsaan Media dan Dakwah (SMED), International Islamic University Malaysia, 2011.

4- هناك أيضا دراسة أمريكية ل هيدي كامبل¹ Heidi.A Campbell تحت عنوان "فهم العلاقة بين

الدين داخل الانترنت وخارج الانترنت من خلال المجتمع الشبكي " Understanding the

Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society »

تناولت هذه الدراسة تاريخ وتطور الدين الرقمي من أجل تقصي مدى مساهمة الانترنت في احداث تحولات واسعة على الظاهرة الدينية الرقمية مقارنة بالظاهرة الدينية الواقعية، وهذا من خلال تركيز البحث على الممارسة الدينية داخل بيئة الأنترنت من أجل فهم أفضل للممارسة الدينية للأفراد والجماعات، حيث تفترض الباحثة بأن الممارسة الدينية داخل الانترنت تؤثر على الممارسة الدينية خارج الأنترنت (في الحياة الواقعية). خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

- أن التفاعلات عبر شبكة الانترنت تكون الاتجاهات و تنافس بشدة المؤسسات الدينية التقليدية و أدى ذلك ظهور شبكة الانترنت إلى ظهور المجموعات المعاصرة وما يسمى بالدين الشبكي.
- كما توصلت إلى ارتفاع نسبة الكيانات التي تخلق الفرصة للناس إلى ممارسة العبادة على الانترنت و أصبحت البيئة الافتراضية هي الحياة الثانية للأفراد.
- الإعلام الجديد خلق أصناف جديدة للسلطة الدينية (مسؤولو المنتديات و رؤساء الجلسات الدينية).

5- و هناك دراسة أمريكية أخرى للباحثين آلكس فارشور كريس وويليام كوليج-Alex Verschoor-Williams College

kirss .Williams College² تحت عنوان "التفاعل المتبادل بين الدين والتكنولوجيا من خلال

مواقع التواصل الاجتماعي" The Dynamic Interplay of Religion and Technology in

Online Social Networks

حاول الباحثان في هذه الدراسة بأن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي قد أدى إلى ظهور تحديات جديدة للأفراد والمؤسسات الدينية، ويحاول الباحثان ان يكتشفا في هذه الدراسة طبيعة العلاقة بين تكنولوجيا الإعلام والاتصال والدين.

توصلت إلى نتائج أهمها :

¹ Heidi A.Campbell, Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society, Journal of the American Academy of Religion, 2012.

² Alex Verschoor-Kirss, Williams College, The Dynamic Interplay of Religion and Technology in Online Social Networks, Journal Of Religion & Society, The Kripke Center, vol14, 2012.

- يرى الباحثان بأنه من الخطأ الاعتقاد بأن التفاعل بين الدين والتقنية يكون دائما عدائيا، ففي غالب يمكن للتكنولوجيا تعزيز الممارسات الدينية من خلال توسيع وانشاء المجتمعات الدينية.
- يمكن للجماعات الدينية الاستفادة من خدمات الانترنت لتدعيم مجتمعاتهم الدينية.
- أن التفاعل بين الدين والتقنية قد يشكل في الكثير من الأحيان خطرا كبير على الدين وتعتبر في بعض الأحيان وسيلة دمار، حيث تسبب في خفض الممارسة الدينية من خلال الوقت المستغرق في الانترنت، حيث وصلت في شهر فيفري سنة 2009 إلى 4:39 سا وفي جانفي 2010 إلى 7:14 سا وفي سنة 2011 إلى 7:46 سا ولكن هذا ليس دائما اذ تساهم أيضا في ترسيخ القيم الدينية في أحيان أخرى.
- يرى الباحثان بأن نوع الاستعمالات الدينية من طرف الافراد المتدينين هو ما يعكس ايجابا أو سلبا على مجتمعاتهم (اي أن النتيجة من جنس العمل)

6-دراسة رومان لوكومت Romain Lecomte¹ تحت عنوان "الانترنت واعداء تشكيل الفضاء

العمومي التونسي: دور المغتربين" Internet et la reconfiguration de l'espace public

tunisien : le rôle de la diaspora، هدف الباحث من خلال هذه الدراسة إلى محاولة معرفة كيف استفاد المغتربون التونسيين من الانترنت من أجل نقد ما يحدث من تجاوزات من طرف السلطات في بلدهم الأصلي؟ وبالتالي معرفة اي نوع من الفضاءات التي يطالبون بها، وعمد الباحث أيضا الى محاولة معرفة طبيعة العلاقة التي تربط المغتربين التونسيون مع المستخدمين المقيمين بتونس، هؤلاء المقيمين الذي يلجؤون إلى النقد غير مباشر للسلطة. وبالتالي توضيح كيف يمكن لمستخدمي الانترنت في تونس أن يلعبوا دورا مهما في هذا الفضاء الاحتجاجي الجديد؟

خلصت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج من أهمها:

- لعب التونسيون المغتربين خارج تونس في البداية دورا بارزا في الفضاء العمومي الافتراضي، وهذا نتيجة إلى أنهم يعيشون في سياق ديمقراطي وفرصة وصولهم إلى الانترنت متاحة وتجسد هذا من خلال استخدامهم للمواقع والمنتديات الالكترونية.

¹ Romain Lecomte, Internet et la reconfiguration de l'espace public tunisien : le rôle de la diaspora, Tic & Société, Vol3, N1-2, 2009.

- بعد مبادرات المغتربين التونسيين في اقتحامهم للمجال العمومي الافتراضي؛ بدأ التونسيون المقيمون في البلد يتدخلون شيئاً فشيئاً في الشؤون العامة، حيث لعبوا دوراً أساسياً في تطوير فضاء التدوين التونسي.
- رغم اختلاف أسلوب المعارضة بين المغتربين والمقيمين في تونس، إلا أن كلاهما واصل تطوير الفضاء الاحتجاجي على الانترنت والذي توسع عن طريق الفيسبوك.
- يرى الباحث بأن الفضاء العمومي الافتراضي الذي أنشأه التونسيون يعتبر فضاء تجربي للنقاش العام.

نقد الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها :

نلاحظ من خلال ما تم عرضه من الدراسات السابقة؛ سواء كانت باللغة العربية أو الأجنبية بأنه ليس لها علاقة مباشرة بموضوع بحثنا، وإنما كل دراسة لها علاقة بأحد متغيرات بحثنا، لذلك يمكن نضع الدراسات السابقة ضمن ثلاث أصناف هي:

1- **دراسات تناولت الظاهرة الدينية في بيئة الانترنت:** حيث عمدت إلى تتبع الظاهرة الدينية سواء من خلال الموقع الالكترونية الدينية أو من خلال مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك، حيث نجد أن ما ميز هذه الدراسات هو محاولة استكشافها لأهم الدوافع والاستخدامات والإشباعات الدينية، وبرز التأثيرات السلبية واليجابية على الظاهرة الدينية في هذه البيئة الجديدة وكذا مقارنة الممارسات الدينية داخل الانترنت وخارجها. استفدنا من هذه الدراسات في اثناء معارفنا الأولية على طبيعة الظاهرة الدينية في بيئة الانترنت والتعرف على أهم الدوافع الدينية والاستخدامات والإشباعات المحققة، وهذا ساعدنا كثيراً في بناء اشكالية تغوص في عمق الظاهرة الدينية أكثر من هذه الدراسات.

2- **دراسات حول الفضاء العمومي:** حيث وجدنا بأن هناك نوعين من الدراسات، دراسات تناولت الفضاء العمومي في البيئة الواقعية وربطه بوسائل الإعلام التقليدي، ودراسات ركزت على الفضاء العمومي الافتراضي أي في البيئة الافتراضية حيث أثبت هذا النوع من الدراسات بأن نظرية هابرماس حول الفضاء العمومي جدوتها في بيئة الانترنت وأن الفضاء الافتراضي هو امتداد لنظرية هابرماس.

استفدنا من هذه الدراسات في توسيع معارفنا حول نظرية الفضاء العمومي سواء في البيئة التقليدية أو اسقاطاتها في الجانب الافتراضي هذا من جهة، وساعدتنا على تأكيد صلاحية اختيارنا لنظرية الفضاء العمومي واسقاط فروضها على البيئة الافتراضية.

إذا تشترك دراستنا مع هذه الدراسات في الاعتماد على فروض الفضاء العمومي كخلفية نظرية، إلا أن دراستنا تختلف عنهم من حيث أن هذه الدراسات حاولت إسقاط فروض النظرية على المجال السياسي فقط عكس درستنا التي تعتمد على اختبار فروض النظرية في المجال الدين.

3- دراسات حول حوار الأديان: حيث ارتكزت هذه الدراسات على محاولة التفصيل مفهوم حوار الأديان نشأته، تطوره، أهدافه وأهميته، لقد استفدنا من هذه الدراسات في الجانب النظري حيث عززت من فهمنا لموضوع حوار الأديان، إلا أن ما يعاب على هذا النوع من الدراسات أنها ركزت فقط على الجانب النظري من خلال اتباع المنهج الوصفي والتاريخي في تتبع هذه الظاهرة، أما نحن في دراستنا هذه حاولنا تناول موضوع حوار الأديان إمبيريقيا.

من خلال ما تم عرضه من الدراسات السابقة لم نجد أي دراسة سواء باللغة العربية أو باللغة الأجنبية تناولت نفس اشكالية بحثنا أو حتى إحدى تساؤلاتها، وإنما اكتفت بتناول إحدى متغيرات بحثنا كموضوع دراسة، وتبقى دراستنا الدراسة الوحيدة إلى حد الآن على حسب ما توصلنا إليه من دراسات سابقة التي جمعت بين نظرية الفضاء العمومي ونظرية حارس البوابة والحوار بين أتباع الأديان ومواقع التواصل الاجتماعي في موضوع واحد، إذ حاولنا من خلال دراستنا هذه اخراج موضوع حوار الأديان من الدراسات الكلاسيكية التي تركز على الجانب النظري أو الفلسفي في عملية بحثها عن هذا النوع من الظواهر الدينية إلى البحث الإميريقي الميداني ودمجه في مخرجات تطور تكنولوجيا الاعلام والاتصال المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي التقصي الواقعي لظاهرة الحوار بين الأديان وقياس جدواها وتأثيراتها ومكانتها في الفضاء العمومي المهرمسي وضمن نظرية حارس البوابة.

مصطلحات ومفاهيم الدراسة:

سنعرف مجموعة من المصطلحات والمفاهيم التي تعد بمثابة كلمات مفتاحية لهذه الدراسة :

- مواقع التواصل الاجتماعي Social Media Webs:

يتكون هذا المفهوم من ثلاث مصطلحات سنشرح كل واحدة على حدى من أجل التمهيد فيها :

مواقع Site:

مفردتها موقع وتعني حسب المنجد العربي موضع الوقوع، مكان، مركز ويقصد بموقع انترنت هو مجموعة من الكمبيوترات الواقعة في مجال عمل واحد والمتصلة بشبكة شاملة يمكن الوصول إليها بواسطة عنوان معين¹

¹ المنجد في اللغة العربية المعاصرة، ط 3، دار المشرق، بيروت، 2008، ص 1551.

التواصل Communication :

هي من اتصالية، صفة ما هو متصل مثل تواصل في العمل، تواصل لقاءات يعني تتابع عدم انقطاع ونقول اتصل يعني ارتبط والتصق ونقول ايضا اتصال و تعني التصاق، تقارب و اشتراك.¹

الاجتماعي Social :

منسوب الى الاجتماع يقال حياة اجتماعية اي خاص بالمجتمع و مراتبه المختلفة ويطلق ايضا على الذي يعيش في مجتمع أو قابل للعيش في نظام جماعة.²

اصطلاحا: لقد تعددت وتنوعت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي ومن أهمها:

"هي مواقع الانترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها بسهولة".³ ويعرفها قاموس ODLIS بأنه « مواقع تشكل مجتمعات الكترونية ضخمة ، تقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات والوسائل المقدمة مثل التعارف والصدقة، المراسلة الفورية، إنشاء مجموعات اهتمام وصفحات للأفراد والمؤسسات، والمشاركة في الأحداث والمناسبات، ومشاركة الوسائط مع الآخرين كالصور والفيديوهات والبرمجيات.⁴

التعريف الإجرائي:

نقصد بمواقع التواصل في هاته الدراسة تلك المواقع الافتراضية عبر شبكات الانترنت التي يشترك فيها مجموعة من الافراد من مختلف الاجناس والمجتمعات بهدف الحوار، التواصل، المشاركة والتفاعل وتبادل الآراء والافكار فيما بينهم على موقع الفاييس بوك الذي يعتبر من ابرز هذه المواقع.

- الحوار بين الأديان Interreligious Dialogue :

ينقسم هذا المفهوم الى مصطلحين سنحاول تعريف كل واحد على حدى قبل التطرق الى مفهومها العام:

الحوار Dialogue:

¹ المنجد في اللغة العربية المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 1534

² نفس المرجع، ص 219.

³ خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية- ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية والسياسية على الوطن

العربي والعالم- ط1، دارالنفايس، عمان، 2013، ص 24

⁴ نما السيد عبد المعطي، صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد، ط1، دارالكتاب الجامعي، لبنان، 2015، ص 79.

لغة: من حاور محاورة وحوار مثل حاور فلان اي تبادل الحديث والمحادثة والكلام والحواري ما يكون على شكل حوار ومحاور تعني محادث و مخاطب،¹ أما قاموس le Petit Robert يقول بأنها كلمة لاتينية الاصل يطلق عليها اسم dialogous وهي من الفعل logos أي كلام ،اذ تعني مقابلة بين شخصين اي الحديث وجها لوجه وهناك ايضا الحديث على الخط،² وحواري **dialogique** كل ماله شكل الحوار، وفي اللسانيات دخلت كلمة حواري على يد العالم اللغوي الروسي ميخائيل باكتين.³

اصطلاحاً: ويعني الحوار أيضا بأنه "عملية تبادل الأفكار والآراء بين محاورين اثنين أو أكثر لغرض بيان حقيقة مؤكدة أو رأي معين قد يتقبله الآخر، أو قد يرفضه؛ فإن ارتضاه فيكون حواراً قصيراً، أما إذا خالفه فيمكن أن يستمر الحوار بينهما لكي يقنع الطرف الأول، الطرف الآخر، وقد لا يقتنع الطرف الآخر، وحينئذ تبقى مسألة الخلاف قائمة بينهما، مما يؤدي الى استمرار الحوار إلى أوقات أخرى"⁴

ويعرف قاموس روبر Le Petit Robert الحوار بأنه يعني "الاتصال والنقاش بين إبتاهين أو مجموعتين من أجل البحث على تفاهم أي التفاوض من أجل الكلام".⁵ أما عند سقراط فيعني فن المسألة والإجابة قصد دخول المحاور في معرفة حقيقية وذلك بهدف تركية النقاشات و تنوير من لديه تناقضات

الأديان Religious:

لغة: مفردة دين وعرفه قاموس المنجد بأنه "مجموع الاعتقادات و الممارسات التي يعبد بها الانسان ربه عكس لاديني الذي يعني الحادية اي مذهب يدعو الى ابعاد الكنيسة عن ممارسة سلطات سياسية أو ادارية او تعليمية وأما تدين تعني تمس صادق بالدين وشعائره".⁶

اصطلاحاً:

يعرف هذا المفهوم صعوبة في تحديد تعريف محدد نتيجة لاختلاف الزوايا التي ينظر اليه منها: إذ يرى علماء الاجتماع وعلماء الانسان بأنه مجموعة مجردة من القيم والمثل أو الخبرات التي تتطور ضمن المنظومة الثقافية

¹ المنجد في اللغة العربية المعاصرة، مرجع سابق، ص343.

² Paul Robert Le Petit Robert, paris , 2013, p730.

³ جان فرونسوا دوتيه، ترجمة جورج كتورة، معجم العلوم الانسانية، ص 361.

⁴ مصطفى يوسف، هندسة الحوار والإقناع ، ط1، دارالحامد،عمان،2015،ص11.

⁵ Paul Robert Le Petit Robert, paris , 2013, p713.

⁶ المنجد في اللغة العربية المعاصرة، مرجع سابق، ص502.

للجماعة البشرية، فالدين البدائي كان من الصعب تمييزه بنظرهم عن العادات الاجتماعية و الثقافية التي تستقر في المجتمع لي تشكل البعد الروحي له.

من جهة أخرى يرى علماء الدين بأن الدين لا يمكن اختصاره بمظاهره الاجتماعية والثقافية الجماعية التي لا تشكل إلا مظاهر ناتجة عم الدين وليست أساسا، فالدين بالنسبة لهم هو الوعي والإدراك المقدس، وهو إحساس بأن الوجود والعالم تم إيجاده بشكل غير طبيعي عن طريق ذات فوق طبيعة تدعى الإله أو الخالق أو الرب.¹

- الحوار بين الأديان Interreligious Dialogue :

يعرفه محمد بنتاجة في كتابه "نظرية التقريب بين الأديان" بأنه محاولة الفرد المحمل بقيم وتقاليد وأفكار وعقائد مسبقة استكشاف الآخر (المختلف دينيا) - كما هو - وإدراكه وبلورة رؤية فلسفية غير نمطية ازائه، دون اللجوء إلى إصدار أحكام قيمية متحيزة ضده. وبذلك يقبل مفهوم فكرة التحيز والذاتية، ولا يحاول ادعاء الموضوعية أو التجرد من الذاتية، أي أن المشاركين في حوار الأديان - بعكس ما قد يتبادر للذهن - يجب أن يتحقق فيهم الإيمان المطلق بعقائدهم دون محاولة التجرد من اللذات كما يظن الكثير من دعاة الحوار أنفسهم.²

التعريف الإجرائي :

نقصد بحوار الأديان في هذه الدراسة بأنه ذلك نوع من الحوار الذي يجري بين أتباع الدين الإسلامي وأتباع الدين المسيحي داخل مجموعات الفايسبوك، ويتخذ هذا الحوار من الوسائط المتعدد من لغة مكتوبة وصور وفيديوهات وسيلة للحوار؛ عن طرق تبادل الحجج والبراهين والآراء الدينية من خلال التعليقات داخل المجموعة.

الإنسانية Humanism :

لغة : حسب القاموس الاجتماعي Dictionnaire de Sociologie هي من أصل لاتيني HUMANUS وتعني إنسان ويطلق عليها بالألمانية HUMANISMUS وبالإسبانية HUMANISMO وبالإيطالية UMANISMO وبالإنجليزية UMANISME وهو مصطلح يجمع مجموعة من المفاهيم التي تغوص في عمق الإنسان تحمل أصالة وقيم إنسانية سامية.³

اصطلاحا:

¹ مصطفى حسبيبة، المعجم الفلسفي، ط1، درا أسامة للنشر، عمان، 2009، ص222.

² محمد بنتاجة، نظرية التقريب بين الأديان- رؤية إسلامية نحو فهم أفضل للآخر -، ط1، المركز الثقافي العربي، المغرب، 2015، ص ص 194، 195.

³ Andre Akoun et Pierre Ansart، Dictionnaire de Soilogie، collection le Robert seuil، Paris، 1999، p261.

يعرفها جاك مارتين (Jacques Maritain) في كتابه الأنسية المتكاملة (Integral Humanism) المنشور عام 1936، بأنه "ذلك الذي يحاول أن يجعل الانسان أنسيا حقا، وأن يظهرنا نحن البشر على عظمتها الأصيلة حين يجعله مساهما في كل ما يمكن أن يوفر ثراه في الطبيعة وفي التاريخ، إنه الموقف الذي يطلب الى الإنسان أن ينمي الإمكانيات المنطوية فيه، وأن يذكي قواه المبتدعة وحياء العقل ويسعى الى أن يجعل من قوى العالم الفيزيقي أدوات وذرائع لحيته".¹

يمكن القول بأن هذا التعريف يحاول أن يلخص أن الانسانية أو الأنسية هي نتاج إنساني بالاستعانة بالعقل للتمحيص والاسترشاد به في جميع الميادين الحياتية، كما أنه لم يغفل جانب ما وراء الطبيعة أو اللاهوتي أو العقائدي ولم ينفه أو سيستثنيه، وقال بإمكانية استغلاله في الجانب الذي يخدم الانسانية ذلك في نظرنا لأنه صفة ملازمة للمجتمعات؛ على الرغم من مناداة البعض بالأحداث قطيعة نهائية معه مثلما نظر له في عصر التنوير.

التعريف الاجرائي:

نقصد بالإنسانية في دراستنا هذه تلك النزعة التي تنبثق من داخل الانسان والتي تنادي باحترام الآخر على اختلاف معتقداته وديانته؛ تلك الخصلة التي تبعث على التسامح والتعايش مع مختلف أطياف وأجناس البشر، تلك النزعة التي تعترف وتحترم بالاختلاف وتنبذ الخلاف تلك النزعة التي تدعو الى السلم وتنبذ الصراع والحرب وابداء الانسان.

- التسامح Tolerance:

لغة: هي من سامح ويعني عفا لم يعاقب، وتسامح في- بفتح الميم- اي ابدى تسامحا و تساهل وتسامح- بضم الميم- تعني سهولة في السّماح وقبول العذر، مغفرة، نقول أظهر تسامح كبير ونقول أيضا تسامح ديني أي موقف الذين لا يتشدّدون في الدين، ويظهرون عدم التعصب ويحترمون عقائد الآخرين وتسامحي أي متعلق بالتسامحية فنقول أخلاق تسامحية جمعها التسامحيون الذين يجاهرون بالتسامحية ونقول متسامح أي واسع التفكير متفهم للآخرين.²

¹ سهام حسن الشجير، أنسنة الإعلام-جدلية التأثير والتغير-، ط1، دار ألفا للوثائق، قسنطينة الجزائر، 2015، ص ص 44، 43.
² المنجد في اللغة العربية المعاصرة، مرجع سابق، ص 697.

اصطلاحاً:

يعني التسامح نبذ المشاعر والأفكار والسلوكيات السلبية اتجاه من أساءوا إلينا، واستبدالها بمشاعر وأفكار وسلوكيات ايجابية، إذ يتيح لنا التسامح أن نعيش مشاعر التعاطف والرحمة والحنان لمن أساءوا إلينا، فالتسامح هو الطريق إلى الشعور بالسلام الداخلي والسعادة، وهو سبيلنا إلى الطمأنينة رغم الشعور بالألم، والاستمرار في الحياة رغم تعرضنا للضرر من الآخرين، والتسامح يساعدنا على تحمل مسؤولية ما نشعر به، وعدم التوقف عن الأمل مجرد عرضنا لألم ما.¹

التعريف الإجرائي: نعي بالتسامح في دراستنا ذلك التسامح الديني بين أتباع الأديان المختلفة عقائدياً والذي يكون أساسه الحب والرفقة وغيض الطرف والتفاهم والتعايش في سلم وأمن، وحل النزاعات يكون مبني على ثقافة التنازل والتصالح وتقبل الآخر كما هو دون اقصائه وتهميشه أو تعنيفه.

- التعايش coexistence :

لغة: نقول عايش أي عاش مع أو عايش فلان ونقول مُعايش أي الذي يعيش على آخر ويلازمه ومُعاش أي خاص باختبارات الحياة أو ناتج منها فنقول تجربة معايشة، ونقول تعيَّش أي سعى وراء أسباب المعيشة، ونقول متعايش ما يتعايش مع غيره، ونقول تعايش أي تبادل أسباب الحياة والعيش معاً بألفة ومودة أي اشتراك في المعيشة بين فردين مختلفين كأن نقول تعايش سلمى بين دول.²

اصطلاحاً:

التعايش هو "نوع من التعاون الذي يبني الثقة والاحترام ويهدف إلى إيجاد أرضية يتفق عليها الأطراف، والتعايش أو الحوار بين الأديان يعني إيجاد النقاط المشتركة بينهم وإبراز منظومة القيم الإنسانية المشتركة ومنها التسامح والمحبة وضمان حقوق الإنسان."³

التعريف الإجرائي:

نقصد بالتعايش في هذه الدراسة ذلك النوع من العلاقة التي تجمع بين أبناء الدين الإسلامي وأتباع الدين المسيحي الذين يعيشون على أرض واحدة، حيث تتميز هذه العلاقة بروح التفاهم مع الآخر والاعتراف

¹ ميشيل إمالكلو، كينث وآخرون، ترجمة عبير محمد أنور، التسامح النظرية والبحث والممارسة، ط1، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2015، ص9.

² المنجد في اللغة العربية المعاصرة، مرجع سابق، ص1040.

³ عامر عبد زيد الوائلي وآخرون، التعددية الدينية وآليات الحوار، ط1، ابن النديم، الجزائر، 2016، ص67.

بخصوصياته العقائدية وبوجوده؛ محاولين إيجاد أرضية مشتركة من أجل الحياة معاً في سلام خالية من كل مختلف أساليب العنف.

- التثاقف Acculturation:

لغة: نقول نُثَقِّف، تُثَقِّف، ثَقُفًا، ثَقُفًا وَثَقَافَةً أي صار حَدِيقًا خفيفًا ونقول ثَقُفًا ظفر به وأدركه، ثَقُفَ ثَقُفًا أي غلبه في الحَذَق، ونقول ثَقُفَ الرُّمَح أي قَوِّمَهُ وَسَوَّاهُ والولد ثَقُفَ هَذَبَهُ وعلمه فتهذب وتعلم فهو مُثَقَّف. ونقول تتأقفا أي تغالبا في الحَذَق، تخاصما وَالثَّقَاف من النساء أي الفطنة، لا الثِّقَاف الخصام، الثَّقِيفُ الحاذق جدا.¹

اصطلاحاً: يعرفه القاموس الاجتماعي بأنه "مجموعة من الظواهر تشكلت نتيجة للاتصال المستمر والمباشر بين مجموعة من الأفراد ذوي ثقافات مختلفة والتي هي في صدد التحول في أشكال الثقافة الأصلية لمجموعة واحدة أو المجموعتين معا."² أما المعجم الأنثروبولوجي فيعرف التثاقف على أنه يدل على الاحتكاك الثقافي الذي تتعرض له المجتمعات أو مجموعات اجتماعية إلى أن تتماثل أو أن تفرض عليها بعض ملامح المجتمعات الأخرى.³

التعريف الإجرائي:

نقصد بالتثاقف في هذه الدراسة هو ذلك التلاقح الثقافي الذي يمكن أن ينجم عن الاحتكاك عن طريق الحوار الديني بين المسلمين والمسيحيين، ولا نعني بالتثاقف ذوبان ثقافة في ثقافة أخرى، وإنما نقصد به التعرف على الثقافية الدينية للآخر؛ لأنه بمعرفة ثقافة الآخر ومعتقداته يمكن مراجعة مواقفنا اتجاه الآخرين، أي أن التثاقف يساعد على بناء مواقف وتشكيل اتجاهات فكرية مؤسسة وواعية بعيدا عن النرجسية والذهنية الاقصائية التهميشية.

- الاعتدال الديني Religious Moderation:

لغة : يعني الاعتدال لغة في لسان العرب لابن منظور: توسط بين حالين في كم أو كيف، كقولهم جسم معتدلا بين الطول والقصر، وماء معتدل بين البارد والحر، ويوم معتدل طيب الهواء، واذل مال الشيء قلت عدلته أي اقمته واعتدل أي استقام.⁴

¹ المنجد في اللغة العربية المعاصرة، مرجع سابق، ص 520.

² Andre Akoun et Pierre Ansart, Dictionnaire de Sociologie, collection le Robert seuil, Paris, 1999, p2.

³ بيار بونت و ميشال إيزارو وآخرون، ترجمة مصباح الصمد، معجم الأنثولوجيا والأنثروبولوجيا، ط2، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، 2011، ص350.

⁴ ابن منظور، لسان العرب، ترجمة عبد الله علي الكبير وآخرون، دار المعارف، القاهرة، د.ط، د.ت، ص2840.

اصطلاحاً: يُقصد بالاعتدال الديني "قبول واحترام المعتقدات الدينية والمذهبية الأخرى المختلفة والمخالفة، والتسامح تجاه معتنقيها، والاعتراف بحق المرء في تبني أية ديانة أو مذهب".¹

أما في قاموس لاروس Larousse يعني الاعتدال "كل ما ابتعد عن الإفراط، ويعني أيضاً الحكمة والسيطرة على النفس".²

التعريف الاجرائي:

نعني بالاعتدال تلك الوسطية التي تقف بين الإفراط والتفريط، فالاعتدال الديني عكس التشدد والتعصب والتطرف الديني والتمسك بالرأي، في حين تقف الوسطية في خط موازي مع الليونة والمرونة الفكرية وترسخ ثقافة تقبل الآخر، والوسطية تؤمن بالاختلاف والتنوع والتعدد الديني ويجعل الاعتدال من الحوار الوسيلة المثلى للتفاهم الديني.

- التطرف الديني Religious Extremism:

لغة: في لسان العرب لابن منظور من تطرف الشيء أي صار طرفاً، وتطرف عليهم أي أغار.³ اصطلاحاً: "إن التعصب والغلو فرعان لشجرة التطرف، إذ من المتعذر أن يوجد متطرف غير غال أو متعصب لما يعتنق من معتقد ديني أو سياسي أو اجتماعي أو عرقي، أي لن يكون ذا اعتدال، كما لا يوجد ذو غلو أو تعصب إلا بسبب ما هو عليه من تطرف في رايه أو موقفه".⁴ كما أن "التطرف الديني لا يعدو كونه قراءة متحيزة للدين، وقراءة مجتزئة للنصوص".⁵

التعريف الاجرائي:

نقصد بالتطرف الديني ذلك الجمود الفكري المثقل بالمشاعر الكراهية والعدوان الذي يصيب أتباع الديانات نتيجة غياب الحوار مع الآخر، وسيطرة الافكار المسبقة والاقوال والأساطير غير مؤسسة على البرهان

¹ خائل شاكرك الجمالي، ترسيخ ثقافة الاعتدال في المنظومة المجتمعية بين الواقع والطموح، بحث مقدم الى المؤتمر الوطني حول الاعتدال في الدين والسياسة، الذي عقد من قبل مؤسسة النبأ للثقافة والاعلام ومركز الدراسات الاستراتيجية في جامعة كربلاء ومركز الفرات للتنمية والدراسات الاستراتيجية، يومي 22 و23 مارس 2017، تم معانيته يوم 2018/11/12، نشر في 26 جانفي 2019 على موقع شبكة النبأ، على الرابط <https://annabaa.org/arabic/studies/18060>

² Larousse, Dictionnaire de français, Maury à Malesherbes, France, 2012, P272.

³ ابن منظور، لسان العرب، مرجع سابق، ص2659.

⁴ حسين علي المصطفى، أدبيات التعايش بين المذاهب، ط2، دار بيسان، لبنان، 2013، ص23.

⁵ ماجد الغرباوي، التسامح ومنابع اللاتسامح فرص التعايش بين الأديان والثقافات، ط1، دار الحضارية، 2008، ص57.

والحجة الدامغة، فالتطرف ينشأ عن التحيز الفكري إلى دين أو طائف معينة مع رفض كل الأفكار الخارجة عن هذا الحيز مهما كانت درجة صحتها أو قبولها.

- التعددية الدينية Religious Pluralism:

لغة: هي من عدد، العد أي احصى الشيء، والعديد تعني الكثرة، وهم يتعاذون ويتعبدون على عدد كذا أي يزيدون عليه في العدد.¹

اصطلاحاً: تعني التعددية الدينية " تعايش المعتقدات الدينية المتنوعة المختلفة، والأديان بمفهومها الواسع، في وقت مع بقاء مميزات وخصائص كل منها".²

التعريف الاجرائي:

نعني بالتعددية الدينية تلك الساحة الدينية العالمية المتنوعة بحيث أن هناك العديد من الأديان المختلفة منها والمقارنة، وأن لكل دين معتقداته ونظرته إلى المقدس والمدنس؛ ذلك أن التعدد هو سنة الحياة تستدعي من أتباع الأديان تقبل هذا التنوع العقائدي والعمل على التعايش معه.

- الخطاب الديني العلاجي:

يعرف على أنه ذلك النوع من الخطابات "الذي يتصدى للسلبات والمشكلات، عبر مخرجات علاجية واضحة صحيحة، ليضع المفردة الإيجابية محل المفردة السلبية، فيعالج التطرف بالاعتدال، والتعسير بالتيسير، والانحراف بالاستقامة، والرذائل بالفضائل، والفوضى بالانضباط، والتعصب بالتسامح، والعنف بالمسالمة، والتصارع بالتعايش، والوصايا الدينية والفكرية بالحوار والإقناع، والطائفية والتنازع بالمواطنة الصالحة، والعنصرية بالمساواة في الآدمية، وازدراء الناس باحترامهم، والتحزب والتكتل بالوحدة والاعتصام، وشق الصف بتوحيد الكلمة، والانتماء للجماعات والأحزاب بالانتماء للوطن وقيادته ومجتمعه، وهكذا".³

¹ ابن منظور لسان العرب، مرجع سابق، ص 2832، 2833،

² حسن الشافعي، التعددية الدينية من وجهة نظر اسلامية، تم معاينته في 2018/12/13، نشر بتاريخ 2006/04/26 على الساعة 21:03 على الرابط

<http://www.qatarconferences.org/new-dialogue/ta3dodyha.pdf>

³ عادل الصويري، ثقافة الاعتدال واستثمار ثقبوب التعصب، موقع شبكة النبأ المعلوماتية، تم معاينته بتاريخ 2018/11/12، نشر يوم الثلاثاء 05 أفريل 2017

على الساعة 11:21 على الرابط

<https://annabaa.org/arabic/authorsarticles/10494>

التعريف الاجرائي:

نقصد بالخطاب الديني العلاجي في هذه الدراسة ذلك النوع من الخطابات الدينية المعتدلة التي تراعي في خطاباتها كل الاختلافات الدينية، وتحاول أن تعالج المشاكل الدينية عن طريق الكلمة الحسنة وبالطرق السلمية المبنية على أسس الحوار المحترم والوعظ والارشاد التي هي أحسن وأيسر مع تجنب الخطابات التي تدعو إلى العنف والتحريض ونبد الآخر.

المقرب النظري المعتمد في الدراسة:

سنعتمد في هذه الدراسة على نظريتين نرى بأنها الانسب لتطبيق فروضها مكن أجل الوصول الى نتائج علمية دقيقة وهذين النظريتين هما:

- نظرية الفضاء العمومي ليورغن هابرماس:

يعد يورغن هابرماس هو المؤسس الحقيقي لنظرية الفضاء العمومي والتي صاغها في كتابه سنة 1962م تحت عنوان " الفضاء العمومي: أركولوجيا العمومية كبعد مؤسس للمجتمع البرجوازي، ولقد استفادة هابرماس كثيرا من مفهوم العمومية عند كانط لصياغة هذه النظرية، إلا ان المميز لنظرية هابرماس إلى الفضاء العمومي هو التركيز على العقل والديمقراطية واثرها في تشكيل الفضاء العمومي، هذا الأخير الذي تشكل حسب هابرماس على يد الطبقة البرجوازية خلال القرن 18 هذه الفئة التي عملت على نشر الوعي وتشكيل الرأي العام في أوروبا. حيث يرى هابرماس بأن الفضاء العمومي هو "تلك المساحة التي توجد بين الدولة والمجتمع، فيتيح هذا الفضاء تشكيل الرأي العام وبالتالي يتيح للرسائل الصادرة عنه من ايصال احتياجات المجتمع إلى الدولة".¹ ذلك أن الفضاء العام هو الذي تتيح للأفراد حرية الرأي والتعبير والنقاش حول القضايا العامة، بحيث يقوم بمراقبة أعمال الدولة والمشاركة في الحياة السياسية وفرض وجهات النظر. ويرى هابرماس بان الفضاء العام يمثل "الحيز المعنوي الذي يتم فيه عقد النقاشات العامة من أجل اتخاذ القرارات التي تسير الشأن العام".² أي أن العام يمكن أن يكون فضاء مادي مثل النوادي، المقاهي، الساحات العامة، البرلمان، وسائل الإعلام... إلخ، أو يكون معنوي يمثل القيم والآراء الحرة...

¹ Jurgen Habermas, Translated by Tomas Burger with the assistance Frederick Laurence, The Structural Transformation of Public Sphere An Inquiry into a Category of Bourgeois Society, MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 1991, PP 30-31.

² مصطفى ثابت، الفضاء العمومي الافتراضي مجال جديد لحرية التعبير والممارسة الديمقراطية، مجلة الحوار المتوسطي، المجلد 10، العدد 1، مارس 2019، ص 340.

ومن خلال تتبعنا لهذه النظرية نجد بأن هابرماس يركز في الفضاء العمومي على الفعل التواصلي الذي يفترض من خلاله " بأن اللغة هي الوسيط الذي يمكن أن يتحقق من خلاله نوع من التفاهم ومن خلاله يستطيع المشاركون التعامل مع مزاعم الصدق التي يمكن الاتفاق عليها أو الاختلاف حولها".¹

يركز هابرماس كذلك على ضرورة الالتزام بأخلاقيات النقاش التي تساعد بدورها على تطوير الفضاء العمومي ذلك أن " كل شخص أو فاعل يملك القدرة على الكلام يمكنه أن يشارك في التواصل وأن يعلن عن إدعاءاته للصلاحيات لكن شريطة أن يراعي مقاييس المعقولية، والحقيقة والدقة والصدق"²، إذا يؤكد هابرماس على ضرورة استخدام العقل اثناء النقاش، وكذلك على الالتزام بسرد الحقائق والدقة والصدق في نقل المعلومات وتداولها كأسس أخلاقية للنقاش يجب مراعاتها وتوظيفها من اجل خلق فضاء عمومي حر وفعال.

تفترض نظرية الفضاء العمومي وجود أربع سمات رئيسية تميز الاتصال عبر الفضاء العمومي وهي:

- القدرة على الوصول إلى دائرة الاتصال.
- الحرية التي يتمتع بها الأفراد في الاتصال داخل هذه الدائرة.
- بنية المناقشة.
- طرح خطاب مبرر بأدلة اقناعية محددة.

كما أشار هابرماس إلى أن نجاح الفضاء العام يعتمد على:

- مدى الوصول والانتشار.
- درجة الحكم الذاتي (المواطنون يجب أن يكونوا أحراراً، يتخلصون من السيطرة والهيمنة والإجبار).
- رفض الاستراتيجية (كل فرد يشارك على قدم من المساواة).
- الفهم والثقة والوضوح في المضمون الإعلامي.
- وجود سياق اجتماعي ملائم.

يرى هابرماس بأن الفضاء العام يجب أن يخضع الى أخلاقيات للمناقشة والتي من خلالها حدد الظروف

الواجب توفرها فيما يسميه الخطاب المثالي كالتالي:

- كل الموضوعات المطروحة للنقاش تأخذ مساحة لها في المجال العام أو الخطاب.

¹ أودينة سليم، فلسفة التداولية الصورية وأخلاقيات النقاش عند يورغن هابرماس، رسالة ماجستير، جامعة قسنطينة، 2009م، ص36.

² أودينة سليم، مرجع سابق، ص95.

- يسمح لكل شخص بتقديم أي موضوع أيا كان للنقاش.
- يسمح لكل شخص بالتعبير عن اتجاهاته ورغباته واحتياجاته.
- لا يمنع أي متحدث عن طريق مصدر إكراه داخلي أو خارجي من ممارسة حقوقه.¹

ومن أهم السمات التي حددها هابرماس للفضاء العام مايلي:

- المجال العام حيز من حياتنا الاجتماعية يمكن من خلاله أن يتم تشكيل ما يقترب من الرأي العام.
- الرأي العام ينشأ من أناس خاصين يجتمعون معاً كجمهور ليتناولوا احتياجات المجتمع مع الدولة.
- المجال العام هو مجموعة أشخاص يستفيدون من عقلانيتهم وتفكيرهم في مناقشة المسائل العامة.²

الفضاء العمومي الافتراضي:

لقد ساهم التطور التكنولوجي في ميدان وسائل الإعلام والاتصال الذي تقوده الانترنت على ظهور وسائل جديدة للتواصل الانساني؛ تتجاوز حدود الزمان والمكان، أدت إلى تشكيل فضاء عمومي جديد يخضع لحد بعيد إلى مثالية هابرماس، حيث يرى Papacharissi بأن "الانترنت تعتبر فضاءاً عمومياً جديداً يسهل النقاش ويشجع على تبادل الأفكار".³ كما أن مواقع التواصل الاجتماعي "سمحت اليوم بتشكيل نمط أكثر حيوية، من خلال النشاط الفعال ازاء الأحداث والتجمعات حول قضايا محددة، والتي تشكل فرصة للتعامل مع مختلف الآراء، ومع أفراد ومجموعات مختلفة من المتصلين، وهذا دون الحاجة للتجمع الفعلي في الأماكن العامة. ولو أن هذا النوع من النشاط قد يحتاج إلى إعادة تعريف وإعادة تفكير، لأنه يقبع خارج نطاق العالم المادي، ولأن الفعلية تتأسس في إطار شكل حياة منظمة من منطلق اللغة المتداولة لمجموعات متواصلة فيما بينها".⁴

ويعتبر الفاييسبوك من ابرز مواقع التواصل الاجتماعي التي تتيح الحوار والنقاش في مختلف المجالات، وذلك من خلال المزايا الاتصالية التي يتيحها هذا الموقع مثل إنشاء الصفحات والمجموعات وغرف الدردشة الجماعية وغيرها، سمحت بتشكيل فضاء عمومي افتراضي يفعل النقاش، في هذا الصدد يرى صادق الحمادي بأن

¹ نفا السيد عبد المعطي، صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد، ط1، دار الكتاب الجامعي، الامارات، 2015، ص 145.

² طاللة لامية، الفضاء العمومي الاتصالي عندما تتور شبكة الانترنت، مجلة الحكمة للدراسات السياسية، العدد 07، الجزائر، 2016.

³ Erlis Cela, Social Media a New Form of Public Sphere, European Journal of Social Science Education and Research, vol 03, N02, 2015, P196.

⁴ يورغن هابرماس، ترجمة حسن صقر، المعرفة والمصلحة، منشورات الأمل، ألمانيا، 2001، ص 277.

"الفايسبوك يمثل فضاءا عموميا لأنه أتاح للأفراد الظهور العام والتعبير عن آرائهم وسرد عوالمهم باستخدام الصور والكتابة".¹

إذا يمكن القول بأن الفضاء العمومي الافتراضي بإمكانه أن يجسد بشكل كبير نظرية الفضاء العمومي الهابرماسي، وربما أحسن من الفضاء العمومي التقليدي، ذلك أن حرية النقاش والتواصل الأفقي الذي تتيحه هذه المواقع تعزز أكثر مقارنة بالفضاء العمومي التقليدي، فلقد لاحظنا بأن العديد من البحوث والدراسات العربية والأجنبية قد اسقطت نظرية الفضاء العمومي على البيئة الافتراضية، واتضح من خلال نتائج معظمها بأن نظرة هابرماس المثالية قد تجسدت إلى حد كبير في الفضاء الافتراضي الذي أوجدته وسائل الإعلام الجديدة.

مكانة الدين في الفضاء العمومي الهابرماسي:

يتسم الفكر الهابرماسي بعدم الثبات على حسب الأحداث والمستجدات، فإن كان البعض يعتبر بأن تغيير المواقف وخاصة إن كانت متناقضة يعد ضعفا، يرى البعض الآخر بأن هذا يعد قوة، ذلك أن العلوم الإنسانية والاجتماعية بطبيعتها تتميز بالتبدل والتحول على حسب تغير السياقات، وهذا ما لمسناها من خلال مواقف هابرماس من الدين وموقعه في الفضاء العام، لذلك يمكن تصنيف مواقف هابرماس حول الدين إلى حقتين:

الحقبة الأولى:

كان هابرماس يقسم مراحل تطور الفكر الإنساني إلى ثلاثة مراحل هي: مرحلة الرؤى الكونية الأسطورية ثم مرحلة الرؤى الكونية الدينية الميتافيزيقية، وأخيرا مرحلة الرؤى الكونية الحداثوية، وفي هذه المرحلة الأخيرة كان يعتقد هابرماس بأن الأسطورة والدين ينبغي لهما التنازل عن موقعهما للفلسفة وفي الفعل التواصل في مسار تحديث المجتمعات الإنسانية، ففي مرحلة الرؤى الكونية الحداثوية ينبغي عيش العالم بعقلانية وفي النتيجة ينبغي أن يتحول الدين والمقدس إلى أمر لغوي.

¹ الصادق الحمادي، مواقع الشبكات الاجتماعية ورهانات دراستها في السياق العربي، ورقة مقدمة في ملتقى دولي بعنوان شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة، تونس، 2015، ص56.

الحقبة الثانية:

تتميز هذه المرحلة من مسار هابرماس الفكري بأنه يعيد النظر في آرائه ونظرياته السابقة ويعترف للدين بدور رئيسي في الفضاء العمومي،¹ ففي مقال نشره عام 1988م يعترف بأن مواقفه السابقة الدين كانت مشوبة بالتسرع،² ففي علاقة الدين بالفلسفة يعيد هابرماس النظر فيقول "بأن الفلسفة لديها الكثير من الأدلة والمسوغات التي تدعوها إلى التعلم من التقاليد الدينية".³ حيث أن التعاليم الدينية مثل الأخلاق والتسامح والانسانية يمكن للفلسفة أن تستمدّها من الدين، أما فيما يخص علاقة الدين بالعقل يعيد أيضا هابرماس النظر فيقول "إن هذا العقل الحديث سوف يتعلم فقط عندما يستطيع توضيح علاقته بالوعي الديني المعاصر".⁴ وهذه اشارة من هابرماس إلى ضرورة اخضاع الدين للعقل ومحاولة خلق مساحة مشتركة لفهم أفضل باعتبار أن الدين احدى الظواهر الملازمة للفعل الإنساني.

ويرى أحد الباحثين بأن "أحداث 11 سبتمبر 2001م تعد منعرجا هاما وحاسما في مسيرة يورغن هابرماس جعلته ابتداء من هذا التاريخ يولي أهمية بالغة للدين ويخصص له حيزا هاما من كتاباته المتأخرة".⁵ إذا نلاحظ في المرحلة الثانية من الفكر الهابرماسي بأنها تميزت باعترافه الصريح بالمكانة المرموقة للدين في الفضاء العمومي، وأنه لا يمكن اقصاؤه لان الدين مزال يلعب دورا كبيرا في مختلف نواحي الحياة الإنسانية، السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية وغيرها.

نظرة هابرماس إلى الحوار بين الأديان:

بعد اعتراف هابرماس بأهمية المجال الدين في الفضاء العمومي بدأت افكاره تنضج وتعمق في دراسة الظاهرة الدينية التي أبدى من خلالها اهتمامه بضرورة تفعيل الحوار الديني في الأوساط المجتمعية، حيث نجد بأن هابرماس "يدعو الطوائف الدينية والأديان عامة إلى أن تتجاوز الخلافات التي بينها وأن تتسامح وتفتح وتقبل مبدأ التعددية الدينية وهذا في اطار رحابة الاختلاف والتعدد وبهذا تتحقق مسألة الحرية الدينية بالفعل على أرض الواقع".⁶

¹ حسين غفاري ومعصومة بهرام، دور الدين في الفضاء العمومي دراسة في تطور رؤية هابرماس الفلسفية، مجلة الاستغراب، 2017، ص 93.

² حسين غفاري، مرجع سابق، ص 87.

³ نفس المرجع، ص 87.

⁴ نفس المرجع، ص 91.

⁵ موقاي بلال، سؤال التواصل ومنطلقات الحوار الديني في الخطاب الفلسفي المعاصر يورغن هابرماس نموذجا، أطروحة دكتوراه، جامعة مصطفى اسطنبولي، معسكر، 2017، ص 130.

⁶ موقاي بلال، سؤال التواصل ومنطلقات الحوار الديني في الخطاب الفلسفي المعاصر يورغن هابرماس نموذجا، ص 192.

لا يكتفي هابرماس بالدعوة إلى الحوار الديني بين المتدينين فقط بل يدعو كذلك إلى حوار المتدين مع غير المتدين ذلك أن "تصور هابرماس للحوار الديني لا يقتصر على حوار الأديان فيما بينها، سواء داخليا أو خارجيا، إنما يذهب إلى أبعد من ذلك إلى الحوار الدين مع النقيض العلماني، في إطار الخطاب الفلسفي المعاصر، أي في ظل منطق الاختلاف والتعدد، وضمن دولة الحق والقانون الديمقراطي بغية تحقيق الاندماج الاجتماعي لجميع المواطنين سواء الذين يؤمنون بالدين أو الذين لا يؤمنون بأي دين".¹

يتضح من خلال هذا الطرح بأن هابرماس يدمج الحوار بين الأديان في الفضاء العمومي، أي ديني مبني على أساس العقل والاقناع والمحاجة، ويرى هابرماس في هذا الصدد أيضا بأن الدين قد عرف عودة قوية لكنها مشوهة بأساليب العنف والتطرف والارهاب، وهي ما اعتراها أمراضا ناتجة عن انسداد في قنوات التواصل علاوة على عدم تماشيها والطبيعة التقدمية للعصر؛ مما يوحي معالجتها من أجل عقلنة الدين في علاقته بمعطيات العالم المعاصر".²

هنا يشير هابرماس إلى ضرورة تفعيل مفهوم الفعل التواصلي؛ من أجل الوصول إلى نقاش وتواصل عقلائي فعال في فضاء عمومي حر، يمكنه أن يحل المشاكل الدينية وينهي التطرف والصراع الذي يحمل راية الدين.

نظرية حارس البوابة الإعلامية Gate Keeping Theory:

لقد عرفت نظرية حارس البوابة سنة 1943م على يد كيرت زادك لوين Kurt Zadek Lewin حيث يعد لوين من أبرز رواد علم النفس الاجتماعي الألمان، ارتكزت معظم دراساته على محاولة فهم عالم الأشخاص من الناحية الجسدية والعقلية والاجتماعية من خلال اجراء المحادثات المتكررة لمحاولة الربط بين ذكرياتهم السابقة وعلاقتها برغباتهم واهدافهم. لقد قام كيرت لوين في البداية بإجراء أبحاث ميدانية أثناء الحرب العالمية الثانية على ربات البيوت من أجل معرفة العوامل التي تقف وراء تغير استهلاك أسر ربات البيوت للطعام خلال فترة الحرب هذه، حيث أدرك من خلال نتائج هذه البحوث بأن وضع الطعام على الطاولة كان نتيجة للعديد من عمليات صنع القرار في الوقت الذي كان فيه الرجال بأنهم هم من يتحكمون في جميع القرارات المنزلية.³

¹ موقاي بلال، نفس المرجع، ص 117.

² نفس المرجع، ص 127.

³ Ghulman Shabir and others, Process of Gate Keeping in Media Form Old Trend To New, Mediteranean Journal of Social Science MCSER Publishing, Rome, Italy, Vol6, No1, 2015, P589.

ولقد حدد كيرت لوين مراحل عملية حراسة البوابة في مقالته الشهيرة بما يلي:¹

- تنتقل الأطعمة خطوة بخطوة عبر قنوات يتباين مقدار الوقت الذي تقضيه في كل قناة.
- أثناء حركة الأطعمة عبر القنوات يجب أن تمر المعلومات من بوابة تنتقل للجزء التالي، وهكذا إلى أن تصل مبتها الأخرى (مائدة الطعام).
- الطعام لا يتحرك عبر القنوات من خلال قوة دفع ذاتية، بل تتحكم به مجموعة من القوى في القنوات التي تسير فيها المعلومات وهي غالبا ما تكون ربة البيت.
- قد يكون هناك العديد من القنوات التي تؤدي إلى النتيجة النهائية نفسها، بمعنى أن محطات السلسلة قد تطول أو تقصر من حالة لأخرى (السوق أو الحقل، ثم المخزن، ثم المطبخ، ثم مائدة الطعام).
- القوى المؤثرة في القنوات تختلف عن بعضها البعض، حتى بين الأقسام داخل القناة الواحدة.
- تعمل هذه الديناميكية بين الأفراد والجماعات الاجتماعية بهدف الحفاظ على سيطرة صناع القرار على النظام المقبول أو المعمول به.

ويرى كيرت لوين بأنه يجب معرفة من يتحكمون في حركة الدخول والخروج عبر كل القنوات، كما يجب دراسة سيكولوجية حراس البوابة بالإضافة إلى نظام قيمهم ومعتقداتهم التي تؤثر على عملية اتخاذ القرار.² ويعد وايت White هو أول من نقل نظرية حارس البوابة إلى ميدان الصحافة، حيث وضع المحرر كحارس بوابة والمعلومات المختارة من طرفه على أنها أخبار، وبدأ بحث وايت يتمحور حول محاولة معرفة طبيعة العملية التي يتم من خلالها قص مليارات الرسائل المتوفرة في العالم وتحويلها إلى مئات الرسائل فقط لتصل إلى أشخاص معينين وفي وقت محدد.³

¹ عزام أبو الحمام، نظرية حارس البوابة الإعلامية في ظل البيئة الجديدة لتكنولوجيا الاتصال، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الانسانية، المجلد 01، العدد 04، 2017، ص 276.

² Karishma Mehrotra, The Crossroads and Companies :Facebook The Lates Media GateKeeper, The SOAS Journal of Post Graduate Research, Vol10, 2016, PP10-11.

³ Julian Wallace, Modelling Conterporary GateKeeping The Rise of Individuals Algorithms and Platforms in Digital News Dissemination, Digital Journalism, Advance Online Publication, 2017, P03, https://www.researchgate.net/publication/318411801_Modelling_Contemporary_Gatekeeping_The_rise_of_individuals_algorithms_and_platforms_in_digital_news_dissemination

ولقد أكدت مجموعة من الدراسات بأن الرسالة الإعلامية تمر بمراحل عديدة وهي تنتقل من المصدر حتى تصل إلى المتلقي، وتشبه هذه المراحل السلسلة المكونة من حلقات، أي وفقا لاصطلاح نظرية المعلومات، فالاتصال هو مجرد سلسلة متصلة الحلقات، وأبسط أنواع السلاسل هي سلسلة الاتصال المواجهي بين فردين، ولكن هذه السلاسل في حالة الاتصال الجماهيري تكون طويلة جدا حيث تمر المعلومات بالعديد من الحلقات والأنظمة المتصلة كما هو الحال في الصحف والراديو والتلفزيون.¹

العوامل التي تؤثر على حارس البوابة:

- هناك العديد من العوامل النفسية والاجتماعية التي تؤثر على حارس البوابة الاعلامية وهي:²
- معايير المجتمع وتقاليد: حيث ان القائم بالاتصال يتجنب نشر المعلومات التي تخالف تقاليد مجتمعه فهو يراعي موقعه في المجتمع ومسؤوليته الاجتماعية، لذلك فالقائم بالاتصال لا يستطيع نشر كل ما يعرفه أو تمكن من الوصول اليه.
 - معايير ذاتية: وتشمل عوامل التنشئة الاجتماعية والتعليم والاتجاهات والميول والانتماءات والجماعات المرجعية.
 - معايير مهنية: وتشمل سياسة الوسيلة الإعلامية ومصادر الأخبار المتاحة وعلاقات العمل وضغوطه.
 - معايير الجمهور: لقد أظهرت الدراسات التجريبية التي قام بها "ريموند باور" بأن نوع الجمهور الذي يعتقد القائم بالاتصال بأنه يخاطبه له تأثير كبير على طريقة اختياره للمحتوى وتنظيمه، فوسائل الإعلام تعمل على ارضاء جمهورها.
- إذا تؤثر كل هذه المعايير التي سبق ذكرها على القائم بالاتصال أثناء اعداده للرسالة الاعلامية إلى غاية نشرها ليتلقاها جمهور الوسيلة، ويتضح من خلال نموذج حارس البوابة بأن الرسالة الاعلامية تمر بعدة بوابات تفتيش يقص منها، ويضاف إليها ما يناسب الوسيلة والجمهور والقائم بالاتصال؛ أي أن اعداد الرسالة تشترك فيه العديد من العوامل النفسية والاجتماعية والمهنية والذاتية.

¹ حسن عماد مكاوي، نظريات الإعلام، ط2، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص77.

² حسن عماد مكاوي، مرجع سابق، ص ص 78-84.

لهذا ارتأنا في دراستنا هذه أن نختبر بعض فروض هذه النظرية من أجل الوصول إلى فهم أفضل للظاهرة التي نحن في صدد دراستها، ذلك أن مجموعات الفايسبوك أيضا يشرف عليها مسؤولين ومدراء يتقاسمون مهام تسيير المجموعة، وتشبه مهامهم مهام رؤس التحرير ومدير الأخبار، حيث تتيح لهم الخصائص التقنية للمجموعات فرصة امتلاك مقص حارس البوابة وبالتالي تفعيل المراقبة القبلية والبعدية لكل ما يراد نشره أو حتى بعد نشره.

الفصل الأول

مواقع التواصل الاجتماعي في بيئة الانترنت

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي في بيئة الانترنت

أثرت الثورة التكنولوجية بشكل كبير على حياة البشرية في مختلف مجالات الحياة، وخاصة من حيث بيئة وشكل الاتصال، وامتد التأثير ليمس نمط العيش والسلوك والثقافة الإنسانية؛ خاصة بعد اكتشاف شبكة الأنترنت في النصف الثاني من القرن العشرين، وانتشار تكنولوجيا الحواسيب، حيث ساهمت تكنولوجيا الاتصال عامة في تقريب المسافات ومكنت مختلف الأفراد والجماعات من التواجد على منصة واحدة، كما سمحت بظهور مجتمع جديدة هو المجتمع الافتراضي.

ساهمت الأنترنت أيضا في ظهور عوالم إعلامية جديدة تركز على التفاعلية والتبادل بين الأطراف المتصلة بسرعة فائقة لم يكن يتخيلها الإنسان حتى في الزمن القريب؛ زمن اكتشاف الراديو والهاتف الثابت والتلفزيون، حيث أصبح بإمكان المستخدم لشبكة الأنترنت المساهمة بشكل إيجابي في العملية الاتصال ويشارك في بناء المحتوى وتحويله عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي.

سنتناول في هذا الفصل أربع مباحث حيث سنخصص المبحث الأول لماهية الأنترنت، ثم سنتقل الى المبحث الثاني الذي سنخصصه للحديث عن مفهوم إعلام الوسائل الجديدة والفرق بينه وبين إعلام الوسائل التقليدية، بينما سنخصص المبحث الثالث للحديث عن ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأهم هذه المواقع مركزين على موقع الفيسبوك، أما في المبحث الرابع سنتعمق أكثر في البيئة الرقمية من خلال الحديث عن المجتمع الافتراضي وأهم المتغيرات المرتبطة بهذا النوع الجديد من المجتمعات.

المبحث الأول: بيئة الانترنت

تغطي شبكة الانترنت كوسيلة اتصال حديثة باهتمام كبير لم تشهده أي وسيلة إعلامية أخرى، فلا يمر يوم دون أن نسمع أو نقرأ أو نشاهد شيئاً على الانترنت، وفي الوقت نفسه تشهد الانترنت العديد من التطورات المستمرة على مدار السنوات الأخيرة، فمما لا شك فيه أن الانترنت اليوم تختلف عن الانترنت منذ خمس سنوات، وستختلف الانترنت شكلاً ومضموناً بعد خمس سنوات أو ربما بعد سنتين عما هي عليه الآن.¹

سنسعى من خلال هذا المبحث التطرق إلى مفهوم الانترنت وتاريخها وتطورها، بالإضافة إلى أهم خصائصها، وسنتطرق أيضاً بالتفصيل إلى الجيل الثاني من الانترنت وأهم ميزاته، ثم سنبحث هذا المبحث بالحديث عن دور الانترنت في عولمة العالم، كل هذا هو بهدف وضع أرضية صلبة ورسم طريق واضحة دون غموض من أجل الإحاطة بموضوعنا وتدعيمه من كل الجوانب، لأنه من غير اللائق أن نلج مباشرة إلى الحديث عن مواقع التواصل الجديد دون المرور بالبوابة الرئيسية المتمثلة في الانترنت.

المطلب الأول: مفهوم ونشأة الانترنت Internet Concept:

تعددت التعاريف التي تناولت مفهوم الانترنت وتنوعت واختلفت باختلاف المشارب العلمية للباحثين والزوايا التي ينظر كل منهم إليها، لكنها تبقى تصب في نفس الإطار الذي وجدت من أجله، سنحاول تناول التعريفات اللغوية والاصطلاحية وذلك من أجل الإحاطة بالمفهوم من مختلف الجوانب:

أولاً: من الناحية اللغوية:

لقد أجمع العديد من الباحثين على أن كلمة انترنت Internet هي "اختصار للكلمة الإنجليزية International Network ومعناها شبكة المعلومات العالمية"²، بينما يرى البعض بأنها لا تعني كلمة أنترنت ذلك المعنى وإنما هي "Interconnection Networks وتعني الترابط بين الشبكات".³

ويطلق تسميات عدة على الانترنت مثل الشبكة العالمية (Word Net) أو الشبكة (The Net) أو الطريق الإلكتروني السريع للمعلومات (Electronic Superhighway).⁴

وهناك من يرى من أن كلمة أنترنت في الإنجليزية Internet يتكون من Inter والتي تعني "بين" وكلمة net التي تعني "شبكة"، أي "الشبكة البينية" والاسم دلالة على بنية الانترنت باعتبارها "شبكة ما بين الشبكات" أو "شبكة من شبكات" بالإنجليزية (a network of networks) أو (interconnected networks)، حيث أنه شاع

¹ عبد الباسط أحمد هاشم شاهين، التفاعلية على مواقع الصحف الإلكترونية، ط1، دارالعلوم، القاهرة، 2014، ص53.

² محمد علي أبو العلا، الإعلام الدولي وتكنولوجيا الاتصال، ط1، دار العلم والایمان للنشر، القاهرة، 2013، ص32.

³ هاشم الهاشمي، الإعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل، ط1، دار المستقبل، عمان، 2001، ص259.

⁴ عامر إبراهيم قندلجي و آخرون، مصادر المعلومات-من عصر المخطوطات الى عصر المعلومات-، ط1، دار الفكر، 2000، ص325.

خطأ في وسائل الاعلام العربية تسمية "الشبكة الدولية للمعلومات" التي يطلق عليها في اللغة الانجليزية International Network، ظنا أن المقطع inter في الاسم هو اختصار لكلمة "international" التي تعني دولي.¹

نجد أن هناك اختلافات في ترجمة كلمة Internet إلى اللغة عربية لكن لو دققنا النظر لوجدنا على أنه رغم اختلافات الشرح اللغوية إلا أن المعنى يبقى واضح، حيث نستنتج من هذه التعاريف بأن الأنترنت شبكة عالمية ودولية محلية تعمل على الربط بين الشبكات، وبالتالي تحقيق الهدف الرئيسى الذي أنشأت من أجله ألا وهو الاتصال.

ثانيا: المفهوم الاصطلاحي:

هناك مجموعة من التعاريف الاصطلاحية للأنترنت سوف نستعرض أهمها:

يرى فيصل أبو عيشة أن الأنترنت هي "شبكة اتصال جماهيرية ضخمة جدا وغير مركزية وتربط مجموعة كبيرة من شبكات الحاسب الآلي المنتشرة في أنحاء العالم، حيث تتبع كل شبكة جهة مستقلة مثل الجامعات، مراكز البحوث، والشركات، وتتميز الشبكة بعدم وجود جهة مركزية تديرها، أو تحكمها بشكل مباشر، كما تتميز بسرعتها الفائقة، وإتاحتها لقدر كبير من الحرية والتفاعلية، والأنترنت وسيلة اتصال جماهيري حديثة لنقل الأخبار والمعلومات إلكترونيا عن طريق شبكة الحاسب الآلي المتصلة بالهاتف أو الألياف الضوئية ويمكن من خلالها نشر واستقبال الأخبار والمعلومات والصور بأسلوب سهل وسريع".²

وهناك تعريف آخر يرى صاحبه بأن الانترنت "هي عبارة مجموعة من شبكات الكمبيوتر من جميع أنحاء العالم تتيح للمستخدمين الاتصال بمصادر مختلفة من المعلومات و الخدمات".³

ويعرفها المعجم الموسوعي لتكنولوجيا المعلومات والأنترنت بأنها "هي شبكة عملاقة تضم عشرات الآلاف من الشبكات والحواسيب المرتبطة مع بعضها البعض في عشرات من الدول، وتستخدم هذه الحواسيب والشبكات بروتوكول النقل والسيطرة (Transfer and Control Protocol) وبروتوكول إنترنت (Internet Protocol) الذي يرمز لهما (TCP/IP5) لتأمين الاتصالات الشبكية، لذا فإنها أوسع شبكة حواسيب في العالم، تزود المستخدمين

¹ فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، دون طبعة، دار اسامة للنشر، عمان، 2014، ص 38، 39.

² فيصل أبو عيشة، مرجع سابق، ص 39.

³ محمد سيد فهمي، تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية، دار المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2006، ص 314.

بالعديد من الخدمات كالبريد الإلكتروني، ونقل الملفات، والأخبار والوصول إلى الآلاف من القواعد والبيانات، ويطلق على الأنترنت مسميات عدة أهمها الطريق السريع للمعلومات (Information Superhighway).¹ لقد حاولت هذه التعريفات الإلمام بمفهوم الأنترنت من مختلف الجوانب الاتصالية والتقنية إلا أنها أغفلت التطورات الحاصلة في هذا المجال، حيث أنه لم يعد الارتباط بالأنترنت بالنسبة للمستخدم عن طريق الحاسب الآلي المتصل بالهاتف أو الألياف البصرية، فبفضل الهاتف الذكي والشرايح 3 جي و 4 جي و 5 جي والهاتف الثابت 4 جي وغيرها من أصناف أجيال الأنترنت؛ التي تعدت وفاق ما ذكرنا أصبح بإمكان المستخدم أن يرتبط بالأنترنت ويجول ويصول حيث ومتى شاء دون ضرورة الجلوس أمام الحاسوب، وأتيح للمستخدم بفضل الهواتف الذكية والألواح الالكترونية أن يكون متواجد على الخط أينما كان في المنزل في المقهى في الحافلة وحتى وهو يمشي في الشارع.

من خلال ما سبق يمكن أن نقول بأن الأنترنت هي مجموعة من الشبكات الرقمية تمكن المستخدم من الولوج إلى عالم المعلومات والاتصالات عبر كل أنحاء العالم، وبشبكات الويب باستخدام مختلف التطبيقات والوسائط الحديثة والوسائل التكنولوجية التي تمكن من الربط بالشبكة؛ سواء عن طريق الكابل أو الألياف البصرية والحاسبات الثابتة أو عن بعد عن طريق الموجات و الأقمار الصناعية بواسطة الهواتف الذكية و الألواح الإلكترونية والحواشيب الشخصية أو أي وسيلة تتيح الولوج والاتصال بالأنترنت.

ثالثاً: نشأة الانترنت وتطورها:

تعتبر الحرب الباردة هي السبب الرئيسي في بزوغ فكرة انشاء هذه الشبكة نتيجة للتنافس المحموم الذي كان بين الكتلتين الشرقية و الغربية بين الاتحاد السوفياتي آنذاك والولايات المتحدة الامريكية تنافس من أجل السيطرة وبسط النفوذ على العالم، تنافس عقب الحرب العالمية الثانية واستمر حوالي 45 سنة إلى غاية سقوط الاتحاد السوفياتي في سنة 1989.

ففي عام 1950 راود القلق وزارة الدفاع الأمريكية من قيام حروب نووية تقضي على نظام الاتصالات المحرك لكل الاعمال، الأمر الذي طرح سؤال عن كيفية ضمان واستمرار هذا الاتصال في حال قيام هذه الحرب، وكانت الإجابة تكوين شبكة اتصالات لا مركزية إذا دمرت إحداها فإنها تستمر في العمل وهذه الشبكة هي الأنترنت.

¹ عامر إبراهيم قنديلجي، المعجم الموسوعي لتكنولوجيا المعلومات والانترنت، ط1، دار المسيرة، عمان، 2010، ص330.

يمكن أن نلخص أهم المراحل التاريخية التي مرت بها الشبكة العنكبوتية حسب ما أورده عبد الرزاق مُجّد الدليمي فما يلي:

- في سنة 1957 أسست وزارة الدفاع الامريكية لمشاريع الابحاث المتقدمة (ARPA) اختصار ل (Advanced Research Projects Agency)، وكانت تحتّم بتطوير العلوم خلال فترة الحرب الباردة، وهذه الوكالة كانت ردا على إطلاق الاتحاد السوفيتي أول قمر صناعي (Sputnik).¹ علما أنه تغير اسم آربا لاحقا إلى داربا (DARPA) أي (Defense Advanced Research Projects Agency)² التي تعني وكالة المشاريع البحث المتقدمة للدفاع.
- في سنة 1962م اقترح الباحث الأمريكي بول باران (Poul Baran) الذي كان يعمل في شركة (DAND) الحكومية، نظاما لربط الحواسيب بعضها مع بعضها في الولايات المتحدة كافة من خلال شبكة واحدة إذا دمر بعضها فإنها تستمر في اتصالاتها.³
- في 1968 وافقت وزارة الدفاع الأمريكية دعم هذا الاقتراح من خلال وكالة الابحاث المتقدمة (ARPA)، حيث قدمت هذه الوكالة الكثير من التسهيلات للباحثين لتطوير العلم.
- وفي سنة 1969 أسست وكالة (ARPA) وكالة أربانيت (ARPANET) ووضعت أول أربعة نقاط اتصال لشبكة "أربانيت" في مواقع جامعات أمريكية منتقات بعناية وهي: جامعة كاليفورنيا في لوس انجلس، ومعهد أبحاث ستانفورد، وجامعة كاليفورنيا في سنتا باربارا، واخيرا جامعة أوتاوا.
- وفي سنة 1972 ظهر البريد الإلكتروني (E-mail)، والذي طوره رأي توملينسون (Ray Tomlinson)، وظهر كذلك أول عرض عام لشبكة "أربانيت" في مؤتمر العاصمة واشنطن بعنوان "العالم يريد أن يتصل" والسيد راي توملنسون يرسل أول رسالة على الأربانيت.
- في عام 1973 إضافة الترويج وإنجلترا الى الشبكة.
- أما في عام 1983 تم تقسيم (APRANET) إلى جزآن (APRANET) و (MILNET)، حيث أصبحت الأولى تستخدم للأبحاث المدنية، أما الثانية للاستخدامات العسكرية.
- في سنة 1984 أخذت مؤسسة العلوم الأمريكية NSF على عاتقها مسؤولية أربانيت. وفي سنة 1985 أول شركة كومبيوتر تسجل ملكية أنترنت خاصة بها.

¹ عبد الرزاق مُجّد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2011، ص53.

² عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد-المفاهيم الوسائل والتطبيقات-، ط1، دار الشروق، عمان، 2008، ص60.

³ عبد الرزاق مُجّد الدليمي، مرجع سابق، ص 53.

- وفي سنة 1989 تم إنشاء النسيج العنكبوتي www اختصار ل Word Wide Web، أما في سنة 1990 توقفت آربانيت (ARPANET) عن العمل وحلت مكانها الأنترنت.¹ شهدت التسعينيات تطورا كبيرا في تقنيات وبرامج الأنترنت، كما تزايدت أعداد مستخدميها، وبدأ عدد كبير من شركات خدمات المعلومات وقواعد البيانات في استخدامها كوسيلة جديدة للاتصال بعملائها، كما أصبحت وكالات الأنباء تعتبر أن عمليات الاستثمار في الانترنت من بين مشاريعها المستقبلية الأساسية، وتزايدت أعداد هذه الوكالات على الأنترنت وبدأت الأنترنت تدخل إلى دور المؤسسات الصحفية كمصدر أساسي للأخبار والمعلومات، كما بدأت تأخذ في الانتشار بين الجماهير بشكل كبير في منتصف التسعينات.²

من خلال هذا العرض الكرونولوجي لأهم المراحل التي مر بها تاريخ الأنترنت؛ يمكن القول بأن الصراعات سواء السياسية أو الحرية هي دائما من تشكل اللبنة الأولى لنشأة وتطور الوسائل الاتصال أو بطريقة أخرى حب السيطرة وبسط النفوذ، رأينا كيف أن الإذاعة تطورت تقنياتها وأساليب الدعاية من خلالها وذلك إبان الحرب العالمية الثانية وكيف استطاعت قلب الموازين، حيث رأينا ما فعله هتلر عن طريق الدعاية عبر الإذاعة التي خذر بها شعبه والعالم بأكمله، ورأينا كيف استغل التلفزيون في الترويج للانتخابات والسياسات وذلك ما تجسد في انتخابات روزفلت والتي فاز بها بفضل اعتماده على التسويق السياسي على شاشة التلفاز، ورأينا أيضا بأن ظهور وتطور الأقمار الصناعية كان بفضل صراع الحرب الباردة بين الاتحاد السوفياتي والولايات المتحدة الأمريكية بما فيها الأنترنت والتي أشرنا سابقا بأنها ظهرت أيضا في خضم الصراع الإيديولوجي والسياسي في زمن الحرب الباردة. إذن في بداية الأمر كانت الأنترنت تحت سيطرة الجهاز العسكري الأمريكي وبعد تطورها وبسط السيطرة ونهاية الحرب الباردة بسقوط الاتحاد السوفياتي بدأت الأنترنت الانتقال إلى المجال العلمي الجامعات والمعاهد البحث، وبعدها سمح لها للدخول في القطاع التجاري وبالتالي انفصالها عن القطاع العسكري، فانتشرت في البلدان المتقدمة كإنجلترا، فرنسا وألمانيا وبعدها وصلت حتى البلدان النامية وانتشرت في أرجاء العالم وأصبح العالم قرية صغيرة بفضل شبكة المعلومات الدولية التي جعلت العالم يلتقي في شبكة واحدة وتحت شعار واحد أريد أن أتواصل مع الآخر. لكن كل هذا لم يكن من صنع الانترنت لوحدها، وإنما بالتساق مع الوسائل التكنولوجية الأخرى والتي تعمل إلى جنب ومع وبالأنترنت وهذا ما سنتعرض لاحقا.

المطلب الثاني: الخصائص الاتصالية عبر شبكة الانترنت

¹ نفس المرجع، ص 55، 54.

² عبد الباسط أحمد هاشم شاهين، مرجع سابق، ص 58.

تغير نمط الاتصال التقليدي بفضل ظهور شبكة الأنترنت وتعددت أشكاله وتنوعت، حيث أضفت على الاتصال طابع ديناميكي، وحيوي وزرعت فيه نفس جديد مكن المستخدم من المشاركة الفعالة في العملية الاتصالية والتفاعل أكثر ومكنته من الانفتاح على العالم والتعبير عن آرائه وأفكاره دون حواجز ومملكته هذه التكنولوجيا العالمية، وجعلته يتواجد على الخط ليمارس غريزته الإنسانية دون قيود وبتسهيلات أكبر من النمط التقليدي؛ لذلك سنحاول عرض أهم الخصائص والسمات التي يتميز بها الاتصال عبر الأنترنت وذلك من أجل تبيان سر الجاذبية التي تتميز بها هذه الشبكة:

● التفاعلية Interactivity:

تعد التفاعلية من أهم الميزات التي توفرها شبكة الأنترنت والتي أتاحت للمستخدم من أن يكون شريك أساسي وإيجابي في دورة العملية الاتصالية، "حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار، ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلا من مصادر، وتكون ممارسة الاتصال مع المتلقي ثنائية الاتجاه وتبادلية".¹ هذا ما مكن المشتركين من تبادل الأدوار والتناوب في الاتصال الذي يولد حالة من الحركية والنشاط لجميع الأطراف المتصلة دون إقصاء أو تهميش للآخر.

● اللامجاهيرية Demassification:

وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعني أيضا درجة التحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها.

● الكونية Globalization:

البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية،² ذلك أن شبكة الانترنت مكنت من التفاعل مع مختلف أجناس البشر وتخطت حدود الدولة الواحد فأصبح بمقدور المستخدم أن يلتقي داخل الشبكة بمن يريد ومهما كانت المسافة ورغم الاختلاف الثقافي، فهذه الشبكة جسدت فعلا مفهوم العولمة على أرضية الواقع.

● التزامنية Synchronization:

¹ ابراهيم بعزیز، الصحافة الالكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2012، ص27.
² محمد علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، ط1، دار السحاب للنشر، القاهرة، 2005، ص178-180.

توجد بعض الخدمات التي تقدمها الأنترنت تستوجب وجود طرفي الاتصال (المرسل والمستقبل) في آن واحد حتى تتم العملية الاتصالية عبر الشبكة، ولعل أبرز خدمات التحوار الآني عبر الانترنت " Internet Relay Chat"، والذي يتم الاتصال من خلاله باستخدام النص والصوت أو الصوت والصورة أحيانا؛ مع ضرورة التأكيد على وجود طرفي الاتصال في آن واحد، وهذا يعني أن الاتصال عبر الأنترنت يتم أحيانا بشكل تزامني.

● اللاتزامنية A synchronisation:

وتعني هذه الخاصية إمكانية إرسال واستقبال الرسائل في وقت مناسب للمستخدمين، ولا يتطلب الاتصال اللاتزامني وجود طرفي الاتصال في وقت واحد حتى تتم العملية الاتصالية،¹ ولعل مثل هذه التطبيقات على الأنترنت كثيرة ومتعددة وتشهد كل يوم تطور سريع ومتنوع، ومن أبرز الأمثلة التي تجسد اللاتزامنية هي مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك facebook تويتر Twitter المدونات Blogs وغيرها، حيث يمكن للمستخدم ترك رسالته نصية كانت أو نصية أو حتى سمعية بصرية على حسب ما يتيح كل موقع لمن يريد الاتصال به دون أن يتواجد معه في نفس الوقت، ولعل هذه الميزة هي أيضا من أهم الميزات التي جعلت مرتادي هذه المواقع أن يدمنوا عليها.

● تميز جمهور الانترنت Audience:

إذا كانت الصحافة المطبوعة توجه إلى جمهور يجيد القراءة و الكتابة فقط، فإن الأنترنت تستلزم قدرة المستخدم على التعامل مع تكنولوجيا الأنترنت والحاسب الآلي، ومن هنا ظهرت مشكلة الأمية في التعامل مع تكنولوجيا الأنترنت خاصة في الدول النامية، فالأنترنت تتطلب أن يكون لدى المستخدم درجة معينة من التعلم والثقافة وقدرة على التعامل مع تكنولوجيا الاتصال الحديثة.²

لكن يجب الإشارة بأن هناك تطبيقات كثيرة على شبكة الأنترنت سهلت كثيرا ولوج المستخدم إليها واستعمالها باعتماده على استراتيجية تبسيط طريقة استعمالها آخذة باعتبارها المستخدم الذي لا يجيد كثيرا استخدام الأنترنت، وحتى يتسنى لها الوصول إلى عدد كبير من المستخدمين فمثلا موقع البريد الإلكتروني لا يتطلب من المستخدم سوى معرفة أولية لمبادئ التشغيل فقط فما عليه إلا إدخال عنوان بريده ورقمه السري حتى يتسنى لوح استخدامه، كذلك موقع الفيسبوك سهل جدا من طريقة استخدامه وخير دليل على ذلك هو

¹ عبد الباسط أحمد هاشم شاهين، مرجع سبق ذكره، ص 67-68.

² نفس المرجع، ص 68.

تزايد مستخدميه يوما بعد يوم حيث فاق عدد مستخدميه المليار ونصف مستخدم ومن مختلف شرائح المجتمع، فبفضل هذه التطبيقات الوسيطة ما على المستخدم سوى تعلم المبادئ الأولية للإعلام الآلي .

• وسيلة غير مكلفة Cheap:

تعد الأنترنت وسيلة غير مكلفة؛ حيث تسهل الأنترنت عملية توزيع الوثائق الالكترونية أيا كان شكلها بأسعار رخيصة، ويتضح ذلك من الكم الكبير من الخدمات والبرامج المجانية المتاحة على مواقع الويب، والتي تحقق للمستخدم أهدافه الاتصالية بأقل تكلفة ممكنة.

• وسيلة ديمقراطية Democratic Medium:

فتحت شبكة الأنترنت المجال أمام إمكانية أكبر قدر من الحرية؛ فهي تعد بمثابة منتدى قوي لحرية التعبير والآراء، ومكان يستطيع فيه أي فرد أن يتمكن من أن يصل صوته إلى أبعد ما تتاح وسيلة اتصالية أخرى.¹ حيث رأينا ما فعلته مواقع التواصل الاجتماعي من التحول الديمقراطي الذي شهدته الكثير من الدول العربية التي قام فيها ما أطلق عليه بالربيع العربي وخير مثال على ذلك ما حدث في تونس ومصر وليبيا وغيرها من البلدان العربية، حيث ساهم كل من الفيسبوك وتويتر واليوتيوب في هذه التحولات؛ من حيث تبادل الآراء والأفكار ونشر الفيديوها بدل الاعتماد على الوسائل التقليدية، وفتح باب النقاشات و المشاورات وحشد وتنظيم المتظاهرين وعرض المطالب وغيره، كذلك أصبحت شبكة الأنترنت منصة للتسويق السياسي والانتخابي ورأينا اعتماد الرئيس السابق للولايات المتحدة الأمريكية باراك أوباما كيف استغل مواقع التواصل الاجتماعي، ما جعل العديد من السياسين الاعتماد على شبكة الأنترنت في الترويج لبرامجهم.

• السرعة Speed:

تتميز الأنترنت بالسرعة الكبيرة في نقل المعلومات والأخبار بين طرفي الاتصال، وذلك بما تمتلكه هذه الوسيلة من إمكانات تتمثل في الإرشادات سواء الكتابة، الأصوات، الألوان، الأصوات والمشاهد الحية من مواقع الأحداث كما تتميز بالسرعة في البحث عن المعلومات، وأرشفتها بما يحقق كل أو معظم الأهداف الاتصالية للمستخدم في وقت قصير جدا.²

• الوسائط المتعددة Multimedia:

أسهمت الوسائط المتعددة بتوفير بيئة متميزة تساعد مستخدمي الانترنت على اكتساب المهارات والخبرات والمعرفة، كما ساعدت الجمهور على التفاعل مع النصوص الجامدة من خلال تضمين النصوص لقطات مسموعة

¹ نفس المرجع، ص 68.

² نفس المرجع، ص 69.

ومرئية، وصورا ورسوما كاريكاتورية، حيث يرى GIBBS " أنه يمكن للوسائط المتعددة وبفضل ما تتوافر عليه من سمات تحسين الاتصال، وإثراء المواد المقدمة عبرها.¹

من خلال ما تم عرضه لأهم الخصائص والميزات الاتصالية التي يوفرها الأنترنت نستطيع القول بأن هاته الوسيلة أتاحت للمستخدم من أن يتحول من فرد محلي إلى عالمي حيث أصبح العديد من المستخدمين يفضلون الإبحار في العالم الافتراضي الغني بالمعلومات وبكل ما ينوي البحث عنه بمجرد النقر على زر البحث ليصل إلى ما كان يبحث عنه، حيث أصبحت شبكة الأنترنت شبيهة إلى حد ما بالفاموس السحري الذي كنا نسمع قصصه الأسطورية بأنه كل ما تتمناه يمكن أن يتحقق هكذا هي الانترنت أتاحت لجميع شرائح المجتمع وعلى اختلاف رغباتهم وحاجاتهم كل ما يطلبونه من خدمات معلوماتية وغيرها.

المطلب الثالث: 2.0 تحول تقني جديد

ظهر مفهوم الويب 2.0 للمرة الأولى -حسب "نانسي باين" Nancy Bayn-، خلال محاضرة "Brainstorming" بين مؤسستين "OREILLY" و "Media Live International"؛ بحيث تم إعطائه من طرف "دال دوغرتي" Dale Dougherty، وهو عضو في مؤسسة "Tim OREILLY" وهذا عام 2005، والذي اعتبره مرادفا للتفاعلية.² حيث يقول ينيك لوجان Yannick Lejeune "الويب صار أكثر فأكثر ذكاء، فهو دائم الوجود وسهل الوصول من خلال عدد هائل من الواجهات والشاشات"³ وهذا يدل على سرعة تطوره وانتشاره وسهولة استخدامه.

أولا: تعريف الويب 2.0

لقد تنوعت و تعددت تعريفات التي صيغت حول اليوم سوف نذكر أهمها:

الويب 2.0 هو مساحة تتيح للمستخدمين بإنشاء ومشاركة المعلومات على الأنترنت وتمكنهم من التعاون، والمحادثة والتفاعل، وبذلك يشير مصطلح الويب 2.0 إلى الجيل الثاني من الويب، حيث تحول الويب من أداة للنشر إلى منصة تعاونية تتيح، من خلاله الأدوات التعاونية مثل "الويكي" أو الشبكات الاجتماعية التعاون والمشاركة بين المستخدمين وتبادل المحتوى عبر الأنترنت (وثائق وصور وموسيقى).⁴

¹ فيصل أبو عيشة، مرجع سابق، ص 93.

² صونية عبيدش، الشبكات الاجتماعية-دراسة مسحية لمستخدمي الفايبروك من طلبة جامعات الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية الإعلام جامعة الجزائر، 2015، ص 56.

³ Yannick Lejeune, Tic 2025 les grandes mutation, FYP Edition, France, 2010 ·p 14.

⁴ السيد صلاح الصاوي، سمات الويب 02 على مواقع الأرشيفات و المكتبات الرئاسية على الانترنت، مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية، العدد 2، نوفمبر 2012، ص 218.

ويعرف كذلك على أنه فلسفة أو أسلوب جديد لتقديم خدمات الجيل الثاني من الأنترنت، تعتمد على دعم الاتصال بين مستخدمي الانترنت، وتعظم دور المستخدم في "إثراء المحتوى" الرقمي على الأنترنت، و"التعاون" بين مختلف مستخدميهم في بناء مجتمعات إلكترونية، وتنعكس تلك الفلسفة في عدد من التطبيقات التي تحقق سمات وخصائص الويب 2.0، أبرزها مواقع التواصل الاجتماعي.¹

إذن فالويب 2.0 يمثل الجيل الثاني للأنترنت بعد الويب 1.0 الذي اكتشف في بداية التسعينات، هذا الأخير الذي كان يعتمد على النشر المعلومات والروابط فقط وكان يتصف بالجمود والسكون فاقدا للحيوية حتى اكتشف الويب 2.0 الذي من سماته البارزة التفاعلية، حيث يسمح بالكتابة والقراءة ويعطي للمستخدم الأحقية في مساهمة في بناء المحتوى وإنشاء الصفحات والتفاعل مع غيره من المستخدمين ومشاركتهم خالقا بذلك مجتمعات افتراضية من مختلف فئات المجتمع.

ثانيا: خصائص الويب 2.0:

يتمتع الجيل الثاني للويب بالعديد من الخصائص التي تبرز بطريقة مباشرة، القدرات الابداعية والتكنولوجية في شبكة الانترنت، وهذه بعض الخصائص الذي ينفرد بها الويب 2.0:

- الويب 2.0 منصة تطوير متكاملة:

يعتبر أرضية ومنصة قابلة للإستغلال من طرف الأشخاص والمواقع والخصائص الحديثة لشبكة الأنترنت، تماما كما يستفيد مطورو البرامج من أوامر نظم ولغات البرمجة لصقل أفكارهم وتحقيق أهدافهم، فهي مواقع تحمل القابلية لتجسيد الأفكار.

- الذكاء والحس الإبداعي:

هناك الكثير من خدمات الويب 1.0 و الويب 2.0 تكاد تكون متطابقة في أهدافها، لكن طرق تقديم المعلومات والوسائل والتقنيات المعتمدة توحى بحس إبداعي للويب 2.0 وتبين الفرق بينهما.

- أهمية المحتوى:

تبنى مواقع الويب 2.0 على المحتوى، فالأهم هي المعلومات والبيانات المقدمة وقيمتها العلمية والإعلامية على الصفحات، ونوعية المعلومات وطرف تقديمها وجدتها، وإمكانية استفادة الجميع منها؛ هذا ما يميز مواقع الجيل الثاني على غيره من المواقع.

¹ صونية عبيدش، مرجع سابق، ص 57.

- الثقة بالمستخدم (المستخدم):

إن كل من المدونات، الشبكات الاجتماعية، ومواقع الويكي تحتوي على معلومات عديدة ومتنوعة هي في الأصل معلومات خاصة بمستخدمي شبكة الانترنت وليس بمصممي هذه المواقع، فالثقة كاملة بالمستخدم عند تقديمه المعلومات، ليأتي فيما بعد دور مسؤول الموقع ليراقب وينظم هذه المعلومات أو يحذف ما يخالف قوانين الموقع.¹

- نظم الويب 2.0 تتطور باستعمالها:

تتطور مواقع الجيل الثاني للويب بطريقة تختلف على الويب 1.0، حيث تزداد قيمتها ويتطور محتواها بالاستفادة من معلوماتها ونظمها وخدماتها والمشاركة في محتوياتها، فاستعمالنا لموقع "ويكيبيديا" يزيد من قيمتها ويزيد، وتزيد معلوماتها إذا قمنا بالمشاركة والنشر عليها.²

من خلال ما تم عرضه من تعاريف للجيل الثاني من الويب، ومن العرض المختصر لأهم خصائصها نستطيع القول بأن ميلاد وتشكل الويب 2.0 كان بمثابة الإعلان عن بداية جيل إعلامي جديد يعتمد على المشاركة والتفاعلية بين المستخدمين؛ بحيث تم الدمج بين الإنسان والآلة في صيغة جديدة أدت إلى قلب الموازين والقوالب الفنية التي كان يعتمد عليها الإعلام التقليدي، وهذا التغير في النظم الإعلامية أدى أيضا إلى تغير في أنماط المجتمعات التقليدية، وهذا ما سنتطرق اليه بالتفصيل في المبحثين المواليين.

المطلب الرابع: الأنترنت وعولمة الإعلام

تعتبر شبكة الانترنت من الاكتشافات التقنية الأهم والأكثر تأثير في ميدان تكنولوجيا الاتصالات الحديثة وذلك تبعا لدورها الهام في الربط بين مختلف أجزاء العالم المنتثر على الكرة الأرضية؛ جعل العالم وكأنه قرية صغيرة على حسب تعبير عالم الاجتماع الكندي مارشال ماكلوهان.

فلقد شهد العالم تحولات كاسحة ومتسارعة تجري على المستوى الكوني بفعل ثورة الاتصالات والتقنيات العالمية والوسائط المركبة والشبكات الالكترونية، وبذلك يجد المرء نفسه إزاء ظاهرة كونية جديدة على مسرح التاريخ

¹ مهري سهيلة و بلال بن جامع، تطبيقات الويب 2.0 بالمكتبات - خدمة الملخص الوافي للموقع RSS نموذجاً، موقع فايس لايرري facelibrary، تم معانيته يوم 2018/03/12 على الساعة 14:14 على الرابط <http://facelibrary.eb2a.com/index.php/2016/04/11/web2-0/?i=1>

² مهري سهيلة و بلال بن جامع، تطبيقات الويب 2.0 بالمكتبات - خدمة الملخص الوافي للموقع RSS نموذجاً، موقع فايس لايرري facelibrary، تم معانيته يوم 2018/03/12 على الساعة 14:14 على الرابط <http://facelibrary.eb2a.com/index.php/2016/04/11/web2-0/?i=1>

العالمي، بحيث أن ثورة الاتصالات هي ثورة تفرض الانتقال من نظام مفاهيمي قديم إلى نظام مفاهيمي آخر جديد.¹

ساهمت هذه التكنولوجيات الحديثة بالتزامن مع ظهور شبكة الأنترنت إلى إحداث نقلة نوعية وتغير على مستوى شكل ومضمون عملية الاتصال فتم الانتقال من نظام إعلام الوسائل الجديدة إلى نظام إعلام الوسائل القديمة نتيجة للخصائص الجديدة التي يتميز بها هذا النوع من الاعلام. كما أن الأنترنت ساهمت في ظهور ظاهرة جديدة ألا وهي عولمة وسائل الاعلام وذلك بفضل تزاوجها مع الوسائل الرقمية الأخرى والتي على رأسها شبكة الحاسوب.

حيث يرى أحد الباحثين في هذا السياق بأن العولمة ترتبط بالتقدم والتوسع الاقتصادي ارتباطا وثيقا ولذلك كانت عملية الرقمنة (Digital) في نقل الصوت والصورة والكلمة، حاسما في تسهيل وصول هذه المواد للمستهلك، كما أنها خفضت التكلفة مما ساعد على توسيع دائرة الانتشار عالميا، كذلك ساعدت شبكات الاتصال الفائقة في تسهيل نقل كميات كبيرة من المعلومات وبدرجة نقاء عالية وبوقت قصير حول العالم، وأصبح هناك تحالف ظاهر بين شركات الاتصالات والشركات التقنية والبرامج مع المؤسسات الاعلامية نظرا للمصالح المشتركة بين هذه الأطراف، فالأولى ترصف الطريق والثانية تسير عليه.²

ومن هنا تتضح أهمية الثورة التكنولوجية بقيادة الأنترنت في خلق مفاهيم اتصالية جديدة وبالتالي التغيير في نمط الاتصال من حيث طريقة صناعة محتوى الرسالة ومن حيث أيضا مدى انتشار هذه الرسالة.

ويعرف "إعلام العولمة" بأنه سلطة تكنولوجية ذات منظومة معقدة لا تلتزم بالحدود الوطنية للدول وإنما تطرح حدود فضائية غير مرئية ترسيها شبكات اتصال معلوماتية على أسس سياسية واقتصادية وثقافية وفكرية لتقيم عالم من دون دولة ومن دون امة ومن دون وطن، وهو عالم المؤسسات والشبكات التي تتمركز وتعمل تحت إمارة منظومات ذات طبيعة خاصة وشركات متعددة الجنسيات يتسم مضمونها بالعالمية والتوحد على رغم تنوع رسائلها التي تبث عبر وسائل تتخطى حواجز الزمن و المكان واللغة لتخاطب مستهلكين متعددي المشارب والعقائد والرغبات والأهواء.

وهناك من عرفها أيضا بأنها عملية تهدف إلى التعظيم المتسارع و المذهل في قدرة وسائل الإعلام والمعلومات على تجاوز الحدود السياسية والثقافية بين المجتمعات بفضل ما تقدمه التكنولوجيا الحديثة والتكامل والاندماج بين

¹ عزام محمد الجويلي، الإعلام الاجتماعي، ط1، دار غيداء للنشر، عمان، 2015، ص 54.

² علي عبد الفتاح كنعان، الإعلام الدولي والعولمة الجديدة، دار البازوري العلمية، عمان، 2014، ص 38.

هذه الوسائل بهدف دعم وتوحيد، ودمج أسواق العالم وتحقيق مكاسب لشركات الاعلام والاتصال والمعلومات العملاقة، وهذا على حساب دور الدولة في المجالات الأخرى.¹

ومن خلال هذين التعريفين يمكن أن نقول بأن إعلام العولمة هو مجموعة من الرسائل الإعلامية التي تتنوع محتوياتها وأهدافها (سياسية اقتصادية ثقافية اجتماعية...) والتي تصل إلى مختلف شرائح المجتمع وفي مختلف جزء من أقطار العالم بواسطة الوسائل التكنولوجية الجديدة والتي على رأسها شبكة الانترنت بالتزاوج مع شبكة الحواسيب والجهزة الرقمية الأخرى، بحيث يتمكن المتلقي من معرفة ما يدور في العالم وهو في حجرته. وتكمن قوة إعلام العولمة في إمكانية أن تصل نفس الرسالة إلى مختلف المستخدمين رغم اختلاف المكان والزمان ليصنع إعلام العولمة مكان وزمان افتراضي عالمي يجتمع فيه جمهور افتراضي من مختلف الجنسيات والعقائد والثقافات و البلدان. ويرى أحد الباحثين أن الإعلام استطاع في عصر العولمة أن يعيد تشكيل العالم في صورة محسوسة بعد أن سيطرت وسائله على الزمان والمكان وصار المشاهد يجده نفسه في أي نقطة في العالم، وهكذا استطاع إعلام العولمة عبر وسائله إقامة علاقة جديدة مع العالم والزمن، ليكتشف الإنسان أن العالم المترامي الأطراف يمكن أن يختصر فيه المسافات والفروق الزمنية ليصير كرة معلوماتية بعد أن كان في مرحلة سابقة قرية كونية صغيرة.²

المبحث الثاني: إعلام الوسائل الجديدة وإشكالية المفهوم New Media

¹ عزام محمد الجويلي، مرجع سابق، ص 49.

² عزام محمد الجويلي، مرجع سابق، ص 59.

بدأت بوادر تنبؤات المنظر الاعلامي الشهير مارشال ماكلوهان McLuhan حولة "الحتمية التكنولوجية" Technological Determinisme، تظهر جلية وبصورة أفضل من ذي قبل تزامنا مع التطورات الهائلة التي تشهدها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، فماكلوهان كان يرى " بأن التحول الأساسي في الاتصال التكنولوجي يجعل التحولات الكبرى تبدأ لدى الشعوب ليس فقط في التنظيم الاجتماعي، وإنما في الحواس أيضا، وبدون فهم الأسلوب الذي بمقتضاه تعمل وسائل الاعلام، لن نستطيع فهم التغيرات الاجتماعية والثقافية التي تطرأ على المجتمعات، فأى وسيلة جديدة هي امتداد للإنسان تؤثر على طريقة تفكيره وسلوكه".¹ ذلك أن للوسائل التكنولوجية تأثيرات على محتوى الرسائل الإعلامية التي تحملها، فمثلا طبيعة المضمون الذي تجمله الجريدة المطبوعة يختلف عن طبيعة الرسالة في الإذاعة والتلفزيون بحيث وجدنا بأن خصوصية الوسيلة تفرض طبيعة القوالب الفنية في تحرير وبث ونشر المعلومات، فلم تعد هذه النظرية تنطبق فقط على إعلام الوسائل التقليدية مثل الإذاعة و التلفزيون وغيرها، بل امتدت إلى إعلام الوسائل الجديدة مثل الأترنت والهاتف الذكي والحاسوب الشخصي وتقنيات الويب 2.0 وما أفرزته من تطبيقات اتصالية ... التي فرضت بدورها أنماط اتصالية جديدة تندرج ضمن خصوصية كل وسيلة.

سنحاول من خلال هذا المبحث محاولة التفصيل في الإشكالية المفاهيمية حول ما يطلق عليه في الترجمات العربية "الإعلام الجديد" أو الاعلام البديل وغيرها من المصطلحات التي حاول أصحابها التعبير عن القفزة الاتصالية التي جاءت بفضل تقنية الويب 2.0 والوسائل الجديدة، وسنعرض أيضا أهم الزوايا النظرية من أجل فهم أعمق لما نطلق عليه في هذه الدراسة مصطلح "اعلام الوسائل الجديدة" بدلا للإعلام الجديد والمفاهيم الأخرى المرادفة له، وهذا بناء على تراكمات نظرية ومعرفية كما سنخرج على أهم الوسائل التكنولوجيات الحديثة التي تساهم في ربط وتشكيل الحلقة الاتصالية وسنتناول في آخر هذا المبحث الفرق بين إعلام الوسائل الجديدة وإعلام الوسائل التقليدية.

المطلب الاول: مفهوم إعلام الوسائل الجديدة New Media

أدى التطور التقني السريع في ميدان تكنولوجيا الاتصال والإعلام إلى إحداث تغيير جذري في حلقات العملية الاتصالية وقلب المعادلة جذريا، فبعدها كانت المؤسسات الإعلامية على اختلافها من جرائد وإذاعات وتلفزيون وغيرها تتحكم في المادة الاعلامية لا من حيث المعالجة ولا من حيث عملية العرض والنشر، حيث أصبح للمتلقى او المستخدم دور فعال في العملية الاتصالية بعد ظهور الأترنت وتقنية الويب 2.0 والوسائط الرقمية،

¹ حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط6، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2006، ص 275.

فالمتلقي هو من ينتج وينشر ويقوم بعملية التلقي في نفس الوقت؛ عكس ما كان عليه من ذي قبلي، فتحول من مستخدم سلبي يعتمد على المؤسسات الإعلامية في استقاء المعلومات إلى مستخدم إيجابي فعال يساهم في حلقة وصيرورة العملية الاتصالية.

يرى في فضيل دليو في هذا الصدد أنه "يجب الفصل بين التقنيات العادية والتقنيات التي أحدثت ثورات اجتماعية حقيقية قلبت التنظيمات الاجتماعية والتنظيمات الحضرية رأساً على عقب، وتعتبر تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة (NTIC)* إحداها، حيث أدت إلى ظهور ما يعرف بمجتمع المعلومات، والذي بدوره أدى إلى ظهور فضاءات افتراضية تجاوزت حدود الفضاءات الحضرية التقليدية".¹ ونجد كذلك أن رأي حلمي عضو ساري ينطبق مع ما قيل أنفاً حيث يرى بأنه "أدى التطور السريع والهائل في تكنولوجيا الاتصال في نهاية القرن الآفل، إلى إنتاج وسائل حديثة في التواصل الاجتماعي، عملت على تغيير أنماط حياة الأفراد اليومية، وعلاقتهم الاجتماعية، وطرق تفاعلاتهم التقليدية المألوفة"²

إذن تغير الوسائل الحديثة من أنماط حياة الأفراد وعلاقتهم، وبالتالي تغير طريقة التواصل داخل المجتمع، فهذا التغير هو الذي أدى إلى ظهور ما يعرف عند أغلب الباحثين العرب باسم الإعلام الجديد، وهناك من أطلق عليه تسميات أخرى كالإعلام البديل، إعلام المواطن، إعلام الرقمي والقائمة طويلة أما بالنسبة للمصطلح في اللغات الأجنبية يجد اتفاق شبه تام إذ يطلق على هذا النوع من الإعلام باللغة الفرنسية Nouveaux Media وفي اللغة الانجليزية New Media، وربما سبب الاختلاف بين الباحثين العرب حول التسمية يرجع إلى عملية الترجمة باعتبار أن البحوث العربية في هذا المجال هي استهلاكية من كتابات أجنبية؛ نتيجة تقدم البحوث الأجنبية التي خاضت البحث مبكراً في هذا المجال سبق البحوث العربية بعقود من الزمن، وربما يمكن أن نرجع هذا إلى أن المجتمعات الغربية هي السبابة لا من حيث عملية الإنتاج ولا من حيث استعمال هذه الوسائل التكنولوجية الجديدة؛ على عكس العالم الثالث بما فيهم المجتمعات العربية التي تقوم بعملية الاستهلاك والاستعمال فقط.

أما في دراستنا هذه وبعد التمهيد في مفهوم وأسباب هذه التحولات الجديدة في العملية الاتصالية وبرز أنماط وسلوكات اتصالية تختلف عن الأنماط التقليدية، ارتبنا أن نطلق على هذه الظاهرة الاعلامية اسم "اعلام الوسائل الجديدة" وهذا ليس من باب "خالف تعرف" وإنما بالارتكاز على مفاهيم وتفسيرات علمية، وبالأستناد أيضاً على قاعدة أن الاختلاف في الرؤى يثري منظومة البحوث العلمية. سنحاول عرض التعريفات المختلفة لما

* - (NTIC) هي اختصار ل Nouveaux Technologies d information et de communication والتي تعني تكنولوجيا الاعلام والاتصال الجديدة.

¹ فضيل دليو، تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة، دار هومة، الجزائر، 2015، ص179.

² حلمي عضو ساري، ثقافة الانترنت دراسة في التواصل الاجتماعي، ط1، دار مجدلاوي، عمان، 2005، ص17.

يطلق عليه اسم "الإعلام الجديد" ومختلف التسميات الأخرى، وسنسعى بعد ذلك في تبرير نظرتنا حول سبب نعت هذه الظاهرة "بإعلام الوسائل الجديدة".

يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة High-Tech Dictionnary الإعلام الجديد بشكل مختصر ويصفه بأنه اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة. وبحسب ليستر Lester: الإعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيا الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو.

ويعرف قاموس الكمبيوتر Computing dictionary عبر مدخلين هما:

- إن الاعلام الجديد يشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والانترنت، ويدل كذلك على استخدام الكمبيوترات الشخصية والنقالة فضلا عن التطبيقات اللاسلكية للاتصال والأجهزة المحمولة في هذا السياق. ويخدم أي نوع من أنواع الكمبيوتر على نحو ما تطبيقات الإعلام الجديد في سياق التزاوج الرقمي Digial Convergence إذ يمكن تشغيل الصوت والفيديو بالتزامن مع معالجة النصوص وإجراء عمليات الاتصال الهاتفي وغيرها مباشرة من أي كومبيوتر.

- ويشير المفهوم أيضا إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الأنترنت وتبادل المنافع و المعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع أصواتهم وأصوات مجتمعاتهم إلى العالم أجمع.¹

وتعرفه موسوعة الويب المعروفة بإسم ويوبديا Webopedia فإن تعبير الإعلام الجديد يشير إلى: العديد من الأشكال المستحدثة من نظم الاتصال الإلكتروني التي أصبحت ممكنة بفضل الكمبيوتر. والتعبير مرتبط أيضا بالنظم الإعلامية القديمة، فإذا ما قمنا بعقد مقارنة بين الصحافة الورقية التي تتصف بحالة سكون في نصوصها وصورها مع صحافة الإعلام الجديد، نلمس الفرق في ديناميكيتها وفي حالة التغير المستمر الذي تتصف به. يشير التعبير أيضا إلى قابلية إجراء الاتصال بين الأجهزة الثابتة والمحمولة وأنواعها المختلفة بما يمكن معه نقل المعلومات بين بعضها البعض.

وتضع كلية شيردان التكنولوجية تعريفا عمليا للإعلام الجديد بأنه: كل أنواع الاعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي. وهناك حالتان تميزان الإعلام الجديد من القديم حول الكيفية التي يتم من خلالها بث مادة الإعلام الجديد والكيفية التي يتم من خلالها الوصول إلى خدماته، فهو يعتمد على إندماج النص والصورة والفيديو

¹ عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دار الشروق، عمان، 2008، ص32، 31.

والصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيسي الذي يميزه وهي أهم سماته.¹

ويعرفه آخرون بأنه نوع من الإعلام يتم عبر الأنترنت يستخدم فيه فنون وآليات تقنيات المعلومات التي تتناسب مع الأنترنت كوسيلة اتصال، بما في ذلك استخدام النص والصوت والمستويات المختلفة من التفاعل مع الجمهور لتقصي الأخبار الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها للجمهور عبر الأنترنت بسرعة.²

ويعرف محمد سيد ريان الإعلام الجديد بأنه مفهومه مرتبط بالثورة الاتصالية والتكنولوجية كما يرتبط من ناحية أخرى بالثورة في مجال الويب فمن الجيل الأول الذي كان يركز على النشر والمعلومة بصورة أساسية إلى الجيل الثاني الذي نعيشه، وهو المعتمد على المشاركة في كافة المواد الاعلامية، والسعي نحو الجيل الثالث الذي يركز على إمكانيات العالم الافتراضي، والبث الحي المباشر، وإمكانية التعلم غير النظامي عبر الأنترنت والوسائط الاجتماعية.³

ويعرف آخرون الاعلام الجديد بأنه علاقة جديدة بين المستخدم والتكنولوجيا، تغير في الاستخدام واستقبال الصورة ووسائط الاتصال والحياة اليومية وكذلك المعاني التي يتم استثمارها في تكنولوجيا وسائل الاعلام.⁴ يتضح من خلال هذه التعاريف التي تم عرضها أن ما يطلق عليه بالإعلام الجديد هو إعلام يتم بواسطة الدمج بين وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة ممثلة أساسا في شبكة الحاسوب التي تهتم بمعالجة البيانات، وشبكة الأنترنت التي تعمل على عملية الربط بين الشبكات، والوسائط المتعددة التي تتمثل في اندماج بين الصورة والصوت والنص والفيديو، حيث مكنت هاته التكنولوجيا من التغيير في أنماط الاتصال بين المستخدمين ومكنت المستخدم من أن يتحول من متلقي إلى منتج ومصدر للمادة الإعلامية، هذه الأساليب الجديدة في الاعلام أطلقنا عليها إعلام الوسائل الجديدة بدل الاعلام الجديد لأنه في نظرنا الوسيلة الجديدة هي التي أثرت على منحى وشكل العملية الاتصالية فلو لم تكن هذه الوسيلة الجديدة لما تغير النمط الاعلامي الذي أصبح يركز على قابلية المستخدم في المشاركة والتفاعل أما تسمية "الإعلام الجديد" ففي نظرنا ليس هناك إعلام جديد وإعلام قديم، وإنما هناك وسيلة قديمة ووسيلة جديدة، وعلى الرغم من أن هناك من ينتقد هذا الطرح الذي ينطلق من التسمية على أساس الوسيلة بحجة أن الوسيلة التي هي جديدة اليوم ستصبح قديمة غدا، لند نحن من وجهة نظرنا صحيح أن

¹ حسنين شفيق، الاعلام الجديد الاعلام البديل- تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، ط1، دار فكر وفن للطباعة، 2010، ص 61-60.

² علي خليل شقرة، الاعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر، عمان، 2014، ص53.

³ محمد سيد ريان، الإعلام الجديد، ط1، مركز الأهرام للنشر، القاهرة، 2012، ص11.

⁴ فوزي شريط، التدوين الالكتروني والإعلام الجديد، دار أسامة للنشر، عمان، ص 96.

الوسيلة التي هي جديدة اليوم يمكن بعد مدة قصيرة أو طويلة أن تصبح قديمة، لكن يبقى تغير النمط الاتصالي مرهون بتغير الوسيلة أو ظهور وسيلة جديدة، لأن الوسيلة تحتمل مسألة الجودة والقدم لكن الاعلام يبقى هدفه واحد وهو تزويد المجتمع بالمعلومات والأخبار ويسمح الاتصال بالتفاعل بين الأفراد. ربما تتغير الطريقة في التعبير وإيصال المعلومات لكنها تتغير حسب طبيعة الوسيلة المستخدمة في العملية الاتصالية وتبقى تقنية الحاسوب و الانترنت وما يطرأ عليهما من تحديثات الوسائل القاعدية التي أدت إلى إحداث تغيرات شاملة وجذرية في الإعلام، وحتى أن تطورت تكنولوجيا الاتصال أكثر من ذلك ستبقى تعمل على مبدأ عمل تقنية الحاسوب وشبكة الانترنت.

حيث يرى فرانسيس بارك بأنه من منظور المثال التطوري فإن التكنولوجيا التي تخدم احتياجات التكيف لمجتمعنا بشكل أفضل سوف تظهر في نظم وسائل الإعلام الجديدة، وعلى سبيل المثال فإنه بينما يزداد مجتمعنا تعقيدا فإنه يصعب بصورة أن تتماusk وسائل الاتصال الشخصية والجماعية بوسائل تقليدية، ومن ثم سوف يكون على نظم وسائل الاعلام الجديدة أن تتطور لتسد الفراغ وتضمن البقاء.¹

ونجد ايضا نظرة حسنين شفيق حول ما يسمى بالإعلام الجديد تساند إلى حد ما نظرتنا لهذه النوع من الإعلام من منطلق التركيز على الوسيلة والتطور التكنولوجي في الحقل الاعلام والاتصال وبالأخص شبكة الانترنت، على الرغم من أنه لم يعطي تعريفا صريحا، حيث يرى بأن مرحلة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات المتطورة والممثلة في الانترنت كوسيلة إعلامية جماهيرية جديدة، حيث تختلف الانترنت عن وسائل الإعلام التقليدية الأخرى، لأنها مفتوحة الاستخدام من مختلف المستويات والأجناس والدول، وتمكنهم من تبادل الأخبار والمعلومات والآراء والأفكار بحرية دون أي رقيب، حيث تتميز الانترنت بالمساوات الإجتماعية Socially Unstratified، وما ترتب عليها من ظهور أنماط اعلامية جديدة بتحديات واعدة للإعلام التقليدي.²

ويجدر الإشارة أيضا إلى أن هناك مصطلح قريب من مصطلح "إعلام الوسائل الجديدة" الذي أشرنا إليه سابقا وهو مصطلح "أحدث وسائل الاعلام الجديدة" New New Media والذي أطلقه بول ليفنسون paul livenson حيث استعمل هذا المصطلح بدل مصطلح "الإعلام الجديد"، وهذا يدل على أنه أيضا ينظر إلى أن تغير النمط الإعلامي جاء بفعل ظهور الوسائل الاعلامية الحديثة ويعطي الأهمية الكبرى للتطور التكنولوجي في ميدان الإعلام والاتصال.

¹ فرانسيس براك، ترجمة المركز الثقافي للتعريب والترجمة، الإعلام الجديد والإعلام البديل، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2010، ص474.

² حسنين شفيق، الإعلام التفاعلي وما بعد التفاعلية، ط1، دار فكر وفن للطباعة، 2010، ص21.

حيث يرى بول ليفنسون أن مستخدم أحدث الوسائل الجديدة لديه سلطة حقيقة وكاملة لاختيار، إنتاج المحتوى، واستهلاك المحتوى الذي أنتجه مئات الملايين من مستخدمي منتجي أحدث وسائل الاعلام الجديدة غيره، وهوما يشكل مجتمع المستهلكين المنتجين الفعلي في جميع أنحاء العالم الذي لم يكن موجودا مع وسائل الاعلام القديمة.¹

ويفرق بول ليفنسون بين ثلاث أنواع من وسائل الإعلام الجديدة:²

- 1- أحدث وسائل الاعلام الجديدة: وهي التي تسمح للمستخدمين أن ينتجوا وينشرو المحتوى بنفس سهولة الاستقبال واستهلاكه مثل الفيسبوك، تويتر ويوتوب.
- 2- وسائل الإعلام الجديدة أو الأقل أهمية: وهي تلك الوسائل التي لا تسمح بحرية متساوية في إنتاج و استهلاك المحتوى فمثلا موقع صحيفة نيويورك تايمز الذي هو خاضع لسيطرة تحريرية، تماما مثل الصحيفة المطبوعة، ويعني كذلك بوسائل الإعلام الجديدة التي كانت في يوم ما من أحدث وسائل الإعلام الجديدة لكن تراجع شعبيتها واستعمالاتها مثل ما حدث لموقع ماي سبيس.

3- وسائل الإعلام القديمة: والتي تتمثل في الوسائل التقليدية مثل الصحف المطبوعة، الاذاعة والتلفزيون.

نستنتج من خلال عرض تقسيمات ليفنسون لوسائل الاعلام الجديد بأنه يرى كلما كانت الوسيلة حديثة وتوفر سهولة كبيرة بالنسبة للمستخدم في التواصل وإنتاج وتلقي المعلومات والأخبار بالإضافة إلى نسبة الشعبية الكبيرة التي تعتمد على استعمالها؛ فهي تعتبر من أحدث وسائل الاعلام الجديدة، وكلما تراجع دور هاته الوسيلة وخاصة بالنظر إلى تراجع شعبيتها وبالتالي تراجع استخدامها رغم توفرها على عنصر التفاعل وتبادل المحتوى فهي في نظره وسائل جديدة فقط وليست الأحدث، أما الوسائل التي لا توفر قدر كافي من التفاعل وتبادل المحتوى ولا تركز على المشاركة الفعالة للمستخدم فهي وسائل إعلام قديمة.

نتفق مع نظرة ليفنسون فيما يخص أن تطور ما نسميه نحن "بإعلام الوسائل الجديدة" هو الذي يؤثر على تغيير أنماط التواصل والتفاعل ونتفق معه، لأن تطور الوسائل الجديدة هو مستمر ومتواصل وفي كل مدة تظهر وسائل ربما تلغي أو تتفوق على الوسائل التي كانت قبلها، ونتفق معه بأنه إعلام الوسائل القديمة لا يخضع لمبدأ التفاعلية والتشاركية في إنتاج وتلقي المحتوى.

لكن نتحفظ على تفريقه بين ما يسميه "بأحدث الوسائل الجديدة" و"وسائل الاعلام الجديدة" لأنه في نظرنا مادامت هاته الوسائل الإعلامية الجديدة تتيح للفرد فرصة المشاركة وحرية إنتاج ونشر المحتوى فإنها تدخل ضمن ما

¹ بول ليفنسون، ترجمة هبة ربيع، أحدث وسائل الاعلام الجديدة، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2015، ص 19.

² بول ليفنسون، مرجع سابق، ص 12-24.

نسميه نحن بإعلام الوسائل الجديدة حتى ولو تراجعت شعبيتها. أما في حالة ظهور وسائل جديدة أخرى توفر خصائص جديدة للمستخدم وبالتالي تغير في نمط الاتصال إلى أشكال جديدة لم تعدها الوسائل التي كانت قبلها هنا تصنف هاته الأخيرة في قائمة إعلام الوسائل القديمة؛ بسبب ظهور إعلام وسائل جديدة بخصائص ومميزات وأشكال إعلام جديدة مثلما حول مثلا الفايبروك والمدونات واليوتوب الجرائد المطبوعة والإذاعة إلى وسائل تقليدية بعدما كانت في يوم ما وسائل جديدة.

يجب الإشارة إلى أن ما يسمى بالإعلام الجديدة تعددت تسمياته واختلفت ومن بين أهم هذه التسميات: الإعلام الإلكتروني Electronic Communication، الذي يعبر عن مرحلة من مراحل التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال التي تعتمد على الوسائط الإلكترونية في تزويد الجماهير بالأخبار والمعلومات، ويعبر عن المجتمع الذي يصدر منه ويتوجه إليه فهو يشترك مع الإعلام¹ بشكل عام في الأهداف والمبادئ العامة، حيث يتميز باعتماده على وسائل تكنولوجية جديدة، المتمثلة في استخدام الحواسيب الآلية أو الأجيال المتطورة من الهاتف النقال وتصفح شبكة الانترنت، وهو يركز على الوسائل المستخدمة في هذا النوع من الاعلام.

ويطلق عليه أيضا بالإعلام الرقمي Digital Communication، الذي يعرف على أنه ذلك الإعلام الذي يعتمد على التكنولوجيا الرقمية، مثل مواقع الويب Websites، الفيديو والصوت والنصوص وغيرها، وبالتالي فهو العملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال عن بعد، بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة واستقبالها، من خلال النظم الرقمية ووسائلها لتحقيق أهداف معينة.²

وهناك من يطلق عليه تسمية إعلام المواطن أو إعلام الأفراد حيث ترى "باتا ناتسفيكليشفلي" Paata Natsclishvili بأنه شيئا فشيئا فقدت وسائل الاعلام الجماهيرية مكانتها وحلت مكانها وسائل الاعلام الجديدة والتي تسميها ب الإعلاموفردى Indmédia والتي تعني بصيغة أخرى الإعلام الفردي Media Individuel الذي ظهر بفضل الأنترنت وتطور بسبب سهولة عملية نشر المعلومات، وأصبحت في وقت وجيز ذو شعبية كبيرة، ومن بين الخصائص التي يتميز بها أيضا أنه يجسد حرية الاختيار، النشر وتلقي المعلومات والتي أضحت من مهام الملقاة على عاتق الأفراد.³

وحسب بعض الباحثين هو أيضا الإعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال Online Media بالتركيز على تطبيقاته في الأنترنت وغيرها من الشبكات، كما يطلق عليه تعبير الوسائط السيبروني Cyber Space الذي أطلقه

¹ رضا أمين، الإعلام الجديد، ط1، دار الفجر للنشر، القاهرة، 2015، ص35.

² رضا أمين، نفس المرجع، ص36.

³ Gilles Rouet, Usages Politique Des Nouveaux Medias, L Harmattan, Paris, 2010, P 141-142.

كاتب روايات الخيال العلمي ويليام غبسون William Gibson في روايته التي أصدرها عام 1984 باسم Neuromancer والتعبير مأخوذ من علم السيبرنيطيقا Cybernetics المعروف عربيا بعلم التحكم الآلي، ويعني تعبير السايبر ميديا العالم المصنوع من المعلومات الصرفة التي تأخذ- ليس فيزيائيا- شكل المادة، ويصف التعبير وسائل التحكم الالكتروني التي حلت محل الأداء البشري، ولكنه يستخدم هنا لوصف فضاء المعلومات في شبكة الانترنت.¹

ويسمى أيضا بوسائل إعلام نحن We Media فهي تلك العملية الناشئة المنطلقة من القاعدة إلى القمة، يملئ فيها قدر ضئيل من الإشراف التحريري، أو بالأحرى غيابه تماما، وهو ما يعني عمليات انتهاء ما كان يعرف بحارس البوابة الاعلامية Gate Keeper الذي كان يقوم بانتقاء الاخبار وتقييم اهميتها في الوسيلة الإعلامية.² أي أن هذا النوع من الإعلام يسمح للفرد أن يكون هو مصدر ومتلقي المعلومة في نفس الوقت وبحرية أوسع تعتمد بشكل كبير على مشاركة وتفاعل المستخدمين.

ويطلق عليه أيضا اعلام المعلومات للدلالة Info Media على التزاوج داخله بين الكمبيوتر والاتصال وعلى ظهور نظام إعلامي جديد يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلوماتية ويندمج فيها،³ حيث تحول المرسل من مؤسسات إلى شبكات، وتحولت الرسائل من النصوص المطلقة إلى النصوص الفائقة، وتحولت وسائل الاتصال الانساني من الوسائل القديمة إلى الوسائل الجديدة، وتحول الجمهور من المتلقي السلي إلى المتلقي التفاعلي،⁴ ويطلق عليه إعلام الوسائط المتشعبة HyperMedia لطبيعته المتشابهة وإمكانية خلقه لشبكة من المعلومات المتصلة مع بعضها بوصلات تشعبية أو وصلات قاطرة، ونحن معنيون بميزات خاصة بشبكة الأنترنت التي أعطت ميزة التشعبية والوصلات لما ينشر ويبحث داخلها.⁵

ويسمى أيضا ب الإعلام التفاعلي Interactivity Media حيث يرى دومينيك غاني Dominique Gany في هذا السياق بأن Nouveaux Medias هو الإعلام الذي يركز على التفاعلية الكاملة بين الأفراد، فهو مزيج من العلاقات الشخصية وهو اتصال على جميع المستويات يخضع لمشاركة ما نعيشه في الواقع عبر هاته الوسائل الجديدة.⁶

¹ عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دار الشروق، عمان، 2008، ص30.

² رضا أمين، نفس المرجع، ص38.

³ حسنين شفيق، سيكولوجيا الاعلام الجديد، ط1، دار فكر وفن للطباعة، 2013، ص129.

⁴ أمين سعيد عبد الغاني، وسائل الإعلام الجديدة والموجة الرقمية الثانية، ط1، إيتراك للنشر، القاهرة، 2008، ص07.

⁵ حسنين شفيق، سيكولوجيا الاعلام الجديد، ص129.

⁶ Dominique Gany, Nouveaux Medias-Mode d'emploi, Edi pro, Belgique, P17.

هذا بالإضافة إلى تسميات أخرى كالإعلام البديل الذي يعني استبدال الوسيلة الإعلامية الرسمية بالإعلام المواطن، بحيث أصبح بمقدور المستخدم العادي أن يلعب دور الصحفي وينشر ما يريده وما يراه مناسباً عبر شبكات الويب 2.0 التي شكلت قنوات للتواصل الاجتماعي عبر مواقعها ووسائلها وأصبحت كبديل إعلامي للوسائل القديمة كالجريدة والإذاعة والتلفزيون .

تعددت تسميات ما يسمى بالإعلام الجديد التي كان هدفها وصف هذا التحول الاعلامي والتغير الذي مس سلوكات وأنماط الاتصال على جميع المستويات، وأدى إلى عزوف المتلقي عن استعمال الوسائل الإعلامية القديمة بمقابل الإقبال الكبير على وسائل الإعلام الجديدة لكن من خلال التدقيق في التعريفات الخاصة على اختلاف تسميات ما يوصف بالإعلام الجديد نجد أنه تم الارتكاز على إبراز دور شبكة الأنترنت كوسيلة رئيسية والتحديثات التقنية على شبكتها بظهور الويب 2.0 والاندماج مع الحاسوب كوسيلة أساسية في معالجة المعلومات، وما أفرزته من وسائل أخرى مثل الهاتف الذكي والحاسوب اللوحي والتي تعمل تقريبا على نفس مبدأ عمل الحاسوب هذا ما يسمى بتكنولوجيا الإعلام والاتصال، ولقد أدى تزاوج هذه التكنولوجيا مع أدبيات الإعلام إلى بروز ما نسميه نحن في هاته الدراسة "بإعلام الوسائل الجديدة" بدلا من الإعلام الجديد والمسميات الأخرى وذلك نابع من خلال أن الوسيلة الجديدة هي من أفرزت استخدامات وأشكال جديدة في التواصل.

يمكن أن نعرف "إعلام الوسائل الجديدة" بأنه ذلك النمط الاعلامي الذي يتركز على إندماج شبكة الأنترنت وشبكة الحاسوب والتقنيات التي تعمل على المنطلقات التقنية للحاسوب والتحديث التقني الجديد على شبكة الأنترنت المعروف بالجيل الثاني للويب 2.0، هذه الوسائل الجديدة التي مكنت المستخدم من أن يتحكم في المحتوى الاعلامي بحث أصبح هو المسؤول عن إنتاجه ونشره ومشاركته مع الذين يعرفهم والذي لا يعرفهم بدون حدود زمانية ولا مكانية، وجعلته يتحول من متلقي سلبي يعتمد على استقاء المعلومات من وسائل الإعلام التي تخضع لرقابة حارس البوابة ولا تسمح له في إنتاج المحتوى إلى متلقي إيجابي يقوم بكل الوظائف التي تقوم به المؤسسات الإعلامية القديمة، ينتج ويستهلك المعلومة في نفس الوقت ومكنت هذه الوسائل الجديدة المستخدم من تحقيق رغبة التفاعلية، وتعزيز غريزة التحرر من خلال حرية التعبير وإبداء الرأي عبر هذه الوسائل التي قلبت موازين النظام الاعلامي فبعدما كانت أدبيات الإعلام تنطلق من القمة إلى القاعدة تحولت من القاعدة إلى القمة.

المطلب الثاني: زوايا أعمق لفهم إعلام الوسائل الجديدة

لفهم أعمق لإعلام الوسائل الجديدة سوف نقوم بعرض مجموعة من المداخل النظرية التي حاولت البحث عن خلفيات هذا التحول الإعلامي الذي خلف أنماط اتصالية مختلفة عن ما سبق ومن خلال هذا العرض النظري، سنحاول رصد أهم المرتكزات والمرجعيات التي حاول أصحاب هذه المداخل تفسير ظاهرة إعلام الوسائل الجديدة كما نسميه نحن في هذه الدراسة او ما يطلق عليه الاعلام الجديد عند معظم الباحثين العرب.

1- مدخل نيغروبونتي لفهم الإعلام الجديد(اعلام الوسائل الجديدة)*:

يحصّر نيكولاس نيغروبونتي Nicholas Negroponte الميزات التي يتحلّى بها الإعلام الجديد(إعلام الوسائل الجديدة) مقارنة بما سبقه في استبداله الوحدات المادية بالرقمية، أو البتات بدل الذرات Bits not Atoms كأدوات رئيسية في حمل المعلومات التي يتم توصيلها في شكل إلكتروني، وليس في شكل فيزيائي، والكلمات والصور والأصوات والبرامج والعديد من الخدمات يتم توزيعها بناء على الطريقة الجديدة، بدلا من توزيعها عبر الورق أو داخل صناديق مغلقة.

والميزة الأكثر أهمية هي أن هذا الإعلام خرج من أسر السلطة التي كانت تتمثل في قادة المجتمع والقبيلة، الكنيسة والدولة إلى أيدي الناس جميعا، وقد تحقق هذا جزئيا عند ظهور مطبعة غوتنبرغ وتحقق أيضا عند ظهور التلغراف، وأخذ سمته الكاملة بظهور الانترنت التي جاءت بتطبيق غير مسبوق، وحققت نموذج الاتصال الجمعي بين كل الناس.¹

يركّز نيكولاس على عنصرين أساسيين يميز بهما إعلام الوسائل الجديدة(الاعلام الجديد) ، يتمثل الأول في تسليط الضوء على الوسائل التكنولوجية الحديثة والمتمثلة خصوصا في الوسائل الرقمية و شبكة الانترنت، حيث يعتبر هذا التزاوج هو الذي سمح بظهور طرق اتصالية جديدة، و العنصر الثاني الذي ركز عليه نيكولاس هو الحرية

* وضعت كلمة اعلام الوسائل الجديدة بين قوسين للإشارة الى موقفنا من مصطلح الاعلام الجديد الذي استخدمه صاحب الكتاب في التعبير عن رؤية نيكولاس لأننا في هاته الدراسة نستخدم مصطلح اعلام الوسائل الجديدة بدل مصطلح الاعلام الجديد لأنه حسب رأينا انه الاقرب لوصف هذا التغير الذي مس اشكال الاعلام والتواصل بين المستخدمين بحيث نعتقد بان الوسيلة هي الجديدة وهي التي فرضت بدورها تغيير النمط الاتصالي. وسنقوم بوضع مصطلح اعلام الوسائل الجديدة في مقابل الاعلام الجديد، كلما استخدم مصطلح الاعلام الجديد من اجل الامانة العلمية في نقل محتوى الكاتب وعند الشرح والتعقيب سنستعمل مصطلح اعلام الوسائل الجديدة بدل الاعلام الجديد.

¹ عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دار الشروق، عمان، 2008، ص 35-36.

الاتصالية التي منحتها هاته التكنولوجيات الحديثة للمستخدم والتي نجم عنها تخلص المستخدم من الرقابة وممارسة حقه في التعبير وتلقي المعلومات بدون ضغوط من أي سلطة كانت سواء دينية أو إعلامية أو سياسية.

2- مدخل كروسي:

يشارك فين كروسي Vin Crosbie مع نيغروبونتي في الأفكار نفسها، ويعقد مقارنة ثلاثية متسلسلة بين الإعلام الجديد (إعلام الوسائل الجديدة) والقديم (إعلام الوسائل القديمة) من خلال النماذج الاتصالية الكلاسيكية وهي:

النموذج الأول: الاتصال الشخصي

في هذا النموذج كل فرد واحد من طرفي الاتصال يملك درجة من درجات السيطرة المتساوية على المحتوى المتبادل بين الطرفين، والمحتوى يحمل ترميزاً يؤكد حالة الفردية Individualization التي تحقق احتياجات ومصالح صاحب المحتوى، كما أن المنافع والأضرار متساوية بين الطرفين.

النموذج الثاني: الاتصال الجمعي

هو الاتصال الجمعي أو الجماهيري Mass Media، بحيث يرجع هذا النموذج إلى طرق الاتصال التي كان يتبعها قادة المجتمعات القديمة والملوك والزعماء الدينيين، فيما وسعت التكنولوجيا من مداه على المستوى العالمي. ومن أدواته التقليدية الإذاعة والتلفزيون والسينما، وهو نمط الاتصال من نقطة أو فرد إلى المجموعة. ويتميز هذا النوع من الاتصال ب:

- أن نفس الرسالة تصل إلى كل الجمهور.
- يكون الذي قام بإرسال هذه الرسالة بلا شك هو المتحكم في محتواها.

النموذج الثالث: الإعلام الجديد (إعلام الوسائل الجديدة)

حسب كروسي يتميز الإعلام الجديد بما يأتي:

- الرسائل الفردية يمكن أن تصل في وقت واحد إلى عدد غير محدود من البشر.
 - أن كل واحد من هؤلاء البشر له درجة السيطرة نفسها درجة الإسهام المتبادل نفسه في الرسالة.
- وبالتالي فإن الإعلام الجديد، يتميز عن النوعين المذكورين، الشخصي و الجمعي دون أن يحمل الصفات السالبة فيهما. فلا يوجد ما يمنع أي واحد من إبلاغ رسالة لجموع من الناس وتخصيص محتوى الرسالة لكل فرد على حدة.¹

¹ عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ص 36-37.

يقول كروسي لكي نفهم الميزات الكامنة وراء قوة الإعلام الجديد (إعلام الوسائل الجديدة) علينا أن نتذكر بأن ملايين الكمبيوترات التي تمثل شبكة الانترنت تقوم بالحصول على المعلومات وفرزها ونقلها لعدد غير محدود من البشر وهؤلاء يمكنهم إجراء عملية اتصال اني بينهم Simultaneously في بيئة تسمح لكل فرد مشارك، مراسلا كان أو مستقبلا، بفرص متساوية من درجات التحكم.¹

من خلال مدخل كروسي حول إعلام الوسائل الجديدة (الاعلام الجديد) نستنتج بأنه يدعم فكرة أن الوسائل الجديدة مثل الكمبيوتر وشبكة الانترنت والتطور التقني هي التي شكات بيئة إعلامية تخضع لقواعد عمل مختلفة عن الوسائل القديمة، وأن هذه الوسائل الجديدة زادت من هامش حرية المستخدم من خلال التحكم في محتوى الرسالة وتساوي فرص الإنتاج، النشر والتلقي بين جميع المستخدمين.

3- مدخل مانوفيتش Manovich:

يقول ليف مانوفيتش Manovich في مدخله لفهم الاعلام الجديد (اعلام الوسائل الجديدة) "لكي نفهم طبيعة الإعلام الجديد، فإننا نحتاج لتجاوز الفهم السائد، الذي نحدده بشكل عام في استخدام الكمبيوتر لتوزيع وعرض المعلومات. وضرورة النظر إلى الدور التكاملي للكمبيوتر في عمليات الانتاج كلها وفي وسائل الاعلام كلها الذي أحدث تغييرات هائلة في طبيعة الاتصال..." ويحدد مانوفيتش الحالات الرئيسية للاعلام الجديد كالتالي:

- التمثيل العددي Numerical representation:

طالما تمت معالجة الصورة والصوت رقميا فإن كل أجهزة الإعلام تصبح معالجة بالكمبيوتر. وهذا يتضمن تحويل التماثلية إلى الشكل الرقمي، ويتضمن أيضا دمج الوسائط بين بعضها البعض مما مكن من توليد نموذج الوسائط المتعددة.

- حالة الانتقال Modularity:

مثلا يمكن معالجة صورة ما برنامج مثل أدوبي فوتوشوب بدمجها في عدة طبقات كل طبقة تحتوي قسما منفصلا عن الصورة، كما يمكن معالجتها لاحقا بتفكيك الطبقات ذاتها بدون التأثير عليها.²

- حالة الأتمتة Automation:

تخضع جميع وسائل الإعلام الجديدة، بشكل ما إلى حالة الإتمتة في كل أو بعض عملياتها بدرجات معقدة أو بمستوى بسيط من التعقيد، ومثال ذلك مواقع الانترنت الدائمة التجدد والحركة، تستجيب لطلب المستخدم.

- القابلية للتنوع Variability:

¹ نفس المرجع، ص ص 37-38.

² نفس المرجع، ص ص 41-42.

فبينما ظل نظام الإعلام التقليدي مرتبطاً بحالة إنتاج النسخة الواحدة المتعددة والمتماثلة، فإن الإعلام الجديد يمكن أن ينتج نسخاً مخصصة Customized وملبية للحاجة الفردية Individualized أو بإضافة الطابع الشخصي عليها Personalized.

وحالة التنوع هذه يمكن أن تشمل:

- إمكانية فصل المحتوى Delinking of Content:

على سبيل المثال، قد تنشر صحيفة طبعتين، واحدة ورقية، وأخرى للإنترنت، والنسخة التي على الأنترنت يمكن أن تكون مفصلة وفقاً لرغبة القارئ.

- إمكانية التعديل Potential scalability:

حيث أصبح من السهل تعديل حجم الصورة والرسومات والصفحات مثلاً أو تحريكها أو خلق عوالم افتراضية Actualisation Scalability
بحيث يمكن أن تتضمن معلومات تتغير بانتظام، ويجب أن تخضع لهذه الحالة بحكم طبيعتها مثل أسعار الأسهم.

- التخصيص والتفاعلية Interactivity and Customized:

وهما نتيجة رئيسية من نتائج حالة التنوع التي تمكن المستخدم من الاختيار.¹

يبرز مانوفيتش في هذا المدخل أهم الخصائص التي يتميز بها إعلام الوسائل الجديدة New Media والتي من أهمها التفاعلية والتنوع في المحتوى والخضوع لرغبة المستخدم أي أن هذه الوسائل وجدت لكي تخدم المستخدم، وتتميز بالمرونة وإمكانية التحكم فيها من طرف الأفراد والجماعات، وبهذه الخصائص والميزات تفوقت على إعلام الوسائل القديمة نتيجة للميزة التقنية الجامدة التي تتميز بها هذه الأخيرة والتي تسير في اتجاه واحد فقط.

4- مدخل بافلك للإعلام الجديد (إعلام الوسائل الجديدة):

يري جون بافلك Pavlik أن المشهد الخاص بتكنولوجيا الإعلام الجديدة يتغير بمثل سرعة تطور هذه التكنولوجيات، وهي تحدث تغييراً راديكالياً في كل ما يتعلق بالطريقة التي نتواصل بها والأشخاص الذين نتواصل معهم، كما أنها تغير كافة أوجه الحياة التي نعيشها من بناء العلاقات الشخصية إلى خلق المصادر المالية والرعاية الصحية وغيرها. وفي كل عام، فإن خطوات التطور التكنولوجي تتسارع، وفي كل صباح يعلن عن مبتكر جديد.

¹ نفس المرجع، ص 42-43.

لقد أخذ الأمر مئتي عام منذ اختراع غوتنبيرغ الحروف المتحركة في عام 1450 إلى دخولها الولايات المتحدة في عام 1693، بينما شهد القرن الماضي ميلاد وتطور الكثير من التكنولوجيات، كل واحدة منها أحدثت ثورة في بعض مناحي الاتصال البشري.

ويرى بافلينك أيضا ضرورة توفر خارطة طريق Road Map وإطار مفاهيمي من أجل فهم أبعاد وأثار تكنولوجيات الاعلام الجديد، وواحدة من أدوات رسم هذه الخريطة تكمن في فهم وظائفها الأساسية وهي: الإنتاج Production، والتوزيع Distribution، والعرض Display، والتخزين Storage.¹

تندرج رؤية بافلينك ضمن زاوية إبراز دور تكنولوجيا الاتصال في تغير سلوكيات وأنماط الاتصال بين المستخدمين، ذلك أن التطور التكنولوجي مستمر ويسير بسرعة هائلة وأنه في كل مرحلة تختبر فيها وسيلة إعلامية جديدة إلا وأنجبت معها تغييرات في أشكال الاعلام والاتصال، ويخص بالذكر التطور التكنولوجي الذي شهده النصف الثاني من القرن الواحد وعشرون، وخاصة بعد اختراع الحاسوب الذي أدى إلى دخول عالم الرقمنة، وزادت قوة الحاسوب بعد اكتشاف تقنية شبكة الأنترنت التي تعمل على ربط شبكات الحاسوب ببعضها البعض وبالتالي ربط المستخدمين من مختلف أنحاء العالم في مكان وزمان واحد.

5- مدخل بولتر وجروسين Bolter and Grusin:

يرى بولتر Bolter وجروسين Grusin تكنولوجيا الاعلام الجديد من خلال مدخل التجديد الكامل Refashioning الذي يطلقان عليه تعبير المعالجة، أو بلفظ اخر الإصلاح Remediation التي يطرحانها كنظرية تبلور فهمها لأجهزة الاعلام الجديدة. ويقولان بأن فكرة الإصلاح هذه هي المنطق الأساسي الذي تجدد من خلاله تكنولوجيا الاعلام الجديدة وسائل الاعلام السابقة. بولتر وجروسين وضعوا نظريتهما حول الاعلام الجديد (إعلام الوسائل الجديدة) ضمن إطار الميزات الجديدة التي تتمتع بها مثل درجة الآنية Immediacy والتشعبية Hypermediacy فالرغبة لحالة الآنية تمثل الرغبة قوية للشفافية المطلوبة في الاعلام.

ويضع بولتر وجروسين منطلق المعالجة ضمن سياق تاريخي مرتبط بتطور جميع أجهزة الاعلام كل واحد على حدة، وإصلاح نفسها لنفسها، وعلى سبيل المثال فإن رسومات الكمبيوتر المتحركة استفادت من السينما، والسينما تستفيد الآن من الخبرات التي جاءت بها رسومات الكمبيوتر المتحركة. ومن الأمثلة التي توضح نظريتهما كعملية الإصلاح التي تحدث بين التلفزيون والانترنت، فالإنترنت أسست نموذجها بناء على خبرات تلفزيونية في التعامل

¹ نفس المرجع السابق، ص 43.

مع المشاهدين، ثم عاد التلفزيون لاستخدام خبرات جديدة من خبرات الأنترنت، مثل استخدام النوافذ Windowing واستخدام أدوات التحريك Scrolling وغيرها.¹

تنصوي نظرة كل من بولتر وجروسين لإعلام الوسائل الجديدة New Media في فكرة أن الوسائل بصفة عامة تكمل كل واحدة منها الأخرى، فالوسيلة التي هي جديدة اليوم لم تأتي من فراغ بل جاءت مبنية على أسس تكنولوجية للوسيلة التي قبلها لكنها طورت فقط، ويمكن بذلك أن تظهر وسيلة متطورة أكثر منها لكنها طورت على أعقاب الوسيلة التي كانت قبلها، بحيث أن الوسيلة الجديدة تدعم القديمة وتستفيد من تحديثاتها والقديم يدعم الجديدة بقاعدة البيانات التي بنيت عليها لكي تتطور وتصبح جديدة، فمثلا الهاتف الثابت في يوم ما كان وسيلة جديدا لكن بتطور التكنولوجي ظهر الهاتف المحمول وبعده ظهر الهاتف الذكي، لكن لو دققنا النظر في هذه الوسائل كل واحدة منها كملت الأخرى وساهمت في تطويرها.

وجدنا بأن هذه الزاوية النظرية تنم على التركيز على دور الوسائل الجديدة فهي الحياة الاتصالية؛ من خلال القاء الضوء على قدرة وسائل الإعلام في التطور وتحديد نفسها بنفسها. وهذا إن دل وإنما يدل على أهمية إعلام الوسائل الجديدة، وخاصة بعد اختراع الحاسوب وظهور شبكة الأنترنت والتحديثات التي مستها في دعم العملية الاتصالية بهدف إرضاء المستخدم وتلبية حاجاته ودوافعه وتطوير استخداماته في ميدان الإعلام والاتصال لأن التواصل قبل كل شيء غريزة إنسانية.

6- مدخل فيدلر للإعلام الجديد (إعلام الوسائل الجديدة):

يبنى فيدلر Fidler مدخله النظري لفهم الإعلام الجديد ومستويات تبنيه باستقراء النموذج الكلاسيكي لتبني المستحدثات لإيفرت روجرز Everett Rogers ورؤى بول سافور Paul Saffo التي تقول إن الأفكار الجديدة تأخذ حوالي ثلاث عقود كاملة حتى تتسرب إلى ثقافة المجتمع والأفراد، ويقول فيدلر أن عملية تغيير جذري تتم للوسائل القائمة يطلق عليها تعبير Mediamorphosis وهو مصطلح نحته فيدلر بنفسه في بداية التسعينيات للدلالة على التحول الكامل الذي يجري لوسائل الإتصال الذي فرضته التفاعلات المعقدة للحاجات الأساسية، والضغوط السياسية والاجتماعية والابتكارات التكنولوجية.

يحدد فيدلر ستة مبادئ أساسية لعملية التغيير الجذري وهي:

- تعايش Coexistence وتطور مشترك Coevolution للأشكال الإعلامية القديمة والجديدة.
- تغيير جذري متدرج للأشكال الإعلامية القديمة إلى الجديدة.

¹ نفس المرجع السابق، ص 45،46.

- انتشار السمات السائدة في الأشكال الإعلامية المختلفة مع بعضها البعض.
- بقاء أشكال إعلامية ومؤسسات في بيئات متغيرة.
- ظهور الاستحقاقات و الحاجات الموضوعية لتبني أجهزة الإعلام الجديدة.
- حالة التأخر في تبني المفهوم ثم التبني الواسع لأجهزة الإعلام الجديدة.

وطبقا لفيدلر فإن أهم ثلاث أدوات تغيير جذري في مستحدثات الإعلام الجديد في مراحل تطور الاتصال الانساني، وهي اللغة المنطوقة Spoken language، واللغة المكتوبة Written language، واللغة الرقمية Digital language.

فاللغة المنطوقة طورت المهارات البشرية وطور في أشكال المذاعة مثل رواية القصص وأداء لبطقوس الصوتية...، ثم كانت اللغة المكتوبة فاتحة لتطوير الوثائق المنقولة، والطباعة الآلية و الإعلام الجماهيري. أما اللغة الرقمية فقد مكنت من عملية الاتصال بين الآلة والإنسان.¹

لم تختلف نظرة فيدلر كثيرا عن بولتر وجروسين في تسليط الضوء على خاصية التكامل بين وسائل الإعلام القديمة والجديدة؛ واصفا أن لكل مرحلة من المراحل لها خصوصيتها، وطبعا تستمد هذه الخصوصية من طبيعة الوسيلة المستخدمة في تلك المرحلة.

من خلال ما سبق عرضه من محاولات توصيف وإعطاء مفهوم لهذا التحول الاتصالي الإعلامي من مختلف الباحثين لمفهوم ما يطلق عليه أغلبية الباحثين العرب ب "الإعلام الجديد" والذي يطلق عليه في اللغة الانجليزية ب "New media" وبالفرنسية "Nouveaux Medias"، والذي نسميه نحن في هذه الدراسة ب "إعلام الوسائل الجديدة" ومن خلال عرض الزوايا والمداخل النظرية التي حاولت الكشف عن إرهاصات هذا التغير في النمط الاتصالي والتعديلات التي مست مراحل العملية الاتصالية، نستنتج بأن سبب هذا التحول يرجع بالدرجة الأولى إلى ظهور وسائل الإعلامية الجديدة (الانترنت الويب 2.0، الحاسوب، الهاتف الذكي...) نتيجة التقدم التكنولوجي السريع في ميدان الإعلام و الاتصال وبالدرجة الثانية إلى الإقبال الكبير من طرف المستخدمين على هذا النوع من الوسائل الجديدة، والتي وجد فيها ما كان يبحث عنه من تحقيق رغبته في التواصل بكل حرية ومع من يشاء وفي الوقت والمكان الذي يريد. فبفعل هذا العوامل المتمثلة في التزاوج بين الوسيلة الجديدة واستخدامها من طرف الأفراد والجماعات ظهرت أشكال وطرق جديدة في التفاعل والتواصل مبنية أساسا على التنوع والتشارك في التطبيقات والمحتوى. هذا ما دفع بنا بتسمية هذا النوع من الظواهر الاتصالية ب إعلام الوسائل الجديدة وذلك

¹ نفس المرجع السابق، ص 46،47.

حسب رأينا أن الوسيلة الجديدة عي التي تغير في طرق وأنماط وأشكال الاتصالية والاعلامية، بالاستناد إلى ما تم عرضه من تراكمات نظرية بداية من نظرية مارشال ماكلوهان مروراً بالتعاريف المتنوعة وصولاً إلى المداخل النظرية التي حاولت معالجة هذا التحول الإعلامي.

المطلب الثالث: أهم الوسائل التكنولوجية الحديثة

تتصل بشبكة الأنترنت العديد من الوسائل التكنولوجية الحديثة والتي يعد البعض منها سبباً في وجودها مثل الحاسوب الذي يعتبر الموزع والمستقبل الأول لشبكة الأنترنت إلى جانب تكنولوجيا الأقمار الصناعية التي تعمل على استقبال وتوزيع ترددات الأنترنت، كما لا ننسى الألياف البصرية الحديثة والتي تعد من أهم موزعي شبكة الأنترنت عبر العالم، وما تحظى به من ميزات عن الكابل التقليدي النحاسي، وأيضاً هناك أجهزة استقبال حديثة وأكثر تداولاً في هذا العصر وعلى رأسها الهاتف الذكي Smart phone واللوحات الإلكترونية والتي تتصل بالإنترنت إما عن طريق الويفي أو عن طريق الشرائح.

سنسلط الضوء على أبرز التكنولوجيات الحديثة للاتصال عبر الأنترنت؛ لأنها حسب رأينا تعتبر عنصر مهم يجدر بنا الإشارة إليها باعتبار ارتباطها بموضوعنا وتخدم الإطار النظري والتراكمي المعرفي لإشكالية بحثنا، وسنعمد على شرحها بطريقة مختصرة بغرض التعرف على أهميتها ومكانتها في العملية الاتصالية الحديثة مركزين على الجانب العملي والوظيفي أكثر من الجانب التقني.

أولاً: تكنولوجيا الحاسوب:

يعتبر الحاسوب حالياً من أهم التكنولوجيات الحديثة المتعددة الاستخدامات ويعد العمود الفقري للمؤسسات على اختلافها وكذلك بالنسبة للأفراد وهذا لما يوفره من خدمات، هذا الجهاز الذي "بلغت ذروة اكتماله بواسطة جامعة "هارفارد" الأمريكية عام 1946"،¹ والذي كان يزيد وزنه عن 30 طن،² أصبح يشارك في دورة الحياة الإنسانية وجزء لا يتجزأ منها خاصة بعد ارتباطها بالإنترنت التي أعطته مكانته الحقيقية.

ولقد تعددت تعريفات الحاسوب وتنوعت ومن أهم التعاريف ما يلي:

هناك من يرى من أن "الحاسوب أو الكمبيوتر آلة يتم تغذيتها بالبيانات (مدخلات)؛ فيقوم بمعالجتها وفقاً لبرامج موضوعة مسبقاً (المعالجة)، للحصول على النتائج المطلوبة والتي تخرج على شكل (مخرجات) مثل شاشة العرض أو في صورة تقرير أو في شكل جدول.³

¹ محمد هاشم الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري مدخل إلى الاتصال وتقنياته الحديثة، ط1، دار أسامة للنشر، عمان، 2012، ص 225.

² عبد الباسط محمد عبد الوهاب الخطامي، تكنولوجيا الاتصال وتطبيقاتها، ط1، دار الأفق المشرقة، الامارات العربية المتحدة-الشارقة، 2010، ص 46.

³ ماهر عودة الشمايلة وآخرون، تكنولوجيا الاعلام والاتصال، ط1، دار الاعصار العلمي، عمان، 2015، ص 109-110.

ويعرفه رمزي أحمد عبد الحي بأنه "وسيلة الكترونية صممت لاستقبال المجاميع الكبيرة من البيانات بشكل آلي ومن ثم تخزينها ومعالجتها إلى شكل نتائج ومعلومات مفيدة وقابلة للاستخدام، بموجب مجموعة من التعليمات والإيعازات التي يطلق عليها اسم البرمجيات؛ ويتألف الحاسوب من قسمين أساسيين يكمل كل منهما الآخر هما المادية أو الأجهزة (Hardware) ومكونات البرمجية (Software)".¹

ويقولون آخرون بأن الحاسوب "يسمح بإدارة النصوص والصور والصوت والموسيقى والأفلام واستعمال جميع خدمات الانترنت، وهو الآن بمثابة قلب العالم الرقمي".²

من خلال ما سبق يمكن أن نعرف الحاسوب بأنه جهاز لتخزين ومعالجة وصياغة وإخراج البيانات على اختلافها نصية، سمعية، بصرية وسمعية بصرية بالاستعانة بالبرمجيات التي تصنع من خلاله وتعمل عن طريقه (الحاسوب) على اختلافها وكل منها على حسب دورها (البرمجيات) في عملية الصناعة البيانية.

- خصائص الحاسوب:

يتميز الحاسوب بمجموعة من الخصائص من أهمها:

- السرعة الفائقة في أداء وتنفيذ المعلومات.
- الدقة في تنفيذ العمليات المختلفة.
- القدرة على العمل لمدة طويلة دون أخطاء.
- تعدد الاستعمالات وتنفيذ العمليات المطلوبة آليا في برامج متعددة مثل برنامج معالجة النصوص.
- الكفاءة العالية في إدارة البيانات حيث يقوم الحاسوب بتنفيذ أحد أو بعض كل من العمليات التالية:
- التخزين لحفظ البيانات لحين الحاجة إليها.
- الاسترجاع أي استعادة البيانات والمعلومات المخزنة لإعادة استخدامها أو الاطلاع عليها عند الحاجة.
- نقل المعلومات من موقع إلى آخر عبر قنوات الاتصال لاستخدامها أو لإجراء المزيد من عمليات التشغيل والمعالجة حتى تصبح في الصورة المطلوبة للمستخدم النهائي، نسخ المعلومات وإعادة إنتاجها لإنشاء نسخة احتياطية من البيانات والمعلومات.³

¹ رمزي أحمد عبد الحي، الإعلام التربوي في ظل ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ط1، مؤسسة الوراق، عمان، 2011، ص265.

² Elhajjami Abdelkrim et des autres, Les Technologies de L'Information et de la Communication en Education, Afrique Orient, Maroc, 2009, p 37.

³ محمد هاشم الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري مدخل إلى الاتصال وتقنياته الحديثة، ص226.

يجب الإشارة إلى أن ميزات وخصائص الحاسوب لا يمكن حصرها لذلك اكتفينا بذكر أهمها، وهذا طبعا لمحاولة توصيف الأهمية التي تتميز بها مثل هذه الوسيلة التي أصبحت تدير العالم داخلها وخارجها وعن بعد بالتساق مع شبكة الأنترنت.

ثانيا: تكنولوجيا الاقمار الصناعية

لا تقل الأقمار الصناعية أهمية عن الحاسوب حيث تعد من أهم التحولات التقنية التي شهدتها العالم في خضم الحرب الباردة بين الاتحاد السوفياتي والولايات المتحدة الأمريكية، ففي 04 أكتوبر 1957 صحا العالم على مفاجأة إطلاق كرة صغيرة من الألمنيوم قطرها أكبر من نصف متر وتزن 84 كلغ، كان "سبوتنيك" أول فضائي لكوكب الأرض صنعه الإنسان "قمر اصطناعي" كان الهدف من رحلة القمر السوفيتي إمكانية صعود الإنسان إلى القمر، وإثبات نفوق الاتحاد السوفيتي آنذاك، وقبل أن يفوق الأمريكيون من صدمة التفوق التكنولوجي كانت هناك مفاجأة أخرى حيث أطلق "سبوتنيك2" حاملا أول زائر حي من كوكب الأرض، ما دفع الولايات المتحدة الأمريكية إلى التحرك بقيادة رئيسها إزنهاور حيث أنه في 31 يناير 1958، تمكنت و.م.أ من إطلاق أول قمر صناعي وسمي "اكسبلورر-1" الذي يعني المستكشف.¹

ومنذ ذلك الحين بدأت الاكتشافات والتحديات تتوالى تحت شعار "البقاء للأقوى"، إلى غاية انهيار المعسكر الشيوعي وانتقال العالم من قانون الثنائية الى الاحادية بقيادة الولايات المتحدة الأمريكية،

وللأقمار الصناعية (Satellites) عدة تعريفات، حيث يرى البعض بأنه: جسم دوران ينطلق من قاعدة على الأرض في مدار معين حول الأرض، ويستمر في الدوران بحكم الجاذبية التي توصل إليها اسحاق نيوتن قبل 20 عام، ويظل هذا الجسم يدور في الفضاء بنفس السرعة التي أطلق بها مالم يتدخل عامل خارجي، وغالبا ما يكون القمر الصناعي مزودا بمحطة استقبال ومحطة إرسال وعدد من الأجهزة الأخرى كأجهزة التسجيل التي تلتقط البرامج الموجهة إليها وتسجلها لتعيد إرسالها في الوقت المحدد وبطريقة آلية.

واعتبر البعض القمر الصناعي أنه: مركبة فضائية تطلق إلى الفضاء الخارجي بقوة دفع كافية تبعدها عن جو الأرض، ولكن ليس بعيدا عن متناول الجاذبية الأرضية، ويعمل القمر الصناعي كمحطة إرسال راديو في الفضاء الخارجي تستقبل موجات الميكرويف* على ذبذبات ارسال معينة، ثم تعيد بثها على ذبذبات على ذبذبات أخرى مختلفة.²

¹ محمد هاشم الهاشمي، مرجع سابق، ص 143-144.

² نفس المرجع السابق، ص 149.

إذن فالقمر الصناعي هو عبارة عن آلة مبرمجة رقمياً تطلق نحو الفضاء في مدار محدد، ولا تخرج عن مجال الجاذبية الأرضية، تقوم بالدوران المستمر وتعمل بنظام إرسال الذبذبات إلى المحطة التي قامت بإرساله تقوم بوظائف عدة من أهمها الرصد والبت ومراقبة المحيط.

- استخدامات الأقمار الصناعية:

تتنوع استخدامات ووظائف الأقمار الصناعية وذلك نتيجة للتقنية العالية والتطور الرقمي الذي يشهده هذا النوع من الوسائل التكنولوجية الحديثة ويمكن ان نورد أهمها على شكل نقاط كالآتي:¹

- وسيلة للوصول إلى المناطق النائية على الأرض: حيث أن الأقمار تدور حول الأرض وتستطيع أن ترصد أبعد المناطق والتي يصعب الوصول إليها ويمكن أن تلتقط لها صور وترسل بيانات وحتى فيديوهات مباشرة أو مسجلة.
- بديل للكوابل البحرية وخطوط اتصالات التلفازية والهاتفية: فمثلاً يمكن أن نستغني عن الألياف البصرية التي تنقل ذبذبات الهاتف والانترنت إلى مختلف دول العالم وتقوم الأقمار بدور الإرسال عن بعد لتلتقطها أجهزة الاستقبال، وبالتالي تحقق خدمة سريعة ودون وقوع أعطاب كما يقع للألياف والكوابل النحاسية عندما تقطع في البحر في كثير من الأحيان.
- الربط بين الحاسبات الإلكترونية ونقل البيانات التي تخزنها الحاسبات بسرعة فائقة وجودة عالية.
- تستخدم لعقد المؤتمرات عن بعد عندما تستدعي الحاجة لذلك.
- تنقل الرسالة إلى المتلقي بواسطة الأقمار الصناعية لمشاهدها على شاشة جهاز الاستقبال بمنزله
- توفر خدمة البريد الإلكتروني.
- تقوم بمهمة رصد الجو حيث تقدم خرائط توزيعات الضغط الجوي في الدول والمدن على كامل الكرة الأرضية وذلك ما نشاهده في نشرة الأخبار الجوية.

الانترنت عبر الأقمار الصناعية:

وتتوفر تكنولوجيا الاتصال بالإنترنت عبر الأقمار الصناعية Satellite بنوعين إثنين هما:

1- الإنترنت عبر الأقمار الصناعية Satellite ثنائي الاتجاه Two Ways Internet:

يعمل هذا النوع من الاتصال الفضائي باستخدام جهازي استقبال وإرسال، وهناك أنواع أخرى تدمج الجهازين في جهاز واحد، وما يهمنا معرفته في هذا النوع من الاتصال أنه يقوم بعملية إرسال البيانات Sending Data عن

¹ عبد الباسط محمد عبد الوهاب الحطامي، مرجع سابق، ص 37.

الطريق القمر الصناعي (فضائياً)، بعكس النوع الآخر من أنواع الاتصال الفضائي والذي هو أحادي الاتجاه One Way والذي يقوم بعملية إرسال البيانات أرضياً.

ويعمل هذا النوع من الاتصال عن طريق إرسال البيانات Data (والذي يُسمى "إنترنتياً" إرسال الطلب لفتح موقع ما) بواسطة جهاز إرسال Sending Device + ال LNB الخاص به، بالإضافة إلى جهاز الاستقبال، حيث أن هناك كابل Cable ممدود بين هذين الجهازين وال LNB الخاص فيهما كما هو متعارف عليه. وهذا الجهاز (جهاز الإرسال) يتوفر في حال استخدامك الإنترنت عبر الأقمار الصناعية Satellite ثنائي الاتجاه Two Ways فقط، حيث أن هناك أجهزة إرسال تكون منفصلة عن جهاز الاستقبال، بينما هناك أجهزة تجمع الجهازين في جهاز واحد (2 × 1) كما هو الحال مع أجهزة مزود الخدمة Orbit Sat Net، حيث أن ال Modem أو جهاز الاتصال هو عبارة عن جهازين في جهاز واحد (إرسال واستقبال معاً)، ويحتوي الجهاز على منفذ LNB أحدهما لتوصيل الكابل Cable الآتي من LNB الإرسال والآخر لتوصيل الكابل Cable الآتي من LNB الجدير بالذكر أن الإنترنت الفضائي ثنائي الاتجاه Two Ways لا يلزم استخدام خط الهاتف العادي، حيث أن البيانات يتم إرسالها عن طريق القمر الصناعي كما ذكرنا سابقاً.

2- الإنترنت عبر الأقمار الصناعية Satellite أحادي الاتجاه One Way Internet:

يقوم هذا النوع من الاتصال الفضائي بعملية إرسال البيانات Sending Data أرضياً، وذلك إما عن طريق خط هاتف عادي، خط هاتف إسقاط، خط هاتفي يستخدم مُوجّه Router ISDN، خط رقمي DSL أو خط مُستقر (مُؤجر) أو حتى باستخدام الهاتف المحمول / الجوال Mobile Phone، بينما تتم عملية استقبال البيانات Receive Data فضائياً من القمر الصناعي.¹

من خلال ما سبق نستطيع القول بأن الأقمار الصناعية توفر جودة عالية من حيث التدفق السريع للإنترنت خاصة عندما يكون الإرسال عن طريق الفضاء وأجهزة الاستقبال التي تكون منفصلة أي تعمل بنظام الموجات عن البعد كتقنية الـ wifi عكس عندما يكون الإرسال عن طريق الكابلات أو الألياف البصرية الأرضية، على العموم تعد الأقمار الصناعية الفاعل الرئيسي في نشر وبث شبكة الإنترنت عبر العالم والتي ساهمت في ربط أجزائه المتباعدة إلى جانب الإنترنت.

¹ موقع بلوج سبوت، blogspot، تقنية الويب 3.0 مفهومها وأدواتها ومكوناتها، تم معاينته يوم 2017/12/09، على الساعة 22:30، على الرابط

<http://techtweb3.blogspot.com/2015/03/0.html>

ثالثا: الألياف البصرية أو الضوئية

بعد أن توصل العالم الهندي "نارينداس كاباني" في عام 1955م إلى أن الألياف البصرية لها قدرتها الهائلة في توصيل الضوء لمسافات شاسعة؛ عكف العلماء على استخدام تلك الألياف لتوصيل المعلومات وفرضت نفسها في الواقع، وبدأت تلك الطرق التقليدية للاتصال عبر الأسلاك النحاسية سواء للهاتف أو الكابلات تتلاشى رويدا رويدا لتحل محلها هذه الألياف الضوئية المصنعة من كثنان الرمال الممتدة.¹

هكذا بدأت تتطور الألياف البصرية وتفرض مكانتها كوسيلة اتصال ناجعة وذات خدمة رفيعة من حيث سرعة الاتصال، ونقل المعلومات والبيانات بعدما كانت بطيئا عبر الاسلاك النحاسية فأحدثت بذلك ثورة تكنولوجيا في المجال الرقمي بعد ربطها بالحاسبات الآلية التي تتصل وتعمل عن طريقها وكذلك مع الأقمار الصناعية التي تنقل ذبذباتها عبرها لتحقيق اتصال المطلوب.

تعرف الألياف الضوئية بأنها: عبارة عن شعيرات من الزجاج الخالص رقيقة جدا تتيح لأشعة الليزر المرور من خلالها، ليحمل معه بيانات وصور ورسوم وموسيقى وأصوات بدقة عالية ووضوح تام في ترددات عالية متخذة أحجاما مختلفة، لكل منها استخدام مغاير، فكابلات الألياف الضوئية ذات الكفاءة العالية تكون دقيقة للغاية، ويطلق على الألياف الضوئية التي تحمل الإشارات التلفزيونية من مركز إلى آخر؛ الألياف ذات الأسلوب المفرد (Single Mode)، ويطلق على الألياف التي تحمل البيانات الاسلوب المتعدد (Multi Mode).²

استخدامات الألياف الضوئية:

أوضحت العديد من وسائل الإعلام مرتبطة بخدمات الألياف الضوئية على اختلافها تقليدية وحديثة، كالهاتف الثابت والإذاعة والتلفزيون أو وسائل الإعلام الحديثة كالأقمار الصناعية والحاسبات الآلية، كما لا ننسى خدمة الانترنت التي تمر عبرها لتصل إلى الحاسبات وتشكل بذلك الشبكة الدولية، في هذه الجزئية سنحاول عرض أهم الاستخدامات و المزايا التي تقدمها الألياف الضوئية في مجال الاتصالات الحديثة والرقمية والتي من بينها مايلي:

- الاتصالات الهاتفية Telephone Communication:

لعبت الأسلاك المجدولة والكابلات المحورية دورا كبيرا في السنوات الماضية في مجال الاتصالات الهاتفية، فلقد بدأت الكثير من الشركات بالتفكير في بناء خطوط هاتفية جديدة ، ويعتبر أول خط تجاري استخدم الألياف البصرية كان في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1977.³

¹ عبد الباسط محمد عبد الوهاب الخطامي، مرجع سابق، ص120.

² نفس المرجع ، ص119

³ منال هلال المزاهرة، تكنولوجيا الاتصال والمعلومات ، ط1، دارالمسيرة، عمان، 2014، ص158.

فأصبحت بذلك خطوط الهاتف أكثر سرعة وأقل انقطاعا مما كانت عليه عندما كانت تستعمل الكابلات النحاسية وتطورت بذلك الهواتف وأصبحت رقمية نتيجة للجودة العالية التي تتمتع بها والخدمة الفورية التي اتاحتها الألياف الضوئية.

- الاتصالات التلفزيونية والإذاعية Television & Radio Communication :

بدأ أول استخدام للألياف البصرية يربط الكاميرات التلفزيونية بسيارات النقل التلفزيونية وفي الدوائر المغلقة، ثم استخدم في إيصال الخدمات التلفزيونية للمنازل، واستخدم أيضا لنقل قناة واحدة فقط أما الآن فتستخدم لنقل عشرات القنوات التلفزيونية والفيديو ضمن الكابل التلفزيوني، ونتيجة للسعة الكبيرة للمدى الترددي للمعلومات وعدم التأثير من تداخلات المحطات الإذاعية، فإن ذلك ساعد على استخدام هذه الألياف في البث الإذاعي والتلفزيوني.

- شبكة الحواسيب وتبادل المعلومات Computer Network & Information Exchange: الألياف الضوئية تمتاز بسرعتها في نقل المعلومات، وكذلك في ربط بين وحدات المعالجة المركزية وبين أجهزة الطباعة والتخزين.¹ بهذا حسنت جودة الاتصال بين الحاسبات نتيجة للسرعة العالية التي توفرها كما أن تدفق الأنترنت عبرها أصبح أكثر سرعة وأصبحت الألياف من الناقلات الأساسية لشبكة الأنترنت وبهذا ساعدت في توسع مداها وانتشار خدماتها عبر أنحاء العالم.

رابعا: الهاتف الذكي Smart Phone

لقد نشأت فكرة استخدام الهاتف النقال من فكرة الراديو، حيث وجد الباحثون أنه يمكن تطوير تكنولوجيا جديدة لاستقبال وإرسال البيانات عبر مجموعة من الترددات التي يمكن استخدامها عدة مرات عن طريق ضغط البيانات وإرسالها عبر وحدات زمنية قصيرة جدا، لإجراء مجموعة من المكالمات الهاتفية في نفس الوقت.²

فمنذ ذلك الحين توالى التحديثات التقنية للهاتف، "حيث أصبح أكثر من مجرد وسيلة اتصال صوتي بل يستخدم ككمبيوتر، للمواعيد واستقبال البريد الصوتي، وتصفح الأنترنت"،³ وأصبح بذلك يتميز بالذكاء الاصطناعي* ما أدى إلى تسميته في عصرنا الحالي بالهاتف الذكي Smart Phone حيث أنه "تم استبدال الهواتف اللاسلكية بتقنية الأقمار الاصطناعية،⁴ هذا ما أدى إلى تحسين جودة

¹ نفس المرجع، ص 159.

² طيب أحمد محمد، الهاتف النقال في الجزائر بين التطور والتحديات، أطروحة دكتوراه، كلية الاعلام جامعة الجزائر3، 2014، ص30.

³ طيب أحمد محمد، مرجع سابق، ص20.

⁴ نفس المرجع، ص31.

الاتصال بفضل الرقمنة الحديثة التي أضيفت للهاتف الذكي بتزاجه، اتصاله وعمله مع كل من الأقمار الإصطناعية و الشبكة الحواسيب.

خدمات الهاتف الذكي:

أصبح الهاتف الذكي يوفر خدمات عديدة بالنسبة لمستخدميه في مختلف الميادين اقتصاديا، اجتماعيا ، ثقافيا وتقنيا، سنركز في هذا العنصر على أهم الخدمات التي يوفرها الهاتف الذكي في المجال الرقمي والمعلوماتي والتي من أبرزها ما يلي:¹

- خدمة الوسائط المتعددة:

بفضل التقنية المتطورة للهاتف الذكي أصبح بإمكان المستخدم أن يستفيد من دمج مختلف الوسائط واستعمالها في العملية الاتصالية بما في ذلك من صور وصوت ونصوص مكتوبة والبرامج المتعددة التي يمكن إدراجها في برجة الهاتف واستخدامها حسب اهتمامات وحاجيات المستخدم، مثلها مثل البرامج التي تتوفر على الحواسيب الآلية فدخل الهاتف الذكي في المنافسة حتى مع الحواسيب الشخصية نتيجة للتطور السريع الذي يشهده عالم الهواتف الذكية.

- خدمة الانترنت:

حيث أتاحت الهواتف الذكية للمستخدم أن يتصل بشبكة الانترنت دون الرجوع إلى أجهزة الحواسيب وذلك لإمكانية ارتباطها بشبكة الانترنت سواء عن طريق الشرائح أو عن طريق تشغيل تقنية الويفي والتي تتيح له الاتصال عن بعد في المجال الذي يتوفر فيه تدفق الانترنت، وأصبح بذلك بمقدور المستخدم أن يبقى على الخط ويتواصل مع الأصدقاء من أي مكان.

- خدمة البحث عن المعلومات:

عن طريق البرامج التعليمية والعلمية التي يمكن أن تحميلها ووضعها على الهاتف الذكي وبواسطة استخدام محركات البحث المختلفة مثل قوقل واوبرا، وبفضل الاتصال بشبكة الانترنت أضحي من السهل أن يبحث المستخدم عن المعلومات في الزمان و المكان الذي يختاره وبسرعة هائلة.

¹ نفس المرجع، ص37.

خصائص الهاتف الذكي:

أنه من الصعب في الوقت الراهن أن حصر جميع خصائص ومميزات الهواتف النقالة بفعل تطوراتها المتلاحقة في نظم التقنيات وملاحم صفتها وفي تطبيقاتها الخدمانية المتنوعة، جعلت من الاتصالات عبرها تتميز بمجموعة من الخصائص منها:

- اتصال تفاعلي:

وهو الاتصال الذي يتم بين المرسل والمرسل إليه مباشرة، يتبادلان من خلاله أدوارهم وأماكنهم أثناء عملية التفاعل وهكذا يظل هذا التبادل مستمرا، فبفضل تكنولوجيا الاتصال متعددة الوسائط (نص، صوت وصورة) التي تميز الهواتف النقالة الحديثة التي تسمح بالمزج بين أكثر من وسيط اتصالي في وسيلة واحدة لتحقيق الهدف النهائي وتوصيل الرسالة.

- الاتصال الفوري وعن بعد:

يتم هذا الاتصال بالهاتف النقال عبر مسافات طويلة، ويتشارك في هذه الخاصية مع الأنترنت في خدمة التراسل والاتصال عن بعد من أي مكان وفي أي وقت.¹

- سهولة الاستخدام:

هذا ما يبرر ملكيته واستخدامه من طرف غالبية سكان العالم، كما انتشر استعماله لدى مختلف الشرائح والفئات العمرية تقريبا، باعتبار الهاتف النقال من الوسائل الاتصالية الأكثر استعمالا في الوقت الحالي والأكثر مصاحبة للإنسان العصري.

- اتصال مقصود وتشاركي :

حيث يمكن اعتبار الهاتف النقال من الوسائل السمعية البصرية التي يتقاسم من خلاله الأفراد حبراتهم العاطفية المختلفة، حيث فتح مجالا لتبادل التجارب والخبرات من جهة ومن جهة أخرى هو كذلك وسيلة لتحريك العواطف والغرائز.²

يجب الإشارة إلى أن الهاتف الذكي بكل أنواعه وأصنافه أصبح يمثل الوسيلة رقم واحد في العملية الاتصالية اليومية للأفراد، وخاصة فيما يتعلق بالولوج إلى شبكة الانترنت، نتيجة للتطور التقني الذي أصبح يوازي وسيلة الحاسوب بمختلف الميزات والتطبيقات فوجد المستخدم في الهاتف الذكي كل ما يحتاجه ودون الرجوع إلى الحاسوب نتيجة التطور المستمر والسريع الذي يشهده الهاتف الذكي وخاصة في الآونة الأخيرة.

¹ نفس المرجع، ص32.

² نفس المرجع، ص33.

فسهولة استخدامه، وصغر حجمه مقارنة بالحاسوب وجودة الصورة وسرعة تدفق الانترنت عبره وتنوع تطبيقاته كلها ميزات جعلت الإقبال يزداد عليه يوما بعد يوم، كما ساهم الهاتف الذكي بالخلق مجتمع على الخط* وذلك تزامنا مع ظهور شبكة الويب 2 التي خلقت إعلام جديد تشاركي وتفاعلي عبر مواقع التواصل الاجتماعي. هذه الشبكات الاجتماعية التي أضحت المستخدم مدمن عليها نتيجة ما توفره من مزايا عديدة، والتي من أهمها تعزيز الذات عن طريق التفاعل مع الآخر متخطية الحدود الزمانية والمكانية، وأصبح بذلك الهاتف الذكي من الوسائل الأكثر استخداما من أجل الولوج إلى مواقع التواصل الاجتماعي، والتي ساهمت في انتشار هاته الأخيرة، وهذا ما سنتطرق إليه بالتفصيل في الفصول القادمة.

المطلب الرابع: الفرق بين إعلام الوسائل الجديدة وإعلام الوسائل القديمة

لعبت الثورة التقنية التي شهدتها حقل الإعلام والاتصال دور كبير في قلب موازين القوى الإعلامية وذلك نظرا للميزات والخصائص الجديدة التي أضفتها هذه التكنولوجيا على العملية الاتصالية، وأدت إلى ظهور إعلام الوسائل الجديدة بدل إعلام الوسائل القديمة، وشهد إعلام الوسائل الجديدة استحسان وقبولا كبير من طرف المستخدمين؛ ما دفع بهم إلى استخدامه كوسيلة بديلة عن الوسائل الإعلامية التقليدية وذلك لعدة عوامل ساهمت في هذا التحول.

ومن بين هذه العوامل حسب محمد عبد الحميد ما يلي:

- غياب المصدقية في الوسائل التقليدية: وذلك بعد كشف انحيازها الخاضع إلى قوى السيطرة والهيمنة في المجتمع على حساب الجمهور صاحب المصلحة الحقيقية في وجود هذه الوسائل وانتشارها.
- تطورات الجيل الثاني لشبكة الويب: التي ساعدت على إتاحة المواقع الرقمية على هذه الشبكة بسهولة ودون تكلفة عالية.
- استعادة الجمهور لعافيته وصحته: من خلال تمرد على التبعية والهيمنة التي كانت تمارسها وسائل الاعلام التقليدية كونها صاحبة الحق الأصيل في تقديم المعلومات وتسويق المعرفة والخدمات والمنتجات إلى الأفراد هذا الجمهور وفئاته.¹

ربما تكون هذه العوامل من بين أسباب التي دفعت الكثيرين من هجر إعلام الوسائل القديمة ويمكن أن ندعم هذا الرأي بمجموعة من الميزات التي تضع وضعت الحدود والفواصل بين هذين النوعين من الاعلام والتي من أهمها:

¹ حسنين شفيق، الإعلام الجديد الاعلام البديل تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، ط1، دار فكر وفن للطباعة، 2010، ص 152.

- إعلام رأسي وإعلام أفقي:

لقد ساهمت شبكة الانترنت في إيجاد اعلام بديل (إعلام أفقي)، وترسيخه في المجال الإعلامي والذي سمح لعامة الشعب ليس الوصول إلى الأخبار فحسب، بل في صنعها أيضا.¹ وبالتالي أصبح للمستخدم سلطة في المشاركة في المحتوى الاعلامي على مستوى جميع مراحله، هذا دفع بتسمية هذا النوع من الإعلام بالإعلام الأفقي، وذلك لتشارك وتساوي سلطة نشر وتلقى المعلومة من طرف جميع المستخدمين ومختلف الفئات، وهذا الذي لم يجده المستخدم في إعلام الوسائل القديمة مثل الجرائد و المجلات الورقية و الإذاعة وغيرها من الوسائل، وجعل الباحثين يسمون هذا النوع من الإعلام بالإعلام الرأسي، تعبيرا عن مراحل تنقل الرسالة في هذا النوع من الإعلام، حيث تقوم المؤسسة الاعلامية بجمع ونشر المعلومة التي تريدها أن تصل إلى المتلقي ويأتي المستخدم كحلقة أخيرة في الأسفل يقوم بدور استقبال المعلومة فقط.

- المراسل الصحفي والصحافي المواطن:

لعب المراسل الصحفي دورا بارزا في تغطية الأحداث الساخنة في أماكن مختلفة من العالم، وبرز نجوم عبر الشاشات والفضائيات لينقلوا لنا الحدث من قلب الحدث، شاهدنا ذلك في العام 1991 إبان حرب الخليج الأولى مما جعل محطة CNN تطلق شعار "العالم يشاهد سي إن إن". وشاهدنا الدور البارز الذي لعبته الجزيرة في نقل حرب العراق في عام 2003، وغيرها من الحروب التي جعلت من المراسلين الصحفيين أبطال ينتظرهم المشاهد ويعتبرهم جزءا لا يتجزأ من حياته اليومية.

إلا أن المراسل الصحفي "الموظف" ضمن المؤسسة الإعلامية يبقى مقيدا بتوجهات المحطة السياسية والإعلامية، وعليه قد تتأثر موضوعية الخبر بحسب المسموح والمنوع من إيصاله للجمهور.

في المقابل، ساهم الإعلام الجديد (إعلام الوسائل الجديدة) في ظهور الصحافي المواطن المشارك الفعال في العملية الاتصالية والمساهم في تغيير الكثير من المفاهيم الاتصالية الحالية. وكثرت التسميات حول صحافة المواطن التي يسميها البعض "صحافة التطوع"، وآخرون بـ "صحافة الهواة" Amateur Journalism و "إعلام نحن" We Media و "الصحافة القائمة على النقاش" Conversation Journalism أو "صحافة المصدر المفتوح" Open Source Journalism أو "الصحافة التشاركية" Participatory Journalism .

إلا أن ما يجمع كل هذه التسميات هو النشاط الصحفي الذي يقوم به المواطن والمضمون الإعلامي المبني على الرسائل الموجهة إلى الجمهور. وما يميز الصحافي المواطن عدم خضوعه للمحطة الإعلامية التي كانت تهيمن على

¹ نديم منصور، سوسيولوجيا الانترنت، ط1، منتدى المعارف، بيروت، 2014، ص 57.

الخبر ونقله للجمهور، فهو طليق في التعبير وفي نقل الخبر بالصوت والصورة وبشكل آني وسريع، مما يجعل التحكم والسيطرة على الخبر من قبل السلطات أمرا صعبا.¹

- المركزية واللامركزية الإعلامية:

تعني المركزية الإعلامية وجود إدارة من مركز أعلى يصدر جميع التعليمات ويأمر بتنفيذها من خلال تسلسل إداري هرمي في المواقع المختلفة، وما على المواقع الدنيا إلا تنفيذ ما يصدر لها من تعليمات ورفع تقاريرها إلى رأس السلطة الإعلامية لترى ما يناسبها للنشر وما تحجبه عن الجمهور وفق السياسة الإعلامية للمؤسسة.²

هذا ما نجده في إعلام الوسائل التقليدية مثل الجرائد الإذاعة والتلفزيون بحيث تخضع للمركزية إدارة الاعلامية وتسير وفق النهج السياسي للمؤسسة والصحفي هنا ما عليه إلا اتباع تعليمات الداخلية للمؤسسة وضرورة الالتزام بها وبالتالي حرية الصحفي هنا تخضع للتقييد والرقابة في نقل الأخبار والمعلومات إلى الجمهور.

في المقابل هناك اللامركزية الإعلامية والتي تعني التحرر من السلطة المركزية وجعل الفرد هو المركز الإعلامي، لا يخضع لقرار مركزي يقيد الخبر والصورة والحدث بما يتفق وتوجهات مرسومة مسبقا.³

يصبح هنا الفرد أو الجماعة هم الذين يتحكمون في طريقة ونوعية نشر المعلومات والأخبار وفي أي مكان أي فرد، ومهما كان عمره أو مستواه أن يكون قناة إخبارية مثل ما يحدث في المدونات الشخصية وما يحدث على موقع اليوتوب والفيسبوك... بحيث تحزل المؤسسة الإعلامية وهياكلها في شخص الفرد الذي ينشط على هذا النوع من المواقع ويحتزل قراء ومستمعي ومشاهدي الوسائل التقليدية في المستخدمين المتفاعلين على هذه المواقع.

يمكن أيضا ان نتناول زاوية أخرى نلقي من خلالها النظر عن كتب على الفواصل التي تميز إعلام الوسائل الجديدة عن إعلام الوسائل التقليدية والتي من بينها:

- الحرية الواسعة:

لاحظنا بأن إعلام الوسائل الجديدة يوفر حرية واسعة بالنسبة للمستخدمين في نشر مختلف الأخبار والمعلومات على اختلافها سواء كانت في شكل صور أو صوت ونصوص دون رقابة تمنعه من ذلك من غير الرقابة الذاتية للمستخدم عكس إعلام الوسائل التقليدية والتي يخضع الصحفي فيها إلى رقابة المؤسسة وليس بإمكانه أن ينشر ما لا ينسجم مع الخط السياسي للمؤسسة الإعلامية.

¹ نديم منصور، سوسيولوجيا الأنترنت، ص 57، 59.

² نفس المرجع، ص 60.

³ نفس المرجع، ص 61.

- السرعة والسهولة:

من بين أهم الميزات التي يتمتع بها إعلام الوسائل الجديدة هو سهولة الاستخدام، إذ أنه لا يتطلب من المستخدم سواء معرفة بسيطة بمبدأ عمل الحاسوب أو الجهاز اللوحي أو الهاتف الذكي أو أي وسيلة تستخدم في الولوج إلى مواقع الويب 2.0.

كما يتميز هذا النوع من الإعلام بسرعة نشر وبث المعلومات التي يمكن أن يتابعها أي شخص، أما في إعلام الوسائل التقليدية نجد بأنه من أجل نشر المعلومة من طرف القناة أو الجريدة فإنه يتطلب معالجة الخبر من طرف هيئة التحرير تحت إشراف رئيس التحرير، وتمر عبر حلقات حتى يتم الموافقة على نشرها أو عرضها، بالإضافة إلى انتظار الوقت المبرمج لنوع المعلومة أو الخبر حتى تذاع أو تنشر، وهكذا فالعملية الإعلامية داخل المؤسسات الإعلامية التقليدية معقدة وتخضع لتدابير خاصة.

- عالمية الرسالة الإعلامية:

تتميز الرسالة الإعلامية التي تبثها إعلام الوسائل الجديدة بأنها تنتشر على قدر واسع ويستطيع كل من يرتبط بشبكة الأنترنت أن يراها، فشبكة الأنترنت ساهمت في عوامة الرسالة الإعلامية وجعلتها متاحة للجميع وفي مختلف أنحاء العالم دون حدود جغرافية ودون حدود زمنية، بحيث يستطيع أي فرد أن يراها ووقت ما يشاء رغم فارق المسافة.

أما في إعلام الوسائل التقليدية فالرسالة الإعلامية التي تبثها جريدة محلية تصل إلى جمهور محدود في الزمان والمكان، كما أن الخبر الذي يذاع عبر أثر الإذاعات المحلية تكون هي أيضا محدودة في المكان وتصل المعلومة على حساب التغطية الجغرافية للبث الإذاعي.

هذا بالطبع إن لم يكن لهذه الوسائل مواقع على الأنترنت فهنا يختلف الأمر لأنها في هذه الحالة تصنف ضمن خانة الوسائل الجديدة طالما ارتبطت بشبكة الأنترنت.

- قابلية التحديث:

يتميز إعلام الوسائل الجديدة بقابلية إعادة المعالجة أو حذف وإبراز محتوى في أي وقت يرى صاحب الرسالة أنها تتطلب ذلك، كما يسمح هذا النوع من الوسائل بمتابعة الخبر ونشره فورا ومواكبته لحظة بلحظة، وهذا مالا نجده في الجريدة الورقية التي حتى وأن وصلت معلومة مهمة وكانت الجريدة في المطبعة سيتم تأجيل نشرها إلى غاية اليوم الموالي وهذا عكس ما نجده في بعض الجرائد الالكترونية التي تتابع الأحداث أول بأول وتقوم بالتحديث كلما استدع الامر ذلك.

- التفاعلية:

التفاعلية هي من أهم الميزات الأساسية التي تميز إعلام الوسائل الجديدة عن القديمة، حيث يعيش إعلام الوسائل الجديدة على مدى تفاعل المستخدمين مع المحتوى المنشور ومدى مشاركتهم له.

يرى ستيفر Steuer أن التفاعلية هي المدى الذي يمكن فيه للمستخدمين المشاركة في تعديل أو تغيير شكل ومضمون الرسالة الإتصالية في نفس الوقت. ويعرف جنسون Jensen التفاعلية بأنها قياس مدى قدرة وسيلة الاتصال المحتملة لاتاحة الفرصة للمتلقى للتأثير في محتوى وشكل الاتصال عبر الأنترنت.¹

يساهم المستخدم في وسائل الإعلام الجديدة في صناعة المحتوى ويساهم أيضا في نشره على أوسع نطاق، كما أن التفاعلية في هذا النوع من الوسائل جعل المستخدم يتواصل مباشرة مع المستخدمين الآخرين وكأنه اتصال وجه لوجه، كما أنه يستطيع التفاعل عن طريق النص أو الصوت أو الصورة أو دمج جميع هذه الوسائط المتعددة مع بعضها البعض بفضل الجيل الثاني للويب، وبفضل التكنولوجيات الحديثة من حواسيب وهواتف ذكية وغيرها. هذا النوع من التفاعل لا نجده في الوسائل التقليدية فمثلا في الجريدة الورقية يقوم المتلقي بعملية التلقي فقط وحتى وإن حاولت بعض الوسائل مثل التلفزيون إقامة برامج حوارية تركز على منح المشاهد الفرصة في الاتصال وإبداء رأيه إلا أنها لا ترقى إلى مستوى التفاعل الذي تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي مثلا.

من خلال ماقمنا بعرضه عن أهم الفوارق يتضح أن زيادة المشتركين والمتفاعلين في إعلام الوسائل الجديدة لم ينشأ من فراغ وإنما نشأ نتيجة الحرية والتفاعلية والتشاركية التي توفرها مثل هذه الوسائل للمستخدمين، ما دفع في المقابل بالكثير من المستخدمين إلى العزوف عن استخدام الوسائل التقليدية.

لكن يجب الإشارة إلى أن هذه الفجوة أو الهوة التي كانت تفصل بين إعلام الوسائل الجديدة وإعلام الوسائل القديمة بدأت في التلاشي والتماهي شيئا فشيئا نتيجة لتفطن أصحاب المؤسسات الإعلامية التقليدية بضرورة الاستفادة من تكنولوجيا الوسائل الجديدة واستغلالها لصالحها.

الإعلام التلفزيوني التقليدي يستفيد من الإعلام الجديد ووسائله (إعلام الوسائل الجديدة)، فالكثير من الأخبار والصور التي تنقلها وسائل الاعلام التقليدي تحصلت عليها من وسائل الإعلام الجديد، والتي أتاحت الكثير للمواطنين أن يلعبوا دورا المراسل الإعلامي الذي ينقل الأخبار من قلب الحدث.

وفي إطار التكامل بين الاعلامين الجديد والتقليدي، قامت معظم الصحف باستخدام مواقع إلكترونية لها، تنشر عليها نسخة إلكترونية من نسختها الورقية يستطيع من يشاء الاطلاع عليها والتعليق على ما ينشر فيها من أخبار

¹ عبد الباسط أحمد هاشم شاهين، التفاعلية على مواقع الصحف الإلكترونية، ط1، دار العلوم، القاهرة، 2014، ص122.

ومعلومات عبر التغذية العكسية التي أتاحها النسخة الإلكترونية بعرض الأخبار والمعلومات بوسائط متعددة، كالنص والصوت والصورة.¹

كما أن السينما استفادت من الثورة التكنولوجية الهائلة في مجال الأقمار الصناعية والانترنت والكومبيوتر. فقد أحدث التقدم الكبير في مجال الكومبيوتر و الانترنت تطورا هائلا على صناعة السينما، بحيث أتاح هذا التقدم لصانعي الأفلام السينمائية إمكانية إضافة كائنات افتراضية لا وجود لها في الكون تلعب أدوار مهمة في هذه الأفلام، وتضيف أدوار كثيرة إلى أبطال الأفلام.²

كما أن الافلام السينمائية سواء كانت عبارة عن مقاطع لأهم اللقطات أو أفلام كاملة نجدها متوفرة على المواقع الالكترونية وعلى اليوتيوب، إذ يمكن تحميلها و إعادة مشاهدتها متى أراد المستخدم ذلك، هذا أدى إلى تكامل السينما مع وسائل الإعلام الجديدة وذلك بتحولها من **سينما القاعات إلى سينما الانترنت**.

ونجد أيضا بأن الإذاعات أيضا اندمجت مع الوسائط الجديدة بحيث أصبحت لها مواقع على الانترنت، فأصبح بإمكان الأفراد والجماعات أن تستمع إلى أي إذاعة كانت سواء وطنية كانت أو أجنبية، وهذا دليل على التجديد الذي شمل الاذاعات التقليدية.

أصبح أيضا بإمكان مستخدم الهاتف المحمول التقليدي الاستفادة من خدمات الانترنت وتصفح المواقع الإلكترونية والبحث عن المعلومات والأخبار والولوج إلى مواقع التواصل الاجتماعي والتواصل مع الآخرين بمختلف الوسائط، وهذا يدل أيضا على مواكبة الوسائل القديمة و العمل على تجديدها.

فبهذه الحركية المستمرة في تطوير وسائل الاعلام على اختلافها الجديدة ساهمت في تلاشي العديد من الفواصل التي كانت تميز الجديد عن القديم وهذا كله من أجل تحقيق حاجات ورغبات المستخدمين ونيل رضاهم والسعي من أجل كسب أكبر عدد من الجمهور لصالح كل وسيلة وعلى اختلاف انواعها وأدوارها.

وقد ساهمت التطورات التكنولوجية التي طرأت على الانترنت مثل ظهور الجيل الثاني والثالث للانترنت إلى ظهور أشكال اتصالية جديدة قلبت معادلات وموازين الأنماط الاتصالية، هذا ما سنتعرض إليه لاحقا.

¹ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة، عمان، 2014، ص ص 188-189.

² علي خليل شقرة، مرجع سابق، ص 193.

المبحث الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي أحد أشكال التحول التقني الجديد

تتسارع التحولات التكنولوجية في جميع الميادين وخاصة في ميدان الإعلام والاتصال وتعتبر شبكة الأنترنت هي البيئة التي ترعرعت فيها هذه التحولات التقنية ، وأدت إلى ظهور وسائل إعلامية واتصالية جديدة أعطت للمستخدم حرية أكبر، من بينها الحرية في التلقي وانتقاء الرسائل الإعلامية والمشاركة في إنتاج المحتوى ونشره، بحيث أصبح للمستخدمين دور فعال في العملية الاتصالية، وهذا ما تجلّى عن كثب بعد ظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي وفرت ميزات وخصائص اتصالية لم تكن من ذي قبل.

سنحاول في هذا المبحث أن نفصل في ماهية مواقع التواصل الاجتماعي من خلال عرض نبذة تاريخية عن ظهور هذه المواقع وتطورها ومن خلال أيضا عرض تعاريف مختلفة لهذا المفهوم الذي تنوعت الآراء حول دلالاته ومعانيه الاعلامية وقدراته الاتصالية وسنعرج على أهم وظائف وخصائص هذه المواقع، وسنعرض أيضا أهم النظريات التي ظهرت بالتزامن مع هذه المواقع وسنبرز أهم هذه المواقع وأشهرها مركزين أكثر على موقع الفيسبوك.

المطلب الأول: مفهوم ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

• مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

لقد تعددت وتنوعت التعريفات التي حاولت الإحاطة بمفهوم مواقع التواصل الاجتماعي نتيجة لحدثة هذا النوع من الوسائل الإعلامية وما يميزه من خصائص، حيث نجد أن مختلف التعريفات تركز على وصف الخصائص التي تتميز بها مواقع التواصل الاجتماعي، وما تتيحه من خدمات للمستخدمين وآليات جديدة للتواصل ومن بين أهم هذه التعريفات ما يلي:

يعرف كل من Boyd & Ellison مواقع التواصل الاجتماعي بأنها " مجموعة من خدمات الويب تسمح للمستخدمين بإنشاء حساب عام أو نصف عام داخل نظام، كما يسمح بالتحكم في قائمة المستخدمين المشتركين معه، بالإضافة إلى أنها تسمح للمستخدم بالتفاعل والتشارك مع المستخدمين ورؤية منشوراتهم وتبادلها داخل نظام معلوماتي".¹

كما يعرف آخرون مواقع التواصل الاجتماعي بأنها " على العموم وسائل إعلام اجتماعية Médias social وهي عبارة عن تمثيلات الشبكات الاجتماعية الواقعية في العالم الافتراضي؛ تعتمد أساسا على الانترنت، كما أنه يمكننا

¹ Thomas Stenger et Alexandre Coutant, Ces réseaux numériques dits sociaux, Revue de Hermès, ÉDITIONS GNRS, Pris, 2011, p 12.

في غالب الأحيان إعادة إنتاج Reproduire جميع النشاطات اليومية ونشرها بهدف التفاعل مع الأفراد في عالم افتراضي¹.

وهناك من يرى بأن مواقع التواصل الاجتماعي "هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع الأصدقاء"².

وهناك من يرى بأنها "مجموعة من مواقع على الانترنت تعمل على توسيع دائرة العلاقات الواقعية وتطويرها سواء لأهداف شخصية أو مهنية"³.

كما تعرف على أنّها "مجموعة من خدمات الويب التي تسمح بتشكيل نسيج من الروابط بين الأفراد يتقاسمون اهتمامات مشتركة (العمل، الهوايات، المدرسة، النادي، و التواصل)، كما تسمح بتجمع الأفراد على شكل جماعات أو مجتمعات في بيئة الانترنت أو الشبكات الافتراضية"⁴.

من خلال هذه التعاريف يمكن القول بأن مواقع التواصل الاجتماعي هي تلك المواقع التي تسمح للأفراد بإنشاء صفحات خاصة أو مجموعات تجمعهم في معظم الأحيان اهتمامات مشتركة بحيث تمكن هذه المواقع الافراد والجماعات من التحكم في المحتوى المنشور على صفحاتهم، كما توفر لهم حرية النشر وتشجعهم على التشاركية والتفاعلية وتحقق رغبة التواصل والالتقاء الافتراضي مع الأصدقاء من مختلف أنحاء العالم؛ وتتخطى الحدود المكانية والزمنية، كما أنّها تتميز بالتنوع اللغوي وتعدد الوسائط (نصوص، صوت، صور، فيديو)، وتسمح لأي مستخدم بالاشتراك وبالمجان.

• نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

يبدو أن شبكات التواصل الاجتماعي (مواقع التواصل الاجتماعي)* سبقت ظهور مصطلح الويب 2.0، بكثير إلا أنّها تعد من ضمن تطبيقات الويب 2.0، حيث توفر شبكات التواصل الاجتماعي (مواقع التواصل

¹Romain Risssoan, Réseaux sociaux comprendre et maitriser ces nouveaux outils de communication, 3 Éditions, ENI, France, 2012, p 34.

² عبد الأمير الفيصل، دراسات في الإعلام الإلكتروني، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2014، ص 65.

³ Bladier Cyril, la boîte à outils des Réseaux sociaux, Ed Dunod, Paris, 2014, P188.

⁴ Marouf Ziriyab, les réseaux sociaux numériques d'entreprise Etat des lieux et réseaux d'agir, L'harmattan, paris, 2011, P82.

* سنعمد في هذه الدراسة على مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي بدل شبكات التواصل الاجتماعي، لأنه في نظرنا أن مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي هو الأصح من حيث دلالة في اللغة العربية ذلك أن كلمة "مواقع" مثلاً هي تحليلنا تلقائياً إلى مواقع الانترنت "Sites" أما مصطلح الشبكات الاجتماعية فيبقى غامض في دلالة بحيث يمكن فهمه بأنه يدل على العلاقات الاجتماعية في شكلها التقليدي أي العلاقات التي تربط بين أفراد المجتمع، أما إذا أضفنا إليها كلمة الافتراضية و الالكترونية كان نقول مثلاً "شبكات التواصل الاجتماعي الافتراضية" أو "شبكات التواصل الاجتماعي الالكترونية" فيصبح معناها واضحاً دون لبس، لكن كما أشرنا سابقاً نفضل استعمال مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي بحجة أنّها الأسلم والأصح حسب وجهة نظرنا. وسنكتب في بعض الأحيان نستخدم مصطلح الشبكات الاجتماعية فقط من أجل الامانة العلمية عند الاقتباس من المراجع التي تعتمد هذا المصطلح لكن نضع في نفس الوقت مصطلح مواقع التواصل الاجتماعي بين قوسين للإشارة إلى المصطلح الأصح.

الاجتماعي) الحديثة خصائص وسمات خدمات الأنترنت في بيئة الويب 2.0، وهو ما تميزت به عن مواقع التواصل الاجتماعية القديمة.¹

يعتبر موقع Classmattress الذي ظهر عام 1995م على يد "رانوي كونرادز" Randy Conrads² أول موقع اجتماعي من أجل الربط بين زملاء الدراسة، وكانت الغاية منه مساعدة الأصدقاء والزملاء الذين جمعتهم الدراسة في مراحل حياتية معينة، وفرقتهم ظروف الحياة العملية في أماكن متباعدة، وكان هذا الموقع يلبي رغبة هؤلاء الأصدقاء والزملاء في التواصل فيما بينهم إلكترونياً، مع مجانية العضوي. وبعد عامين أي في سنة 1997م، أطلق موقع "Six Degrees.com" الذي أخذ اسمه من عبارة "Six Degree Of Separation" التي تعني "ست درجات من الانفصال" والتي أخذت من "تجربة العالم الصغير" لعالم النفس الأمريكي من جامعة هارفرد "ستانلي ميلغرام" Stanley Milgram، وهو موقع اجتماعي للاتصال والتواصل بين الأصدقاء والمعارف، يسمح للمستخدمين بعمل ملفات شخصية تعريفية، وإدراج قوائم بالأصدقاء، كما أتاح منذ 1988م إمكانية تصفح هذه القوائم، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية (المواقع الاجتماعية) بين عام 1999م و2001م التي لم تحقق نجاحاً لعدم جدوتها المادية (عدم تحقيق ربح مادي لأصحابها).

وفي المدة ما بين عام 2002م و2004م بلغت شعبية الشبكات الاجتماعية (مواقع التواصل الاجتماعي) ذروتها، فقد ظهر موقع Freindater عام 2002م في كاليفورنيا، من قبل "Jonathan Abrams"، ويقوم مفهوم الموقع على دائرة الأصدقاء، والتقنية المتعددة للأفراد على شبكات التواصل الاجتماعي (مواقع التواصل) من خلال المجتمعات الافتراضية، وهو يستخدم على نطاق واسع في آسيا، كما أنه متاح بلغات متعددة. وفي نصف العام نفسه ظهرت في فرنسا شبكة Skrock كموقع للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة إجتماعية عام 2007م، وقد استطاعت تحقيق انتشار واسع حيث حصلت على المركز السابع عام 2008م في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين.

وفي عام 2003م ظهر موقع "ماي سبيس" My Space الأمريكي، حيث تطور بسرعة حتى أصبحت أكبر شبكات التواصل الاجتماعي (مواقع) في العام 2006م، وأهم ما يقدمه ماي سبيس، تفاصيل الملفات الشخصية، وتتضمن عرض الشرائح ومشغلات الصوت والصورة، فضلاً عن خدمة التدوين.

¹ ياسين خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية، عمان، 2014، ص375.

² علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار نبلاء، عمان، 2014، ص58.

وفي أبريل 2004 أنشأ موقع "الفيسبوك" Facebook على يد مارك زكوريغ في جامعة هارفرد، وفي عام 2005 تأسس موقع "اليوتيوب" You Tube في مدينة MENLO PARK في ولاية كاليفورنيا وكان الإصدار التجريبي له سنة 2005م.

وفي سنة 2006 ظهر موقع "تويتر" على يد جاك دريزي Jack dorsey وبيز ستون Biz Stone وإيفان ويليامز Evan Williams، ويسمى موقع التدوين المصغر، وتويتر خدمة أطلقتها شركة Obvious والتي مقرها سان فرانسيسكو، ثم قامت بفصل تويتر في شركة مستقلة تحمل اسم تويتر Twiter في عام 2007م.¹

لا حظنا من خلال هذا العرض الكرونولوجي لأهم محطات مواقع التواصل الاجتماعي بأن هناك مواقع اجتماعية ظهرت قبل ظهور الويب 2.0 (2004م) مثل موقع Classmattress وموقع Six Degrees وغيرها إلا أن هذه المواقع لم تستطيع أن تصمد أمام المواقع التي ظهرت بالتزامن مع الويب 2.0 مثل الفيسبوك وتويتر نتيجة لميزات والتقنيات التي يتميز بها الويب 2.0 والذي يسمح بالتشاركية والتفاعلية أكثر من الويب 1.0، ويسمح بالسرعة في النشر وتبادل المعلومات على اختلاف أشكالها سواء كانت صور أو أصوات أو نصوص أو فيديو، كما أن مواقع الويب 2.0 تتسم بالمرونة والسهولة في الاستخدام وتعدد وسائطها بخلاف الويب 1.0 الذي كان يتسم بالجمود اذ قورن ب الويب 2.0.

ويرى محمد سيد ريان في كتابه "الاعلام الجديد" أن هناك عدة مراحل مرت بها مواقع التواصل الاجتماعي وهي كالآتي:²

1- مرحلة التعارف:

تمثل هذه المرحلة البدايات الأولى لظهور مواقع التواصل الاجتماعي مثل موقع Classmattress سنة 1995م وموقع Six Degrees سنة 1997، حيث كانت تطبيقاته الاتصالية ضعيفة وترتكز على الربط بين المجموعات من اجل التواصل لكنها لم تحقق رغبات واشباكات المستخدمين.

2- مرحلة الخدمات:

ظهرت عدة مواقع بين عام 1999م الى 2002 لكنها لم تحقق نجاحا يذكر، واستمر ذلك حتى ظهر ماي سبيس سنة 2003م والذي اعتبر في ذلك الوقت من أكبر مواقع التواصل الاجتماعي ويعتبر البداية القوية لما نراه اليوم في عالم الشبكات الاجتماعية، وتميزت هذه المرحلة بظهور خدمات اتصالية اخرى اكثر تطور لم تكن موجودة في المرحلة التعارف مثل كالمدونات ونشر الصور والموسيقى ومقاطع الفيديو المجموعات البريدية وغيرها.

¹ حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة، عمان، 2015، ص 79-81.

² محمد سيد ريان، الإعلام الجديد، ط1، مركز الأهرام، القاهرة، 2012، ص ص 07-08.

3- مرحلة التطبيقات:

تميزت هذه المرحلة بالزيادة الكبيرة في أعداد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، ولعل أشهر هذه المواقع هو الفيسبوك Face book الذي شهد أكبر تجمع من حيث عدد المستخدمين نتيجة للتطبيقات الجديدة والمرونة التي يتميز بها، والتي أدت إلى استقطاب وجذب مختلف شرائح المجتمع؛ ذلك ما دفع كل جهات المجتمع المدني الإلكتروني وعلى رأسها الجهات الإعلامية والشركات والهيئات والمؤسسات للتواجد بصورة لائقة على تلك المواقع بصفحات مميزة وهادفة لتحقيق رواج وانتشار.

المطلب الثاني: خصائص ووظائف مواقع التواصل الاجتماعي

• خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

من الطبيعي أنه كلما ظهرت وسيلة إعلامية جديدة تظهر معها خصائص ومميزات جديدة أيضاً، تتناسب مع طبيعة الوسيلة، لذلك نجد بأن مواقع التواصل الاجتماعي التي ظهرت مؤخراً ولقت رواج وانتشار واسع في مختلف أقطار العالم هي نتيجة لتنوع خصائصها وتعددتها والتي من بينها ما يلي:

➤ التفاعلية والتشاركية Interactivity & Participation:

بحيث تسمح شبكات (مواقع) التواصل الاجتماعي بمشاركة المنشورات أو التعليق عليها أو إبداء الإعجاب بها، ويكون بمقدور العضو الذي قام بالنشر مشاهدة ردود الآخرين، ومدى تفاعلهم، والرد عليهم مباشرة، وقد يحدد ذلك التفاعل استمرار العضو بالتواصل، ومشاركة المضامين مع الآخرين.¹

➤ الانفتاح Opnness:

معظم وسائل الاعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو الإنشاء والتعديل على الصفحات، حيث أنها تشجع التصويت والتعليقات، وتبادل المعلومات، بل نادراً ما توجد أية حواجز للوصول والاستفادة من المحتوى.²

➤ المحادثة Conversation:

حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة و التفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.

¹ حسين محمود هتمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، 85.

² خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعاده التقنية الاجتماعية، الاقتصادية الدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم، ط1، دار النفائس، الاردن، 2013، ص 26.

➤ المجتمع Community:

وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية بتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة التواصل بشكل فعال، ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة، مثل حب التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية، أو للتعليم، أو برنامج تلفزيوني مفضل، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا الكترونيا متقاربا.

➤ الترابط Connectedness:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا، مثل خبر ما على مدونة يعجبك فترسله إلى معارفك على الفيسبوك وهكذا، مما يسهل ويسرع عملية انتقال المعلومات.¹

➤ قلة التكلفة :

إن التسجيل في شبكات التواصل الاجتماعي مجاني فمثلا على الصفحة الرئيسية لشبكة الفيسبوك مكتوب "مجاني وسيتبقى مجاني".

➤ سهولة الاستخدام:

لا يحتاج العضو الى مهارات خاصة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ومعظم شبكات التواصل الاجتماعي توفر صفحات خاصة باللغة الرسمية لكل مجتمع.

➤ الحضور الدائم غير مادي:

لا تتطلب عملية الاتصال الحضور الدائم، بحيث يمكن للعضو الاتصال بالعضو الآخر عن طريق ترك رسالة نصية، أو صور أو معلومات عن أفلام، أو موسيقى، أو غيرها من مجالات اهتمام الشخص الآخر، الذي يمكن أن يرد عليه بالطريقة نفسها من دون أن يلتقيا في وقت متزامن، كما يمكن لها الاتصال مباشرة، وهذا ما لا نجده في وسائل الاتصال التقليدية التي تشترط التزامن للقيام بعملية التواصل بين طرفي الاتصال.²

¹ خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص 27.

² حسين محمود هتمي، مرجع سابق، ص 86.

• وظائف مواقع التواصل الاجتماعي:

أدى التطور والتحديث التقني المتواصل لمواقع التواصل الاجتماعي إلى زيادة انتشارها واتساع رقعتها الافتراضية، وبالتالي زيادة عدد مستخدميها وأصبحت تقوم بوظائف مختلفة ومتنوعة؛ بتنوع رغبات وحاجات مستخدميها، ومن بين هذه الوظائف مايلي:

➤ وظيفة اجتماعية:

أناحت مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدمين إمكانية تكوين علاقات وصداقات مع مختلف شرائح وأجناس المجتمع ومن مختلف أقطار العالم، كما سمحت أيضا للناشطين في المجال الخيري من استغلال هذه المنصات الاجتماعية بنشر الدعوات التضامنية والخيرية والتي لقت تعاطفا وتقبلا من طرف المشتركين، وبالتالي نجد بأن هذه المواقع في غالب الأحيان عززت التقارب والتجمع الانساني والتواجد الدائم على صفحاتها بحيث خلقت ترقية وبيئة اجتماعية افتراضية تختلف في خصائصها وميزاتها عن البيئة الاجتماعية التقليدية.

➤ وظيفة تعليمية وتنقيفية:

يرى علاء الدين مُجَدّ عفيفي المليجي في هذا الصدد بأن " الزوار لهذه المواقع تربطهم علاقات معينة واهتمامات مشتركة ومنها ما يتعلق بالتعليم، حيث يتوفر في هذا المواقع الاجتماعية ومن خلال المشاركين فيها كما كبيرا من المعلومات والأبحاث والمواد الدراسية التي تهم الطلبة بشكل أساسي".¹

فنتيجة للميزة الحرية في نشر وتعديل المحتوى والتشاركية التي يتيحها هذا النوع من المواقع؛ أصبح بالإمكان المستخدمين على اختلاف تخصصاتهم ومشاربهم العلمية، وعلى اختلاف لغاتهم من أن يتجمعوا داخل هذه المواقع ويتبادلون المعلومات والأفكار مع شركائهم، ومن يشاركونهم نفس الاهتمامات ويستفيدون من تجارب وخبرات غيرهم، فمثلا على موقع الفايسبوك نجد مجموعات خاصة بالأستاذة الجامعين وأخرى خاصة بالكتاب والشعراء وأخرى خاصة بالطلبة وغيرها.

➤ وظيفة سياسية:

وجد السياسيين والأحزاب والناشطين الحقوقيين ضالتهم في مواقع التواصل الاجتماعي؛ نتيجة لعدد مستخدميها الهائل، ونتيجة لتخطيها حدود الزمان والمكان ودرجة التفاعلية الكبيرة التي توفرها، بالإضافة إلى مجانية النشر والتسويق السياسي من خلالها، حيث أصبح السياسيون على اختلاف انتماءاتهم وايدولوجياتهم يستخدمون هذه المنصات للتسويق لبرامجهم وأفكارهم السياسية، كما سمحت للناشطين الحقوقيين بإسراع صوحتهم خاصة الدين

¹ علاء الدين مُجَدّ عفيفي المليجي، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، ط1، الإسكندرية، دار التعليم الجامعي، 2015، ص155.

لم تتح لهم الفرصة للظهور في وسائل الاعلام التقليدية نتيجة للتمهيش والاقصاء. يقول أحد الباحثين " أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي هي عين الشعب المسطرة على أداء السلطة وصوتهم المطالب بالحرية والاصلاح".¹ أتيح حتى للمواطن البسيط الذي كان صوته غير مسموع، من أن يغرد ويعبر عن أفكاره وميولاته السياسية وأن ينتقد أداء السلطة وسياساتها، حتى وصل إلى درجة من الوعي التي مكنته من التكتل والتجمع من أجل إسقاط انظمة دكتاتورية، كانت مهمتها كتم الأصوات وغلق الأفواه؛ وذلك ما شهدناه فيما أطلق عليه بالربيع العربي في كل من تونس ومصر وليبيا وغيرهم من البلدان العربية.

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسهم الفايسبوك وتويتر والمدونات، منبر سياسي بامتياز وملاذ للكثير من السياسين وحتى الحكومات التي تفتنت مؤخرا لأهمية وقوة هذا النوع من الوسائل الإعلامية الاجتماعية.

➤ وظيفة اعلامية:

تعتبر اليوم مواقع التواصل الاجتماعي إحدى الوسائل الإعلامية الأكثر انتشار والأكثر اعتمادا عليها في استقاء المعلومات وخاصة المعلومات غير الرسمية، حيث كسر هذا النوع من الوسائل حاجز الزمان والمكان وتخلصت من سلطة مالك الوسيلة ومن خطها السياسي وأصبحت توفر للمستخدمين حرية أكبر من حيث نشر المعلومة ومن حيث حرية التلقي والاختيار أيضا. يرى أحد الباحثين " بأن هذه الشبكات العملاقة من وسائل التواصل تؤثر في السيادة الإعلامية المعلوماتية، بعد أن أنتهى عصر احتكار السلطات للخبر والمعلومة وسقط مبدأ إخفاء الحقائق والسماح بما تراه السلطات فقط".²

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تنافس بقوة والوسائل التقليدية، وظهر ما يعرف باسم صحافة المواطن، والتي تعني حسب الصادق رابح على أنها " ممارسة مواطنة جماعية وتشاركية للعمل الإعلامي، لا تقصي أحدا".³ هذا ما دفع الوسائل التقليدية إلى محاولة مواكبة هذا التطور التقني السريع من خلال إنشاء منصات إعلامية على الأنترنت مثل الصحف الالكترونية وربطها بتقنية RSS* من أجل معرفة ردود فعل والجمهور ومعرفة اراءه اتجاه ما ينشر وقياس مدة تفاعله مع الصحيفة.

¹ غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق، 142.

² جمال سند السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية: من القبيلة إلى الفايسبوك، ط1، 2013، ص 96.

³ ثريا السنوسي، تكنولوجيا الاتصال ومسألة الاستعمالات المقاربات النظرية والتغلغل الاجتماعي، ط1، دار الكتاب الجامعي، دولة الامارات العربية والجمهورية اللبنانية، 2016، ص 59.

كما أن الصحف الإلكترونية لم تكتفي بإنشاء مواقع خاصة بها على الأنترنت بل تعدت ذلك إلى إنشاء صفحات لها على الفيسبوك من أجل نشر آخر الأخبار وأبرز العناوين بهدف الوصول إلى أكبر عدد ممكن من القراء، بالإضافة إلى الإذاعات والقنوات التلفزيونية التي سلكت نفس الطريق الذي سلكته الصحف الإلكترونية.

➤ وظيفة أمنية:

تنبّهت الأجهزة الأمنية إلى الأهمية المتزايدة لهذه الوسيلة ووظفتها في تحسين الأداء الأمني، حيث يشير بحث نشرت نتائجه نهاية عام 2012م، والذي شمل عدد من البلدان الأوروبية، إلى أن رجال الشرطة الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي هم الأكثر قدرة على خدمة المواطنين في المجتمعات التي يعملون فيها.

ذكر البحث الذي أجرته مجموعة عمل تسمى "دراسات الشرطة المقارنة في الاتحاد الأوروبي أو كومبوزيت Composite"، أن فريق البحث قام باستقصاء آراء رجال الشرطة العاملين في المجال الإلكتروني والتقني في 13 بلداً أوروبياً، والتي من بينها: بريطانيا وألمانيا وبلجيكا وهولندا وإسبانيا حيث تمحور أن السؤال لم يتمحور حول إذا ما كانت وسائل التواصل الاجتماعي مناسبة لمناقشة موضوعات الأمن والشرطة، بل كيف يمكن لرجال الشرطة أن يخطرطوا في هذه النشاطات ويستفيدوا منها، باعتبار أن غيابهم يغري آخرين بملاً الفراغ؟ ويشير تقرير البحث إلى أن صوت الشرطة في وسائل التواصل الاجتماعي يتمتع بمستوى عال من الثقة يتجاوز المعلومات الكاذبة التي توزع في الأنترنت، ويشير أيضاً إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي هي الأكثر تأثيراً من وسائل الإعلام المطبوعة التقليدية للتواصل مع الشباب وعلى حسب التقرير، فإن الشباب لم يعودوا يشتركون في الصحف والمجلات المطبوعة وهم يحصلون على الأخبار من وسائل التواصل الاجتماعي حصرياً.¹

أضحت مواقع التواصل الاجتماعي تساهم بفاعلية في الجانب الأمني نتيجة للاهتمام الكبير الذي أصبحت تحظى به لا من طرف المستخدمين ولا من طرف رجال الأمن من أجل الوصول إلى عدد أكبر من الجمهور، فمثلاً وجدنا بأن المديرية العامة للأمن الوطني بالجزائر قد قامت بإنشاء صفحة رسمية على موقع الفيسبوك تعرض من خلالها أهم ما تقوم به من انجازات وتنشر أهم التغطيات الإعلامية للأحداث التي قامت بها صحف عامة وخاصة المحلية أو الدولية، كما أنها تقوم بأخذ التبليغات التي تصلها عن طريق صفحة الفيسبوك بعين الاعتبار وتقوم بالتحقق من صحتها. وقد صرح لنا اعمر لعروم رئيس خلية الاعلام والصحافة بالمديرية العامة للأمن الوطني من أن السيد اللواء المدير العام للأمن الوطني بالجزائر أعطى تعليمات صارمة في اخذ التبليغات التي تأتي عبر الفيسبوك، وضرورة التحقق من صحة المعلومة دون التحقق من هوية الذي قام بالتبليغ، وهذا يدل على القدرات الاتصالية التي تحتويها مثل هذه المواقع الاجتماعية.

¹ جمال سند السويدي، مرجع سابق، ص 92-93.

➤ وظيفة تجارية:

شهدت السنوات الأخيرة اهتمام وإقبال كبير من طرف أكبر الشركات العالمية التي تنشط في الميدان التجاري والتسويقي وأصبحت تقوم بعرض آخر منتجاتها على مواقع التواصل الاجتماعي من أجل الوصول إلى أكبر عدد من الزبائن، وهذا النوع من التجارة كما يقول أحد الباحثين بأنها "التجارة الالكترونية عبر المنصات الاجتماعية التي أصبحت تؤمن البقاء على اتصال مع العملاء، وتسوق المنتجات، بحيث أن هذه الشبكات تمثل أكبر سوق تجاري عالمي".¹

ووفقا لتقرير معهد "ماكينزي" العالمي عن الاقتصاد الاجتماعي الصادر في يوليو 2012م، فإن نحو 70% من الشركات تستخدم التقنيات الاجتماعية ونحو 90% منها أقرت أنها حققت بعض المكاسب في الأعمال من استخدام هذه التقنيات. ويشير تقرير أصدرته "جلوبال ايدج" أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي أضافوا أكثر من 16 مليار دولار إلى الإقتصاد الأمريكي، أما بالنسبة إلى أوروبا فتشير دراسة أجرتها مؤسسة "ديلويت" إلى أن موقع "الفيسبوك" ضخ ماقيمته 20 مليار دولار في الإقتصاد الأوروبي، وساعد على إيجاد ما يقرب من 232 فرصة عمل جديدة بينما ضخ الموقع نفسه ماقيمته 3,4 مليار دولار في الإقتصاد البريطاني في عام 2011م.²

من خلال ما تم عرضه من الدراسات التي أجريت على المردود المالي الذي تدره مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسهم الفيسبوك من أرباح لصالح الشركات التجارية، نستطيع القول بأن السياسة التسويقية العالمية اليوم بدأت تتجه نحو استخدام وسائل الإعلام الجديدة والاستفادة مما توفره من مزايا من أجل تحقيق ربح أكبر، وهذا ما قد يؤثر في المستقبل القريب على الإشهار في الوسائل الاعلامية التقليدية باعتبار أن الاشهار هو العمود الفقري للعائدات المالية بالنسبة لهذه الوسائل.

➤ وظيفة ترفيهية:

تقوم مواقع التواصل الاجتماعي أيضا بالوظيفة الترفيهية، حيث وجدنا بأن الكثير من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يستعملون هذه المواقع من أجل اشباع رغبة التسلية والترفيه عن النفس والابتعاد عن ضغوطات العمل والحياة، حيث يرى أحد الباحثين في هذا الإطار بأن "الشبكات الاجتماعية تضم العديد من الألعاب الترفيهية المسلية إلا أنها تعمل بفكرة الويب 2.0 حيث يتنافس الأصدقاء في اللعبة الواحدة".³

¹ علي عبد الفتاح، الإعلام الاجتماعي، داراليازوري العلمية، عمان، 2014، ص 120.

² جمال سند السويدي، مرجع سابق، ص 77، 78.

³ ياس خضير البياني، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية، عمان، 2014، ص 380.

بالإضافة إلى اللعب التي تتوفر عليها هذه المواقع، نجد بأن الفايسبوك مثلا يضم مجموعات مفتوحة يمكن لأي شخص أن ينظم إليها بمجرد إرسال طلب صداقة خاصة بالجانب الفكاهي والتسلية، بالإضافة إلى بعض الفيديوهات الطريفة المنشورة على الصفحة، كما أن موقع اليوتيوب يوفر أيضا أفلام وفيديوهات لأحسن اللقطات المضحكة وغيرها.

المبحث الثالث: أهم النظريات المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي

شهدت الوسائل التكنولوجية تطورا سريع خلال العقدين الماضيين وخاصة في مجال الإعلام والاتصال، ما أدى إلى تغيرات جذرية وتحديثات في العملية الاتصالية، حيث أصبحت خاصية التفاعل والتشارك بين أطراف الاتصال

هي السمة الأبرز بعدما كانت مختصرة على الاتصال الشخصية في شكله التقليدي، فبفضل الحاسوب، الانترنت وتقنية الويب 2.0 أصبح بإمكان المستخدمين أن يحققوا رغبة التفاعل والتشارك في الاتصال بفضل هذه الوسائل وكأنهم في الواقع الحقيقي، وبفضل مواقع التواصل الاجتماعي أصبح بإمكان المستخدم أن يتحكم في محتوى الرسالة بحيث يكون هو منتج ومرسل الرسالة ويستقبل الردود في وقت واحد.

لكن نجد في المقابل بأن الجانب النظيري في ميدان الإعلام والاتصال يسير بوتيرة بطيئة مقارنة بسرعة التطورات التكنولوجية، هذا العجز الذي تم تعويضه بمحاولة تكييف النظريات القديمة وتطبيق فروضها على مستخدمي الوسائل التكنولوجية الحديثة (الحاسوب، الانترنت، الهاتف الذكي ومواقع التواصل الاجتماعي...)، من أجل معرفة قوة تأثير هذه الوسائل والاستخدامات والاشباعات التي تحققها وقياس مدى التفاعلية التي توفرها، ومحاولة أيضا تشخيص طبيعة هذا التشبيك الاجتماعي الافتراضي في ظل المجتمع التقليدي؛ وإلى غير ذلك من الأهداف التي يسعى الباحثون إلى تحقيقها.

سنحاول في هذا المبحث عرض أشهر النظريات التي حاول الباحثون إسقاطها على هذه البيئة التكنولوجية الجديدة، والتي في نظرهم هي الأكثر ملائمة لدراسة تأثيرات هذا النوع من الوسائل، ومن بين هذه النظريات:

➤ نظرية الشبكات الاجتماعية Social Networks Theory:

إن مفهوم نظرية الشبكات الاجتماعية من وجهة نظر علماء الاجتماع هي بناء اجتماعي "Social Structure" مكون من أفراد أو جماعات (مؤسسات،⁽⁶³⁾ منظمات) مرتبطة ببعضها من خلال علاقة اعتمادية أو أكثر، مثل علاقة قرابة، صداقة، حب، أو تجمعهم أمور مشتركة أو اهتمامات مشابهة، سواء أكانت تلك الاهتمامات عقدية، اقتصادية، اجتماعية أو سياسية.

طرحت هذه النظرية لأول مرة عام 1800م من قبل "اميل دوركايم" و "فردناند تونيس" حيث ناقشوا لأول مرة وجود الفرد ككائن مستقل أم كجزء ضمن شبكة المجتمع،¹

وأن المجتمع الحديث يتكون من كتلة عضوية واحدة "Organic Solidarity" والتي تنشأ نتيجة العلاقة والروابط بين أفراد محتفلين في التصرف والعادات، ولكن تجمعهم شبكة المجتمع الواحد الذي يتعايشون فيه.

وفي عام 1908م أضاف "جورج سيمل" مبدأ التفاعل والترابط بين وحدات الشبكة والذي يعتمد على حجمها، بعدها قام "مورينو" بالعمل على تحليل تواصل الجماعات الصغيرة ضمن شبكة مجتمع المدارس والجامعات، وطلورت بعدها "إليزابيث بورت" نظرية تحليل الشبكات الاجتماعي ذات التوجه السياسي وتأثيرها في المجتمع الحديث من قبل "شارلي تيلي" عام 1970م.

¹ غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص ص 63-64.

تطورت هذه النظرية بإضافة البعد الرياضي والتكنولوجي لها منذ نهاية سبعينيات القرن الماضي، حتى عصر الإنترنت¹ وما مواقع التواصل الاجتماعي إلا تطبيقاً لنظرية الشبكات الاجتماعية والقائلة بأن المجتمع عبارة عن بناء اجتماعي مكون من أفراد وجماعات تربطهم علاقات اعتمادية، أو تجمعهم اهتمامات مشتركة، مشبهة المجتمع بشبكة الصيد والتي تمثل العقد فيه الأفراد مرتبطين بعضهم مع بعض بواسطة خيوط الشبكة، ومن هنا ظهر مصطلح الشبكات الاجتماعية "Social Networking"، وقد نقل هذا المفهوم بفضل تقنية الإنترنت والاتصالات من حيز النظرية إلى واقع إلكتروني مطبق عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقاتها المساعدة، كالفايسبوك والماسي سبيس والتويتير والليكند إن وبرامج مثل السكايب وخدمة RSS وغيرها.

نجحت مواقع التواصل الاجتماعي بفعل ما عجز عنه أي شيء آخر، وهو جمع الناس على اختلاف لغاتهم وثقافتهم وعقائدهم، في بوتقة التواصل عبر الشبكات الاجتماعية، وصهرتهم مشكّلةً بذلك أكبر مجتمع إلكتروني، فلم يحدث أن استطاع شخص أو حدث تجميع الناس في فضاء مثلما فعلت مواقع التواصل، ومن هنا تنبع القوة الحقيقية لهذه التقنية.²

➤ نظرية الحضور الاجتماعي Social Presence Theory:

أسس هذه النظرية كل من "وليم" William و "كرتل" Chritle و "كريستي" Christie عام 1976م، ومفهوم الحضور وفقاً لهذه النظرية هو الاحساس بوجود الطرف الآخر معك Sense of with another bieng together، وهذا التواجد هو الذي يضيف على العملية الاتصالية احساساً ودفعاً وحركة وحالية وشخصية. وأشار كل من "بيرجون" Burgon و "هول" Hale عام 1987 إلى للحضور شروط تتمثل في:

1- الدفء Warm: أي الاحساس بتواجد الآخر ومشاركته معك في الموقف الاتصالي.

2- الألفة Intimate: أي وجود علاقة ودية قوية بين طرفين أو أكثر.

3- الإحساس Sensitive: وتعني إحساس كل طرف بمشاعر الآخر أثناء العملية الاتصالية.

4- الشخصية Personality: وتعني وضوح سمات شخصية كل طرف أثناء العملية الاتصالية.

يعتبر ظهور الإنترنت كوسيط اتصالي بمثابة إعادة الحياة لهذه النظرية، حيث أتاحت لها أرضاً خصبة للتطبيق، حيث شرع العديد من الباحثين مثل "هيتير" Heeter و "والذر" Walther عام 1992م و "بالمر" Palmer عام 1995م في تطوير هذه النظرية لتلائم مع الإنترنت كأداة للتواصل مع الآخرين، حيث أنها غيرت من مفهوم الحضور الاجتماعي من خلال إتاحتها لفرصة التواجد مع الآخرين، دون تواجد جسدي الذي حل محله التواجد

¹ نفس المرجع، ص ص 64-65.

² نفس المرجع، ص ص 8-9.

العقلي Mental Presence، وهو الحضور الذي ارتبط بمفهوم غياب الجسد أثناء Embodied، التفاعل الاجتماعي.¹

وقد اختلف مفهوم الحضور بعد ظهور الأنترنت، حيث أصبح هناك نوعان من الحضور كما يشير كل من "فيشر" Fisher 1988 و "ريو" Rew 2002:

- 1- الحضور الجسدي بين فرد وآخر Social presence in human-human
 - 2- الحضور بين فرد وآخر عن طريق الكمبيوتر دون تواجد مادي Social presence in human-computer
 - 3- كما أطلق الباحثون على الحضور الاجتماعي عبر الاتصال الشخصي قبل ظهور الأنترنت مصطلح "الحضور الاجتماعي التقليدي Traditional Social Presence، بينما أطلقوا على الحضور الاجتماعي بعد ظهور الأنترنت مصطلح "ما وراء الحضور الاجتماعي Parasocial Presence.
- وقد بدأ الباحثون أمثال "بيرس" Perse و "كورت" Court و "رايت" Right و "رايز" Rice عام 1993م يهتمون بالمقارنة بين الحضور الاجتماعي الذي تحدثه الأنترنت كوسيط اتصالي والحضور الاجتماعي الذي يحدثه الاتصال الشخصي.

يوضح الجدول رقم (01) الفرق بين مفهوم الحضور الاجتماعي عبر الاتصال الشخصي والحضور الاجتماعي عبر الأنترنت كوسيط اتصالي²

الحضور الاجتماعي عبر الاتصال الشخصي SP	الحضور الاجتماعي عبر الأنترنت PSP
1- تواجد متزامن Synchronous.	1- تواجد متزامن في بعض الأحيان.
2- -----	2- تواجد غير متزامن في بعض الأحيان Asynchronous.
3- حضور جسدي.	3- حضور عقلي
4- رجوع الصدى.	4- رجوع صدى فوري في بعض الأحيان وغير فوري في أحيان أخرى.
5- استخدام الوسيط الاتصالي لأغراض محددة وأغلبها للتواصل مع أفراد يعرفهم الفرد من قبل.	5- إمكانية التواصل مع أفراد لا يعرفهم الفرد من قبل والتعرف بأفراد جدد عبر وسيط اتصالي.

➤ نظرية ثراء وسائل الإعلام Medias Richness Theory:

تعتبر نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية إحدى النظريات البارزة للمساعدة على تفسير العلاقة بين وسائل الاتصال ومتغيرات الأداء، فهي من أكثر النظريات تداولاً عند تناول العلاقة التفاعلية بين الجمهور ووسائل الاتصال

¹ علياء سامي عبد الفتاح، الأنترنت والشباب دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي، ط1، دار العالم العربي، القاهرة، 2009، ص.ص 117-118.

² نفس المرجع السابق، ص.ص 118-119.

الجماهيرية، حيث تركز على المبادرة الإعلامية بدلا من الرسالة الإعلامية كنقطة بداية لها وعلى الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة.

تتلخص الفكرة الأساسية لنظرية ثراء الوسيلة الإعلامية في أن وسائل الاتصال تختلف في قدرتها على تيسير عملية الفهم، فوسائل الاتصال التقليدية والحديثة يمكن أن تصنف كوسائل عالية أو منخفضة الثراء مما يتطلب تحديد الوسيلة الأكثر ملائمة لكل موقف اتصالي وذلك بالتوفيق بين الثراء في الوسيلة ودرجة غموض موضوع الاتصال.

يعتبر كل من لينجل Lengel و دافت Daft أول من قام بصياغة مصطلح ثراء الوسيلة والذي يشير إلى قدرة الوسيلة الإعلامية على تحسين الفهم بتقليل عدم التأكد "Uncertainty" والغموض "Ambiguity" أي المفردات والأحداث التي تحمل معنيين الأمر الذي يساعد منتج الرسالة على استخدام الوسيلة الملائمة للموقف الاتصالي وفق درجة غموض الموضوع.

وقد ربط "Daft, Lengel & Travino" بين الثراء والتعلم من الرسالة الاتصالية، إذ أن الاتصال يعد أكثر ثراء كلما استطاع التغلب على الأطر المرجعية أو توضيح المسائل الغامضة التي تؤدي في الأخير إلى تغيير الفهم.

تقوم النظرية على ثلاث مصطلحات هي:

• الثراء Richness:

يميز هذا المفهوم بين وسائل الإعلام الثرية "Rich" في مقابل وسائل الاعلام ضعيفة المستوى "Lean" وذلك وفقا لمدى اتساع وتعدد ملامح كل وسيلة،¹ حيث تستعرض دراسة "Kishi" مفهوم ثراء الوسيلة الإعلامية على أنه قدرة الوسيلة الإعلامية تطوير معنى مشترك وتوضيح القضايا الغامضة بطريقة سريعة.

كما يرى "Boland & Tankers" أن الاتصال الثري هو الذي يقلل من حالة عدم التأكد بتقديم كمية كبيرة من المعلومات بطريقة سريعة مع تخفيف ازدواجية المعنى باستخدام الوسيط الاتصالي المناسب وليس بتقديم المزيد من المعلومات.

• عدم التأكد Uncertainty والغموض Ambiguity:

¹ نحا السيد عبد المعطي، صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد، ط1، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات المتحدة- الجمهورية اللبنانية، 2015، ص123-

يعرف "J, Gailbrath" عدم التأكد بأنه الفرق بين كمية المعلومات المطلوبة لإتمام المهمة وكمية المعلومات التي تمتلكها المؤسسة بالفعل، فالمؤسسات التي يكون عدم التأكد كبيراً بها عليها أن تصل إلى كميات هائلة من المعلومات لتقليل عدم التأكد.

كما يشير الغموض إلى سيطرة عدد من الأفكار المتناقضة والمختلفة عن نفس الموقف وكلما زادت درجة الغموض كلما كانت إجابات الأفراد غير واضحة. وبناءً على ذلك فإن وسائل الاتصال التي تمتلك إمكانية تقليل الغموض وعدم التأكد تتمتع بالقدرة على تفعيل معلومات ثرية.

تفترض هذه النظرية مجموعة من الفروض من بينها:

- أن الجمهور هو الذي يشعر ويدرك حاجاته، ومن هذا المنطلق يلجأ إلى استخدام وسيلة الإعلام التي تحقق هذه الرغبات وتشبعها.
- أن وسائل الإعلام لديها القدرة على حل الغموض الذي يواجه الجمهور وتقديم تفسيرات متنوعة وتيسير عملية الفهم على الجمهور المستقبل للرسالة.
- أن إقبال الأفراد على استخدام الوسائل الأكثر ثراءً يكون أكثر في مستويات الغموض العالية لتخفيض درجة الغموض، بينما يستخدمون الاتصال الإلكتروني الأقل ثراءً في مستويات الغموض المنخفضة.¹

معايير الثراء Richness Criteria:

قام "Takeda" بشرح هذه المعايير بالتفصيل وتم ترتيبها بشكل هرمي على أساس مدى ثرائها كالاتي:

● سرعة رجع الصدى (الفورية) Immediately:

يعني مدى سرعة ومباشرة ردود الأفعال على الوسيلة الإعلامية، كما يشير إلى قدرة الوسيلة على تمكين المرسل من استقبال رد الفعل فوري للاتصالات التي يجريها، فمع ظهور الانترنت ووسائل الإعلام الجديد وبما تمتلكه من وسائل وأدوات تفاعلية أصبح المستقبل مشاركاً فعالاً ونشطاً في العملية الاتصالية.

● تعدد الرموز Multiple Cues:

وتعني قدرة الوسيلة على نقل الصوت والحضور المادي وتكمن أهميتها في تسهيل نقل المعلومات بأشكال مختلفة أو من خلال نطاق واسع من التعبيرات، فالوسائل التي تستخدم عدد قليل من الرموز تتسم بأنها وسائل أقل حميمية لا تساعد على التفاعل الشخصي وتقوية العلاقات بين الأفراد، فهي تعد وسائل أقل ثراءً.

● استخدام اللغة الطبيعية Varsity of language:

¹ نفا السيد عبد المعطي، مرجع سابق، ص. 125-126.

حيث أن اللغة الثرية هي اللغة الطبيعية السائدة بين أفراد المجتمع والتي تيسر عملية التواصل بين المرسل والمستقبل.

● الخصوصية Personalization:

تعني مدى تقديم الوسيلة الإعلامية وإتاحتها فرصة التكيف الشخصي وفقاً لرغبات المشارك، كما تشير إلى القدرة على نقل المشاعر والعواطف الشخصية من خلال الاتصال،¹ لكن يبدو أن هذه المعايير لم تعد كافية نظراً للتطور الذي مس وسائل الاتصال والذي لم تكن موجودة أثناء وضع النظرية، هذا ما دفع معظم الدراسات إلى الاتفاق على وضع معايير إضافية وهي:

● التوجه المتعدد Multiple Addressability:

يعني قدرة الوسيلة على نقل المعلومات بشكل متزامن، كما يعني تمتع الوسيلة بإمكانية استهداف عدة أشخاص.

● التسجيل الخارجي Externally Recordable:

ويعني توفير إمكانية تسجيل العملية الاتصالية وإمكانية أرشفة المعلومات والرسائل.

● ذاكرة حاسوبية معالجة Computer processable memory:

وتعني القدرة على استعمال السمات الإلكترونية مثل أدوات البحث في المعلومات المخزنة والتحليل في عملية الاتصال وتنظيم وإدارة الاتصال الإلكتروني.

● التزامن Concurrency:

تعني إمكانية التفاعل مع أكثر من مستخدم في آن واحد، وهو يختلف عن التوجه المتعدد في تجاوزها مجرد نقل المعلومة من مصدر لأكثر من شخص في صورة متزامنة إلى القيام بذلك بشكل فوري وتفاعلي. ووفقاً لهذه المعايير الثمانية السالفة الذكر وضع "Lodhia 2004" مقارنة بين الإعلام المطبوع وشبكة الويب العالمية من حيث درجة الثراء كما يتضح في الجدول الآتي:²

الجدول رقم (02) يوضح مقارنة Lodhia للثراء بين الإعلام المطبوع وشبكة الويب العالمية.

معايير الثراء	الإعلام المطبوع	شبكة الويب العالمية
الفورية	عدم القدرة على تحديث المعلومات	توفير المعلومات في وقت مناسب وإمكانية تحديثها بانتظام
تعدد الرموز	أساليب محدودة لعرض المعلومات في النسخة المطبوعة	العرض المرن flexibility والمرئي visibility يتيح توفير رموز متعددة لنشر المعلومات.

¹ نفس المرجع، ص 128-129.

² نفس المرجع، ص 131-133.

تنوع اللغة	قاصر على تقديم تقرير عام.	يمكن تنظيم المعلومات من خلال الروابط hyperlinks بما يوفر المزيد من المعلومات، مع إمكانية تحميل المادة عبر أنماط مختلفة من الملفات word أو pdf وغيرها من البرامج.
التركيز الشخصي	جمهور عام.	يمكن استخدام الروابط لتوفير المعلومات إلى فئات مختلفة من المستخدمين، كما يمكن إمدادهم بما عن طريق القوائم البريدية وكذلك استخدام أشكال مختلفة من رجع الصدى الأوتوماتيكي.
التوجه المتعدد	إمكانية الوصول مقيد بالحدود الجغرافية.	إمكانية الوصول عالية لأي شخص قادر الولوج للشبكة العالمية.
التسجيل الخارجي	طرق نسخ يدوية	إمكانية أرشفة المعلومات على الموقع الإلكتروني، مع إمكانية تسجيل أعداد الزوار عبر برمجيات تحليل الولوج Log analysis software وعدد الاستخدام counter.
ذاكرة حاسوبية معالجة	بحث يدوي	إمكانية الإبحار Navigation وإدارة المعلومات في الموقع الإلكتروني، من خلال الروابط الفائقة و القوائم ومحركات البحث، مع إمكانية تكامل المعلومات من خلال الروابط الخارجية والداخلية.
التزامن	عدم إمكانية التزامن التفاعلي.	إتاحة أنماط من التفاعل سواء المتزامن أو غير المتزامن على غرار المنتديات والبريد الإلكتروني.

➤ نظرية التفاعلية الرمزية Symbolic Interaction:

تعتبر نظرية التفاعلية إحدى أهم النظريات الاجتماعية التي احتضنت داخل البيئة الاتصالية والتي تعتمد على دراسة العلاقة الديناميكية بين أفراد المجتمع من خلال تواصلهم وتفاعلهم مع بعضهم البعض، وابتثقت نظرية التفاعلية الرمزية من النظرية التفاعلية العامة والتي تفرعت نماذجها فيما بعد حسب تعدد المشارب العلمية للباحثين من مختلف تخصصات العلوم الانسانية والاجتماعية مثل علم النفس وعلم الانترنتولوجيا وعلم الاتصال والاعلام وغيرها من العلوم.

بدأ الاهتمام بقضية التفاعل الاجتماعي Social Interaction منذ أن كشف "دلتاي" عن اهتمامه بالتفاعل الاجتماعي حيث يرى بأن " الحياة تتكون من تفاعلات الناس." ¹ ذلك أن الحياة الاجتماعية للأفراد مبنية أساسا على الاتصال فيما بينهم في مختلف النواحي الحياتية.

كما يرى "دلتاي" في نفس السياق بأن "الفرد يفكر ويعمل باستمرار في مجال مشترك، وفي هذا المجال فقط يفهم، وأن كل شيء مفهوم يحمل علامة الألفة المستمدة من هذه الخصائص المشتركة." ¹ نفهم من هذه المقولة بأن

¹ السيد علي شتا، التفاعل الاجتماعي والمنظور الظاهري، ط1، دار منشأة المعارف، الاسكندرية، 2000، ص 09.

الفرد مطبوع على مبدأ التشارك مع الآخر؛ وأن التفاهم مبني على الرموز والعلامات المتبادلة والمتفق على دلالاتها ومعانيها.

ومن هنا برزت مفهوم تبادل التفاعل الرمزي والذي الذي يمثل مبدأ نظرية التفاعل الرمزية، حيث يرى "تشارلز هورتون كولي" في هذا الصدد بأن الناس يستطيعون الانتساب إلى بعضهم البعض ليس على أساس صفاتهم الموضوعية كما هي موجودة في الواقع، إنما من خلال الانطباعات التي يخلقها كل منهم لدى الآخرين من خلال عملية التفاعل فيما بينهم. وأطلق كولي على هذه الانطباعات اسم "الأفكار الشخصية"، فنحن نكون فكرة شخصية عن كل فرد نعرفه، وكذلك أي جماعة من الناس. وبالتالي تصبح الفكرة الشخصية عبارة عن بناء للمعنى، أي مجموعة من الصفات التي نتخيلها ونسقطها على كل من أصدقائنا ومعارفنا كتفسير للشخصيات الواقعية، وكقاعدة للتنبؤ بسلوك الآخرين الذين يدون مشاهدين لهم.

كما يرى "جورج هربرت ميد" بأنه إذا أردنا الانتساب للآخرين فما علينا إلا أن نلعب أدوارهم، بمعنى أنه يجب علينا أن نتعلم متطلبات القيام بجميع الأدوار المحددة داخل الجماعة، ثم نستخدم هذه المفاهيم لتوقع كيف يستجيب الآخرون في أدوار معينة لتصرفاتنا.²

ومن بين الفرضيات الأساسية لهذه النظرية ما يلي:

- أن أفضل طريقة للنظر إلى المجتمع هي اعتباره نظاما للمعاني، وبالنسبة للأفراد فإن المساهمة في المعاني المشتركة المرتبطة برموز اللغة تعد نشاطا مرتبطا بالعلاقات بين الأشخاص تنبثق منه توقعات ثابتة ومفهومة لدى الجميع، تقود السلوك الانساني في اتجاه النماذج التي يمكن التكهن بها.
- من وجهة نظر السلوكية، تعد الحقائق النفسية والاجتماعية بناء مميزا من المعاني؛ ونتيجة لمشاركة الناس في التفاعل الرمزي الفردي والجماعي، فإن تفسيراتهم للواقع تمثل دلالة متفق عليها من الناحية الاجتماعية وذات ايقاع محدد من الناحية الفردية.
- إن الروابط التي توحد الناس والأفكار التي لديهم عن الآخرين، ومعتقداتهم حول أنفسهم، تعد كلها أبنية شخصية من المعاني الناشئة عن التفاعل الرمزي؛ هكذا فإن المعتقدات الذاتية لدى الناس عن أنفسهم وعن الآخرين هي أهم حقائق الحياة الاجتماعية.

¹ نفس المرجع، ص 12.

² حسن عماد مكاوي ويلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط6، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2006، ص152.

- السلوك الفردي في موقف ما يتوقف على المضامين والمعاني التي تربط الناس بهذا الموقف، وهكذا فالسلوك ليس رد فعل أتوماتيكي أو استجابة آلية لمؤثر خارجي، لكنه ثمرة أبنية ذاتية حول النفس والآخرين والمتطلبات الاجتماعية للموقف.

تبرز أهمية هذه النظرية في حقل علوم الإعلام والاتصال، باعتبار أن وسائل الاتصال تمارس دورا مهما في المجتمعات الحديثة، فهي تقدم تفسيرات للواقع بالكلمة والصورة والحركة واللون، وتضفي على من يتلقون الرسالة الإعلامية صبغة ذاتية، وترتكز فرضية التفاعلية الرمزية في ميدان الاتصال ذلك أن الأفراد يبنون المعاني المشتركة للواقع المادي والاجتماعي من خلال ما يقرؤونه أو يسمعون أو يشاهدونه، ومن ثم فإن سلوكهم الشخصي والاجتماعي يمكن أن يتحدد جزئيا من خلال التفسيرات التي تقدمها وسائل الإعلام للأحداث الاجتماعية والقضايا التي لا توجد مصادر معلومات عنها. وتعد هذه النظرية ضرورية لفهم التأثيرات غير مباشرة وبعيدة المدى لوسائل الإعلام.¹

ناقش والتر ليبمان² في كتابه "الرأي العام" 1922م كيف أن التفسيرات التي تقدمها الصحف عن الأحداث يمكن أن تغير بشكل كبير تفسيرات الناس عن الواقع الحقيقي، وبالتالي تغير أيضا من أنماط سلوكهم اتجاه هذا الواقع، والنقطة المهمة التي سعى "ليمان" إيضاها هي أن طريقة تصوير الصحافة للعالم خلال فترة الحرب العالمية الأولى كانت زائفة غالبا لأنها كانت مضللة جدا، وتخلق صورا مشوهة في الأذهان عن العالم الحقيقي. فعلى سبيل المثال ذكرت الصحف في 06 نوفمبر 1918م نبأ الاتفاق على الهدنة (وكان الخبر ذلك الخبر زائفا لأن الهدنة لم تقم إلا بعد ذلك بخمسة أيام)، فيما كان الناس يحتفلون بسبب صورة زائفة عن الواقع في حين كان في نفس الوقت آلاف الشباب يلقون حتفهم في ميادين المعارك.²

لاحظنا من خلال الاطلاع على الكثير من الدراسات أنها تستعمل نظرية التفاعلية الرمزية كمقاربة نظرية في دراسة دور وأهمية مواقع التواصل الاجتماعية وقياس درجة التفاعلية التي توفرها كوسائل إعلام اجتماعية جديدة، نظرا لا مكانية اختبار فرضيات هذه النظرية على مثل هذه المواقع والتي من أبرز مميزات التفاعلية والتشاركية بين المستخدمين لمثل هذه الوسائل .

تركز هذه النظرية على مبدأ التشاركية في العملية الاتصالية، حيث يرى "هربرت بلومر" أحد أبرز انصار هذه النظرية " بأن المشاركين في التفاعل يكونوا لهم القدرة على توجيه أنفسهم من خلال قدرتهم على تأويل

¹ نفس المرجع، ص 154.

² نفس المرجع، ص 155.

أفعال الآخرين، ومن ثم توجيه فعله مع الأخذ بين الاعتبار المشاركين له في عملية التفاعل.¹ من خلال هذه المقولة يتضح بأن فروض هذه النظرية يمكن اسقاطها وتجريبها على الوسائل الاجتماعية التي تتيح قدرا من التفاعلية. ومن أبرز هذه الوسائل هي مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفايسبوك وتويتر واليوتوب وغيرها حيث وجدنا بأن هذه المواقع تعتمد في بناء محتواها ودرجة انتشارها على مدى تفاعل المستخدمين معها ومدى تشارك محتواها بين المستخدمين لهذا النوع من الوسائل.

➤ نظرية الاستخدامات والاشباعات Uses & Gratification:

تعد نظريات الاستخدامات والاشباعات من أهم النظريات الإعلامية التي لقت انتشارا في أوساط الباحثين في ميدان علوم الإعلام والاتصال، حيث تصنف هذه النظرية ضمن النظريات الانتقائية التي سلطت الضوء على متلقي الرسالة الإعلامية وأولت اهتمام كبيرا بالجمهور، بدل التركيز على قوة وتأثير الوسيلة كما أتت به نظرية الحقنة تحت الجلد وغيرها من نظريات التأثير.

جذور النظرية:

أدى البحث عن استخدامات وسائل الاتصال إلى زيادة اهتمام الكثير من الباحثين الذين أرادوا التعرف على ماذا يفعل الجمهور بوسائل الاعلام بدل ماذا تفعل وسائل الاعلام بالجمهور، ولقد ارتبطت الجذور الأولى لهذه البحوث بالدراسات الإمبريقية لتأثير وسائل الإعلام، حيث حاول "أرنهايم" Arnheim عام 1944م الكشف عن الوظائف النفسية التي تؤديها المسلسلات لربات البيوت،² كما أجرى كل من "هيرتا و هيرزج" في نفس السنة دراسة هدفت إلى الكشف عن إشباع الجمهور والرأي وتوصلت إلى ضرورة إشباع الحاجات العاطفية، وفي عام 1945م تمكن "بيرلسون" Berelson من تحليل توقف ثنائي صحف عن الصدور لمدة أسبوعين بسبب إضراب عمال التوزيع، حيث وجه سؤالا إلى الجمهور عن ما الذي افتقده بسبب غياب هذه الصحف، حيث توصل بأن هذه الصحف تقوم بمجموعة من الوظائف مهمة للجمهور من بينها نقل الأخبار والمعلومات والهروب من الواقع اليومي.³

إلا أن هذه النظرية ظهرت ولأول مرة بطريقة كاملة في كتاب "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" على يد كل من إلهو كاتز و بلوملر Elihu Katz and Blumler Jay عام 1974م، حيث عالج هذا الكتاب فكرة

¹ السيد علي شتا، نفس المرجع، ص 15.

² بشير العلاق، نظريات الاتصال مدخل متكامل، دون طبعة، دار اليازوري، عمان، 2010، ص 80.

³ بسام عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الإعلام، ط1، دار أسامة للنشر، عمان، 2011، ص 85.

أساسية مؤداها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر.¹

فروض وأهداف النظرية:

يرى كاتز وزملاؤه أن منظور الاستخدامات والاشباعيات يعتمد على خمسة فروض لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسية، والتي هي كما يلي:

- 1- أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة لتوقعاتهم.
- 2- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتتنوع الحاجات بالاختلاف الأفراد.
- 3- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليس وسائل الاتصال هي من تستخدم الأفراد.
- 4- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
- 5- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

ويحقق منظور الاستخدامات والاشباعيات ثلاث أهداف رئيسية هي:

- 1- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- 2- شرح الدوافع لتعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- 3- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.²

أبعاد نظرية الاستخدامات والاشباعيات:

هناك عدة ابعاد وأسس ترتكز عليها هذه النظريات والتي من بينها:

1- افتراض الجمهور النشط:

يرجع الفضل إلى "إليهو كاتز" في تحويل أبحاث الاتصال إلى تقليل الاهتمام بما تفعله وسائل الإعلام بالناس، وزيادة الاهتمام بما يفعله الناس بوسائل الإعلام، كما يرى "بلومر" أن عنصر النشاط والفعالية لدى الجمهور يشير إلى الدافع الأساسي والانتقائية، والأذواق، والاهتمامات التي يمكن أن تحدث أثناء التعرض لوسائل الإعلام.

¹ مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، ط1، دار ومكتبة حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 214

² حسن عماد مكاي، نظريات الإعلام، ط2، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص ص 157 - 158.

2- الأصول النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام:

قدمت العديد من الدراسات الدليل الإمبريقي على دور العوامل الديمغرافية والاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام، مثل ارتباط هذا التعرض بالنوع والعمر والمستوى التعليمي والاجتماعي والاقتصادي.

3- دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام:

بوجه عام فأن معظم دراسات الاتصال تقسم دوافع التعرض إلى فئتين:

- دوافع منفعية Instrumentel Motives:

وهي تلك الدوافع التي تستهدف التعرف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات وجميع أشكال التعلم بوجه عام والتي تعكسها نشرات الأخبار و البرامج التعليمية الثقافية.

- دوافع طقوسية Ritualized Motives:

وهي التي تستهدف تضيئة الوقت، والاسترخاء، والصداقة، والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشاكل، و ذلك من خلال التعرض لبرامج الترفيه المختلفة.

4- التوقعات من وسائل الإعلام:

تنتج التوقعات عن دوافع الجمهور للتعرض لوسائل الإعلام حسب الأصول النفسية والاجتماعية للأفراد، حيث تعد التوقعات سببا في عملية التعرض لوسائل الإعلام، وتختلف توقعات الأفراد من وسائل الإعلام وفقا للفروق الفردية، وكذلك وفقا لاختلاف الثقافات.

5- التعرض لوسائل الإعلام:

أشارت دراسات عديدة إلى وجود علاقات ارتباط بين البحث عن الإشباع، والتعرض لوسائل الإعلام، ويعبر زيادة تعرض الجمهور بوجه عام لوسائل الإعلام عن نشاط هذا الجمهور، وقدرته على اختيار المعلومات التي تلي احتياجاته.¹

6- اشباع وسائل الإعلام:

وفق نظرية الاستخدامات والاشباع، يتم وصف أفراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة،

يطلق عليها "الاشباع" Gratifications. وقد اهتمت دراسات الاستخدام والاشباع منذ السبعينيات بضرورة التمييز بين الإشباع التي يبحث عنها الجمهور Gratification Sought من خلال التعرض لوسائل الإعلام، والإشباع التي تتحقق بالفعل Gratification Obtained.

حيث يفرق "لورانس وينر" Wenner بين نوعين من الإشباع:

¹ نفس المرجع، ص 160 - 164.

- إشباعات المحتوى Content Gratification:

وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام وهي تنقسم الى نوعين:

- أ- إشباعات توجيهية: تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات.
- ب- إشباعات اجتماعية: ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

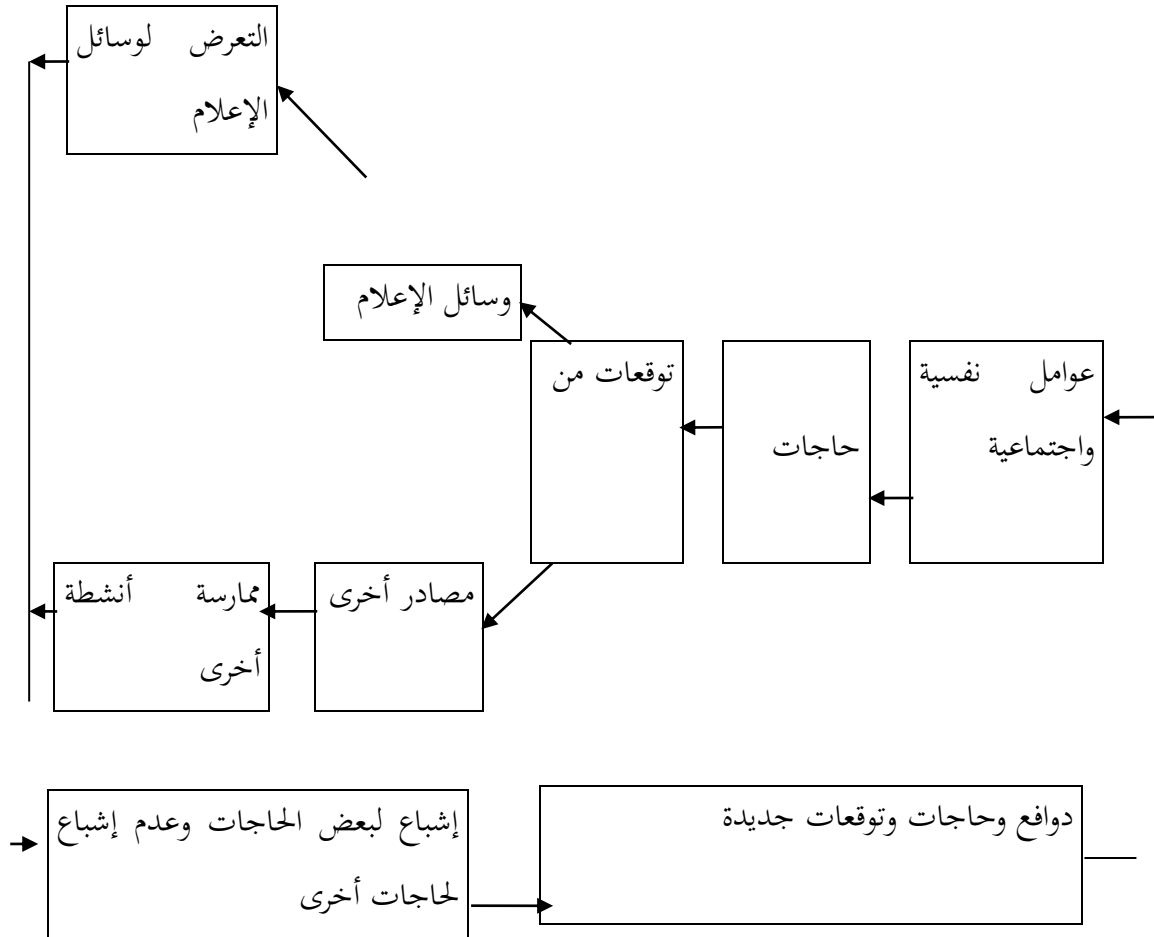
- إشباعات عملية Process Gratification:

وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة ولا ترتبط مباشرة بخصائص الرسائل وتنقسم إلى نوعين:

- أ- اشباعات شبة توجيهية: وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر، والدفاع عن الذات، وتعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة.
- ب- اشباعات شبه اجتماعية: وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام وتزيد هذه الإشباعات مع

ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وزيادة الحساسية بالعزلة.¹

ويعبر "كاتز وزملاؤه" عن نموذج الاستخدامات والاشباعات في الشكل التالي:



يوضح الشكل رقم (01) نموذج كاتز للاستخدامات والاشباعات²

¹ نفس المرجع، ص ص 164-166

² نفس المرجع، ص 159.

يجب الإشارة إلى أن نظرية الاستخدامات والإشباع تم الاعتماد على فروضها من طرف الباحثين في الكثير من البحوث التي أجريت على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك، بحكم ان هذه المواقع حديثة الظهور، كما أنها لقيت انتشار واسع في أوساط المستخدمين وادمان من طرف الكثيرين منهم، وتعد طبيعة نظرية الاستخدامات والإشباع مناسبة كدراسة استكشافية من أجل معرفة دوافع وأسباب استخدام هذا النوع من إعلام الوسائل الجديدة والإشباع التي تحققها للمستخدمين.

كما أن اعتماد الكثير من الباحثين على هذه النظرية في تقصي الاشكالات البحثية المتعلقة بجمهور مواقع التواصل الاجتماعي هو أيضا جاء نتيجة لحداثة هذه النظرية مقارنة بالنظريات الإعلامية الأخرى، بالإضافة إلى عدم مواكبة المجال النظيري لوسائل الاعلام، وذلك يرجع إلى سرعة التطور التكنولوجي في مجال هاته الأخيرة مقارنة بالجهود النظرية المبذولة من طرف علماء الإعلام والاتصال، هذا ما تجلّى في استخدام الباحثين للنظريات القديمة ومحاولة اسقاط وتكييف فروضها على دراساتهم في البيئة الاعلامية الجديدة.

المطلب الرابع: الفايسبوك ومواقع التواصل الاجتماعية الأخرى

سنركز في هذا المطلب على التفصيل في الجانب التقني والخصائص التي يتميز بها الفايسبوك؛ خاصة فيما يخص خدمات إنشاء المجموعات والصفحات وأهم الفروقات بينهما، هذا لأن الفايسبوك يدخل ضمن عينة دراستنا، كما سوف نعرض أهم الخصائص والميزات لأهم مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرها انتشارا في العالم.

أولا- الفايسبوك Facebook :

لقد ظهر موقع الفايسبوك رسميا في 04 فبراير 2004، حيث قام بتصميمه مارك زوكربيرغ بمساعدة ثلاثة من أصدقائه الطلبة في جامعة هارفرد وهم إدواردو سافيرين Eduardo Saverin ، وكريس هاغز Chris Hughes ، ودوستين موسكوفيتز Dustin Moskovitz¹ (Dominic & Patrick, 2010, p. 83)، ويشير اسم الفايسبوك إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد وهو يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعارف بينهم.²

¹ Dominic Arpin et Patrick Dion, Comment devenir une star des médias sociaux maitriser facebook... twitter comme des pros, Éditions Quebecor, Canada, 2010, p 83.

² حسين محمد هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر، الأردن، 2015، ص 89.

كما يعرف الفايسبوك على أنه شبكة اجتماعية يتركز على الأعضاء المشتركين فيه من خلال زيارتهم اليومية للموقع وإنشائهم وتبادلهم للمحتوى.¹

ويعتبر الفايسبوك من المواقع الأكثر شهرة في العالم حيث بلغ عدد مستخدميه في نهاية يناير 2013 ما يقارب المليار ونصف مستخدم.²

➤ يجدر الإشارة إلى أن الأفراد يستخدمون الفايسبوك لعدة أسباب منها:

- سهولة استخدام الموقع من خلال قوائم سهلة وإجراءات بسيطة.
- يساعد على اكتشاف الأشخاص والأفكار والمواهب والقدرات الشخصية.
- سرعة تبادل المعلومات
- يمكن استخدامه في المراسلة كبديل للبريد الإلكتروني.
- جلب الزوار والمعجبين لموقع الشخص أو جهة معينة بربطه مع صفحة الفايسبوك.
- الحصول على الحافز الاجتماعي وتشجيع الآخرين.³
- كما أن السبب الرئيسي الذي يجعل الأفراد يفضلون استخدام الفايسبوك هو الرغبة في مشاركة المعلومات مع الآخرين.⁴

➤ أهم المميزات التقنية لموقع الفايسبوك:

يتميز موقع الفايسبوك كباقي مواقع التواصل الاجتماعي بعدة خصائص تقنية لكن سنركز أكثر على الميزات التقنية التواصلية التي تتيحها المجموعات والصفحات على الفايسبوك، هذا لأن دراستنا تختص بدراسات مجموعات الحوار بين المسلمين والمسيحيين على الفايسبوك، لذلك ارتأينا التفصيل أكثر في هذين الميزتين لنبين الفروق التقنية بين المجموعات والصفحات؛ نتيجة لاعتقاد الكثير من المستخدمين بأن الصفحات والمجموعات تتمتع بنفس الخصائص.

➤ المجموعات Groups:

يتيح موقع الفايسبوك إمكانية إنشاء مجموعات من أجل تواصل أفضل، وتنقسم مجموعات الفايسبوك إلى ثلاث أنواع هي:

¹ Romain Risoan, Les réseaux sociaux facebook twitter l'inkedin viadeo google+ : comprendre et maitriser les nouveaux outils de communication, 2^e Édition, ENI, France, 2011, p 196.

² جمال سند السويدي، مرجع سابق، ص 31.

³ محمد سيد ريان، مرجع سابق، ص 37.

⁴ Ludovic Pailler, Les réseaux sociaux sur internet et le droit au respect de la vie privée, Éditions Larcier, Belgique, p 66.

1- المجموعات العامة:

تتميز هذا النوع من المجموعات ب:

- يسمح لأي شخص برؤية اسم المجموعة.
- يسمح لأي شخص رؤية وصف المجموعة.
- يسمح للأشخاص على الفايسبوك رؤية قائمة الأعضاء الموجودين في المجموعة.
- يسمح للأشخاص على الفايسبوك رؤية المسؤولين والمشرفين في المجموعة.
- يمكن لأي شخص رؤية ما ينشره الأعضاء في المجموعة.
- يمكن لأي شخص على الفايسبوك إيجاد المجموعة عن طريق محرك البحث.
- يمكن للأشخاص على الفايسبوك طلب الانضمام إلى المجموعة.
- يمكن للأشخاص على الفايسبوك رؤية أحداث المجموعة.

2- المجموعات المغلقة:

للمجموعات المغلقة عدة خصائص تقنية من أهمها:

- يسمح لأي شخص برؤية اسم المجموعة.
- يسمح لأي شخص رؤية وصف المجموعة.
- أعضاء المجموعة الحاليون هم فقط من بإمكانهم رؤية قائمة الأعضاء الموجودين في المجموعة.
- يسمح للأشخاص على الفايسبوك رؤية المسؤولين والمشرفين في المجموعة.
- أعضاء المجموعة الحاليون هم فقط من يخول لهم رؤية ما ينشر داخل المجموعة.
- يمكن لأي شخص على الفايسبوك إيجاد المجموعة عن طريق محرك البحث.
- يمكن للأشخاص على الفايسبوك طلب الانضمام إلى المجموعة.
- أعضاء المجموعة الحاليون هم فقط من يمكنهم رؤية أحداث المجموعة على الفايسبوك.

3- المجموعات السرية:

تتميز المجموعات السرية بالعديد من الخصائص من بينها:

- يمكن لأعضاء المجموعة الحاليون والسابقون رؤية اسم المجموعة.
- يمكن فقط للأعضاء الحاليون والسابقون رؤية وصف المجموعة.
- يمكن فقط للأعضاء الحاليون رؤية قائمة الأعضاء الموجودين في المجموعة.

- يمكن فقط للأعضاء الحاليون رؤية المسؤولين والمشرفين في المجموعة.¹
- يمكن فقط للأعضاء الحاليون العثور على المجموعة في محرك البحث.
- يمكن فقط للأعضاء السابقون طلب الانضمام إلى المجموعة.
- يمكن فقط للأعضاء الحاليون رؤية أحداث المجموعة على الفايسبوك.

تسيير المجموعات داخل الفايسبوك:

يخضع تسيير المجموعات داخل الفايسبوك إلى طاقم إداري يتكون من المسؤولين والمشرفين لهم أدوار مشتركة وأخرى مختلفة لذلك سنسعى إلى تبيان دور كل من المسؤول والمشرف داخل المجموعة وحدود ومسؤوليات كل منهما:

دور المسؤول: من بين مهام المسؤول

- تعيين شخص آخر كمسؤول أو مشرف
- إزالة مسؤول أو مشرف
- إدارة إعدادات المجموعة (تغيير اسم المجموعة أو صورة الغلاف أو إعدادات الخصوصية)
- الموافقة على طلبات العضوية أو رفضها
- الموافقة على منشورات المجموعة أو رفضها
- إزالة المنشورات وتعليقات المنشورات
- إزالة الأشخاص وحظرهم من المجموعة
- تثبيت منشور أو إلغاء تثبيته

دور المشرف: يتمتع المشرف بصلاحيات أقل من المسؤول داخل المجموعة ومن بين مهامه:

- الموافقة على طلبات العضوية أو رفضها
- الموافقة على منشورات المجموعة أو رفضها
- إزالة المنشورات وتعليقات المنشورات
- إزالة الأشخاص وحظرهم من المجموعة
- تثبيت منشور أو إلغاء تثبيته

¹ موقع الفايسبوك، مركز مساعدة الفايسبوك، شوهد بتاريخ 2019/01/29 على الساعة 21:05 على الرابط

https://web.facebook.com/help/1686671141596230/?helpref=hc_fnav

رؤى المجموعة:

تتوفر المجموعات على الفايسبوك على خاصية مهمة ألا وهي رؤى المجموعة حيث توفر هذه الميزة أدوات قياس حول مجموعتك، بما في ذلك نشاط العضو وتفاعله داخل المجموعة. لن يتمكن مسؤولو المجموعات التي تتراوح أعدادها بين 50 إلى 250 عضوًا من رؤية المعلومات الديموغرافية مثل أهم البلدان أو المدن أو العمر أو الجنس.

يمكن تلخيص ما تتيحه رؤى المجموعة في ما يلي:

- التعرف على طريقة تفاعل الأعضاء داخل مجموعتك.
- التعرف على الأعضاء الأكثر نشاطًا بالمجموعة.
- التعرف على المنشورات التي حققت أكبر قدر من التفاعل.

مميزات عامة لإدارة المجموعات:

- يمكن لمسؤولي ومشرفي المجموعة الموافقة مسبقًا على نشر الأعضاء داخل المجموعة.
- إذا لم تحتوي مجموعة على أي مسؤول أو مشرف يمكن لعضو في المجموعة المطالبة بدور مسؤول.
- في حالة مغادرة منشئ المجموعة يتعذر منح حالة المنشئ إلى مسؤول أو مشرف.
- إذا كنت مسؤولًا في مجموعة يمكنك إيقاف شخص مؤقتًا من النشر أو التعليق في المجموعة¹
- إذا كنت مسؤولًا لا يمكنك حذف مجموعة لم تكن أنت من أنشأها إلا إذا كان المنشئ الأصلي قد غادرها.
- إذا كنت مسؤولًا فإنه يمكنك مطالبة الأشخاص الذين يطلبون الانضمام إلى مجموعتك بالإجابة عما يصل إلى ثلاث أسئلة يجب أن لا تزيد أحرف الأسئلة عن 200 حرف.

➤ الصفحات Pages:

تختص الصفحات بالعلامات التجارية والأنشطة التجارية والمنظمات والشخصيات العامة من أجل إيجاد حضور وتواجد لهم على فيسبوك، بينما تمثل الصفحات الشخصية أفرادًا بأعيانهم. يستطيع أي شخص يمتلك حسابًا على فيسبوك إنشاء صفحة أو المساعدة في إدارة إحدى الصفحات، إذا تم منحك دورًا بالصفحة

¹ موقع الفايسبوك، مركز مساعدة الفايسبوك، شوهى بتاريخ 2019/01/29 على الساعة 21:05 على الرابط

https://web.facebook.com/help/1686671141596230/?helpref=hc_fnav

كمسؤول أو محرر... إلخ، وسوف يحصل الأشخاص المعجبين بالصفحة وأصدقائهم على التحديثات في آخر الأخبار لديهم.

أنواع الصفحات:

يتيح موقع الفيسبوك إنشاء نوعين من المجموعات لكل منها خصائص وميزات تقنية تختلف عن الأخرى، وهذين النوعين هما:

1- الصفحات الخاصة بالعلامات والأنشطة التجارية والمنظمات:

يتيح هذا النوع من الصفحات تسويق المنتجات التجارية بكل أنواعها والبيع الشبكي وتمكن من التواصل مع الزبائن، وتسمح هذه الصفحات للمنظمات التواصل مع أعضائها وإعلامهم بكل ما هو جديد، وكذلك يمكن للمنظمات من قياس ردود أفعال أعضائها ومدى رضاهم.

2- صفحات خاصة بالشخصيات العامة:

ي يمكن هذا النوع من الصفحات أي شخص من إنشاء صفحة يمكن عن طريقها التواصل مع معجبيه وأتباعه في أي مجال كان سياسي، ثقافي، علمي، إعلامي، تعليمي، ديني... إلخ وبالتالي نجد أن هذا النوع من الصفحات أكثر استعمالاً من طرف الشخصيات المعروفة والمشهورة للتواصل مع متابعيها مثل الشخصيات السياسية أو الفنية أو الاعلامية...

أدوار المسيرين داخل الصفحات:¹

تتوزع المسؤوليات داخل الصفحات أكثر من المجموعات، حيث تحتوي الصفحات ستة أدوار مختلفة يتمتع كل واحد منها بصلاحيات معينة سنتعرف عليها من خلال الجدول الآتي:

الجدول رقم (03) يقارن بين صلاحيات المسؤولين على صفحات ومجموعات الفيسبوك

المسؤول	المحرر	المشرف	المعلن	المحلل	مدير الوظائف
✓					
✓	✓				
✓	✓				

¹ موقع الفيسبوك، مركز مساعدة الفيسبوك، شهود بتاريخ 2019/02/01 على الساعة 10:25 على الرابط

https://web.facebook.com/help/1686671141596230/?helpref=hc_fnav

✓	✓	✓	✓	✓	إرسال رسائل باسم الصفحة
✓	✓	✓	✓	✓	الرد على التعليقات والمنشورات في الصفحة وحذفها
✓	✓	✓	✓	✓	إزالة الأشخاص وحظرهم من الصفحة
✓	✓	✓	✓	✓	إنشاء الإعلانات أو عمليات الترويج أو منشورات يتم ترويجها
✓	✓	✓	✓	✓	عرض الرؤى
✓	✓	✓	✓	✓	عرض علامة تبويب "جودة الصفحة"
✓	✓	✓	✓	✓	رؤية الناشرين باسم الصفحة
✓	✓	✓	✓	✓	نشر الوظائف وإدارتها

نلاحظ من خلال الجدول بأن المسؤول على الصفحة تتجمع في يده كل الصلاحيات يليه المحرر الذي يتمتع بجميع الصلاحيات التي يتمتع بها المسؤول ما عدا صلاحية إدارة الأدوار واعدادات الصفحة، في حين أن المشرف لديه أيضا نفس صلاحيات المحرر ما عدا تعديل الصفحة وإضافة التطبيقات و إنشاء منشورات وحذفها باسم الصفحة، أما المعلن ومدير الوظائف لهما نفس الصلاحيات تقريبا يزيد عنه هذا الأخير بوظيفة نشر الوظائف وإدارتها، وفي الأخير نجد بأن المحلل يتمتع بثلاث وظائف فقط تتمثل في إمكانية الاطلاع على آخر الاحصائيات الخاصة بالتفاعلات وجودة الصفحة ورؤية الناشرين باسم الصفحة.

رؤى الصفحات:

توفر "الرؤى" معلومات عن مستوى أداء الصفحة مثل البيانات الديموغرافية المتعلقة بجمهورك وكيفية استجابة الأشخاص وتفاعلهم مع المنشورات، بالإضافة إلى التعرف على المنشورات الأكثر تفاعلاً واكتشاف متى يكون جمهور موجوداً على فيسبوك ، مع العلم أنه يمكنك الوصول إلى البيانات في رؤى الصفحة لآخر عامين فقط، وأن البيانات الديموغرافية، مثل العمر والجنس والموقع، تتوفر في رؤى الصفحة بمجرد توفر بيانات لعدد 100 شخص أو أكثر. ولا تتوفر الرؤى للصفحات التي يتم تصنيفها كصفحة مجتمع.

أهم الميزات التي تتمتع بها الصفحات على الفايسبوك:

هناك العديد من الميزات التي تتيحها الصفحات على الفايسبوك والتي من بينها:

- يمكن للمسؤول منح أو تغيير أي دور أو إزالته

- يمكن للمسؤول أو المحرر ربط الصفحة بحساب انستغرام أو إلغائها ويتيح هذا الربط امكانية تعديل تفاصيل حساب انستغرام من الفايسبوك (مثل الاسم ومعلومات الاتصال)، كما يمكن الاطلاع على تعليقات انستغرام والرد عليها من البريد الالكتروني الوارد على تطبيق مدير الصفحات، بالإضافة إلى إنشاء إعلانات أنستغرام من الفايسبوك
- يمكن اضافة ساعات العمل على الصفحة.¹
- يمكن اضافة تطبيق متجر Marketplace إلى الصفحة، حيث يتيح هذا التطبيق على الفايسبوك إمكانية عرض المنتجات وبيعها للأشخاص على الفايسبوك مباشرة.
- يمكن ربط الصفحة أو الملف الشخصي بحساب تويتر
- يمكن إضافة قيود البلد والعمر إلى الصفحة لكن لن يرى الصفحة سوى الأشخاص الذين تتوفر فيهم شروط القيود، كما يمكن عدم إتاحة مشاركة المنشورات مع مواقع خارجية.
- يمكن جدولة المنشورات المراد نشرها في المستقبل على الفايسبوك لتنشر تلقائياً عند وصول الموعد المحدد مسبقاً.
- يمكن تشغيل المراسلة أو توقيفها
- يمكن رؤية سجلات النشاطات

➤ الفرق بين المجموعات والصفحات على الفايسبوك:

- من خلال ما تم عرضه من ميزات لكل من الصفحات والمجموعات على الفايسبوك نلاحظ أن هناك العديد من الفروق بينهما والتي من بينها:
- المشاركة في المجموعة يكون عن طريق طلب الانضمام أما الصفحة فيكون عن طريق الضغط على الزر الاعجاب.
- في مجموعات الفايسبوك يتم ترتيب المنشورات حسب آخر تعليق وهذا يعني أن المنشورات القديمة تصعد إلى المقدمة عند التعليق عليها، أما في الصفحات فالترتيب يكون حسب توقيت النشر بغض النظر عن التعليقات.

¹ موقع الفايسبوك، مركز مساعدة الفايسبوك، شوهو بتاريخ 2019/02/01 على الساعة 10:25 على الرابط

https://web.facebook.com/help/1686671141596230/?helpref=hc_fnay

- في مجموعات الفايسبوك الجميع يمكنه كتابة المنشورات الجديدة بينما في الصفحات الجميع يتلقى المنشورات لان مدراء الصفحات هم من لهم صلاحيات النشر.
- تتيح المجموعات على الفايسبوك من إمكانية إنشاء دردشات جماعية على عكس الصفحات التي تتيح التفاعل عن طريق الاعجاب والتعليقات فقط.
- تتيح الصفحات امكانية توجيه الرسائل إلى جمهور معين (حسب البلد أو العمر) على عكس المجموعات التي لا تتوفر على هذه الخاصية.
- في المجموعات عندما ينشر أي عضو أو مسؤول منشورا داخل المجموعة فان الملف الشخصي الخاص بصفحة الناشر يظهر ما يتيح امكانية رؤية الاعضاء لصفحته معلوماته الشخصية اما في الصفحات بانه مدراء الصفحة عندما ينشرون أي منشرون فإنه ينشر باسم الصفحة.
- **الملف الشخصي Profile :**
 - عندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، الامور المفضلة لك، وهي معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن لك عن سلعتها بالتحديد.
- **إضافة صديق Add Friend :**
 - من خلال هذه الخاصية يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفايسبوك بواسطة بريده الإلكتروني.
- **لوحة الحائط Wall:** وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء ارسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.
- **النكزة Pokes:** حيث يتيح للمستخدم إرسال نكزة افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.
- **الصور Photos :** وهي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها.
- **الحالة Status:** حيث تتيح هذه الخاصية للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وبما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

- الهدايا Gifts: تتيح هذه الميزة للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية.
- السوق Marketplace: وهو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبنية مجانيا.¹

ثانيا -تويتر Tweeter :

في سان فرانسيسكو San Franciscoc سنة 2000 خطرت فكرة في رأس جاك دورسي Jack Dorsey وهو شاب متخصص في البرمجة بأن ينشأ برنامج يركز على القدرة التعبير عن حالة الفرد وفي وقت قياسي، وبعد مرور ست سنوات وبمساعدة كل من بيز ستون Biz Stone ، وإيفان ويليامز Evan Williams ، تمكنوا من تصميم الموقع، وقام جاك دورسي Jack Dorsey بإطلاق أول تغريدة رسمية في 21 مارس 2006.²

يقدم تويتر خدمة التدوين المصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات Tweets عن حالتهم ب 140 حرف كحد أقصى للرسالة الواحدة، ولهذا الموقع عدة مميزات منها:

- سهل وسريع: فبمجرد إدخالك لبريدك الإلكتروني وتسجيل اسمك واسم الاستخدام وكلمة السر تصبح مشتركا بالموقع.
- مجاني: وهي لإرسال التدوينات القصيرة عبر تويتر هو مجاني بعكس الرسائل القصيرة العادية عبر الهاتف المحمول.
- أداة فعالة للتواصل مع العالم: فهو يتيح التواصل مع مجموعة كبيرة من الأصدقاء.
- الفورية في إرسال الرسائل ونشرها
- أداة تسويق فعالة: صار تويتر يستخدم من طرف الشركات والمعلنين لترويج منتجاتهم.
- ميزة التتبع Following بحيث يمكن للغير أن يتبعوك بمجرد الضغط على زر تتبع Follow.³

ثالثا- اليوتيوب Youtube

يعتبر موقع اليوتيوب من أشهر المواقع الالكترونية التي تقدم المواد المصورة المنتجة بواسطة المستخدمين، ظهر على شبكة الانترنت في 15 فبراير 2005 بواسطة ثلاثة موظفين من شركة Paypal هم: تشاد هيرلي Chad

¹ خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص ص 35-36.

² Dominic Arpin et Patrick Dion, Op.cit.p 15-16.

³ خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص ص 39-41.

Hurley وستيف تشين Steve Chen وجواد كريمJawed Karim ، وقد نشأت فكرة إنشاء الموقع في مدينة سان بورنو ولاية كاليفورنيا ب.و.م.أ، عندما كان الأصدقاء الثلاثة في حفلة لأحد الأصدقاء، والتقطوا مقاطع فيديو وأرادوا أن ينشروها بين زملائهم، ولم يستطيعوا إرسالها عبر الإيميل لأنه لم يكن يقبل الملفات الكبيرة، ومن هنا بدأت تبلور فكرة موقع لإرفاق أفلام الفيديو على شبكة الأنترنت.¹ ويعد فيديو سجله "جاود كريم" تحت عنوان "Me at the zoo" أول فيديو يتم رفعه على اليوتيوب بتاريخ 23 ابريل 2005 وبلغت مدته 19 ثانية ومنذ ذلك الوقت تم رفع المليارات من الفيديوهات لتستثريه إدارة قوقل عام 2006 وتضمه لها.²

يتميز اليوتيوب بعدة مزايا من أهمها:³

- جعل اليوتيوب إمكانية توثيق الأحداث بتفاصيلها ممكنة.
- يتيح إمكانية إعادة المشاهد لمرات عديدة وحسب الطلب.
- إمكانية نشر المستخدمين لمقاطع الفيديو على اليوتيوب.
- سهولة الاستعمال والمشاهدة.
- اليوتيوب عام ومجاني.
- توفر إمكانية ترجمة ما ينشر على اليوتيوب.

رابعا- لينكدن LinkedIn :

يعد موقع لينكدن من أهم مواقع التواصل الاجتماعي المحترفة ذات التخصص بالأعمال Business Related وتسهيل تواصل من يعملون بمجالات مختلفة عبر هذا الموقع، فهو للاتصال المحترف Professional Networking بين من يعملون في قطاعات مختلفة أو ضمن القطاع نفسه أو ضمن المؤسسة والشركة نفسها. لقد تم انشاء هذا الموقع من قبل ريد هوفمان من حجرة الجلوس في بيته، وتم إطلاق هذا الموقع من قبل شركته في عام 2003م للعامة في كاليفورنيا، وقد اشترك في عامه الأول 4500 شخص كونوا شبكة المعارف من المحترفين بمجال الأعمال، وقد تطور الموقع وزادت خدماته ليصبح من أوائل المواقع للتعارف المحترف، بل من أهم مواقع التوظيف على شبكة الأنترنت، ولقد أصبح عدد المشتركين في 2011م حوالي 120 مليون مشترك عبر 200 دولة في العالم.⁴

¹ رضا أمين، مرجع سابق، ص 130-131.

² Kristy young, Managing online identity and oliverse social network on facebook, webology, vol10, N 02, Decembre, 2013,P 11.

³ خليل علي شقرة، مرجع سابق، ص 92-95.

⁴ خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص 47.

أهم المميزات التقنية لينكدان:

يعتبر موقع لينكدان من أكثر مواقع التواصل الاجتماعية احترافية بالاستخدام، وذلك لكونه موجهاً إلى المحترفين في قطاع الأعمال وهو يوفر المزايا المتعددة التالية:¹

- **خلق هوية محترفة Professional Identity:** فعند الاشتراك بهذا الموقع ستقوم بتسجيل بياناتك الشخصية (الشهادات المهنية، الخبرة...) ما يتيح لك التعريف بنفسك في مجال الأعمال.
- **المجموعات Groups:** فالموقع يمكن المستخدم من إنشاء مجموعة ضمن شبكة من المشتركين، وقد يكون الاشتراك بهذه المجموعة حصراً لأفراد من قطاع خاص أو شركة معينة أو مفتوحة للجميع.
- **قوائم الوظائف Job Listings:** حيث يتيح الموقع للمستخدمين البحث عن الشركات التي قد تكون مناسبة لهم للعمل بها.
- **الاطلاع:** يمكن الموقع المستخدم من البقاء على اتصال مع شبكة الزملاء الحاليين والقدماء في العمل ويبقيه على اطلاع بما يجري من أحداث جديدة.
- **التبويب في محركات البحث Indexing:** حيث يستطيع المستخدم أن يضيف صفحة ملفه الشخصي على موقع لينكدان إلى عناوين محركات البحث المشهورة كجوجل وياهو، مما يسمح بظهور الصفحة ضمن نتائج البحث.

خصائص موقع لينكدان:

يتمتع موقع لينكدان بثلاث خصائص مهمة هي:²

- يمكن المستخدم من البقاء على اتصال مع مجالك المهني والعاملين ضمن هذا القطاع.
- تعزز السيرة الذاتية للمستخدم من التواجد المهني عبر الأنترنت.
- يجد المستخدم الاجابات عن تساؤلاته المهنية من قبل الخبراء على الشبكة.

خامساً- المدونات Bolgs:

لقد أطلق جون بارجر Jorn Barger مصطلح سجل الويب Weblog على تلك التعليقات المنشورة على الأخبار عام 1997، وتطور المصطلح بعد ذلك بوقت قصير، استخدم إيفان ويليامز في مختبرات بيرام مصطلح المدونة blog وهو اسم وفعل على حد سواء وابتكر أيضاً اسم مدون وهو الشخص الذي يكتب في المدونة.³

¹ خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص ص 47-49.

² نفس المرجع، ص 49.

³ نفس المرجع، ص 29.

فالمدونات هي سيلة من وسائل الاتصال على شبكة الانترنت وشكل من أشكال صحافة المواطن لنشر الأخبار أو لنقل الأحداث والخبرات والآراء والمعلومات ينشئها أفراد أو جماعات لتبادل الأفكار والآراء حول الأخبار أو الموضوعات ذات الاهتمام المشترك التي يطرحها الناشر على صفحته ، يتم الكتابة فيها بأساليب مختلفة يقترب معظمها من الأسلوب الصحفي دون قيود على حرية القارئ في المناقشة والتعليق على الرسائل المزودة بالنصوص أو الوسائط المتعددة، وكذلك حريته في التنقل بين الروابط واستدعاء الرسائل والمدخلات السابقة.¹

تعتبر المدونات أحدث ثورة في مشاركة المعلومات في مجتمعنا فهي تتميز بالسرعة والتفاعلية والحرية.² كما تعد المدونات فضاء مفتوح تمنح أي أحد فرصة التعبير بطريقته الخاصة، ووعي المدونين هو الرقيب الوحيد خاصة في مجال احترام حريات الآخرين، فعالم التدوين يحوي الأفكار والقناعات الدينية، الايديولوجيات السياسية ويسمح باختلاف الرؤى.³

سمات وخصائص المدونات:⁴

- تميز المدونات الالكترونية بعدة خصائص من أهمها:
- المدونات بداية ثورة جديدة في صناعة النشر.
- انتاج النصوص ونشرها بسهولة ومجانا.
- تسهم في تنمية الممارسة الديمقراطية في وسائل الإعلام بوجه عام،
- المدونات تفسح المجال للأفراد ليكونوا مشاركين فاعلين في الاتصال الانساني.
- تمثل المدونات ساحات للحوار لأنها تحول الأفراد من مجرد متلقين للخبر إلى منتجين وصناع للأخبار والمعلومات.

بالإضافة الى هذا النوع من مواقع التواصل الاجتماعي هناك مواقع أخرى مهمة أيضا لا يسعنا أن نفصل فيها جميعا في بحثنا هذا، لكن يمكن الإشارة اليها على سبيل المثال وهي: موقع سناب شات Snapchat وموقع بترانست Pitrenst وموقع ماي سبيس Mayspace وموقع الفاير Viber وموقع الايمو Imo وموقع التيك توك Tik Tok... الخ

¹ نحا السيد عبد المعطي، مرجع سابق، ص52.

² Mark Briggs, Traduit par Charles Robert, Manuel de journalisme web Blogs Réseaux Sociaux MultiMedia Info mobile, Eyrolles Edition, Paris, 2014, P39.

³ Mounir Bensaleh, Réseaux Sociaux et Révolutions Arabes, Michalon Editeur, Paris, 2012, P270.

⁴ عزام محمد الجويلي، الإعلام الاجتماعي، ط1، دار غيداء، الأردن، 2015، ص35.

نستنتج مما سبق بأن معظم مواقع التواصل الاجتماعي تشترك في أنها تمنح للفرد حرية إنتاج ونشر المحتوى كما تتيح تفاعلية كبيرة بين المستخدمين، بالإضافة إلى أنها تنفي الحدود وتتعدى حاجز الزمان هذا من جهة، كما أن هذا النوع من المواقع سمح بتعدد الممارسات وتنوعها بنجد أن جميع الممارسات انتقلت من وسائل الإعلام التقليدية وحتى من الوسائط المجتمعية الواقعية إلى الواقع الافتراضي، فنجد الممارسات السياسية التجارية الترفيهية العلمية الرياضية الاجتماعية وحتى الممارسات الدينية التي انتقلت هي الأخرى إلى هذا النوع من المواقع ونخص بالذكر موقع الفيسبوك.

المبحث الرابع: جدلية المجتمع الافتراضي في ظل تواجد المجتمع الواقعي بين التناغم والتنافر

أدى ظهور مواقع التواصل الاجتماعي إلى إعادة هندسة أشكال الاتصال، من خلال ظهور بيئة جديدة يطلق عليها البيئة الافتراضية، بيئة تسمح بالتواصل عن بعد دون الحضور الفيزيولوجي؛ ومن مختلف مناطق العالم ومع مختلف الأشخاص بتنوع أجناسهم وانتماءاتهم، كما أن هذه البيئة شهدت مولد مجتمع جديد أطلق عليه اسم المجتمع الافتراضي، هذا النوع من المجتمعات له سمات وخصائص وطبيعة تميزه عن المجتمع الواقعي، بيئة جديدة جذبت إليها مختلف شرائح المجتمع، أطفال، شباب، شيوخ، نساء ورجال، هذا التحول المجتمعي دفع بالباحثين إلى توجيه جهودهم البحثية من دراسة الظواهر المرتبطة بالمجتمع الواقعي إلى دراسة ظواهر المجتمع الافتراضي، فبالنسبة للباحثين في ميدان علم الاجتماع ظهر عندهم ما يسمى بسوسيولوجيا المجتمعات الافتراضية في مقابل سوسيولوجيا المجتمعات الواقعية، وفي ميدان علو الإعلام والاتصال ظهرت بحوث ما يسمى بوسائل الإعلام الجديدة في مقابل وسائل الإعلام القديمة... الخ.

لكن رغم كل الدراسات التي أجريت على البيئة الافتراضية إلا أنها مازالت في بدايتها، نتيجة لتعدد الظاهرة الافتراضية هذا من جهة، ومن جهة أخرى نظرا للتطور السريع الذي تشهده تكنولوجيا وسائل الإعلام والاتصال، في ظل بطء الدراسات الخاصة بهذا النوع من البيئة ما صعب من دراسة مختلف الظواهر التي تولد داخل البيئة الافتراضية، لذلك سنتناول في هذا المبحث سمات ومتطلبات إنشاء المجتمع الافتراضي، وخصائص وأبعاد الجماعات الافتراضية، ومفهوم العلاقات الاجتماعية وأسباب تفضيلها، وأساليب التنشئة الالكترونية، واخيرا سمات الهوية الافتراضية.

المطلب الأول: المجتمع الافتراضي والجماعات الافتراضية أي طبيعة؟

أولا- المجتمع الافتراضي Virtual communitie:

خلقت البيئة الافتراضية مجتمعا موازيا للمجتمع الواقعي وذلك بفضل التقدم المعلوماتي الذي أفرز تكنولوجيايات حديثة تعمل على مبدأ التفاعلية، ساهمت في تقريب المجتمعات المتباعدة في الزمان والمكان رغم اختلاف ثقافتهم وانتماءاتهم الدينية السياسية والاقتصادية... وجمعت هذه البيئة حتى بين أعضاء المجتمع الواحد الذي يتقاسم نفس الاهتمامات، وهذا بفضل الميزات والخصائص التي يتميز بها هذا النوع من المجتمعات. قبل التطرق إلى طبيعة المجتمع الافتراضي يمكن عرض بعض المفاهيم التي حاولت إيجاد تعريف شامل للمجتمع الواقعي.

هناك عدة تعاريف حاولت توصيف وعرض أهم جوانب المشكلة للمجتمع بهدف الوصول إلى تعريف واضح يلم بمختلف عناصره ومن بينها:

يعرف قاموس كومبريدج Cambridge المجتمع بأنه " مجموعة كبيرة من الأفراد يعيشون في نفس البلد أو المنطقة ولهم نفس القوانين والتقاليد.¹

ويعرف قاموس كولن Colline المجتمع بأنه " مجموعة من الأشخاص يعيشون في منطقة معينة لهم تنظيم وطريقة حياة خاصة".²

يرى أحد الباحثين بأن المجتمع هو " مجموعة من الأفراد تقطن بقعة جغرافية محددة ومعتزف بها وتتمسك بمجموعة من المبادئ والمقاييس والقيم والروابط الاجتماعية والأهداف المشتركة، أساسها اللغة والمصير المشترك".³

في حين يرى نديم منصور في كتابه سوسيولوجيا الانترنت بأن أبناء المجتمع الواقعي هم الأشخاص غير موصولين على شبكة الانترنت عكس المجتمع الافتراضي الذين يكونون متصلين بالانترنت، بهذه المعادلة يصبح أفراد المجتمع الواقعي مجتمعا خارج الخدمة معزولا عن الفضاء السائبري، مقطوعا عن العالم الخارجي.⁴

مما سبق من عرض للتعاريف الخاصة بالمجتمع يمكن أن نعرفه على أنه مجموعة من الأفراد أو المجموعات لهم اهتمامات وعلاقات مشتركة يعيشون على رقعة جغرافية معينة ويعتمدون على بعضهم البعض في مختلف مجالات الحياة.

أما فيما يخص مفهوم المجتمع الافتراضي، فنجد أن أول من استعمل هذا المصطلح هو "هووارد رانجولد Howard Rheingold في كتابه "The virtual community" حيث يعرفه بأنه: "جماعات من البشر تربطهم اهتمامات مشتركة، ولا تربطهم بالضرورة حدود جغرافية أو أواصر عرقية أو قبلية أو سياسية أو دينية، يتفاعلون عبر مواقع التواصل الاجتماعية الحديثة، فهي تجمعات اجتماعية تنشأ من الشبكة، حيث يستمر أناس بعدد كافي في مناقشتهم علنيا لوقت كاف من الزمن، بمشاعر إنسانية كافية لتشكيل شبكات من العلاقات الشخصية في الفضاء السائبري".⁵

¹ Online Cambridge Dictionary, seen at : 22/12 /2018 in : <https://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire /anglais /society>

² Online Collins Dictionary, seen at : 22/12 /2018 in : <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/society>

³ زينب هاشم، محاضرات عن دراسات في المجتمع العراقي، الجامعة المستنصرية، 2014، ص03.

⁴ نديم منصور، مرجع سابق، ص22.

⁵ Howard Rheingold, The virtual community: homesteading on the electronic frontier, Harper Collins, p 05.

يبرز هذا التعريف أهم خصائص المجتمع الافتراضي والمتمثلة في انه تجمع بشري وفضاء افتراضي لايعترف بالحدود المكانية وانه متاح للجميع على اختلاف انتماءاتهم، ويعمل النسيج الشبكي على تعزيز العلاقات بين الأفراد وربطهم ببعضهم البعض، وبالتالي يمكن نقل المشاعر الانسانية عبر هذا الفضاء الذي تعتبر شبكة الأنترنت الركيزة الاساسية في تشكيله.

ويرى كل من الباحثين سميت جابتا Sumeet Gupta وهيونج كيم Hee-Wong Kim بأن المجتمع الافتراضي هو "ذلك المكان على شبكة الويب الذي يمكن الأشخاص من إيجاد أنفسهم فيه ويسمح لهم بإجراء أحاديث الكترونية اخرين بحيث تجمعهم اهتمامات مشتركة".¹

وفي نفس السياق يرى بارنت Barnatt وروم Romm بأن المجتمع الافتراضي هو " مجموعة من الأفراد الذين يتواصلون مع بعضهم البعض عن طريق وسائل الاعلام الالكترونية (الانترنت)، كما يقومون بمشاركة اهتماماتهم، أماكنهم وتفاعلاتهم، كما أن الأصل العرقي لا يشكل عائقا في تكوين هذا النوع من المجتمعات".²

يشارك التعريفين الأخيرين باعتبار أن المجتمع الافتراضي بأنه تجمع مجموعة من الأفراد على شبكة الويب تجمعهم اهتمامات مشتركة يتفاعلون ويتواصلون.

إلا أن تعريف بارنت Barnatt وروم Romm يركز على نفس النقطة التي تناوّلها هووارد رانجولد Howard Rheingold في تعريفه وهي أن الافراد لا تمنعهم انتماءاتهم العرقية أو أي انتماءات أخرى من الانضمام إلى المجتمع الافتراضي على الشبكة، وهذا يدل حسبهم على أن هذا المجتمع لا يتسم بالعنصرية وهدفه تكوين مجتمع مبني على أساس العلاقات الإنسانية.

من خلال التعاريف السابقة يمكن أن نقول بأن المجتمع الافتراضي هو مجموعة من الأفراد والجماعات تنشأ وتعيش على شبكة الانترنت، لا تعترف بالحدود الزمانية والمكانية، تحي من خلال التواصل والتفاعل وتجمعهم اهتمامات مشتركة.

➤ السمات الأساسية للمجتمع الافتراضي:

يتميز المجتمع الافتراضي بعدة سمات والتي من بينها:

- مشاركة الأهداف والاهتمامات والحاجات.
- إمكانية التحديث، المشاركة النشطة والتفاعل.

¹ Smeet Gupta & Hee-Wong Kim, Virtual community: concepts, implications and future, Research directions proceeding of the tenth Americas conference on information system, New york, August 2004,p2679.

²G.H.Buhrmann, Virtual communities : implication for companies, South of African journal, 2003,P02.

- تقوي الروابط العاطفية
- تلقي المعلومات، الدعم والخدمات بين الأعضاء(المستخدمين).
- مشاركة السياقات الاجتماعية (اللغة، التقاليد والمراسيم...)¹.
- تسمح باتساع دائرة المنتسبين لها كما تسمح بسهولة الدخول والخروج.
- تعمل في تقوية العلاقات الاجتماعية بين المشتركين وبالتالي تسهم في استقرار المجتمع
- يمكن الانتساب والمشاركة في العديد من المجتمعات الافتراضية في نفس الوقت.
- تسمح الأنماط التفاعلية الجديدة في المجتمع الافتراضي بالتواصل غير المتزامن.
- قد يكتفي بعض المشتركين في المجتمع الافتراضي بالمشاهدة أو القراءة أو الاستماع فقط في حين يمكن لمشاركين آخرين الى اظهار وتجسيد حضورهم الاجتماعي عن طريق ارسال الرسائل، عرض المواقف والتمسك بها والتعليق والرد على الآخرين.²

➤ متطلبات انشاء المجتمع الافتراضي Requirment virtual communities:

يرى بريس Preece بأن المجتمع الافتراضي يقوم على عدة عناصر اساسية هي:³

- 1- الأفراد people
- 2- الأهداف المشتركة Common purpose
- 3- السياسة التي تنظم الجماعة Policies
- 4- شبكات الكمبيوتر Computer network: أو أي ميكانيزمات (أدوات) تسمح بالتواصل الافتراضي
- 5- المحتوى Content : يرى مول Mole بأن تناسب المحتوى مع حاجيات المجموعة يشكل لنا مجتمع افتراضي ناجح، يضمن له الاستمرارية ودوام العيش في البيئة الافتراضية.

➤ فوائد المجتمع الافتراضي:

- تقدم المجتمعات الافتراضية عدة فوائد وفرص لأعضائها ومن أهمها:⁴
- 1- تلاشي الحواجز الجغرافية: بحيث تسمح المجتمعات الافتراضية للأفراد بالتجمع في مكان واحد رغم تباعده الجغرافي واختلاف ثقافتهم وانتماءاتهم.

¹ Smeet Gupta & Hee-Wong Kim, Opcit, P2680

² Jan.A.G.M.& Van Dijk, The reality of virtual communities, pp 52,56.

³ G.H.Buhrmann, Opcit, pp 05-07.

⁴ Ibid, pp 07-09.

- 2- كسر حاجز التكلفة: اذ يتطلب اجتماع الافراد في الملتقيات والمؤتمرات مصاريف وتكاليف في حين اللقاء في الفضاء السايبراني يتطلب فقط الولوج الى الشبكة.
 - 3- كسر حواجز التواصل: كسرت الحواجز القديمة للتواصل كبعد المكان واختلاف الزمان كما تجاوزت ضرورة الحضور الفيزيولوجي اثناء التواصل.
 - 4- التشارك المعرفي والتعليم المتبادل: بحيث يمكن للمشاركين الانضمام الى المجموعات التي تشاركهم نفس المعارف أو حتى البحث عن المجموعات التي تزودهم بمعارف ومعلومات في ميادين مختلفة بحيث تسمح لهم بتبادل الخبرات والافكار.
 - 5- قدرتها على التغطية المباشرة للأحداث: مثل عقد المؤتمرات عن بعد وجهها لوجه عبر عالم افتراضي واقعي في نفس الوقت.
 - 6- ميزة التنافسية: حيث تتيح للمنظمات والشركات بالوصول الى اعضاء المجموعات بسهولة، وبالتالي يتغير مفهوم الاشهار وظهور زبون جديد له طريقة جديدة في التعامل تتمثل في امكانية التواصل الافتراضي، حيث ان امكانية اقناعه تزيد اكثر وينتج عنها تنافس شديد بين المنظمات والشركات.
 - 7- تعتبر حاضنة للشركات: بحيث يرى كارداراس Kardaras بأن المجتمعات الافتراضية يمكن أن تكون نموذج تسويقي مهم، ويمكن للشركات أن تحصد فوائد التكنولوجيا من خلال كسب زبائن يختلفون جغرافيا والى خلق قناة افتراضية لتسويق والعرض وبالتالي الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المستخدمين.
- يتضح من خلال ما تم تناوله عن المجتمع الافتراضي بان هذه البيئة الجديدة تتسم بالتعقيد في طبيعتها ولم يتمكن الباحثين بعد من الإلمام بكل ما يحويه هذا الحقل الجديد من ميزات وخصائص وذلك نتيجة للتطور السريع لتكنولوجيا المعلومات بالإضافة التحديث الدائم الذي تتميز به، وللتفصيل أكثر ومن اجل فهم أعمق لهذه البيئة الافتراضية سنتناول عناصر مهمة لها علاقة وثيقة بالمجتمع الافتراضي بل تعتبر من أهم الأبعاد التي يمكن من خلالها توضيح ملامح هذا النوع من المجتمعات التي نشأت في بيئة لازال يشوبها الغموض ومن بين أهم هذه الأبعاد: الجماعات الافتراضية، التشبث الالكتروني والهوية الافتراضية.

ثانيا: الجماعات الافتراضية... أكثر حرية Virtual groups or Virtual teams:

اختلفت التسميات حول الجماعات الافتراضية باللغات الأجنبية فمثلا باللغة الإنجليزية هناك من يطلق عليها اسم Virtual groups وتعني المجموعات الافتراضية وهناك من يفضل إطلاق اسم Virtual Teams والتي

تعني الفريق الافتراضي، وهناك من يطلق عليها اسم Digital groups وهناك بعض الباحثين من يعتبر أن الجماعات الافتراضية هي نفسها المجتمعات الافتراضية.

يرى بعض الباحثون بأن الجماعات الافتراضية هي "مجموعة من المشتركين أو الأعضاء يستعملون الوسائل التكنولوجية الحديثة للاتصال يتميزون بالترابط والتعاون فيما بينهم، وقد يكونوا من مناطق جغرافية متباعدة ومختلفة وتتميز الجماعات الافتراضية عن الجماعات التقليدية بمرونة كبيرة والتفاعل وتسمح بتعدد الاتجاهات".¹

أما كل من الباحثين فون زيدويتز Von Zedwitz وجاسمارين Gassmarin بأن الفريق الافتراضي (الجماعة الافتراضية) هو " مجموعة من الأفراد والفرق الفرعية يتفاعلون من أجل أداء مهام معينة تجمعهم أعمال وأهداف مشتركة ويعتمدون بالأساس على تكنولوجيا الإعلام والاتصال من أجل انجاز أعمالهم".

كما يعرف راينغاني Raisinghani ولوراي Lurey بأنه " مجموعة من الأفراد يعملون مع بعضهم البعض على الرغم من أنهم متباعدون ومختلفون من حيث المكان والزمان والحدود التنظيمية".²

يمكن القول بأن الجماعات الافتراضية هي مجموعة من الأفراد لهم أهداف واهتمامات مشتركة، ويكون انضمامهم بوعي وبرغبة منهم وتكون بيئة الانترنت هي مكان تجمعهم والتقاءهم.

➤ خصائص الجماعات الافتراضية:

تتداخل بشكل كبير خصائص الجماعات الافتراضية مع خصائص التي يتميز بها المجتمع الافتراضي، لأن هذا الأخير هو في الأصل يتكون من مجموع هذه الجماعات، ومن بين هذه الخصائص مايلي:

1- الجماعات الافتراضية تشير إلى تجمعات اجتماعية لا مكانية حيث لا يجمع أعضاؤها إطار جغرافي، لكن هذه التجمعات تنطلق لتشمل أفراد ينتمون إلى هويات وقوميات مختلفة.

2- ثمة وسيلة تجمع بين أعضاء هذه الجاليات التي تنتشر في الفضاء الرمزي وهي الشبكة الدولية للمعلومات (الانترنت).

3- وجود اهتمامات مشتركة بحيث يشترط لعضوية الفرد في إحدى الجماعات الدخول الى موقع الجماعة التي تتفق واهتماماته، بحيث يتقابل مع أعضاء آخرين من نفس الاهتمام بشكل مستمر ومتقطع.

4- يمكن لأي عضو في الجماعة أن يدخل في مناقشات مع فرد واحد أو أكثر حول مضامين تتفق واهتمامات الأفراد، كما يمكن للفرد أن يشارك في أكثر من جماعة على حسب ميوله واهتماماته.³

¹Joseph B. Walther & Ulla Bunz, The rules of virtual groups: trust, liking and performance in computer mediated communication, International communication Association.2005, p 829.

²Neder Ale Ebrahim and others, Virtual teams: a literature review, Australian journal of basic and applied sciences, 2009, p 2654.

³ بن كيجل شهرزاد، الممارسة اللغوية في مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك"، رسالة ماجستير، جامعة وهران، الجزائر، 2015، ص ص 99، 100.

➤ الأبعاد التي تساهم في خلق جماعة (فريق) افتراضي فعال:

يقترح كل من هارال Haral و شاتشاف Shachaf أربعة أبعاد التي يمكن أن تدعم فعالية قيادة الفريق الافتراضي:

1- الاتصال Communication :

يتوجب على قائد الفريق الافتراضي أن يحرص على متابعة المستمرة لردود الأفعال كما يجب خلق جو يسمح بالاتصال الفوري مع ضرورة وضع مهام واضحة المعالم.

2- الفهم Understanding:

يتوجب على قائد الفريق الافتراضي يهتم بأعضاء فريقه، كأن يأخذ آراءهم واقتراحاتهم بعين الاعتبار ويهتم بمشاكلهم ويحاول معرفة نوعها ليتمكن من التوصل الى حلول.

3- وضوح الدور أو الوظيفة Role clarity:

يجب على القائد الافتراضي أن يمارس سلطته كقائد من خلال تحديد دور ومسؤوليات كل واحد من أعضاء الفريق.

4- ميزات القائد Leadership attitude:

يجب على القائد أن يكون حازماً وصارماً لكن في نفس الوقت لا يجب أن يكون متسلطاً، ويجب عليه منح كل الرعاية لأعضاء فريقه ويعمل على خلق علاقة متينة معهم على جميع المستويات كما يجب عليه المحافظة على تماسك الفريق من أجل تحقيق الأهداف المسطرة.¹

➤ أنواع الجماعات الافتراضية:

تصنف الجماعات الافتراضية إلى عدة أنواع من بينها:

1- الجماعات الافتراضية على أساس المشتركين:

وهو تصنيف يركز على صفات وسمات الأساسية للمشاركين ويكون مثلاً حسب السن أو حسب الجنس (النوع) أو حسب المنطقة...

2- الجماعات الافتراضية على حسب الأهداف:

يرتكز هذا التصنيف على حسب حاجيات الأعضاء (المشاركين)، حيث يرى كل من ارمسترونج Armstrange وهاجل Hagel أنها تنقسم إلى:

¹ Neder Ale Ebrahim and others, Ibid, p 2660.

- أ- **الجماعات التجارية:** وهي التي تسهل عملية البيع والشراء بين أعضاء المجموعة،
- ب- **جماعات الاهتمام المشتركة:** هم الذين يتجمعون حول مواضيع معينة حسب الموضوع مثل جماعة الرياضة، الفن، الأكل، السيارات...
- ت- **الجماعات المتخيلة:** وهي الجماعات التي يبقى تفاعلها ينحصر داخل المجتمع الافتراضي، مثل ممارسة الألعاب الافتراضية، ومشاركة التجارب الاجتماعية في البيئات الافتراضية.
- ث- **الجماعات العلاقية:** هي تلك الجماعة التي تسعى إلى إقامة علاقات مع أفراد آخرين سواء نساء أو رجال من أجل أهداف متعددة (نقاشات، تعارف...).
- 3- **الجماعات الافتراضية على حسب المهنة:** وهي تلك الجماعات غير رسمية من الأفراد من مهن مختلفة يشاركون معلومات ومعارف حول مهنتهم وأعمالهم من أجل الاستفادة من خبرات الأعضاء وتبادلها كما أنها تسمح للأعضاء بالبحث عن الوظائف التي يرغبون في الحصول عليها.
- 4- **جماعات الزبائن:** وهي جماعات تقوم بتشكيلها الشركات الإنتاجية من أجل تحقيق تواصل فعال مع زبائنهم وتبادل كل المعلومات التي تخص منتجاتهم المعروضة وهذا ما يتيح لهذه الشركات بيع منتجاتها وفي نفس الوقت معرفة آراء زبائنهم حول السلع والمنتجات المعروضة.¹
- نستنتج مما سبق بأن الجماعات الافتراضية هي جزء من المجتمع الافتراضي، حيث أن هذا الأخير يضم جماعات متنوعة على حسب اهتماماتهم وأهدافهم، كما وجدنا بأن للجماعات الافتراضية عدة خصائص تميزها عن الجماعات الواقعية، والتي من بينها سرعة التشكل وسهولة وسرعة التجمع والتواصل، كما تسمح بتجاوز حدود الزمان والمكان، والحرية الواسعة في التعبير عن الآراء والأفكار، كما تسمح بتشكيل جماعات من أماكن وأجناس مختلفة في مكان واحد وهو الفضاء الافتراضي.
- نستنتج أيضا بأن الجماعات الافتراضية تشبه الجماعات الواقعية، ففي بعض الأحيان تكون هي امتداد للجماعات الموجودة في الواقع، التي اختارت إعادة التجمع في البيئة الافتراضية لسهولة التواصل أو هروبا من الرقابة، وقد تكون هذه الجماعات الافتراضية قد نشأت في البيئة الافتراضية لكنها سرعان ما يتم التقاء أفرادها وإعادة تشكيلهم في الواقع.

¹ G.H.Buhrmann, Ibid, pp 03 -04.

إذا فالجماعات الافتراضية تربطهم علاقات يطلق عليها اسم العلاقات الافتراضية، والتي تلعب دور كبيراً في تشكيل الجماعات والمجتمعات الافتراضية، فما هي أهم المفاهيم التي تناول العلاقات الافتراضية؟ وما هي أسباب تفضيل أفراد المجتمع لهذا النوع من العلاقات؟

المطلب الثاني: العلاقات الافتراضية شكل من أشكال العلاقات الاجتماعية Virtual relationships:

ظهرت العلاقات الافتراضية موازية للعلاقات الاجتماعية الواقعية ويبقى الخط الفاصل بينهما هو البيئة التي نشأت فيها، كل ذلك على حسب طبيعة وخصائص كل بيئة التي تختلف عن الأخرى في مكوناتها وآليات تشكيلها.

تشير زينب زموري وخيرة بغدادي إلى أن "العلاقات الاجتماعية وقعت تحت وطأة التغيرات والتحولات التي مر بها المجتمع الإنساني والتي نجمت في الأساس عن التطورات الهائلة المتتالية خاصة فيما يتعلق بتكنولوجيا المعلومات وتقنية الأنترنت، وهو ما يهيئ الفرصة لتغيرات قد تكون جذرية في المجالين المادي والمعنوي والذي تتخذ وتتشكل في إطاره مختلف نماذج العلاقات الاجتماعية"¹.

يظهر من خلال هذا التعريف بأن الوسائل التكنولوجية الحديثة التي تعمل في بيئة الأنترنت ساهمت في بناء وتشكيل العلاقات الافتراضية وعملت على تغيير أنماط التواصل بين الأفراد وظهور مجتمعات وعلاقات جديدة. أما ماهر عبد العال الضبع فيرى بأن العلاقات الافتراضية تنبع أهميتها من كونها أنها "تنشأ في فضاء افتراضي يتسم بنطاق أكثر اتساعاً من الحرية والاختيار، عند مقارنتها بالعلاقات التقليدية، فنحن عندما نتحدث عن تلك العلاقات، لا نجد أي أهمية للمكان والزمان، بل تتراجع أهمية الكثير من العناصر الحاكمة لشبكة العلاقات التقليدية، مثل النوع، السن والجنسية، فتلك المحددات تبدلت فعاليتها ليحل محلها عناصر أخرى مثل اللغة ومهارة استخدام الحاسب الآلي والبرامج الالكترونية الحديثة"².

يشير هذا التعريف إلى أن البيئة الافتراضية هي التي ولد فيها هذا النوع من العلاقات الاجتماعية، هذه البيئة التي تتسع فيها دائرة العلاقات؛ كما أن التواجد الافتراضي أعاد الزمان والمكان وتجاوزت حدود النوع والسن، وكذلك حدود العلاقات التقليدية التي تنشأ في البيئة الواقعية، كما يركز هذا التعريف على أهمية الحاسب الآلي والوسائل التواصل التكنولوجية الحديثة في ظهور العلاقات الافتراضية، وأن حسن استخدامها من طرف الأفراد سوف يؤدي حتماً إلى بروز علاقات افتراضية.

¹ ماهر عبد العال الضبع، العلاقات الافتراضية في المجتمع السعودي دراسة في الخصائص والمحددات، العدد 37، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، 2014، ص 235.

² ماهر عبد العال الضبع، مرجع سابق، ص 18.

من خلال ما سبق يمكن أن نعرف العلاقات الافتراضية على أنها، تلك العلاقات التي تبنى داخل البيئة الافتراضية بقيادة الانترنت والوسائل التكنولوجية الحديثة (الحاسب الآلى، هاتف ذكي، لوحات ذكية...)، بحيث يكون التواصل عن بعد؛ متجاوزة الحدود الزمكانية، وتسمح بتفاعلية أكبر واتساع وتنوع العلاقات مع مختلف الأجناس والانتماءات وسهولة التواصل وإقامة العلاقات مع الآخرين.

➤ أسباب تفضيل العلاقات الافتراضية من طرف المستخدمين:

- هناك عدة أسباب تدفع الأفراد إلى الاستنجاد بالبيئة الافتراضية من أجل بناء علاقات افتراضية ومن أهمها:
- يرى كل من كسينوس Xenos وريان Rayan بأن البعض يلجأ للعلاقات الافتراضية للتغلب على الخجل في الحياة الواقعية.
- أشار كل من ليشيد Leshed وماك لويد Mcleod إلى أن القدرة على خلق صورة ايجابية عن الذات وإخفاء الكثير من العيوب تعد أحد أهم الأسباب في إقامة العلاقات الافتراضية.
- كما أشار دوناث Donath إلى أن العلاقات الافتراضية تعمل على خلق الشعور بالانتماء للمجتمع والجماعة.
- أما جروسك وزملاؤه Grosseck Etall يرى بأن هناك أسباب سياسية.
- بينما يرى كل من بروكمان Bruckman وجنسن Jensen بأن هناك أسباب أخرى منها التعليم، التطوير المهني والدعاية.
- يمكن القول بأن العلاقات الافتراضية عدة سمات تختلف عن العلاقات الاجتماعية والتي من أهمها أنها تسمح بسرعة التواصل مع الآخرين وإقامة علاقات مختلفة معهم، حسب الهدف بالإضافة إلى التفاعل المتزامن والغير المتزامن الذي يهي هذه العلاقات، كما تعمل هذه البيئة على توثيق الصلات الاجتماعية وتوسيع دائرة هذه العلاقات، حيث يرى أحد الباحثين في هذا الصدد "بأن الشبكات الاجتماعية (الفايسبوك، تويتر...) تعمل على بعث الحياة وتوثيق صلة الروابط المجتمعية وتعزز روح الانتماء إلى الجماعة"¹
- ويرى آخرون بأن " الشباب بشكل خاص تكون علاقاتهم في الفضاء الافتراضي قوية وذات معنى حقيقي مثلها مثل العلاقات التي تكون في الواقع"². وفي نفس سياق اجري بحث قي اميركا من طرف Keither N.Hampton

¹ Myriam Mantagut et des autre, Lien social et identités dans les réseaux sociaux numériques le cas diasporas africaines , Global media journal, Edition canadienne, volume 2, numéro 1,pp 107 ,121.

² Arnold Brown, Relationships community and identity in the new virtual society, 2011, p30.

وزملاؤه تحت عنوان "مواقع التواصل الاجتماعي وحياتنا العامة" توصلوا فيه إلى مجموعة من النتائج من بينها أن مستخدمي الفيسبوك لديهم علاقات اجتماعية وثيقة الصلة أكثر من غيرهم من مستخدمي المواقع الأخرى.¹ يجدر الإشارة إلى أن طبيعة العلاقات الافتراضية التي نشأت في البيئة الافتراضية التي تتميز بخصائص كثيرة يدفع إلى تولد الفضول العلمي حول مدى مساهمة هذه العلاقات الاجتماعية في التنشئة الالكترونية للأفراد المشتركين في هذه البيئة.

المطلب الثالث: التنشئة الالكترونية إحدى المؤسسات الاجتماعية Electronic socialization:

أدى التطور التكنولوجي والمعلوماتي في ميدان علوم الإعلام والاتصال إلى ظهور أنماط جديدة من التفاعلات الإنسانية، هذه التغيرات في الاتصال أثرت بطبيعة الحالة على طبيعة المجتمعات في مختلف الجوانب الحياة الإنسانية، ذلك أن هذه الوسائل التكنولوجية الحديثة تحمل مضامين ثقافية أثرت بشكل كبير على الهوية الثقافية والتنشئة الاجتماعية للأفراد والجماعات، وخاصة بعد انتشار مواقع التواصل الاجتماعي التي تدعم مختلف أنواع التفاعلات الاجتماعية مثل الفيسبوك، تويتر اليوتوب... الخ، حيث يعتبرها العديد من الباحثين بأنها أصبحت تمثل إحدى مؤسسات التنشئة الاجتماعية الإلكترونية مثلها مثل الأسرة المدرسة الجامعة... الخ.

➤ وللتنشئة الاجتماعية الالكترونية عدة تعاريف من بينها:

يعرفها أحد الباحثين بأنها تعني " كل التأثيرات التي يتلقاها الفرد من مختلف المضامين الإعلامية الوافدة عبر الأجهزة الالكترونية، بحيث تكون تلك المضامين ذات طابع تربوي مستهدفة بذلك جميع جوانب شخصية الفرد، فتظهر نتيجة ذلك التأثير على مستوى تفكيره وسلوكه سواء اتجه نفسه أو اتجاه الآخرين".² يفهم من خلال هذا التعريف بأن التنشئة الاجتماعية الالكترونية تتمثل في تفاعل الأفراد مع المحتوى الإعلامي الذي تبثه وتنشره هذه الوسائل سواء كانت مكتوبة أو مصورة أو مسموعة أو سمعية بصرية أو متعددة الوسائط، وذلك ما توفره مثلاً شبكة الويب المدججة مع شبكات الكمبيوتر والهواتف الذكية والألواح الالكترونية وغيرها من الوسائل الحديثة، حيث أصبح المحتوى الثقافي الذي تعرضه هذه الوسائل يؤثر على مختلف جوانب التي تساهم في تنشئة الفرد وتكوينه.

¹ Krither N.Hampton and others, Social networking sites and our lives, Pew Research Center, Washington, June 16,2011, p 04.

² بوحة درويش، دور المضامين الوافدة عبر الأجهزة الالكترونية في التنشئة الاجتماعية داخل الأسرة، أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2017، ص 155.

وهناك من يعرف التنشئة الالكترونية على أنها " عمليات تبادل المعلومات التي تتخذ في العادة شكل الصور والملفات، الفيديوهات أو صوتيات وتسهم بالفعل في عملية التنشئة الالكترونية للذات الفاعلة في الفضاء الالكتروني الافتراضي، بحكم أنها تتفاعل وتتواصل في فضاء مفتوح خارج عن الطابع المؤسساتي التقليدي".¹

يتبين من خلال هذا التعريف بأن الثراء المعلوماتي الذي يوفره الفضاء الافتراضي بفضل شبكة الانترنت حيث تأخذ هذه المعلومات أشكال متنوعة (فديوهات صور ملفات وغيرها) يدفع بالأفراد إلى التواصل والتفاعل النشط وبالتالي تحدث تأثيرا على سلوكيات واتجاهات الأفراد ومن ثم تعتبر إحدى أشكال التنشئة الالكترونية.

وهناك تعريف أخرى يرى بأن التنشئة الالكترونية هي " عملية تشرف الهوية الذاتية بصفة إرادية على تنشئة نفسها من خلال التنقل عبر الفضاءات الرقمية التي تكون مجالا استدخال وتبادل قيم، معاني ودلالات متنوعة نتاج أنساق ثقافية متباينة، الأمر الذي يجعل الهوية الثقافية عرضة لرهانات زمانية وعمليات تفاوض آنية قد تفرض مدلولاتها الأصلية".²

يتضح من خلال هذا التعريف بأن عملية التنشئة الالكترونية هي عملية إرادية حيث يقحم الفرد نفسه في الفضاء الافتراضي بقناعاته ورغبته في التواصل والتفاعل مع الآخرين هذا التفاعل الذي ينجم عليه تبادل ثقافي متنوع وبالتالي يؤثر على قيم وهوية الأفراد.

ومن هنا يمكن القول بأن التنشئة الالكترونية هي تلك العملية التفاعلية التواصلية التي تحدث داخل البيئة الافتراضية بين الأفراد والجماعات (تجمعهم علاقات افتراضية)، حيث تسمح لهم بالتعلم وتبادل الخبرات والأفكار والمعلومات، حيث تعتبر هذه البيئة الجديدة بمثابة مؤسسة اجتماعية تعمل على تنشئة الأفراد على اختلاف أعمارهم وأجناسهم وثقافتهم وانتماءاتهم.

➤ التنشئة الالكترونية للأطفال Children electronic socialization :

تحدد الآمال المنشودة في تكنولوجيا المعلومات أنها تمثل إحدى الوسائل التي تعوض تخلفنا في مجال التربية الطفل، ويتوقف نجاحنا في استخدام التكنولوجيا على حسب استغلالنا لها في الإطار الشامل لمنظومة التنمية المجتمعية وليس هناك شك في أن الكمبيوتر الشخصي بمكوناته المادية المتواصلة وتطبيقاته في المجالات والأنشطة

¹ ييمون كلثوم، تصور وممارسة الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري بين الفضاء الالكتروني والممارسة الواقعية، مجلة دراسات في التنمية والمجتمع، جامعة الشلف، الجزائر، المجلد 2، العدد 2، 2015، ص 10.

² ييمون كلثوم، مرجع سابق، ص 10.

الحياتية المختلفة، ووصلات الانترنت والبريد الالكتروني والعناوين المتعددة الوسائط والألعاب هو الأساس والركيزة للثورة المقبلة على حد تعبير بيل جيتس مؤسس شركة مايكروسفت ورئيس مجلس إدارتها.¹

يعتبر الاستغلال الأمثل للتكنولوجيا الإعلام والاتصال في ميدان التنشئة خطورة ناجحة لإعداد نشئ يواكب هذا التطور المتسارع وخاصة إذا ركزنا على الأطفال باعتبارهم بذرة أي مجتمع حيث أن هذه التكنولوجيا تسهل عملية التعليم ونقل المعلومات وبوسائط مختلفة تعمق الفهم وترسخه في الأذهان. على الرغم من أن بعض الباحثين المتشائمين يحدرون من الاعتماد على الوسائل الحديثة في تربية وتنشئة الأطفال بحجة أنها محاولة لبسط مفهوم العولمة التي تهدف إلى جعل العالم قرية صغيرة على حد تعبير مارشال ماكلوهان؛ وبالتالي تهيمن وتسيطر ثقافات الدول القوية على ثقافة الدول الضعيفة، لكن الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة في تنشئة الأفراد أصبحت واقع لا مفر منه لأنه لو لم نتحكم فيها ونعلم أفراد المجتمع كيفية الاستفادة من إيجابيتها ونوجههم فإن هذه الوسائل ستفرض نفسها علينا عبر مرور الزمن، وبالتالي نتحكم فينا بدل التحكم فيها وهنا يمكن أن تهيمن ثقافات على ثقافات أخرى.

➤ أساليب التنشئة الالكترونية : The way of electronic socialization

أساليب التنشئة الالكترونية في ظل الثقافات الالكترونية هي تلك الأساليب الوافدة علينا من خلال ما يعرف بعصر الموجة الثالثة وهي التي يخوضها الإنسان حالياً، وقد بدأت منذ عدة عقود وهي مرحلة ما بعد التصنيع أو العصر المعلوماتي الذي نعيشه حالياً، والتي تؤثر في تشكيل شخصية أفعالنا.²

تعتمد التنشئة الالكترونية على مختلف الوسائط الحديثة في عملية تعليم الأفراد من خلال المضامين الثقافية التي تحملها، فمثلاً من خلال موقع الفيسبوك نجد بأنه يحوي مجتمعات افتراضية متنوعة، ومن مختلف الثقافات تسمح بالتشاقف وتلاقح الأفكار بكل حرية، وتنطوي على مضامين مختلفة وفي جميع المجالات، كما أن هذا المجتمع في الفيسبوك أصبح في الكثير من جوانبه مجزأً إلى جماعات اهتمام، حيث تُعنى كل جماعة بتنشئة أعضائها على حسب سياساتها وشروطه المتفاهم عليه مسبقاً من طرف أعضاء الجماعة.

يجدر الإشارة إلى أن التنشئة لا تنحصر في مرحلة الطفولة فقط، بل تستمر على طول مراحل حياة الإنسان (طفولة مراهقة بالغين شيخوخة) وهذا ما يوفره الفيسبوك خاصة ومواقع الويب 2 عامة بحيث أنها تسمح لجميع المراحل العمرية بالمشاركة في بناء هذا الفضاء الافتراضي التشاركي. وأهم أسلوب ترتكز عليه التنشئة الالكتروني هو

¹ وجدي بركات وتوفيق عبد المنعم توفيق، الأطفال والعوالم الافتراضية آمال وأخطار، مؤتمر الطفولة في عالم متغير، الجمعية البحرينية لتنمية الطفولة، البحرين، 2009، ص 13.

² وجدي بركات وتوفيق عبد المنعم توفيق، مرجع سابق، ص 14.

الاستفادة من العلاقات الافتراضية التي تسهم في التنشئة عن بعد وتتجاوز حدود الزمان والمكان، وتسمح باستعمال مختلف الوسائط في عملية التنشئة من صور وفيديوهات وكتابة، وحتى التقابل وجها لوجه عبر الخط. ما جعل هذا النوع من التنشئة يشبه في آليات عمله التنشئة الواقعية.

يمكن القول بأن التنشئة الإلكترونية تساهم في خلق بعد آخر ألا وهو الهوية الافتراضية التي تعمل التنشئة الإلكترونية على رسم معالمها، ما يدفعنا إلى طرح التساؤل حول طبيعة وسمات هذا النوع من الهوية؟

المطلب الرابع: الهوية الافتراضية إعادة إنتاج للهوية الواقعية Virtual Identity:

تتعدد مسميات الهوية الافتراضية Virtual Identity، هناك من يطلق عليها اسم هوية الانترنت Internet Identity نسبة إلى شبكة الانترنت التي تعتبر الحاضنة لهذا النوع من الهويات، وهناك من يسميها الهوية على الخط Online Identity وذلك نتيجة لبقاء الفرد متصلاً بخط الأنترنت، وهناك من يقول بأن الهوية الرقمية Digital Identity نسبة إلى الثورة الرقمية التي شكلت المجتمعات الرقمية. لكن رغم هذا الاختلاف إلى أنهم بصفة عامة يتفقون حول المعنى.

➤ مفهوم الهوية الافتراضية The definition of virtual identity:

هناك العديد من المفاهيم التي تناولت الهوية الافتراضية ومن بينها:

يعرفها أحد الباحثين بأنها " صورة لمؤسسة أو لشخص يتم إنشاؤها أو تكوينها عن طريق محتويات مختلفة أو علامات، والتي يمكن نقلها وبثها على الانترنت".¹

وهناك تعريف آخر يرى بأن الهوية الافتراضية هي " مجموعة من البيانات والعلامات مرتبطة بالشخص، وهذه البيانات هي عبارة عن مجموعة من المعلومات تملأ على الاستثمار الإلكترونية للمواقع (اسم ، لقب، كنية، نوع الجنس، تاريخ الميلاد، عنوان الشخصي...الخ)، ويقصد بالعلامات الرقمية مجموعة من المقالات أو التعليقات أو الفيديوهات أو الصور أو الآراء فمثلاً وضع علامة معجب على الفيسبوك (Jaim sur facebook) تعتبر علامة".²

¹ Clement Pellerin, Promouvoir votre marque sur les medias sociaux en toute serenite avec YouSeeMii Conseil, Ebook, Mars 2012 . p 06.
<https://fr.slideshare.net/youseemii/e-book-youseemii2012socialmedias>

² Francois Filliettaz, Comprendre l'identite numerique, Belgique, Direction des systemes dinformation et service ecoles-medias, Version 1.0.2011.p08.
https://edu.ge.ch/sem/system/files/ressources/telecharger/pdf_dsi_sem_identite_numerique_v10.pdf

ويرى تعريف آخر بان الهوية الافتراضية هي " عبارة عن استخدامات تبني من خلال مجموعة من العناصر:

- البيانات الشخصية المرتبطة بملامح الشخصية profile.
- المعلومات التي يتم نشرها على صفحة الويب.
- معلومات الآخرين التي تنشر حول المواضيع التي تنشر من طرف الشخص.
- العلامات التي تبقى أثارها من خلال الاستخدام بوعي أو دون وعي.¹

من خلال هذه المفاهيم التي طرحت حول الهوية الافتراضية يمكننا أن نقول بأنها تعني كل العلامات والدلالات الرقمية على الفضاء الافتراضي التي تصدر عن الأفراد داخل المجتمع الافتراضي، سواء كانت معلومات شخصية عنهم (صور، فيديوهات، اشارات) أو منشورات أو آراء أو انطباعات والتي من خلال يمكن تحديد ملامح شخصيتهم.

➤ نشأة الهوية الافتراضية Creation of virtual identity:

يطلق مفهوم الهوية الافتراضية على مستخدمي الشبكات الاجتماعية عندما يقوم المستخدم بإنشاء حسابهم على هذه المواقع، وبالتالي ينشئون ملامح لشخصيتهم (profile)، وفي أدبيات أخرى تعني الهوية على الخط، خلق الحضور الذاتي Creation of selfpresentation.² فمن خلال الميزات الخاصة بهذا النوع من المواقع يمكن تعديل طريقة أين يمكننا تلقي أو تقديم أو إعادة تقديم هوياتنا.³

يدل هذا على أن الهوية الافتراضية تنشأ عندما ينخرط الفرد في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك تويتر يوتوب مدونات منتديات... الخ حيث تسمح له هذه الهوية بالتواصل مع الآخرين عبر الفضاء السايبراني، وبالتالي تتطور وتنمو وتتغير الهوية الافتراضية على حسب استعمالات الفرد ومدى تفاعله وتواصله مع الآخرين.

يرى أحد الباحثين بأن الفضاء السايبري أدى إلى إنتاج ذات سايبورغ Cyborg والتي تعني كائن حي مهجن من الآلة والأعضاء الحية، التي تعمل على إعادة إنتاج ذاتنا الحقيقية في قالب افتراضي جديد، حيث يقوم كل فرد بالتمثل عبر الحاسوب بالأسلوب الذي يريده والبحث عن الأمور التي تنقصه أو يحتاجها لتكتمل صورته الذاتية، إنها فرصة إنسانية لتحقيق الذات.⁴

¹ Elie Attouche, L'identité numérique, Ebook, 2014, p03.

<https://www.hellowork.com/wp-content/uploads/2012/02/ebook20ddm20Idnum.pdf>

² Ilire Zajmi, Online identity, Tesis, N 2, 2015. p 333.

³ Kristy Young, Managing online identity and diverse social networks on facebook. Webology, Volume 10, N2, Desember 2013.

⁴ نديم منصوري، مرجع سابق، ص 95.

➤ سمات الهوية الافتراضية The features of virtual identity :

للحوية الافتراضية سمات تختلف عن الحوية الواقعية ومن أهمها:

- لها مطلق الحرية أن تختار وفق التقنيات المتاحة خصائص تظهرها، كشخصية حوارية عبر قنوات الانترنت بأنواعها، وقد تكون فردية أو جماعية.
- هي شخصية قابلة للتغير والتبدل في أي لحظة بحسب اختيارات الفرد الإنساني نفسه.
- هي شخصية قابلة للتغير والتبدل حسب اختيارات أطراف أخرى، ربما شخصيات "أنترنتية" أخرى تتقمص هويات غيرها أو من قبل اختراقات برمجية، أو توظيفات متنوعة لهوية متنقلة لا تستقر على وضع خصائصها.¹

للتنويه فقط؛ بالنسبة للهوية الافتراضية يمكن أن تكون ملامح الهوية مزيفة من خلال استعمال صورة غير صورة الشخص أو نشر معلومات على صفحة الويب غير صحيحة عن الشخص، هذا ما يعتبره الكثير من الباحثين نقطة سلبية في الهوية الافتراضية تميزها عن الهوية الواقعية، لكن في رأينا أنه حتى في المجتمع الواقعي يمكن للفرد باستعمال ملامح هوية مزيفة أو مصطنعة لا تعبر عن هويته الحقيقية، ما يقود إلى تعدد ملامح الهويات الواقعية، فنجد أن الكثير من الأفراد من يستعملون ملامح هوية خاصة بالعمل، ولامح هوية خاصة بالرفقاء، ولامح هوية خاصة بالعائلة، وأخرى في الجامعة، هذا ما يدل على أن البيئة الافتراضية التي تسمح بتعدد ملامح الهوية كذلك نجدها في البيئة الواقعية إلا أن ما يمكن أن يميز الهوية الافتراضية عن الواقعية من حيث سرعة التواصل وعدم إلزامية الحضور في نفس المكان والزمان، كما أن كشف ملامح الهوية الافتراضية الحقيقية يتطلب وقتاً، ليس كالهوية الواقعية التي من الممكن أن نتحقق منها بسرعة، كما أن الهوية الافتراضية تتميز بمرونة وحرية أكبر.

إلا أن مجمل القول، أن الهوية الافتراضية في أغلب الأحيان ما هي إلا امتداد للهوية الواقعية، سواء كانت تلك هي ملامح الهوية الواقعية المعبر عنها في المجتمع الواقعي أو غير المعبر عنها في نفس المجتمع.

¹ بادي لونيس، الهوية المحلية والهوية الافتراضية في ظل الاعلام الجديد: حدود التلاقي والتلاقي، جامعة الجلفة، مجلة دراسات وأبحاث، المجلد7، العدد 19، 2015، ص38.

خلاصة:

ساهمت بيئة الأنترنت بالتزاوج مع تكنولوجيا الاتصال الحديثة (الحواسيب، الأقمار الصناعية، الهاتف الذكي...) في ولادة أساليب اتصالية جديدة تجسدت بفضل مواقع التواصل الاجتماعي (فايسبوك، تويتر، يوتيوب...) أعطت تفاعلية أكثر بالنسبة للمستخدمين وحرية أكبر في التواصل بحيث قربت المسافات بالتالي تجاوزت حدود الزمان والمكان.

انتقلت العديد من الممارسات مثل الممارسات السياسية، الاجتماعية، التجارية، العلمية، الدينية... إلخ من البيئة الواقعية إلى البيئة الافتراضية؛ ساهمت في تشكيل مجتمع افتراضي يتكون من جماعات وهويات افتراضية ذات خصائص وميزات جديدة.

يدل هذا على التناغم الذي أصبح يجمع بين المجتمع الواقعي والافتراضي رغم الاختلاف في الطبيعة التي تميز البيئتين، والتي من أهمها سرعة وسهولة التواصل، ونفي الحدود الزمنية والمكانية، والتفاعل القوي، بالإضافة إلى الحرية الواسعة في التعبير عن الأفكار والاتجاهات التي أصبحت يوفرها المجتمع الافتراضي، لكن رغم الاختلاف في الطبيعة إلا أننا وجدنا من خلال الدراسات التي أجريت على المجتمع الافتراضي، بأنها محاولة لإسقاط لأبعاد المجتمع الواقعي على المجتمع الافتراضي، حيث وجدنا بأن هناك دراسات تناولت الهوية الافتراضية مقابل الهوية الواقعية، وأخرى الجماعات والعلاقات الافتراضية مقابل الواقعية، وحتى فيما يخص التنشئة الالكترونية مقابل التنشئة الاجتماعية الواقعية، هذا ما يدل على أنه تم إعادة هندسة المجتمع الواقعي في بيئة افتراضية.

في حين وجدنا بأن هناك دراسات أخرى حاولت الفصل بين البيئتين مدعمة إياها بحجج، فحسب رأيهم أن الأفراد يلجؤون في بعض الأحيان إلى المجتمع الافتراضي فقط من أجل الهروب من ضغوطات الواقع، وفي أحيان أخرى من أجل الترفيه والترويح عن النفس.

إلا أن هناك دراسات أثبتت بأن المجتمع الواقعي شديد الارتباط بالواقع الافتراضي ويسيران في خط متوازي، هذا ما أدى إلى إعادة إنتاج كل من المجال السياسي والمجال التجاري والإعلامي والاجتماعي والحربي وحتى المجال التعليمي والمجال الديني في البيئة الافتراضية.

فحسب رأينا، هذه التكنولوجيات الحديثة وهذه البيئة الجديدة فرضت نفسها علينا ولا يمكن تجاهلها أو الهروب منها، فنحن اليوم أمام تحديات الهوية العالمية والمواطن العالمي، لذا وجب علينا استغلال إيجابياتها في جميع الميادين السالفة الذكر، من أجل مواكبة العصر والتغلب على الصعاب التي تعاني منها المجتمعات الضعيفة، وفي نفس الوقت تربية أفراد المجتمع على كيفية التعامل مع هذه البيئة الجديدة والاحترازاات التي يجب أن يأخذها الأفراد بعين الاعتبار من أجل تفادي سلبياتها.

الفصل الثاني

ظاهرة حوار الأديان بين إعلام الوسائل التقليدية وإعلام
الوسائل الجديدة

الفصل الثاني: ظاهرة حوار أتباع الأديان بين إعلام الوسائل التقليدية وإعلام الوسائل الجديدة

بعدما فصلنا في كل ماله علاقة إعلام الوسائل الجديدة وما أفرزته التكنولوجيا الجديدة لوسائل الاعلام والاتصال وما شكلته مواقع التواصل الاجتماعي؛ يمكن الآن أن نعالج في هذا الفصل ظاهرة حوار الأديان من خلال وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، حيث سنركز على واقع حوار الأديان في مواقع التواصل الاجتماعي، لكن قبل ذلك سنفصل في ماهية الحوار والأديان وأهميتهما وكذلك سنتعرض للأديان داخل البيئة الرقمية، وكذا أهم المفكرين الداعمين والرافضين للحوار وأهم العوائق التي تقف في وجه الحوار بين أتباع الأديان.

المبحث الأول: ماهية الأديان والحوار

سنحاول أن نعرض في هذا المبحث تعاريف متنوعة عن الحوار والأديان ومن مشارب علمية مختلفة وكذلك سنتطرق إلى أهمية الدين ومكوناته الأساسية والفرعية، وكذلك أهمية وأنواع وقواعد الحوار وأهدافه العامة.

المطلب الأول: الدين مفهومه أهميته ومكوناته

يحتل الدين مكانة عالية في الكثير من المجتمعات وعلى مر العصور، فالدين يملأ الفراغ الروحي للإنسان ويوازن بين الحياة المادية والروحية للجماعات والأفراد، ويمكن أن يكون الدين صمام الأمان، كما يمكن أن يكون سبب في نشوب الصراعات، فالاعتدال والتطرف الديني موجود في مختلف الأديان.

أولاً- مفهوم الدين:

سنتناول مفهوم الدين من حيث اللغة في معاجم اللغة العربية والغربية وبعدها سنعرض تعاريف اصطلاحية متنوعة من الفكر الاسلامي والفكر الغربي.

1- الدين لغة:

المعنى اللغوي لكلمة دين في أكثر من لغة

في اللغة الأكديّة (Den): كلمة دين الأكديّة تعني القضاء والحساب وهي ترجمة لكلمة (أور) السومرية التي كانت تعني المدينة، لأن المدينة كانت هي مكان دار القضاء والعدالة.

في اللغة الآرمية (Deno): وتعني القاضي أو الديّان.

في اللغة الهندية (Dharma): وهو مصطلح يشير إلى الترتيب الخفي أو ما يدعى (رتا) في الطبيعة، والحياة الإنسانية، وسلوك المخلوقات والحياة، التي تسيّر وفقاً لهذا النظام والترتيب، المصطلح هو أساس ما يُدعى الديانات الدرامية، وأخلاقياً تعني الدارما الطريقة الصحيحة في العيش أو التواصل الصحيح، لاسيما ضمن مفهوم ديني وروحاني، بالنسبة إلى الروحانية والمدارس الصوفية، إن الدراما يمكن اعتبارها طريق الحقيقة العليا. تشكل الدارما

المصطلح الأساس ضمن الديانات الدارمية الناشئة في شبه الجزيرة الهندية، بما فيها الهندوسية (سانتا دارما)، والبوذية (بوذا دارما)، والجائينية (جاينا دارما)، والسيخية، جميع هذه الأديان تؤكد على الدارما الفهم الصحيح للطبيعة في تعليماتهم.

في اللغة اليونانية: تعني كلمة دين في اليونانية كريستا، كريست، كريستوس، وتعني: الشخص المسوح، وهو طقس ديني، وتوزيع ملكي. وترجمت كلمة أور السومرية، ودين الأكديّة، إلى بوليس اليونانية (Polis, Police, Politic).

في اللغة اللاتينية (Religio): تعني التقيد، أو وجوب الطاعة.¹

معنى الدين في معاجم اللغة العربية:

الدين بالكسر تعني العادة والشأن، وأنه يدين دينا بالكسر: أذله واستعبده، فدان، وفي الحديث: الكيس من دان نفسه وعمل لما بعد الموت، والدين أيضا: الجزاء والمكافأة، يقال: دان يدينه دينا أي جازاه ومن الديان في صفة الله تعالى والمدين العبد، والمدينة الأمة، والدين أيضا الطاعة تقول: دان له يدين دينا أي أطاعه.²

أما عن اللغات اللاتينية الغربية كالفرنسية والإسبانية والانجليزية فإننا نجد أن اشتقاق كلمة دين Religion كما يقول لالاند موضع جدل فيستخدم معظم القدماء أمثال لاكتانس Lactance ، أوغسطين Augustine، سيرفيوس Servius الدين Religion من Religare ويرون فيه فكرة الربط سواء الربط الواجب اتجاه بعض الممارسات، أو الربط الجامع بين الناس أو بين البشر والالهة، وترد كلمة دين Religion بمعنى نشاطات انسانية يهتم ويمارسها جميع البشر وفي كل البقاع.³

2- الدين اصطلاحاً:

جاء في تعريف إخوان الصفا أن الدين هو " الاعتقاد في الضمير والسر والاخر هو الفرع المبني عليه القول والعمل في الجهر والعلن"

ويقول شلاير ماخر (1768-1834 Schleirmacher) وهو لاهوتي وعالم أديان " أن الدين هو شعور باللاهائي واختياره له، وما نعنيه باللاهائي هنا هو وحدة وتكامل العالم المدرك، وهذه الوحدة لا تواجه الحواس كموضوع، وإنما تكون مشاعر داخلية، تنتقل هذه المشاعر بدورها إلى حيز التأملات لتخلق في الذهن فكرة الله،

¹ خزعل الماجدي، علم الأديان، ط1، مؤمنون بلا حدود، المغرب، 2016، ص ص 26-27.

² محمد بنتاج، نظرية التقريب بين الأديان رؤية اسلامية نحو فهم أفضل للآخر، ط1، مؤمنون بلا حدود، المغرب، 2015، ص ص 25-26.

³ محمد بنتاج، مرجع سابق، ص 29

فالحيال الفردي هو الذي يسير بفكرة الله إما نحو المفارقة والتوحيد أو نحو نوع غير مشخص للألوهة يتم بوحدة الوجود".¹

من خلال هذه التعاريف اللغوية والاصطلاحية يمكن أن نقول بأن الدين هو ذلك الرابط الروحي الذي من خلاله نشعر بأن هناك قوى خفية تفوق قوة الإنسان وعقله وتدفعنا تلك القوى من حين إلى آخر إلى التدبر في تلك القوى والاعتراف بالخضوع لها؛ خاصة عند شعورنا بالضعف والوهن.

ثانياً- أهمية الدين:

للدين أهمية كبرى في حياة الانسان فالدين ضرورة في حياة الإنسان، كي يكون إنتاجاً إنسانياً، بعيداً عن المستوى الأدنى للكائن الحي، وتكون حضارته التي هي حصيلة هذا الانتاج حضارة معبرة عن الإنسان المتميز عن الحيوان. ثم إن الدين ذو أثر في قيام الحضارة وفي توجيهها، لأن الحضارة إنتاج انساني والدين إيمان وعقيدة لدى الإنسان يتأثر وينفعل بها فيما يفكر وفيما يحدد علاقته بالآخرين وفيما يسلك.²

والبشرية جمعاء وعلى مر التاريخ لم تستغني عن الدين حيث يقول هنري برغسون Henri Bergson " قد نرى في السابق أو في الحاضر مجتمعات انسانية لا حظ لها من علم أو فن أو فلسفة، ولكن لا نعرف مجتمع لا دين له".³

وضيف السعيد مبروك ابراهيم في كتابه "التعايش الثقافي وتحديات العصر" بأن "وراء كل حضارة من الحضارات القائمة اليوم ديانة عالمية، فالعقائد الدينية هي التي تسيّر مجرى التاريخ وإذا كان هناك مستقبل لحضارة ما، فذلك في حدود الدين وبسبب منه".⁴

ويرى فريديريك هيجل " بأن انهيار الدين يعني انهيار الدولة وتفككا اجتماعيا وأخلاقيا، لأن هيجل كان مؤمنا بأن الدين شئ ضروري وحيوي في حياة الإنسان والمجتمع".⁵

ثالثاً- مكونات الدين:

للدين مجموعة من المكونات؛ أساسية وهي التي تمثل الركيزة الأساسية لكل دين والتي لا يقوم إلا بها ومكونات فرعية وهي التي تعد أحد المخرجات المفصلة والمجسدة في شكل ممارسات تعبر عن المكونات الأساسية للدين على أرض الواقع؛ سنفصل في كلا الصنفين كالآتي:

¹ نفس المرجع، ص ص 33-36.

² محمد البهي، الدين والحضارة الإنسانية، ط2، دار الفكر، لبنان، 1974، ص ص 3، 74.

³ محمد بنتاج، مرجع سابق، ص 51.

⁴ السعيد مبروك ابراهيم، التعايش الثقافي وتحديات العصر رؤية لدور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الثقافات في العصر الرقمي، ط1، مكتبة الوفاء القانونية، الاسكندرية، 2015، ص 51.

⁵ عامر عبد زيد الوائلي وآخرون، التعددية الدينية واليات الحوار، ط1، دار ابن النديم، الجزائر 2016، ص 215.

1- مكونات الدين الأساسية:

للدين مجموعة من المكونات الأساسية يتركز عليها حيث تعطيه صبغة لاهوتية ونفحة إيمانية مميزة ومن أهم هذه المكونات ما يلي:

- المعتقد:

يشكل المعتقد المركز الفكري، الذي تصوغه تصورات وأفكار الجماعة الدينية، والذي يصبح المصدر الأول، الذي ينظم مكونات الدين الأساسية والثانوية الأخرى، ويتألف المعتقد عادة من عدد من الأفكار الواضحة والمباشرة، التي تعمل على رسم صورة ذهنية لعالم المقدسات، وتوضح الصلة بينه وبين عالم الإنسان، وغالبا ما تصاغ هذه الأفكار على شكل صلوات وتراتيل، فضمن هذا الشكل من الأدب الديني نستطيع البحث عن المعتقدات الأصلية المباشرة لجماعة من الجماعات.

- الأسطورة:

ساعدت الأساطير في حفظ المعتقدات وتداولها بين الناس، وشحنها بالشحنات العاطفية والانفعالية، وهو ما يبقينا طويلا، فالأسطورة أن تجسد المعتقد بروح شعبية قصصية متداولة، فهي تبسط المعتقد، وتجعله دنيويا ميسرا على شكل حكاية تُداول حول المقدس، الذي هو جوهر المعتقد.

- الطقس:

يضم الطقس الجانب الانفعالي والعملي من الدين، فعن طريق الطقس يظهر المعتقد من كوامنه الذهنية، والعقلية، والنفسية إلى عالم الفعل، وإذا كان المعتقد شأنًا أساسيا من شؤون الأنبياء والكهنة، ورجال الدين، ولا سيما الناس، فإن الطقس شأن شعبي يتيح بطبيعته مساحة أوسع للناس، فعلى الرغم من أن الخاصة تشرف عليه وتوجهه، لكن الناس يعملون على تحويله إلى عادة راسخة تتناقلها الأجيال.

- الأخرويات:

يشمل موضوع الموت على نهاية العالم وكيفية حصوله من نهاية للبشرية، أو الأرض أو الكون، كل هذه الأمور فضلا عن محاولات الخلاص والوعد، الذي تعطيه الأديان، بالخلاص الفردي أو الجماعي أو بالنهايات المتعددة للعالم، ما يعطي الدين المسوخ الأكبر للاعتقاد به، ولعل الكثير من المؤمنين بالأديان لا يجدون في الأديان نفعاً أن لم يكن هناك تصور عن نهاية العالم، وكيفية خلاص الجماعة الدينية، التي ينتمي إليها.

2- المكونات الدين الثانوية:

تعتبر مكونات الدين الفرعية من مخرجات الدين، فهي تلك الممارسات التي تجسد الدين في الواقع اعتقادا وفعلا على ارض الواقع، وهي بمثابة ترجمة للدين واجتهاد في مجاله؛ ومن اهم هذه المكونات ما يلي:

- الأخلاق والشرائع:

الحضارات والعلوم والفلسفات تفرز منظوماتها الأخلاقية، لكن ما يميز أخلاق الأديان أنها تتمتع بشعبية كبيرة؛ فالدين من أول أشكاله السحرية، إلى أرقى أشكاله السماوية، يضع مجموعة من الأوامر، والنواهي والأعراف الاجتماعية، التي تنظم الحياة الاجتماعية، ويربطها بالمقدس سلبا أو ايجابا، ولذلك أخذت الأخلاق طابع الإلزام والقوة. أما الشرائع فهي قوانين الأخلاق الاجتماعية والدينية.

- السير المقدسة:

تؤدي السير المقدسة للمؤسسي الأديان، من أنبياء وكهنة، وكبار رجال دين، ومن أولياء وقديسين، دورا مهما يعادل أو يقابل ما تؤديه الأسطورة في المكونات الرئيسية لكل دين، حيث تكون هذه السير مصدر إلهام للمؤمنين.

- الجماعة الدينية Religion Community :

الجماعة الدينية هي المجتمع أو المجتمعات، التي تنضوي تحت راية هذا الدين أو ذاك، تسمى في المسيحية الكنيسة وتسمى في الإسلام الامة أو الملة و العالم الاسلامي، والجماعة مصطلح واسع بمبناه العلمي، وليس الديني فحسب، فهو يجمع معتنقي الدين بما تجمعهم من عوامل التاريخ، والثقافة المشتركة.

- الباطنية Esotericism :

الباطنية هي كلمة مشتقة من الكلمة الإغريقية Esoteros والتي تعني داخل أو باطن، تشير الباطنية(الروحانيات) إلى الآراء والمعتقدات الباطنية، التي تنفذها وتفهمها مجموعات صغيرة من العارفين بها، وهم قلة نادرة، لكن هناك الكثير من الأتباع لها. ما يجمع الباطنية أنها تحاول اكتشاف المعاني الخفية في الظواهر الروحية، وتسعى لتفسير رمزي للنصوص المقدسة، وفهم فلسفي ديني للعالم يعتمد على التأويل.¹

¹ خزعل الماجدي، مرجع سابق، ص ص 33، 42.

المطلب الثاني: أنواع الأديان

الكثير من الباحثين يصنفون أنواع الأديان ثلاثة أصناف:

أولاً - أديان سماوية:

وهي تلك الأديان التي نزل عليها الله كتب سماوية مع انبيائهم وهي

1- الديانة اليهودية:

تنسب الديانة اليهودية الى النبي موسى عليه السلام الذي ارسله الله الى يهود وانزل عليه التوراة وقد "قسمت التورات أسفاراً نسبوها إلى موسى عليه السلام بوحى من الله وهي:¹

- سفر التكوين: ويحوي الخليفة وقصص الأنبياء من آدم عليه السلام وخروجه من الجنة إلى اسحاق ويعقوب ويوسف عليهم السلام.

- سفر الخروج: ويقص التاريخ ابتداء من موت يوسف عليه السلام إلى خروج بني اسرائيل من مصر ونزول الوصايا العشر*.

- سفر الأديان: وهو النظام التشريع وفيه تفصيل عن تقديم الذبائح والمحروقات والقرايين ورسم الكهنة.

- سفر العدد: ويحوي عدد بني اسرائيل، وأنسابهم وشجرة القبائل الإسرائيلية، كما يروي قصة التيه في الصحراء إلى الوصول لأرض مصر ثم أرض الميعاد.

أما الكتب الملحقة بالتوراة فهي أربعة وثلاثون سفرًا، حسب النسخة البروتستانتية، فيكون مجموعها مع التوراة تسعة وثلاثين سفرًا، وهي التي تسمى العهد القديم لدى النصارى، ويمكن تقسيمها إلى خمسة أقسام :

- الأسفار الخمسة المنسوبة إلى موسى عليه السلام

¹ منصور الحلوم، حوار الحضارات، (د.ط)، منشأة المعارف، مصر، 2007، ص83.

* الوصايا العشر: هي عشرة قوانين في الكتاب المقدس أعطاها الله لشعب اسرائيل بعد الخروج من مصر بوقت قصير. والوصايا العشر تتناول الوصايا الأربعة الأولى علاقتنا مع الله. والستة وصايا الأخيرة تتناول علاقتنا ببعضنا بعض. توجد الوصايا العشر في الكتاب المقدس في سفر الخروج 1:20-18 وهي كالآتي: 1- لا يكن لك إلهة أخرى أمامي 2- لا تصنع لك تمثالاً منحوتاً، ولا صورة ما ممّا في السماء من فوق، وما في الأرض من تحت، وما في الماء من تحت الأرض. لا تسجدُ لهم ولا تعبُدُهُمْ لِأَنِّي أَنَا الرَّبُّ إِلَهُكَ إِلَهُ غَيْرٍ، أَفْتَقُذْ ذُنُوبَ الْآبَاءِ فِي الْأَبْنَاءِ فِي الْجِيلِ الثَّالِثِ وَالرَّابِعِ مِنْ مُبْغِضِي وَأَصْنَعُ إِحْسَانًا إِلَى أُلُوفٍ مِنْ نَحْيِي وَحَافِظِي وَصَايَايَ. 3- لا تَنُطِقْ بِاسْمِ الرَّبِّ إِلَهُكَ بَاطِلًا، لِأَنَّ الرَّبَّ لَا يُبْزِي مَنْ نَطَقَ بِاسْمِهِ بَاطِلًا. 4- اذْكُرْ يَوْمَ السَّبْتِ لَتَقْدَسَهُ. سِتَّةَ أَيَّامٍ تَعْمَلُ وَتَصْنَعُ جَمِيعَ عَمَلِكَ، وَأَمَّا الْيَوْمُ السَّابِعُ فَفِيهِ سَبْتٌ لِلرَّبِّ إِلَهُكَ. لا تصنع عملاً ما أنت وابنك وابنتك وعبدك وأمتك وبهيمنك ونزيلك الذي دخل أبوابك. لأن في سِتَّةِ أَيَّامٍ صَنَعَ الرَّبُّ السَّمَاءَ وَالْأَرْضَ وَالْبَحْرَ وَكُلَّ مَا فِيهَا، وَاسْتَرَحَ فِي الْيَوْمِ السَّابِعِ. لذلك بَارِكْ الرَّبَّ يَوْمَ السَّبْتِ وَقَدِّسَهُ. 5- أَكْرِمِ أَبَاكَ وَأُمُّكَ لَكِي تَطُولَ أَيَّامُكَ عَلَى الْأَرْضِ الَّتِي يُعْطِيكَ الرَّبُّ إِلَهُكَ. 6- لا تقتُل. 7- لا تزِن. 8- لا تسرق. 9- لا تشهد على قريبك شهادة زور. 10- لا تشته بيت قريبك. لا تشته امرأة قريبك، ولا عبده، ولا أمته، ولا ثوره، ولا حماته، ولا شيئاً ممّا لقريبك." انظر موقع الانجيل <https://al-injil-ar.net/2013/09/08/sign-2-of-musa>

- الأسفار التاريخية، وهي ثلاثة عشر سفراً: يشوع، القضاة، راعوث، صموئيل الأول، صموئيل الثاني، الملوك الأول، الملوك الثاني، أخبار الأيام الأول، أخبار الأيام الثاني، عزرا، نحميا، إستير، يونا (يونس عليه السلام).

وهذه الأسفار تحكي قصة بني إسرائيل من بعد موسى عليه السلام إلى ما بعد العودة من السبي البابلي إلى فلسطين، وإقامتهم للهيكل مرة أخرى بعد تدميره، ماعدا سفر أخبار الأيام الأول والثاني، فإنها تعيد قصة بني إسرائيل، وتبتدئ بذكر مواليد آدم على سبيل الاختصار إلى السنة الأولى لملك الفرس قورش، وكذلك سفر يونا (يونس عليه السلام) يحكي قصته مع أهل نينوى الذين أرسل إليهم .

- أسفار الأنبياء وهي خمسة عشر سفراً: أشعيا، إرميا، حزقيال، دانيال، هوشع، يوثيل، عاموس، عوبديا، ميخا، ناحوم، حبقوق، صفنيا، حجي، زكريا، ملاخي .
وهذه الأسفار يغلب عليها طابع الرؤى، والتنبؤات بما سيكون من حال بني إسرائيل، وحال الناس معهم، وفيها تهديدات لبني إسرائيل، ووعود بالعودة والنصر. والذين نسبت إليهم هذه الأسفار هم ممن كانوا زمن السبي إلى بابل وبعده .

رابعاً: أسفار الحكمة والشعر (الأسفار الأدبية) وهي خمسة أسفار :

1-أيوب 2- الأمثال 3- الجامعة 4- نشيد الإنشاد 5- مراثي إرميا .

خامساً: سفر الابتهاالات والأدعية سفر واحد، وهو سفر المزامير المنسوب إلى داود عليه السلام .

هذه أسفار النسخة العبرانية المعتمدة لدى اليهود والبروتستانت من النصارى .

أما النصارى الكاثوليك، والأرثوذكس فيعتمدون النسخة اليونانية، وهي تزيد على العبرانية بسبعة أسفار هي:

سفر طوبيا، ويهوديت، والحكمة، ويشوع بن سيراخ، وباروخ، والمكابيين الأول والمكابيين الثاني.¹

إن أهمّ تعاليم وعقيدة الديانة اليهودية هي الإيمان بالله الواحد الأحد، الفرد الصمد الذي يريد لجميع الشعوب أن تفعل ما هو عادل ورحيم. وقد خلق جميع الناس على صورة الله الذي يستحق المعاملة بكرامة

¹ مجموعة من الباحثين بإشراف الشيخ علوي بن عبد القادر السقاف، موسوعة الأديان، تم الاقتباس بتاريخ 2018/09/26 على الساعة 08:05 على الرابط

<https://dorar.net/adyan/169/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%A8%D8%AD%D8%AB-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%88%D9%84:-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%B1%D8%A7%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%A8-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%84%D8%AD%D9%82%D8%A9-%D8%A8%D9%87%D8%A7>

واحترام. كما لا تؤمن اليهودية، على عكس بعض الديانات الأخرى، أنه يجب على الشعوب الأخرى أن تعتنق عقائدها الدينية وطقوسها لكي تحظى بالافتداء. فبالأفعال لا بالعقيدة يحكم على العالم؛ والامة الصالحة من بين الأمم هي التي لها نصيب في "عالم الآخرة".

ولهذا السبب فان اليهودية ليست ديانة تبشيرية نشطة، ويتقبل المجتمع أشخاصاً يعتنقون الديانة اليهودية، لكن ذلك يتم بقرار السلطات الدينية اليهودية صاحبة الشأن. ومسألة اعتناق الديانة ليست مجرد مسألة تحقيق معرفة ذاتية شخصية.¹

الفرق اليهودية Jewish Religious Sects :

توجد في اليهودية فرق كثيرة تختلف الواحدة منها عن الأخرى اختلافات جوهرية وعميقة تمتد إلى العقائد والأصول، فهي في الواقع ليست كالاختلافات التي توجد بين الفرق المختلفة في الديانات التوحيدية الأخرى. ومن ثم فإن كلمة (فرقة) لا تحمل في اليهودية الدلالة نفسها التي تحملها في سياق ديني آخر. فلا يمكن، على سبيل المثال، تصوّر مسلم يرفض النطق بالشهادتين ويُعترف به مسلماً، أما داخل اليهودية، فيمكن ألا يؤمن اليهودي بالإله ولا بالغيب ولا باليوم الآخر ويُعتبر مع هذا يهودياً حتى من منظور اليهودية نفسها. وهذا يرجع إلى طبيعة اليهودية بوصفها تركيباً جيولوجياً تراكمياً يضم عناصر عديدة متناقضة متعايشة دون تمازج أو انصهار. ولذا، تجد كل فرقة جديدة داخل هذا التركيب من الآراء والحجج والسوابق ما يضيفي شرعية على موقفها مهما يكن تطرفه. ومن بين هذه الفرق نجد:

الفريسيون، الصدوقيون، المتعصبون، الكتبة أو النَّسَّاح ، القراءون، السامريون، السبعية، الحسيديم، الإصلاحيون، الأرثوذكسية، المحافظون، العنانية، العيسوية، اليودعانية، الموشكانية أصحاب موشكان، الغيرون (قنَّائيم)، الأسينيون، عصبة حملة الخناجر. Sicarii ، الفقراء (الإيبونيون) Ebionites: ، القبالة Kabbale الكابالا، المغارية Maghariya ، المعالجون (ثيرابوتاي) Therapeutae ، المستحمون في الصباح (هيميروباتست) Hemerobaptists ، عبدة الإله الواحد (هيسستريون) Hypsisterion. ، البناءون (بنائيم): Banaaim. (غلوي بن عبد القادر، 2018)

¹ موقع وزارة الخارجية الاسرائيلية، تم مشاهدته بتاريخ 2018/11/12 ، على الساعة 22:06 على الرابط

<https://mfa.gov.il/MFAAR/InformationaboutIsrael/TheJewishReligion/IntroductionToJudaism/Pages/about%20the%20jewish%20religion.aspx>

سنختار أشهر المذاهب المعاصر ونقوم بالتفصيل فيها وشرح أهم معتقداتها وأهم الاختلافات بينها وسنبين أي مذهب من المذاهب هو المسيطر على زمام السلطة الدينية في إسرائيل.

المذاهب اليهودية المعاصرة:

سنكتفي بثلاث مذاهب معاصرة والاكثر انتشارا بين اليهود في عصرنا الحالي

- المذهب اليهودي الارثوذكسي:

اليهودية الأرثوذكسية فرقة دينية يهودية حديثة ظهرت في أوائل القرن التاسع عشر، وجاءت كرد فعل للتيارات التنويرية والإصلاحية بين اليهود، وتعتبر الأرثوذكسية الامتداد الحديث لليهودية "الحاخامية التلمودية، القائمة على مبادئ وفكر الفريسيين والكتبة، مهيمنة على حياة جل الجماعات اليهودية منذ دمار ما سُمي الهيكل الثاني عام 70 م، وحتى ظهور حركة التنوير وعمليات التحرير.¹

يعد المذهب الأرثوذكسي المذهب الوحيد المعترف به في إسرائيل لتنظيم الشؤون الدينية والأحوال الشخصية والإشراف عليها مثل الطلاق والدفن والكشروت والتهود وغير ذلك، ويرجع هذا الاعتراف إلى بداية ظهور ما يسمى بالدولة العبرية عندما اتفق العلمانيون الصهاينة مع المتدينين اليهود على مايلي:

- أن يكون يوم السبت هو العطلة الرسمية.

- أن يطبق الكشروت في كل مؤسسات الدولة.

- أن تحترم الدولة نظام التربية الخاص باليهود الأرثوذكس.

ومنذ ذلك الحين يسيطر اليهود الأرثوذكس بفئاتهم المختلفة على الشؤون الدينية بكل مفاصلها في إسرائيل، كما أصبح لهم ثقل سياسي في إسرائيل حين أسسوا بعض الأحزاب الدينية السياسية.²

تتلخص عقيدة اليهود الأرثوذكس كما يلي:

- يؤمن اليهود الأرثوذكس بأن بالتوراة كمصدر اساسي لشريعتهم باعتبار أن الله هو كاتبها.

- يقدس اليهود الارثوذكس التلمود الذي يعتبرونه بأنه توراة أخرى شفوية غير مكتوبة، وهو عبارة عن

مجموعة القوانين والنظم والترتيبات التي دونت فيما بعد، بعد أن تناقلها الإسرائيليون شفهيًا جيلاً إثر جيل.

¹ محمود فتوح محمد سعدات، اليهودية الارثوذكسية في الكيان الصهيوني، شبكة الالوكة، نشر في 03/12/2014، تم معانيته بتاريخه 2018/11/12 على الساعة 21:19 على الرابط <https://www.alukah.net/culture/0/79272>

² مديرية الدراسات والتوثيق، الاثنيات العرقية والطوائف اليهودية في إسرائيل، ط1، مركز باحث للدراسات، بيروت، دون سنة، ص ص 459، 460.

- الدين اليهودي ليس عقيدة كما هو الحال في المسيحية، كما أن الخلاص أو الفلاح، ليس بالإيمان، بل بالعمل، فالدين اليهودي نظام حياة قبل أن يكون عقيدة.

- الإيمان بأن التعايش مع الآخرين يكون عندما ينصاعون إلى مبادئ التوراة وقوانينها.

- الإيمان بأن الذين تخرجوا من معاهد الرابانية الأرثوذكسية، وحصلوا منها على إجازة "سميحا" لهم وحدهم الحق في إقامة الطقوس الدينية والتكلم في أمور الدين وتفسير التوراة، وعليهم طبعاً القيام بهذه الواجبات تماماً كما قام بها الأولون بالتواتر.

- الإيمان بأن اليهود هم شعب الله المختار، الذي يجب أن يعيش منعزلاً عن بقية الشعوب من أجل تحقيق رسالته، و"المسيح المنتظر" الذي هو من سلالة النبي داود، سيعود لبناء "مملكة إسرائيل" من جديد.

- احترام يوم السبت؛ فهو العيد الأسبوعي أو يوم الراحة عند اليهود، ويحرم فيه العمل، وهو فرض من فرائض التوراة، وهو من أهم الشعائر التي تُتميز اليهود عن غيرهم.¹

- يؤمن الأرثوذكس بالمسيح لكنه ليس عيسى وإنما هو مسيح آخر سيظهر من بينهم.²

- المذهب اليهودي الاصلاحى:

يعتبر المذهب الاصلاحى هو أحد المذاهب التي انشقت عن المذهب الارثوذكسي المتشدد، ويعد الحاخام الألماني أبراهام غيرت (ت 1874) أشهر الداعين إلى الاصلاح، ومن المؤسسين لليهودية الاصلاحية والمنظرين لها، ظهر المذهب اليهودي الاصلاحى في بداية القرن 19 في المانيا لأسباب اقتصادية واجتماعية نجمت عن عصر التنوير لليهود والتي من بينها اختلاطهم مع غيرهم ما ادى الى حدوث تغيير في نمط حياتهم وكان من نتائج ذلك تخلي الكثير منهم عن اليهودية واندماجهم في المجتمع الذي يعيشون فيه، في حين رأى آخرون من اليهود بأن الطريق الأفضل لإبقاء اليهود ضمن اليهودية هو إجراء إصلاح على الشريعة يقلل من شعائرها وطقوسها ويجعلها تتناسب وروح العصر وكانت بدايات هذا الإصلاح في ألمانيا.

أهم الاصلاحات التي قام بها المذهب الاصلاحى على العقيدة اليهودية:

- إقامة الصلاة بلغة البلد الذي يقيم فيه اليهود بدل اللغة العبرية والآرامية.

¹ محمود فتوح محمد سعدات، اليهودية الارثوذكسية في الكيان الصهيوني، شبكة الألوكة، نشر في 03/12/2014، تم معانيته بتاريخه 2018/11/12 على الساعة 21:19 على الرابط

[/https://www.alukah.net/culture/0/79272](https://www.alukah.net/culture/0/79272)

² مديرية الدراسات والتوثيق، مرجع سابق، ص 463.

- أصبح وقت الصلاة أقصر عند الإصلاحيين مكان كانت عليه وتصاحب ادائها الموسيقى كما عند المسيحيين ويلبس الحاخامون في الصلاة نفس الزي الذي يلبسه القسس، كما أزالوا الحواجز بين الرجال والنساء في الكنيس (المحيصاه) وألغوا كذلك غطاء الرأس (الكباه) عند أداء الصلاة (بعض الإصلاحيين يلبسه اختياريًا في الوقت الحالي).

- ألغوا من الصلاة الإشارات إلى الجوانب القومية والإثنية وما يشير إلى الصهيونية.

- حذف أبراهم غيرت بعض المقاطع من الصلاة التي تشير إلى شعب الله المختار.

- لا يعترف الإصلاحيون بقديسية التلمود باعتباره أنه كان مشافهة بعد ذلك تم تدوينه من أناس غير معصومين من الخطأ.

- يرفض الإصلاحيون الاعتقاد الذي يقول بأن المسيح هو المخلص بل يعتقدون بأنه يقصد به ظهور عصر مسيحانيا.

- قاموا بتغيير يوم السبت المقدس من السبت إلى يوم الأحد، وقاموا بإلغاء الختان.¹

- المذهب اليهودي المحافظ:

بعدما أخذ أنصار المذهب الإصلاحي يرفضون معتقدات مهمة في اليهودية ويغيرونها، قرر مجموعة من اليهوديين الانشقاق عن الحركة الإصلاحية وتم ذلك في المؤتمر الذي عقد في فرانكفورت عام 1845م، حيث قاد هذا الانشقاق الحاخام زكريا فرانكل (ت 1875م) الذي خرج محتجا على بعض التغييرات التي مست الشريعة اليهودية وعدم استعمال اللغة العبرية، وقال بأن التغيير يجب أن يأتي من الناس لأن إرادة الجماعة هي التي تقرر ما يجب أن يجرى على الشريعة من تغييرات، ودعا إلى تغيير تدريجي وليس ثوريا، وكانت له آراء أخرى أطلق عليها فيما بعد اسم اليهودية الإيجابية التاريخية، فهي إيجابية نحو التقاليد والشريعة وهي تاريخية لأنها تنظر نظرة نقدية تاريخية إلى اليهودية، وقد طور أتباع ومؤيدي هذه الأفكار حتى أصبحت مذهبًا قائمًا بنفسه سمي المذهب اليهودي المحافظ.

أهم الخلافات بين المذهب الإصلاحي والمذهب المحافظ:

- يتحفظ أتباع المذهب الإصلاحي على قرار المذهب المحافظ الذي يقضي بأن الاعتراف بيهودية شخص ما يجب أن يولد لأب يهودي وليس فقط لأم يهودية.

¹ نفس المرجع، ص 456، 458.

أهم أوجه التشابه بين المذهب الاصلاحي والمحافظة:

- يتفقان في نظرتهما إلى الشريعة اليهودية من حيث ضرورة استمرار تطورها طبقا للظروف، وإن كانت نظرة المذهب الاصلاحي أكثر تطرفا.
- يتفقان حول أن تصبح المرأة حاخامة وأن تعد من بين المصلين الذين يمكن أن تقام بهم الصلاة (المنيان).
- يتفقان على جواز الذهاب إلى الكنيسة بالسيارة يوم السبت.
- يتفقان على عدم الالتزام بلبس الكباه (القلنسوة).
- يجب الإشارة إلى أن اتفاق هذين المذهبين على هذه المسائل عمق شق الخلاف بينهما وبين الارثوذكسية.
- الإجراءات التي قام بها أتباع المذهب الأرثوذكسي للحد من سلطة المذهبين اللذين يخالفانه:

- اليهود الأرثوذكس لا يعترفون بعقود زواج المذهبين.
- لا يعترف الأرثوذكس المتهود عن يد غيرهم.
- يعترف اليهود الأرثوذكس بيهودية الشخص عن طريق أمه.
- لا يسمح لاتباع المذهبين بدخول كنيس الأرثوذكس.
- لا يسمح لاتباع المذهبين بالزواج في كنيس الارثوذكس
- يؤمن الأرثوذكس بالمسيح لكنه ليس عيسى وإنما هو مسيح اخر سيظهر من بينهم.¹

2- الديانة المسيحية:

تنسب الديانة المسيحية إلى عيسى عليه السلام أو كما يطلق عليه المسيحيين يسوع، تقسم الأسفار فيها إلى أسفار العهد القديم Old Testment وهو الكتاب اليهودي المقدس الذي قبلته المسيحية جزءا من كتابها المقدس باعتبار تسلسل السنوات عن عهد ابراهيم عليه السلام وعددها 39 سفرا، وأسفار العهد الجديد New Testment

ويشار إليه بالكتاب المسيحي المقدس ويبلغ عدد 27 سفرا، وللمسيحيين أربعة اناجيل متداولة هي*:

¹ نفس المرجع، ص ص 458، 463.

عليه السلام ببعثة النبي محمد عليه الصلاة والسلام. " انظر منصور الحلو، حوار الحضارات، منشأة المعارف، الاسكندرية، 2007، ص ص 129-132.

أنجيل متى: هو أول الأناجيل في لائحة أسفار العصر الجديد، ومتى هو أحد الرسل الاثني عشر، بشر متى يهود فلسطين وذهب إلى بلاد العرب حيث بلغ الحبشة، أما اللغة التي كتب بها انجيله فهي اللغة الآرامية ثم نقلها المسيحيون إلى اللغة اليونانية.

إنجيل مرقس: دلت الدراسات الحديثة على أن مرقس دون إنجيله باللغة اليونانية حوالي 70 م هذا يعني أنه أقدم الاناجيل، لم يكن مرقس أحد رسل يسوع الاثني عشر بل كان تلميذ بطرس ومنه استقى جميع معلوماته من يسوع.

إنجيل لوقا وأعمال الرسل: كان لوقا يونانيا ويرجح أنه أنطاكي الأصل، وهو تلميذ بولس الرسول أفاد لوقا من أنجيل مرقس، لكنه جمع من المراجع الموثوق بها ما استطاع إليه سبيلا، وإنجيله أقرب ما يكون إلى سرد حياة يسوع، دون لوقا انجيله بأسلوب يوناني في حدود السنة 85م.

أما أعمال الرسل فهو كتاب يكمل الانجيل كما رواه لوقا، يروي هذا السفر كيف نشر التلاميذ الأولون بهداية روح القدس، بشارة يسوع المسيح في اورشليم واليهودية كلها، والسامرة حتى أقاصي الأرضي، وضعه لوقا حوالي 85م فرسم لوحة جامعة للسنيين الثلاثين لحياة الجماعة المسيحية الأولى.

انجيل يوحنا: هو ذلك التلميذ الذي احبه يسوع وأحد الرسل الاثني عشر، دون انجيله باليونانية أثناء إقامته في أفسس حوالي 95 م. انجيل يوحنا بسيط مكتوب بكلمات تستعمل كل يوم، إنه يشدد على المواضيع الكبرى التي تهم المسيحيين، كالحياة والموت والحب والحرية والخير... ملخصا لحياة يسوع وتعاليمه.

الفرق النصرانية المعاصرة:

تجمع الفرق النصرانية المثلثة اليوم على القول بأن الله إله واحد في جوهره، لكنه مثلث من جهة أقانيمه، وتجمع أيضاً على أن أول هذه الأقانيم هو الآب، وثانيها هو الابن (الكلمة)، وثالثها هو روح القدس. وتعتقد أن الثلاثة إله واحد. سنتوقف بعض الشيء مع الفرق النصرانية الكبرى، ونذكر أوجه الاختلاف بينها وظروف نشأة كل منها.

- الأرثوذكس

* يجدر الإشارة إلى أننا استندنا في شرحنا للأنجيل الأربع من منظور مسيحي حسب ما أوردته صاحبة المؤلف المسيحية نهي النجار ولاحظنا بأنها استندت لإنجيل برناب لأنه حسب منظور الحلو أن هذا الانجيل "ترفضه الكنيسة فقد أثار هذا الانجيل جدلا كبيرا بين المؤيدين والمعارضين في صحة نسبة هذا الانجيل إلى صاحبه، وهناك من قال بأنه كتبه أحد المسلمين ليضرب به الديانة النصرانية ويختلف انجيل برناب عن الاناجيل الأربع اختلافا جوهريا فيما يلي: يقر انجيل برناب بأن المسيح لم يصلب ولكنه شبه لهم، يقر بأن ميسا او المسيح المنتظر الذي ورد ذكره في العهد القديم ليس يسوع بل نوح عليه السلام، يقر بأن المسيح قد بين أن ذبيح الذي تقدم به ابراهيم عليه السلام للفداء هو إسماعيل وليس اسحاق كما هو مذكور في تورا اليهود، ورد في هذا الانجيل عدة عبارات بشرت على لسان عيسى

وهم أتباع الكنائس الشرقية (اليونانية)، وكلمة "أرثوذكس" كلمة لاتينية معناها: "صحيح أو مستقيم العقيدة" أو "مذهب الحق"، ينتشر أتباع الكنيسة الأرثوذكسية في روسيا وعموم آسيا وصربيا ومصر والحبشة، ويتبعون أربع كنائس رئيسة لكل منها بطريرك: القسطنطينية والإسكندرية وأنطاكية وأورشليم. وقد انقسمت الكنيسة الأرثوذكسية في أعقاب مجمع القسطنطينية الخامس 879م إلى قسمين كبيرين: الكنيسة المصرية أو القبطية أو المرقسية، وكنيسة القسطنطينية، المسماة بالرومية أو اليونانية.¹

وأبرز معتقدات الكنيسة الأرثوذكسية وفروقاتها عن الكنائس الأخرى:

- أن الله هو الإله الواحد من جهة جوهره، المثلث من جهة أقانيمه، فالله هو الأب والابن والروح القدس.
- يرى أرثوذكس الكنيسة المرقسية المصرية أن المسيح له مشيئة واحدة وطبيعة واحدة اتحدت فيها الطبيعتان الإلهية والإنسانية في اتحاد عجيب، لا اختلاط فيه ولا تمازج ولا تغيير.
- يؤمن النصارى الأرثوذكس أن روح القدس انبثق من الأب فقط.
- يؤمن النصارى الأرثوذكس بأسفار الأبوكريفا السبعة التي يؤمن بها الكاثوليك، وإن كانت الكنائس الأرثوذكسية تستخدم في طقوسها وتعليمها النسخة البرتستنتية التي تحذف هذه الأسفار.²
- يؤمن النصارى الأرثوذكس بأسرار الكنيسة السبعة (المعمودية - الميرون المقدس - القربان المقدس - الاعتراف - مسحة المرضى - الزواج - الكهنوت)

- الكاثوليك:

هم أتباع الكنائس الغربية التي يرأسها بابا الفاتيكان في روما، وكلمة "الكاثوليك" كلمة لاتينية، تعني "العام أو العالمي". ينتشر أتباع هذه الكنيسة في بقاع كثيرة من العالم، ويشكلون عدداً كبيراً من سكان أوروبا. وقد وجدت هذه الكنيسة بعد تصدع الكنيسة الأم بعد صراع سياسي ديني طويل يمتد إلى القرن الخامس الميلادي، حين قسم الإمبراطور تيودوراسيوس إمبراطوريته عام 395م بين ابنه، فتولى أكادبوسيسوس الشطر الشرقي وعاصمته القسطنطينية، فيما تولى نوريوس الشطر الغربي وعاصمته روما.

وبدأ الصراع والتنافس بين المركزين، وفي عام 451م وعقب مجمع خلقدونية* انفصلت الكنيسة المصرية (أول الكنائس الأرثوذكسية) عندما قالت بطبيعة واحدة للمسيح منكراً ما ذهب إليه المجمع من أن للمسيح طبيعتين

¹ منقذ بن محمود السقار، مرجع سابق، ص 13.

² نفس المرجع، ص 15.

* مجمع خلقدونية هو مجلس الكنيسة الذي عقد في الثامن من أكتوبر (تشرين الأول) إلى الأول من نوفمبر (تشرين الثاني) 451م، في خلقدون، وهي مدينة إغريقية قديمة في آسيا الوسطى على مضيق البوسفور، وهي منطقة كاديكوي في مدينة إسطنبول حالياً. "أنظر علاء الدين السد، (2017). "الأرثوذكس

ومشيئتين، ثم انفصلت بقية الكنائس الشرقية عقب مجمع القسطنطينية الرابع 869م، والخامس 879م، بسبب إصرار الغربيين على اعتبار الروح القدس منبثقاً من الأب والابن معاً.¹

يعتبر الكاثوليك بأن أركان الثلاث شخصيات أو ثلاث ذوات، لكل منها مهام منفصلة، وترجع إلى ذات واحدة موجودة في الأزل، ويرون لكل أقنوم وظيفة واختصاصاً، فهم يسندون للأب خلق العالم والحفاظة عليه، وللابن كفارة الذنوب وتخليص البشر، وأما الروح القدس فيتولى تثبيت قلب الإنسان على الحق وتحقيق الولادة الروحية الجديدة.

وأما أبرز ما يختلف فيه الكنيسة الكاثوليكية عن الأرثوذكسية المصرية فهو:

- قولهم بأن المسيح له طبيعتان ومشيتان: إلهية وإنسانية، فهو عند الكاثوليك إله تام وإنسان تام، وفيه اتحد الابن بناسوت المسيح.
- الأب والابن وروح القدس هي الأقانيم الأزلية للإله، والمتحد منها بجسد المسيح الإنساني هو الابن فقط.
- روح القدس انبثق من الأب والابن معاً، وهو مساوٍ للأب والابن.
- الأرواح الخاطئة لن تدخل الجنة حتى تتطهر في جحيم صغير في مكانٍ ما من الأرض يسمى: "المطهر" تتطهر به أرواح العصاة، ثم تكون أهلاً لدخول الفردوس.²
- صلوات الكهنة ترفع العذاب عن النفوس الخاطئة، ومنه نشأت فكرة صكوك الغفران التي أقرها المجمع الثاني عشر المنعقد عام 1215م.
- القول بعصمة بابا روما، وبأنه وريث سلطان بطرس الذي دفعه له المسيح وبذلك تسمى أيضاً كنائس الكاثوليك بالكنائس البطرسية.
- تقديس الكنيسة الكاثوليكية مريم، وتسميها (والدة الإله) و (خطيبة الله)، وتخصها ببعض الصلوات والإبتهالات.
- البروتستانت:

والكاثوليك والبروتستانت.. هل تعرف الفرق بين هذه الطوائف المسيحية؟" على الرابط: [https://www.sasapost.com/orthodox-](https://www.sasapost.com/orthodox-catholic-protestant/)

[catholic-protestant](https://www.sasapost.com/orthodox-catholic-protestant/)

¹ نفس المرجع ، ص 16.

² نفس المرجع، ص 17.

في القرن الـ16، وتحديدًا عام 1529، قام مارتن لوثر بثورة ضد الكنيسة الكاثوليكية، والتي أطلق عليها ثورة الإصلاح. مارتن لوثر هو راهب ألماني وأستاذ اللاهوت، ويعتبر مطلق عصر الإصلاح في أوروبا، وذلك في أعقاب اعتراضه على ما يعرف بـ"صكوك الغفران"

وأبرز معتقدات الكنيسة البروتستانتية المؤسسة على ضوء فكر لوثر هي:

- يرى لوثر بأن الحصول على الخلاص أو غفران الخطايا هو «هدية مجانية ونعمة الله من خلال الإيمان بيسوع المسيح مخلصًا»، وبالتالي ليس من شروط نيل الغفران القيام بأي عمل تكفيري أو صالح.
- رفض السلطة التعليمية في الكنيسة الكاثوليكية والتي تجعل البابا هو صاحب القول النهائي الفاصل فيما يتعلق بتفسير الكتاب المقدس، إذ اعتبر لوثر أن لكل مسيحي الحق في تفسيره.
- عارض لوثر سلطة الكهنوت الخاص باعتبار أن جميع المسيحيين يتمتعون بدرجة الكهنوت المقدسة، كما سمح لوثر للقسيسين بالزواج.¹

➤ أوجه الاختلاف والتشابه بين الفرق المسيحية الثلاث:

✓ أوجه التشابه:

تؤمن الكنائس الثلاث بالثالوث الأقدس، والثالوث في اللاهوت المسيحي هو معتقد ديني يعني أن الله الواحد مكون من ثلاثة أقانيم أو ثلاث حالات في نفس الجوهر المتساوي، والعلاقة بين الثالوث متكاملة، فقد أرسل الأب الابن إلى العالم، وحدث ذلك بواسطة الروح القدس، بحسب اللاهوت المسيحي.

✓ أوجه الاختلاف:

- في الوقت الذي يعتقد البروتستانت والكاثوليك بانبثاق الروح القدس من الأب والابن، إلا أن هذا مخالف لعقيدة الكنيسة الأرثوذكسية، التي تؤمن بانبثاق الروح القدس من الأب وحده.
- تؤمن الكنيسة الأرثوذكسية أن كلاً من طبيعة المسيح اللاهوتية والانسانية*، متحدتان معاً في طبيعة واحدة، وأتباع هذه الكنيسة يؤمنون أن المسيح كامل في لاهوته، وكامل في ناسوته، وأن لاهوته لم يفارق ناسوته،

¹ علاء الدين السد، الأرثوذكس والكاثوليك والبروتستانت.. هل تعرف الفرق بين هذه الطوائف المسيحية، موقع ساسة بوست، نشر 09 يوليو 2017 على الساعة 15:00 على الرابط: <https://www.sasapost.com/orthodox-catholic-protestant/>

* اللاهوت: وهو كل ما يتعلق ويخص الذات الإلهية، أي كل ما يرتبط بالإله، والانسانية: وهي تعني كل ما يخص الإنسان، وفكرة إيمان المسيحيين بلاهوت المسيح وناسوته تعني أن المسيح هو إله كامل وإنسان كامل "أنظر علاء الدين السد، (2017). "الأرثوذكس والكاثوليك والبروتستانت.. هل تعرف الفرق بين هذه الطوائف المسيحية؟" على الرابط: <https://www.sasapost.com/orthodox-catholic-protestant/>

ولا طرفة عين، لذلك لا يتكلمون مطلقاً عن طبيعتين بعد الاتحاد، مثلما تقول به الكنيسة الكاثوليكية والبروتستانتية.

- تتفق الكنيسة الكاثوليكية والأرثوذكسية في قبولهما بالأسرار السبعة (المعمودية - الميرون المقدس - القربان المقدس - الاعتراف - مسحة المرضى - الزواج - الكهنوت)، وذلك على عكس الكنائس البروتستانتية التي لا تؤمن بها، وإن وجد عندهم طقس مشابه فإنهم لا يطلقون عليه سرّاً كنسياً.

- الكنيسة الكاثوليكية تؤمن بشفاعة مريم العذراء وهي بالنسبة لهم أم الإله، كما يؤمن أتباع الكنيسة بالقدسين وشفاعتهم، وتقوم بتعيين قديسين بشكل مستمر. الكنيسة الأرثوذكسية تتماثل مع الكاثوليكية في هذه الأسس، إلا أن منح القداسة عندهم صعب جداً، ومن الناحية الأخرى، لا تؤمن الكنائس البروتستانتية بشفاعة مريم العذراء أو بشفاعة القديسين، بل إن بعض الطوائف تشكك في عقيدة البتولية الدائمة لمريم.¹

يمكن القول بأن مختلف الفرق المسيحية تتفق على الوهية المسيح وتقديسه أو على الأصح إله متجسد رغم الاختلاف في طبيعته، وتؤمن بأن لله ثلاث أقانيم الأب والابن وروح القدس تجتمع في شخص واحد هو الإله. يعتبر هذا توحيداً عند المسيحيين في حين يعتبر هذا شركاً عند المسلمين وتعتبر هذه النقطة إلى نقطة الخلاف اللاهوتية الكبرى بين المسلمين والمسيحيين.

3- الديانة الإسلامية:

الإسلام لغة يعني الخضوع والانقياد أما اصطلاحاً فيعني الانقياد والخضوع للأوامر والنواهي بمعنى القبول والإذعان.²

يرى صالح بن محمد العثيمين بأن الإسلام هو " هو الإستسلام لله بالتوحيد أي بأن يستسلم العبد لربه استسلاماً شرعياً وذلك بتوحيد الله عز وجل وإفراده بالعبادة".³

ينقسم الإسلام حسب الباحثين المسلمين إلى إسلام عام وإسلام خاص، فالإسلام العام " يتناول كل شريعة بعث بها نبيا، فإنه يتناول إسلام كل أمة متبعة لنبي من الأنبياء، ورأس الإسلام مطلقاً شهادة أن لا إله إلا

¹ علاء الدين السد، الأرثوذكس والكاثوليك والبروتستانت.. هل تعرف الفرق بين هذه الطوائف المسيحية، موقع ساسة بوست، نشر 09 يوليو 2017 على الساعة 15:00 على الرابط: <https://www.sasapost.com/orthodox-catholic-protestant/>

² منير محمد البياتي، وقحطان عبد الرحمن الدوري، المدخل إلى الدين الإسلامي، ط1، دار الحرية، بغداد، 1986، ص 09، 10.

³ محمد بن صالح العثيمين، شرح ثلاثة الأصول، ط4، ج1، دار الثريا، الرياض، 2004، ص 68.

الله وبما بعث جميع الرسل." والإسلام الخاص " المقصود به ما بعث الله به مُحمَّدًا عليه الصلاة والسلام المتضمن لشريعة القرآن الكريم...".¹

يعتمد المسلمون على القرآن الكريم بالدرجة الأولى الذي هو كلام الله أوحى به إلى نبيه مُحمَّد عليه الصلاة والسلام وعلى الأحاديث النبوية الشريفة، والتي هي مجموع أفعال وأقوال النبي مُحمَّد عليه الصلاة والسلام.

➤ أشهر المذاهب الإسلامية:

لقد اشتهرت في الإسلام أربع مذهب فقهية ولا زالت يعتمد عليها المسلمون إلى يومنا هذا وهي كالآتي:

مذهب الامام أبي حنيفة النعمان:

ترجع نشأة المذهب الحنفي إلى أوائل القرن الثاني الهجري، وتحديدًا سنة 120 هـ، وذلك يوم أن جلس أبو حنيفة على كرسي الافتاء والتدريس خلفًا لشيخه حماد بن أبي سليمان، حيث يعد المذهب الحنفي أحد أهم المذاهب الفقهية المعتمدة، وأقدمها، وهو أوسع المذاهب انتشارًا وأكثرها اتباعًا، ويصل عدد أتباعه إلى أكثر من ثلث مسلمي العالم.²

مذهب مالك بن أنس:

المذهب المالكي هو ثاني المذاهب الإسلامية المعتمدة في الفقه الإسلامي؛ من حيث الترتيب الزمني، وينسب إلى عالم المدينة، وإمام دار الهجرة مالك ابن أنس الأصبحي، وهو من أصح المذاهب وأعدلها في العقيدة والأحكام.³

مذهب الامام مُحمَّد بن ادريس الشافعي:

¹ محمد بنتاجة، مرجع سابق، ص ص 84، 90.

* هو أبو حنيفة النعمان بن ثابت زوطي بن ماه التيمي الكوفي أحد اعظم أئمة الاسلام، قد رجح اغلب العلماء بأنه ولد سنة 80 هجرية بالكوفة وتوفي في السجن سنة 150 هجرية أي ما يناهز السبعون سنة، صلي عليه ستة مرات من شدة الزحام ودفن في مقابر الخيزران في بغداد. انظر وحدة البحث العلمي بإدارة الافتاء، مراجعة أحمد الحجى الكردي وآخرون، المذاهب الفقهية الأربعة، ص ص 14-05.

² وحدة البحث العلمي بإدارة الافتاء، مراجعة أحمد الحجى الكردي وآخرون، المذاهب الفقهية الأربعة، ط 1، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، الكويت، 2015، ص ص 15، 03.

* هو أبو عبد الله مالك بن أنس بن مالك بن أبي عامر بن عمرو بن غيمان بن خثيل بن عمرو بن الحارث-ذو أصبح-، الحيميري، الأصبحي المدني، ولد على الأصح سنة 93 هـ بقرية ذي المروة شمال المدينة النبوية، وأمه هي عالية بنت شريك الأزدي، نشأ في اسرة كريمة مشهورة بالعلم والحديث والفقه وغيرها من العلوم، توفي على الأرجح يوم الأحد 14 ربيع الأول 179 هـ ودفن في البقيع بالمدينة النبوية. " أنظر وحدة البحث العلمي بإدارة الافتاء، مراجعة أحمد الحجى الكردي وآخرون، المذاهب الفقهية الأربعة، ص ص 67-57.

³ وحدة البحث العلمي بإدارة الافتاء، مراجعة أحمد الحجى الكردي وآخرون، مرجع سابق، ص 55.

* هو الامام أبوعبد الله مُحمَّد بن إدريس بن العباس بن عثمان بن شافع بن السائب، ينتهي نسبه عند مناف جد النبي صلي الله عليه وسلم، ولد الشافعي بغزة وقيل بعسقلان وقيل باليمن سنة 150 هـ، وهي السنة التي توفي فيها أبو حنيفة النعمان وقيل في اليوم الذي توفي فيه، توفي والده بعد ولادته بقليل، فحملته أمه إلى مكة لينشأ -وهو طفل لم يتجاوز السنتين- بين قومه بني المطلب القرشيين، وفي هذه المرحلة حفظ القرآن الكريم والموطأ وتردد على قبائل العرب ما ساعده على اتقان اللغة، توفي في مصر إثر اصابته بمرض الباسور في رجب 204 هـ عن 54 سنة من عمره. " أنظر وحدة البحث العلمي بإدارة الافتاء، مراجعة أحمد الحجى الكردي وآخرون، المذاهب الفقهية الأربعة، ص ص 127-121،

تعد مدرسة الشافعي من المدارس المعروفة بقوة تراثها الفقهي وأصولها التعقيدية، غنية بمجتهديها وفقائها، وقد تميزت عن غيرها من المذاهب بتأليف كتبها الإمام الشافعي في الفقه والأصول، فحازت بذلك ثباتا في المنهج، وتطورا منطقيا لأرائها الفقهية، متأثرة بالواقع الذي عاصرته، تغييرا وانتشارا.¹

مذهب الإمام أحمد بن حنبل:

المذهب الحنبلي هو رابع المذاهب الأربعة المعتمدة عند جمهور المسلمين، من حيث النشأة والظهور، وهو منسوب إلى الإمام أحمد بن حنبل الشيباني، الإمام المحدث الفقيه، أشتهر بتعظيمه للنصوص، وآثار الصحابة، وبني جل فقه عليها.²

الفرق الإسلامية:

هناك العديد من الفرق الإسلامية وبينها العديد من الفروق وقد تصل في بعض الأحيان إلى تكفير طرف لآخر ونجد بأن أهل السنة والجماعة أو كما يسمون أيضا بالفرقة الناجية تعتقد بأنها هي الفرقة الصحيحة وهي التي تطبق عقيدة الإسلام وهي الأكثر انتشارا وتقوم بنفي كل الفرق الأخرى تتهمها بالظلال ومن بين هذه الفرق الإسلامية نذكرها بإيجاز:

أهل السنة والجماعة، الديوبندية، الجهمية، الشيعة، الخوارج، المعتزلة، المرجئة، الماتريدية، الأشاعرة، الصوفية.³

ثانيا: الأديان الوضعية

وهي تعني تلك الأديان التي أسسها ووضعها بني البشر من خلال الواقع الاجتماعي وليست منزلة عن طريق الوحي من الله ويمكن أن نذكر بعض هذه الأديان منها (الديانة الكونفوشسية، الديانة الفيدية، الديانة البوذية)،⁴

¹ وحدة البحث العلمي بإدارة الافتاء، مراجعة أحمد الحجي الكردي وآخرون، مرجع سابق، ص 119.

* هو أبو عبد الله أحمد بن محمد بن حنبل بن هلال بن أسد الشيباني، يلتقي نسبه بالنبي عليه الصلاة والسلام في نزار بن معد بن عدنان، أما أمه فهي شيبانية أيضا واسمها صفية، ولد في ربيع الأول من سنة 164 هـ ببغداد، وتوفي والده بعد ولادته بثلاث سنوات، كان في صباه شديد الشغف في العلم وطلبه وتميز عن شبابه بالورع وعفة اللسان، وافته المنية ببغداد ضحى يوم الجمعة 12 ربيع الأول سنة 241 هـ وقد ناهز عمره 77 سنة.

² وحدة البحث العلمي بإدارة الافتاء، مراجعة أحمد الحجي الكردي وآخرون، مرجع سابق، ص 161.

³ أنظر موسوعة الفرق المنتسبة للإسلام، أعدادا مجموعة من الباحثين تحت إشراف الشيخ العلوي بن عبد القادر السقاف، الجزء 1 ص 196، الجزء 2 ص 203، الجزء 3 ص 11، 120، الجزء 4 ص 326، الجزء 5 ص 144، الجزء 6 ص 417، الجزء 8 ص 445، موقع الدرة السني على الانترنت

dorar.net

⁴ خزعل الماجدي، مرجع سابق، ص ص 53-55.

الديانة الكونفوشسية :

هي إحدى الديانات الصينية أسسها كونفوشيوس* على أسس بسيطة فقد أثر كونفوشيوس صرف الأنظار عن الميتافيزقيات، وخوارق الطبيعة، والغيبيات، وتوجيه الأذهان إلى مشكلات المجتمع البشري الجوهرية، والاهتمام بتنظيم الدولة، وكان إيمانه عارما بنظام طبيعي خلقي، وكانت السماء لديه عناية ربانية هادية؛ الأمر الذي يقتضي من الإنسان أن يعمل وفق ارادتها، ويتأتى فهم هذه الإرادة بالتاريخ.

ومن الطبيعي أن قام الكهنة بتحويل هذا الرجل المصلح إلى إله يعبد فقد أجمع الكهنة على عبادته وتقديس تعاليمه، وأصبحت الكتب التي تركها بعد موته كتب مقدسة لها من القداسة ما لأي كتب سماوية عندهم، حتى عدت فيما بعد دستورا للصين وهذه الكتب الثلاث هي : مختارات كونفوشيوس، وكتاب تعاليم البالغين وكتاب الاعتدال. وله مؤلفات أخرى هي تلخيصات وشروحات للكتب المقدسة ولقد كانت شروحه وتعليقاته متضمنة منهجه وآراءه في الدين والأخلاق والسلوك القويم.¹

أساس العقيدة التي تقوم عليها الديانة الكونفوشسية اليوم هي ما كان يعتقد الصينيون القدماء، ولا تزال أثاره في عقيدة أكثر الصينيين المعاصرين، وأساس هذه العقيدة هي أنهم يعبدون ثلاثة أشياء: السماء والأرواح المسيطرة على ظواهر الأشياء (الملائكة) وأرواح الآباء، وعبادة الصينيين هي غناء ورقص وموسيقى وكأنهم بهذه الأعمال يشركون آلهتهم معهم في سرورهم وأفراحهم وأغانيهم وموسيقاهم، ولم يكن الصينيون القدماء يؤمنون بالجنة والنار ولا العقاب والثواب، ولقد أخذ كونفوشيوس بهذه العقائد ولم يزد عليها، فلم يؤمن باليوم الآخر، ولم يفكر في الحياة بعد الموت، بل كان كل هم إصلاح حياة الدنيا.²

* كونفوشيوس أو كونغ فوتس ويعني اسمه فوتس الحكيم ولد عام 551 ق.م في إحدى قرى مقاطعة "لو" ولاية شاننج بالصين، نسب أسرته من فرع ملكي ولقد كان أبوه قائدا عظيما وحاكما لأحد المدن، فقد أباه وهو في الثالثة من عمره، تزوج كونغ قبل أن يبلغ العشرين من عمره لكن لم يجد في زوجته الرفيقة التي تشاركه أفكاره وطموحاته ففارقها بعد سنين معدودة بعد أن أنجب منها صبيا. كان كونغ يعلم ويتعلم وكان على اتصال بالفيلسوف لوتس، كان يطوف في مقاطعات الصين ويقوم بإرشاد الأمراء، وحينما استقر في ولايته عين حاكما لأحد مدنها. قم قام أمير المقاطعة بتزويجه إلى نائب ثم ولاة وزارة العدل. اعتزل كونغ فيما بعد الحكم وعاد إلى الطواف في الأقاليم، ثم عاد إلى مقاطعة "لو" وعكف الحكيم على مدراسة أصدقائه. ترك كونغ بعد موته تلاميذ أخذوا على عاتقهم نشر دعوته إلى أن صارت أفكاره مذهباً رسمياً لتلك البلاد. كان كونفوشيوس يخشى على الفطرة من اللذات، لذلك كان يبحث على الخشونة في العيش، وقال بأن اللذات هي بمثابة آفة للإنسان وتعمل على السيطرة عليه، ويقول أيضا بأن ثمة الآداب حسن العشرة، فهو يرى بأن الأخلاق تبدأ من الفرد وتنقل إلى إصلاح الجماعة، فالرجل الفاضل لا يتحيز ولا يتعصب، لا مغالبة ولا تنازع، كما دعا كونغ إلى احترام الآباء والعناية بتماسك الأسرة هذه بعض ارثه الخلقية اما السياسية الحكيمة هو ما تقوم على الأخلاق القويمة وأن القادة يؤثرون بأخلاقهم أكثر مما يؤثرون بقوانينهم وأن العامة يسبغون على أخلاق حكامهم. انظر منصور الحلو، خوار الحضارات، ص ص 70-76.

¹ منصور الحلوم، مرجع سابق، ص ص 76، 77.

² الامام محمد أبوزهرة، الديانات القديمة - مقارنة الأديان -، دون طبعة، دار الفكر العربي، القاهرة، دون سنة، ص ص 71، 73.

➤ الديانة الهندوسية:

قامت الهندوسية على أنقاض الفيدية وتشربت أفكارها، وتسمى الهندوسية أو الهندوكية، إذ تمثلت فيها تقاليد الهند وعاداتهم وأخلاقهم وصور حياتهم وأطلق عليها البراهمية ابتداءً من القرن الثامن قبل الميلاد نسبة إلى براهما Brahma وهو القوة العظيمة السحرية الكامنة التي تطلب كثيرا من العبادات كقراءة الأدعية وأنشاد الأناشيد وتقديم القرابين ومن براهما اشتقت كلمة البراهمة لتدل على رجال الدين الذين كان يعتقد أنهم يتصلون في طبائعهم بالعنصر الإلهي، لهذا كانوا كهنة الأمة لا تجوز الذبائح إلا في خضرتهم وعلى أيديهم.

يمكن القول بأن أساس الهندوسية هو عقائد الآريين بعد أن تطورت بسبب اختلاط الآريين وهم في طريقهم إلى الهند بشعوب كثيرة وبخاصة الإيرانيين، ثم تأثرت هذه العقائد بعد احتلال الآريين للهند بسبب الاتصال بأفكار السكان الأصليين، وبلفسفات وأفكار نشأت في الهند في مراحل متباعدة في التاريخ، حتى أصبحت الهندوسية بعيدة عن العقائد الآرية الأصلية.

الهندوسية هي أسلوب حياة أكثر مما هي مجموعة من العقائد والمعتقدات، تاريخها يوضح استيعابها لشتى المعتقدات والفرائض والسنن وليست لها صيغ محدودة المعالم، وما يرتفع إلى التجريدات الفلسفية الدقيقة.¹

كتاب الفيدا:

للفيدا قيمة تاريخية كبرى إذ تنعكس في هذا الأدب الديني حياة الآريين في الهند في عهدهم القديم ومقرهم الجديد، ففيه أخبارهم وترحالهم دينهم وسياساتهم حضارتهم وثقافتهم... وترى فيه مدارج الارتقاء للحياة العقلية من سذاجة البدو إلى شعور الفلاسفة. والفيدات عبارة عن أربع كتب دينية هي:

الريج فيدا Rig Veda : يقال بأن تأليفه يرجع إلى 3000 ق.م وتشمل 1017 أنشودة دينية وضعت ليتضرع بها أتباعها أمام الآلهة أو يتغنون بها عن الآلهة، وأشهر الآلهة التي ورد ذكرهم فيها هو الإله اندار الإلهة ثم الإله أغني الإله النار وراعي الأسرة، فالاله فارونا، فالاله سوريه (الشمس) وغيرهم.

ياجور فيدا Yajur Veda : وتشمل العبادات الثرية التي يتلوها الرهبان عند تقديم القرابين.

ساما فيدا Sama Veda : وتشمل الأغاني التي ينشدونها المنشدون أثناء إقامة الصلاة وتلاوة الأدعية.

أثار فيدا Athar Veda : وتشمل مقالات في السحر والتوهّمات الخرافية مصبوعة بالصبغة الهندية القديمة، فالحياة الهندية كما يصورها أثار فيدا مملوءة بالآثام، والآلهة كفت أيديها عن الخير ويروي أثار فيدا لجوء الناس إلى الخرافات والسحر ليحموا أنفسهم.²

¹ أحمد شليبي، أديان الهند الكبرى، ط11، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، 2000، ص ص 37، 38.

² أحمد شليبي، مرجع سابق، ص ص 39-41.

آلهة البراهمية :

لقد تعددت آلهة البراهمية حتى وصلت ثلاث وثلاثون الها، ثم عرا عقائدهم التغيير والتبديل حتى انحصرت الآلهة في ثلاثة أقانيم وذلك أن للعالم ثلاثة آلهة وهي:

براهما: وهو الاله الخالق مانح الحياة والقوى الذي صدرت عنه جميع الأشياء والذي يرجو لطفه وكرمه جميع الأحياء، وينسبون إليه الشمس التي بها يكون الدفأ وانتعاش الاجسام وتجري الحياة في الحيوان والنبات.
سيما أو سيوا: وهو الإله المخرب المفي الذي تصفر به الأوراق الخضراء ويأتي الهرم بعد الشباب وتفتى مياه الانهار في لج البحر، وينسبون اليه النار لأنها عنصر مدمر.
يشنو أو يشن: على حد تعبير البيروني حيث يعتقدون أن ويشنو هذا حل في المخلوقات ليقى العالم من الفناء التام.

هذه الآلهة الثلاث أقانيم لاله واحد وهو الروح الأعظم وأسمه بلغتهم (آتما)،

نظام الطبقات في الديانة الهندوسية:

الناس في نظر البراهمية ليسوا سواء بل هم مختلفون من حيث الطبقات والأعمال فقد قسموا إلى أربع طبقات:

الطبقة الاولى: وهي الطبقة البراهما وهم رجال الدين الذين يبينون أحكامه ويزعمون بأنهم خلقوا من رأس الاله براهما لذلك كانوا أعلى الناس وخلاصة الجنس البشري، ذلك أن الرأس موضع التدبير فيه.
الطبقة الثانية: هم طبقة الجند ويسميهم البيروني كشتري ويزعمون بأنهم خلقوا من مناكب براهما ويديه، لهذا هم الحماة والغزاة والقوة.

الطبقة الثالثة: هي طبقة الزراع والتجار وهم مخلوقون من ركبتى الإله براهما في زعمهم، وتمى بيش والمسافة بينهم وبين التي تسبقهم كبيرة جدا.

الطبقة الرابعة: وهي طبقة الخدم والأساري، يزعمون بأنهم خلقوا من قدمي الاله براهما، وتسمى شودر.¹

الديانة البوذية:

هي الديانة التي بشر بها **جوتاما سدهارتا بودا*** وتؤكد أربع حقائق نبيلة هي: هناك معاناة، للمعاناة أسبابها، السبيل إلى القضاء على المعاناة هو اتباع طريق الوسط الذي يشكله الطريق ذي الشعب الثماني وهي

¹ الامام محمد أبوزهرة، مرجع سابق، ص ص 23، 39.

* ولد **جوتاما- بودا** مؤسس المذهب البوذي في منتصف السنة 600 ق.م في بلدة على حدود نيبال، ينحدر من اسرة نبيلة وكان ابوه اميرا يسمى **كايبلا فاستو** وسمى **سيزاداسا** وعاش بودا عيشة ناعمة وتزوج في سن 19، وعندما بلغ 29 سنة انصرف إلى الزهد والتأمل، هجر زوجته وخرج هائما في الأعراس والغابات راغبا عن الدنيا تاركاً ملاذها غير راضي عن ما وصل إليه بين قومه من الذلة والمسكنة نتيجة نظام الطبقات الذي أحدثه كهنة البراهما، بغية ابقاء الشعب على حال من الجهل، والغفلة ليتوصلوا بهذه الوسائل إلى السيطرة على الشعب. بقي جوتاما-بودا ست سنوات وهو زاهد متأمل حتى بلغ 36 سنة من عمره، ويروى عنه بانه في إحدى الليالي وهو جالس تحت ظل شجرة، تجلى له نور وأنكث عن الغطاء وعرف كثيرا من الأسرار ولذلك أطلق عليه لقب "بودا العالم المستنير" ثم عاد بعد انقطاع 16 سنة إلى بني قومه ينشر دعوته

سلامة الرأي، وسلامة النية، وسلامة القول، وسلامة الفعل وسلامة العيش، وسلامة الجهد، وسلامة الوعي، وسلامة التركيز.

البوذية لم تعنى عما وراء الطبيعة، فلم تتجه إلى الدراسات التي تتصل بالالوهية وحدود سلطانها بل كل عنايتها كان من أجل اصلاح الإنسانية وانقاذها من الألم وبعادها عن الويلات برياضة الإنسان على هجر اللذات وتربية الإرادة على اهمالها.

وفيما يخص كتب بوذا فهي ليست منزلة ولا ينسبون ما فيها إلى جانب الهي؛ بل هي عبارات منسوبة إلى بوذا حكاية لأفعاله أو نقل لما أقره من أعمال أتباعه، وتنقسم الكتب البوذية إلى ثلاثة أنواع:

أولها يشمل على مجموعة القوانين البوذية ومسالكتها، وثانيها مجموعة الخطب التي ألقاها بوذا ووصيائه، وثالثها الكتاب الذي يحوي بيان أصل المذهب والفكر التي نبع منها، وبعبارة أدق الفلسفة التي قامت عليها الديانة البوذية.¹

ثالثاً- الأديان الرقمية:

نقصد بالأديان الرقمية تلك الأديان التي ولدت في العالم الرقمي اي انها تستمد مبادئها الروحية من العالم الرقمي كما انها تمارس طقوسها الدينية وعبادتها في العالم الرقمي ومن بين هذه الديانات وجدنا:

➤ الديانة النسخية Kopimist Rrligion²:

يرجع اشتقاق كلمة Kopomist من copy me أي أنسخني، ويقوم شعار الديانة النسخية على مبدأ النسخ واللصق المعروف في عام الإنترنت والذي يحتوي على مختصرات للأزرار الموجودة في لوحة المفاتيح والمعروفة بـ (Ctrl + C) لعملية النسخ و (Ctrl + V) لعملية اللصق.

ظهرت حركة النسخ في اول الامر كحركة سياسية في مقال نشر على مدونة تحمل اسم التضامن مع لدونيا أوقفوا الحرب القذرة "Solidarity with Ladonia! Stop the dirty war" في 25 جويلية 2006م حيث وصفت رواد الفكر النسخي في نضالهم ضد حقوق التأليف، كأنها حرب بين مناصري حقوق التأليف والنشر وقوات التحالف الامبريالية للإنترنت. هذا باعتبار أن الفكر النسخي يدور أساسا حول تحريم حقوق النشر والتأليف وينادي بمجانبة المعلومة.

ومبادئه، فالتف حول اتباع وصار تلاميذه يدعون بدعائه بعد أن آمنوا بمذهبه، توفي بوذا في الثمانين من عمره. لم يكن بوذا معنيا بتأليف الكتب بل كان معنيا بكثرة الوصايا والإرث العملي، ولقد جمع تلاميذه أقواله من أفواه المتحدثين، والرواة، والمؤرخين. أنظر منصور الحلو، حوار الحضارات، ص 62، 64.

¹ الإمام محمد أبوزهرة، مرجع سابق، ص 64، 63.

² Official site of of Kopimist, See in 12/02/2019, at 12:45, on the link <https://knowyourmeme.com/memes/cultures/kopimism>

تأسست كنيسة التبشير النسخية The Missionary Church of Kopimism على يد طالب الفلسفة السويدي ايزاك جيرسون Isak Gerson البالغ من العمر 19 سنة في سنة 2010 من خلال الدعوة إلى النسخ الحر للمعلومة كمنهاج حياة وفضيلة مقدسة لكن في هذه السنة لم يكن معترف بها رسمياً من طرف الحكومة السويدية، حيث صرح ايزاك جيرسون بأنه كانت هناك محاولتان قبل سنة 2012 من أجل الحصول على الاعتراف الرسمي من الحكومة السويدية بهذه الديانة الجديدة لكنها باءت بالفشل، إلى غاية المحاولة الثالثة والتي كانت في 05 يناير 2012 حيث توجت بالنجاح وتم الاعتراف رسمياً من طرف الحكومة السويدية بالديانة النسخية كدين رسمي في السويد.

تم تناول خبر الاعتراف بهذه الديانة الجديدة في العديد من وسائل الإعلام والتي من بينها قناة البي بي سي BBC، وقناة بوينغ بوينغ BoingBoing، وقناة نيويوركركر New Yorker وقامت هذه القنوات بأجراء مقابلة تلفزيونية مع اسحاق جيرسون.

بدأت تنشط هذه الديانة عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتعريف بهذه الديانة الجديدة والتبشير بها، فوفقاً لأداة تحليل المشاعر الخاصة بتويتر Appspot فإن نسبة التفاعل الايجابي (عبر التغريدات) مع هذه الديانة قدرت 82 % في حين أن نسبة 18 % ابدت امتعاضها من هذه الديانة".

أهم المعتقدات التي تقوم عليها الديانة النسخية¹

للديانة النسخية العديد من الأسس والمبادئ التي تركز عليها ومن أهمها:

- المعرفة من حق الجميع
- البحث عن المعلومة عمل مقدس
- انتشار المعرفة (المعلومات) شيء مقدس
- تحميل المعلومات ونسخها هو فعل مقدس
- يستوجب على جميع الناس الوصول إلى جميع المعلومات المنشورة وهذا بهدف دعم ورفع المستوى المعرفي للبشرية،
- يؤمن النسخيون بقداسة الاتصال وينبهون إلى أن الاتصال يجب أن يكون مقدساً فلا يجوز التنصت والتجسس

¹ Official site of Kopimist, See in 12/02/2019, at 12 :45 , on the link : <http://kopimistsamfundet.se/english/>

- تكنولوجيا المعلومات يجب أن تكون خاضعة للقوانين (لضمان حرية سريان المعلومات)
- يحذر النسخيون من الذين ينادون بحقوق الطبع والنشر لأنه بذلك يحاولون الحد من حرية الاشخاص، بل يحاولون الحد من معرفتهم، لذلك يرى النسخيون انه يجب الوقوف ضدهم، وحماية انفسنا منهم لأنهم اعداؤنا.
- يعتقد النسخيون بأن الدين هو عنوان للسلام والتعايش وملجأ للمظلومين والمضطهدين.

➤ احصائيات عن نمو الأديان في العالم :¹

سلط مقال نشره موقع "الغارديان" مؤخرا الضوء على نسبة نمو الديانات والطوائف في ظل توقعات عدد سكان العالم في أفق سنة 2060. ولعل أبرز ما كشفته الصحيفة البريطانية من خلال دراسة ديموغرافية أجراها موقع أمريكي، هو أن الإسلام مع نسبة نمو هي الأسرع بين الأديان، سيتزع من المسيحية ريادة الترتيب العالمي في منتصف القرن الحادي والعشرين.

كما كشف مقال نشره موقع "الغارديان" الإلكتروني بناء على دراسة أجراها "مركز بيو للأبحاث" الأمريكي المتخصص في الإحصائيات الديموغرافية، أن الإسلام ينمو بشكل أسرع من باقي الأديان، ما سيمنحه الريادة عالميا في أفق سنة 2060، إذ سيبلغ عدد أتباعه 3 مليارات شخص.

وأشارت الصحيفة البريطانية إلى ارتفاع عدد المؤمنين في العالم، إذ بلغ عدد أتباع الديانات 84 بالمئة من إجمالي سكان المعمورة الذين يبلغ عددهم حاليا أكثر من 7 مليارات و647 مليون نسمة، بحسب أرقام موقع "وورلدماترس".

وأضاف المقال أن المتدينين هم غالبا من فئة الشباب ولديهم نسبة إنجاب أعلى من الأشخاص الذين لا ينتمون إلى أي طائفة دينية، ما يعني أن الأديان هي في حالة نمو لأسباب ديموغرافية. من 2015 إلى 2060..

¹ أمين زرواطي، الغارديان: الإسلام سيكون الديانة الأولى في العالم بحلول سنة 2060، موقع فرانس24، نشر بتاريخ 2018/09/04، تم معاينته في 2018/11/15 على الساعة 10:06 على الرابط <https://www.france24.com/ar/20180904->

<https://www.france24.com/ar/20180904-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B3%D9%84%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%AF%D9%8A%D8%A7%D9%86%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%88%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85-%D9%86%D9%85%D9%88-%D8%AF%D9%8A%D9%85%D9%88%D8%BA%D8%B1%D8%A7%D9%81%D9%8A%D8%A7-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D9%8A%D8%AD%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%8A%D9%87%D9%88%D8%AF%D9%8A%D8%A9>

ففي سنة 2015، كانت المسيحية الديانة الأكثر انتشارا في العالم، إذ بلغ عدد أتباعها 2,3 مليارات شخص، ما يعادل 31,2 بالمئة من إجمالي سكان العالم، يليها الإسلام والذي كان يضم في نفس السنة 1,8 مليارات نسمة ما يعادل 24,1 بالمئة من سكان المعمورة.

وبعد المسيحية والإسلام، كان أتباع الهندوسية في 2015 حوالي 1,1 مليار شخص ما يعادل 15,1 بالمئة من تعداد البشرية، كما كان العالم يضم نحو 500 مليون بوذي، أي نحو 6,9 بالمئة من السكان، بحسب أرقام "مركز بيو للأبحاث"، الذي أحصى أيضا وجود فئات دينية أخرى تمارس طقوسا أو ديانات تقليدية، وهم 400 مليون شخص يشكلون نحو 6 بالمئة من سكان العالم.

كما تم إحصاء 58 مليون شخص يتبعون الديانات السيخية، البهائية، والجانية، وهم يمثلون 1 بالمئة من سكان العالم. أما اليهود، فقد كان عددهم في نفس السنة 14 مليون نسمة ما يعادل 0,2 بالمئة من إجمالي سكان العالم، يعيش أغلبهم في الولايات المتحدة وإسرائيل.

في المقابل، أحصى "مركز بيو للأبحاث" في نفس السنة 2015، وجود 1,2 مليار شخص لا ينتمون إلى أي طائفة دينية ويشكلون 16 بالمئة من إجمالي سكان العالم، لكن هذا لا يعني أنهم كلهم من الملحدون (غير المؤمنين)، بل على العكس، أغلبهم أشخاص لديهم إيمان بوجود الله لكنهم لا يمارسون أي طقوس أو شعائر دينية محددة.

ولتسليط الضوء على واقع ومستقبل نمو الأديان في العالم، اعتمدت الدراسة التي نشرها موقع "الغارديان" على معدل العمر لدى أتباع كل ديانة وطائفة، مشيرا إلى أن معدل العمر العالمي هو نحو 28 عاما، مشيرا إلى وجود ديانتين لديهما متوسط عمر أدنى من المعدل العالمي، هما الإسلام مع معدل عمر 23 سنة، والهندوسية مع معدل عمر 26 سنة.

بينما يبلغ معدل عمر أتباع المسيحية 30 عاما، والبوذية 34 عاما، واليهودية 36 عاما، والأشخاص غير المتدينين يبلغ معدل أعمارهم 34 عاما.

ومعدل العمر يعني الفئة العمرية الطاغية على عدد السكان الكلي، وهي ليست متوسط العمر الذي يشير إلى عمر الوفاة الذي يطغى على العدد الإجمالي للسكان.

كما اعتبر مقال "الغارديان" مرتكزا دائما على أرقام "مركز بيو للأبحاث" أن الإسلام هو الأسرع نموا في العالم من باقي الأديان، إذ إن سرعة النمو بين المسلمين هي ضعف تلك المسجلة لدى باقي الطوائف والمجموعات الإثنية.

فبحسب ما كشفتته توقعات عدد سكان العالم في الفترة ما بين سنتين 2015 و2060، فإن نسبة النمو الإجمالية لسكان العالم هي 32 بالمئة خلال إجمالي هذه الفترة، يشكل المسلمون وحدهم من تلك نسبة النمو تلك 70 بالمئة. في المقابل، وبرغم أن عدد المسيحيين في العالم يبقى الأكبر حالياً، فإن نسبة النمو ستستقر لدى أتباع المسيحية عند 34 بالمئة، ما يعني أن الأخيرة ستخسر موقعها في الترتيب العالمي في منتصف القرن الحادي والعشرين لصالح الإسلام.

ومع نسبة النمو المرتفعة تلك (70 بالمئة)، أشار "مركز بيو للأبحاث" إلى أن عدد المسلمين سيبلغ في سنة 2060 حوالي 3 مليارات شخص، أي حوالي 31,1 بالمئة من إجمالي سكان المعمورة.

المطلب الثالث: الحوار مفهومه أهميته أنواعه وقواعده

يعتبر الحوار أفضل وسيلة للتفاهم بين مختلف أجناس البشر على اختلاف انبثاقهم وايدولوجياتهم وانتماءاتهم، فعن طريق الحوار يمكن تجنب الصراع وعن طريق الحوار يمكن القضاء على التعصب والتطرف، وعن طرق الحوار يمكن حل العديد من المشاكل التي يعاني منها العالم وفي مختلف الميادين اجتماعيا، ثقافيا، دينيا... إلخ.

أولاً- مفهوم الحوار:

لم يتفق الباحثون على وضع تعريف اصطلاحى موحد للحوار وذلك لمرونة المفهوم واتساعه وقبل ان نتناول أهم هذه التعاريف سنعرض في البداية التعريف اللغوي.

لغة:

تتفق كتب اللغة في أن كلمة الحوار تدل على التماور والتجاوب، ومراجعة الكلام بين الطرفين.¹

أما اصطلاحاً فلقد تنوعت التعاريف ومن أهمها:

يعرف قاموس لاروس Larousse الحوار بأنه "حديث أو نقاش بين شخصين أو أكثر من أجل إيجاد أرضية للتفاهم".²

يرى منير سلطان بأن الحوار مع الآخر هو "علم وفن وخبرة، هو تقبل للآخر واحترام عقيدته وإدراك دوافعه وهو دراسة ثقافته ومنهج تفكيره، ووسيلة إقناعه، وليس تحقيراً وتجيهاً أو مغالطة ولا معركة فيها المنتصر والمنهزم".³

¹ عباس محبوب، الحكمة والحوار علاقة تداولية، ط1، عالم الكتاب الحديث، عمان، 2006، ص 135.

² Larousse, dictionnaire de français, Imprimerie Maury, France, 2012.

³ منصور الحلو، مرجع سابق، ص 01.

أما **مُحمَّد جعلوك** في كتابه "الحوار لغة الضعفاء أم الأقوياء" يرى بأن الحوار هو "حديث بين طرفين أو عدة أطراف لعرض وجهات النظر بينهما (بينهم) حول مسألة متنازع عليها، قصد التوصل إلى حل مناسب ونتيجة مناسبة"¹

في حين يرى **طه عبد الرحمن** بأن الحوار هو "بمنزلة النظر من جانبيين وليس النظر من جانب واحد كالنظر من جانبيين اثنين، فمعلوم أن العقل يتقلب بتقلب النظر في الأشياء، وأنه على قدر تقلبه يكون توسعه وتعمقه، والعقل الذي لا يتقلب ليس بعقل حي على الإطلاق، والعقل الذي يبلغ النهاية في التقلب هو العقل الحي الكامل."²

من خلال هذه التعاريف يمكن أن نقول بأن الحوار هو فن الانصات و تبادل للآراء والأفكار بين شخصين أو أكثر حول قضية مختلف فيها يحاول كل طرف اقناع الآخر بوجهة نظره مستندا الى الحجة والدليل.

• المفاهيم المشابهة للحوار:

هناك العديد من المفاهيم المشابهة للحوار والتي تتداخل معه لدرجة أن الكثيرين من يستعمل هذه المصطلحات لتأدية نفس المعني وهي في الواقع متقاربة من بعضها لكنها مختلفة، ومن أهم هذه المفاهيم ما يلي:

➤ الجدل الديني Religious Controversy:

لغة: اللدد في الخصومة والقدرة عليها، ورجل جدلٌ ومجدلٌ ومجدال أي شديد الجدل، ويقال جادلت الرجل فجدلته جدلا أي غلبته، ورجل جدلٌ إن كان أقوى في الخصام، والجدل يعني ايضا مقابلة الحجة بالحجة.³

أما اصطلاحا: فالجدل هو عبارة عن "علاقة حوارية بين طرفين تتصف بكونها تجعل الهوية تتسم بالتغير وليست جامدة بل هي تدخل في حوار تكاملي تعيد من خلال الحوار بناء الذات وخلق الرموز التي تعيد تماسك الذات إزاء الآخر من دون أن تعني إقصاء التمرکز حول الذات ولا تعني الذوبان داخله بل هي حوارية".⁴

يمكن القول بأن الجدل الديني هو ذلك النوع من الخطاب الذي يهدف الى افحام الخصم والتغلب عليه حتى ولو كانت الحجة ضعيفة لأن الغرض ليس ايجاد أرضية للتفاهم بل يعتمد إلى تحقيق الانتصار الفكري على الآخر وهزمه.

¹ مُحمَّد علي جعلوك، الحوار لغة الضعفاء أم الأقوياء، ط1، دار الراتب الجامعية، لبنان، 1999، ص 114.

² طه عبد الرحمن، في أصول الحوار وتجديد علم الكلام، ط2، المركز الثقافي العربي، المغرب، 2000، ص 20-21.

³ ابن منظور، لسان العرب، مرجع سابق، ص 571.

⁴ عامر عبد زيد الوائلي وآخرون، التعددية الدينية وآليات الحوار، ط1، ابن النديم، الجزائر، 2016، ص 226.

➤ المناظرة الدينية:

المناظرة لغة: من الفعل نظر، والنَّظَرُ أي حسن العين، ونَظَرُهُ ينظره نظراً ومنظراً ومنظرة ونظر إليه، والمنظر مصدر نظر. والتناظر يعني التواضع في الأمر، والنظير تعني المثل وفلان نظيرك أي مثلك لأنه إذا نظر إليها الناظر رآهما سواء، وحكي أبو عبيدة بأن النظر والنظير بمعنى مثل الند والنديد، ويقال ناظرت فلان أي صرت نظيراً له في المخاطبة، وناظرت فلان بفلان أي صرت نظيراً له، والمناظرة أن تناظر احاك في أمر إذا نظرتما فيه معاً كيف تأتيانه.¹

المناظرة اصطلاحاً:

عرفها الميداني بقوله " هي المحاورة بين فريقين حول موضوع كل منها وجهة نظر فيه تخالف وجهة نظر الفريق الآخر، فهو يحاول اثبات وجهة نظره، وإبطال وجهة نظر خصمه، مع رغبته الصادقة بظهور الحق والاعتراف به لدى ظهوره".²

من خلال التعريف اللغوي والاصطلاحي؛ يمكن القول بأن المناظرة الدينية هي ذلك النوع من الحوار الذي يكون فيه المتناظران متقاربين في المستوى الثقافي الدينية أو لهما نفس التخصص، أي أن المناظرة تُبنى على أساس التكافؤ الديني بين الطرفين إلى حد بعيد، ويعمل المتناظران على تقديم جميع الحجج والبراهين الدينية التي يعرفانها من أجل اثبات وجهة نظر كل واحد منهما.

➤ النقاش الديني:

النقاش لغة: هي من الفعل نقش، النَّقَش، النَّقَّاش، نقشه ينقشه نقشاً وانتقشه فهو منقوش، وأصل المناقشة من نقش الشوكة؛ إذ استخرجها من جسمه، والمناقشة تعني الاستقصاء في الحساب حتى لا يُترك منه شيء، وانتقش منه جميع حقه وتَنَقَّشه أي أخذه فلم يدع منه شيئاً.³

أما اصطلاحاً: فالنقاش هو "نوع من التحوار بين شخصين أو طرفين ولكنها تقوم على أساس استقصاء الحساب، وتعرية الأخطاء، وإحصائها، ويكون هذا الاستقصاء في العادة لمصلحة أحد الطرفين فقط، الذي يستقصي محصيا ومستوعبا كل ماله على الطرف الآخر".⁴

¹ ابن منظور، لسان العرب، مرجع سابق، ص ص 4465-4468.

² عامر عبد زيد الوائلي وآخرون، مرجع سابق، ص 256.

³ ابن منظور، لسان العرب، مرجع سابق، ص ص 4522-4523.

⁴ عامر عبد زيد الوائلي وآخرون، مرجع سابق، ص 260.

من خلال هذين التعريفين يمكن أن نلخص مفهوم النقاش الديني في أنه ذلك النوع من الحوار الديني الذي يهدف إلى تبادل وجهات النظر بين الطرفين لكن يهدف كل واحد منها إلى إضعاف حجج الآخر بحجج أقوى ويستخدم المتناقشان كل أساليب الإقناع من أجل التغلب على الطرف الآخر.

من خلال ما سبق عرضه من تعاريف عن المفاهيم المشابهة للحوار نستخلص بأن هناك خطوط رقيقة جدا تفصل بينها، وأن حتى هذه التعاريف التي تعمل على التفرقة بينها تتدخل في مواضع عديدة، لذلك يمكن القول بأن النقطة المشتركة بين هذه المفاهيم والحوار هو أن كل هذه المفاهيم تبدأ بالحوار بين طرفين أو أكثر تتباين درجة اختلافهم أو تقاربهم الفكري، كما أن ظهور هذه المفاهيم يبدأ مع طول مدة الحوار الذي يمكن أن يتحول إلى جدل أو نقاش أو مناظرة، ويرجع كذلك على حسب نية وهدف المتحاورين، إذا فالحوار هو الذي يشكل البنية الأساسية لجميع هذه المفاهيم.

ثانياً- أهمية الحوار:

للحوار أهمية بالغة في حياتنا وهو أساس تطور وازدهار البشرية في مختلف نواحي الحياة فهناك من الباحثين من يرى بأن:

- الحوار قوة وسلاح من أسلحة الوجود الثقافي والمعركة الحضارية، وهو وسيلة ناجحة من وسائل الدفاع عن المصالح العليا للأمة وشرح قضاياها وإبراز اهتماماتها وتبليغ رسالاتها وإسماع صوتها وإظهار حقيقتها وكسب الأنصار لها وجلب المنافع إليها ودرء المفاسد عنها، فالحوار يكسبنا فهما أكثر كمالاً للواقع والحياة التي نعيشها فحقيقة وجودنا أننا حواريون.¹

- الحوار أسلوب مهم في التعاطي مع المتغيرات اليومية والمستجدات الطارئة، وصار وسيلة ضرورية للتواصل مع الآخرين والتفاعل مع منجزاتهم والتأثر بهم والتأثير فيهم، وسبيلاً إلى إحراز النجاحات في كثير من القضايا العالقة والمتعثرة.²

- يشكل التفاعل الحواري المسلك الأفضل للوقوف على مكامن الاتفاق والتباين فبواسطته نتدبر اختلافاتنا أفراداً كنا أم جماعات، وعبره كذلك نظفر حقنا الشرعي في الاختلاف مع غير.³

¹ ريم أحمد عبد العظيم، الحوار الإعلامي برنامج تدريبي لتنمية مهاراته، ط1، دار الميسرة، عمان، 2010، ص44.

² حمد عبد الله السيف، صناعة الحوار، ط1، مركز نماء للبحوث والدراسات، بيروت، 2015، ص26.

³ حسان الباهي، الحوار ومنهجية التفكير النقدي، ط2، إفريقيا الشرق، المغرب، 2013، ص12.

- الحوار لا يوجد إلا حيث يوجد اختلاف في طرق البحث، فالراجع أن طريق الوصول إلى الحقائق ليس واحداً، وإنما طرق شتى لا حد لها، لأن الحق هو نفسه، على خلاف الرأي السائد ليس ثابتاً لا يتغير، وما كان أصله متجدداً، فلا بد أن يكون الطريق الموصل إليه متعدداً، وحيثما وجد التعدد في الطرق، فثمة حاجة إلى قيام حوار بين المتوسلين أو السالكين لها.¹

- الحوار سمة من سمات الإنسان القائمة على الكلمة ولا يقصد به أن يتكلم بل أن يجعل الآخر يتكلم ويستمتع إليه ولو لم يكن كلامه لائقاً، لأن المقصود من الحوار أن نصبر على الآخر ونستمع إليه دون أن يكون في ذلك ما يدل على الخصومة لأن الكلمة في أساسها وسيلة تواصل انساني لأن هدفه هو التواصل وإن لم يكن هناك اتفاق.²

- يعطي الحوار للفرد حقوقاً وواجبات فهو يعطي الحق في الاعتقاد والقول وانتقاد الرأي والاعتقاد المخالف كما يوجب عليك أيضاً الاستدلال فيما تخالف أو تعتقد، ومن حق المنتقد المطالبة بالأدلة، إذا فالحوار هو مجال لممارسة القوة الاستدلالية للإنسان فعن طريقه تستطيع أن تظهر قوتك العقلية وقدرتك الاستدلالية.³

ثالثاً- أنواع الحوار:

تتعدد أنواع الحوار من حيث الشكل والمضمون حسب ما أورد ريم أحمد عبد العظيم في كتابه "الحوار الإعلامي برنامج تدريبي لتنمية مهاراته" كما يلي:⁴

1- من حيث الشكل:

ينقسم الحوار من حيث الشكل إلى عدة أقسام:

✓ الحوار الهادئ والحوار المتشنج:

يقصد بالحوار الهادئ ذلك الحوار الوقور الذي يغلب عليه طابع الهدوء واللين وغالباً ما يصدر هذا الحوار عن عقليات ناجحة تعمل بقدرة واعية على تحليل الموضوعات بشكل مرن دون تعصب. أما الحوار المتشنج الانفعالي فهو الذي يغلب عليه طابع الغضب والانفعال والعصبية، إذ يحاول المشاركون فيه فرض آرائهم بالقوة والشدة والعنف، وفي الغالب لا يحقق هذا الحوار أي فائدة موضوعية.

✓ الحوار المفتوح والحوار المغلق:

¹ طه عبد الرحمن، في أصول الحوار وتجديد علم الكلام، ط2، المركز الثقافي العربي، المغرب، 2000، ص 20.

² عباس محبوب، الحكمة والحوار علاقة تبادلية، ط1، عالم الكتاب الحديث، عمان، 2006، ص 135.

³ طه عبد الرحمن، الحوار أفقا للفكر، ط2، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، 2014، ص 28.

⁴ ريم أحمد عبد العظيم، الحوار الإعلامي برنامج تدريبي لتنمية مهاراته، ط1، دار ميسرة، عمان، 2010، ص ص 154-156.

الحوار المفتوح هو ذلك الحوار الذي لا يتقيد بعدد معين من الأفراد لتداول الحديث حول الموضوع المتحاور فيه، ولا يتقيد بأفكار محددة حول هذا الموضوع، بل تكون هناك فرصة للمساهمة بالرأي والفكر لأي فرد من الأفراد المهتمين به وذلك في أي فكرة من أفكاره.

في حين الحوار المغلق تقتصر المشاركة فيه على عدد معين من الأفراد ومن لهم صلة بموضوع الحوار دون السماح لعناصر أخرى بالمشاركة فيه مع التقيد والالتزام بأفكار معينة يتم التحوار حولها.

✓ الحوار المنفتح والحوار المتزمت:

يقصد بالحوار المنفتح ذلك الحوار الذي يجري من قبل أفراد يمتلكون صدر رحب وأفق واسع ويؤمنون بحرية الفكر والاختلاف، فيستمعون برغبة شديدة لآراء ووجهات نظر بعضهم البعض أيا كانت متعارضة أو مختلفة ويكون لديهم الاستعداد لجلاء الحقائق وكشف الموضوعات وتبني آراء جديدة تثبت مصداقيتها.

والحوار المتزمت هو ذلك الحوار الذي يجري من قبل أفراد متعصبين فكرياً ومنغلقين على آرائهم ومعتقداتهم الخاصة، ولا يملكون مفاهيم أو معايير سوى تلك المنبثقة من جوهر تفكيرهم ويتجاهلون أي معرفة أو وجهة نظر جديدة، وهذا الحوار لا ينتج عنه سوى الخصومة الفكرية.

2- من حيث المضمون:

ينقسم الحوار من حيث المضمون إلى ثلاث قسمة:

✓ حوار الحقيقة وحوار المنافع الشخصية:

هناك من يسعى في حوار بلوغ الحقيقة والوصول إليها مهما كانت صعوبة الطرائق التي توصل إليها فيبحث ويدرس ويحاور ويجادل من أجل الحقيقة، في حين نجد حوارات يكون الهدف منها المنفعة الشخصية فقط، فيحاول المشاركون فيها توظيفها لأغراضهم والوصول إلى نتيجة تحقق هذه المنفعة إلى الإدلاء بمعلومات غير دقيقة ومزيفة لتحقيق أهدافهم.

✓ حوار المنتج والحوار العقيم:

يقصد بالحوار المنتج ذلك الحوار الحوار الهادف الذي ينتهي بالوصول إلى الحقائق وكشف جوانب الموضوعات المختلفة وتقديم أفكار وآراء بناءة حول هذه الموضوعات، أما الحوار العقيم فهو حوار الجهلاء المتعصبين الذي لا ينتهي بالوصول إلى أي فائدة، بل ينتهي من حيث بدأ، ولا توجد أي نتيجة مرجوة سوى الحصول على أفكار متباينة ليس لديها رغبة في الالتقاء عند نقطة واحدة أو تحقيق الصالح للجميع.

✓ حوار الاستزادة من المعلومات والثقافة وحوار المهاترة والادعاء:

هناك حوار يهدف إلى زيادة المعلومات والإثراء الثقافي بالإقبال على الحوار برغبة فكرية ونفسية تتم عن حب الفكر والحقيقة، في حين نجد نقيضهم الذين لا يتحاورون إلا رغبة في المهاترة والادعاء بثقافة أو فكر. و هناك تصنيف آخر من الحوارات على حسب ما أورده حسان الباهي في كتابه " الحوار ومنهجية التفكير النقدي" سنذكر أهمها:¹

✓ حوار الصدام والنزاع الشخصي:

يستهدف هذا النوع من الحوارات النيل من الآخر سواء معنويا أو ماديا، فعوض السعي إلى تقويض الحجج وإبطال أدلة تتجه إلى الهجوم على المحاور.

✓ الحوار التناظري أو المناظرة:

يستند على التعاون القائم عللا النقاش الهادئ واحترام المتناظرين للقواعد المحددة ومن ثم يبدو أكثر تنظيما وعقلانية من الاول.

✓ الحوار أو التفكير النقدي (الحوار الاقناعي او الاعتراضي):

يصنف ضمن انماط الحوار الحجاجي التدللي، وينبني على الاختلاف في الرأي بين المتحاورين، وكل منهما يسعى الى اقناع الآخر.

✓ حوار البحث أو التقصي:

يهدف هذا النوع من الحوارات إلى زيادة اكتساب المعرفة ونمائها، ويسعى إلى الحفاظ على التعاون وان يكون علميا وواقعيا في قواعده ومنهجه.

✓ الحوار التفاوضي:

ينبني على حسن التعاون، ويرمي بالدرجة الأولى إلى الظفر بفائدة ومصلحة شخصية وفقا لطريقة متفق عليها، ويطلق على هذا النوع حوار الفائدة القائم على تصادم المنفعة.

بعدما حاولنا التفصيل في مفهوم الحوار والتطرق إلى أهم جوانبه سننتقل الى عنصر الأديان محاولين الامام بأهم مايتعلق بهذا المفهوم والتوقف عند أهم محطاته.

رابعا- قواعد الحوار:

¹ حسان الباهي، الحوار ومنهجية التفكير النقدي، ط2، إفريقيا الشرق، المغرب، 2013، ص23، 24.

حاول الكثير من الباحثين وضع أسس وقواعد عامة للحوار وتنوعت الرؤى وتعددت، فقمنا باختيار قواعد الحوار وأخلاقيته عند ابن رشد لملائمتها لموضوع الدراسة؛ إذ تقوم حسبه على أربعة مبادئ وهي:¹

- الاعتراف بحق الاختلاف وبحق في الخطأ.
- ضرورة فهم الرأي الآخر في إطاره المرجعي الخاص به.
- التعامل مع الخصم من منطلق التفهم والالتزام بالموضوعية.
- الاعتقاد في نسبية الحقيقة العلمية وفي إمكانية التقدم العلمي.

المطلب الرابع: الأهداف العامة للحوار

للحوار عامة مجموعة من الأهداف يمكن إسقاطها على أي نوع من الحوارات سواء كان سياسياً اجتماعياً ثقافياً اقتصادياً أو دينياً... ومن بين هذه الأهداف المشتركة بين مختلف المجالات:²

إظهار الحقائق المدعمة بالأدلة والبراهين:

فليست الغاية الأساسية من الحوار هي إقناع الآخر جبراً وإنما هي إظهار الحق المدعم بالبراهين والأدلة، وليس من الضروري أن يكون هدف الحوار دائماً الوصول إلى اتفاق ما، لكن من الضروري ألا يكون الحوار مدخلاً إلى الصراع والنزاع، وإنما إلى مزيد من الحوار ومحاولة اللقاء والتعايش.

التفاهم والتعاون للخروج من مرحلة الأزمة:

فتقافة الحوار من أهم وسائل التعارف والتعايش، وخاصة في ظل الظروف العصيبة والأزمات.

التلقي بالذات:

يعد الحوار مع الآخر من أهم وسائل إعادة العلاقة بين الذات وغيرها على أساس القبول والتعددية، والاعتراف الضمني بمشروعية الاختلاف، ونسبية الحقيقة وإمكانية التصويب الفكري.

التلاقح الحضاري:

من أهم أهداف الحوار تحسين علاقة الإنسان بالإنسان، بل بين الدول، ذلك أن تلك العلاقات إن قامت على أساس الحوار، واعتمدت المنطق الذي يقوم على العقل، كتب لها نجاح.

تصحيح المفاهيم:

¹ محمد عابد الجابري، ثقافة التهافت انتصار الروح العلمية وتأسيس أخلاقيات الحوار، ط2، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت 2001. ص 79، 80.

² مصطفى يوسف كافي، هندسة الحوار والإقناع، ط1، دار الحامد، عمان، 2015، ص ص 15-19.

يعمل الحوار على تصحيح المفاهيم المشوهة والأفكار المنحرفة التي لن يكتب لها الاندحار إلا في أروقة الحوار الحر، فالأفكار المنحرفة والتصورات الشاذة لا يمكن أن تنمو وتنتشر في غير المناخات المنغلقة.

حل النزاعات والخلافات:

الحوار يفتح فيه الجميع وتتبادل فيه الآراء والطروحات الفكرية بموضوعية وعلمية بعيدا عن التعصب، فمن أبرز أهداف الحوار حل النزاعات التي توجد بين الأفراد والمجتمعات والدول.

المبحث الثاني: الأديان في البيئة الرقمية

تلعب اليوم التكنولوجيا دور كبير في توسيع ونشر الأديان حيث يرى البعض بأن "التركيز على دور التكنولوجيا في بناء المجتمع عن طريق نشر الرسائل على نطاق واسع من الأدوار الفرعية التي تلعبها هذه التكنولوجيا، فمن المعروف بأن التكنولوجيا تروج للرسالة الدينية وتضع الأفراد ضمن تنظيم ديني معين، وبالتالي تعمل هذه التكنولوجيا على تعزيز وتوسيع المجتمعات الدينية".¹ هذا التقدم التكنولوجي يؤكد نبوءة العالم السويسري أندري مالرو André Malraux الذي رأى بأن "القرن الواحد والعشرون سيكون قرن الأديان أو لن يكون، حيث أن الانترنت أصبحت أكثر فأكثر تشكل مفتاحا لمستقبل الاتصال بالنسبة للأديان".² هذا ما أدى إلى زيادة الاستخدامات الدينية على شبكة الانترنت حيث قام الباحث أماندا سبينك Amanda Spink بجمع بيانات عن أكثر من خمس ملايين مستخدم من سنة 1997م إلى سنة 2005م، فوجد بأن المستخدمين المنتظمين للانترنت يبحثون عن المعلومة المتعلقة بالأديان التي تتواجد على الخط.³ وبعد ظهور شبكة الويب 2.0 التي أفرزت مواقع التواصل الاجتماعي زادت حرية نشر المحتوى من طرف المستخدمين ذلك أن "مواقع التواصل الاجتماعي SNS تعد الوسيلة الأفضل لتبادل الأفكار والآراء بين الأفراد والجماعات".⁴

في حين أورد كل من Alex Verschoor Kirss & Williams college في مقالهما بأن "المستخدمين الدينيين للانترنت لديهم اليوم فرصة كبيرة للتواصل مع شبكات اجتماعية متنوعة عبر الانترنت (...). كما أن التكنولوجيا ممثلة في مواقع التواصل الاجتماعي على سبيل المثال قدمت خدمة كبيرة للدين عن طريق بناء مجتمع شبكي يجذب إليه الأفراد والمؤسسات الدينية".⁵ وهنا يشير الباحثان الى نشأة مجتمع ديني داخل هذه البيئة الرقمية الجديدة.

وبالتالي فإن الانترنت قد ساهمت في ظهور ما يسمى بالدين الرقمي Religion Digital وهذا ما يمكن أن يشير حسب ما أورده خزعل الماجدي في كتابه "علم الأديان" إلى وجود فضاء ديني روحي جديد يمكن أن

¹Alex Verschoor Kirss & Williams College, The dynamic interplay of religion and technology in online social networks. Journal of religion & society, USA, Vo 14, 2012, p 04.

² فوزي شريط، الدين والإعلام الجديد دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفايستوك، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 3، جامعة الوادي، الجزائر، ديسمبر 2013، ص 91.

³ Paul K. McClure, Faith and facebook in pluralistic age the effects of social networking sites on the religious beliefs of emerging Adults, Sociological Perspectives, SAGE ,Vol 59, No 04, 2016, p 821

⁴Nosiba Ali-Mosa, Role of social networks in developing religious and social values of the student of the world Islamic Sciences & Education University, International Education Studies, Canacian Center of Science and Education, Vol 08, No 09, 2015, p 126

⁵Alex Verschoor Kirss & Williams College, Op.cit. pp 05-06.

تمارس فيه كل مكونات الدين الرئيسية من معتقدات وأساطير وطقوس وشرائع وغيرها؛ بل يمكن أن تكون هناك طقوس عملية، وهذا ما يؤدي إلى نشوء دور عبادة شبكية مساجد أو كنائس أو معابد تمارس الطقوس فيها جماعيا وفي وقت حدد، كما أشار الكاتب إلى زيادة مساحة الاتصال بين الأديان في مجاميع مشتركة لكسر العزلة، التي تعاني منها الأديان، وانغلاقها على نفسها، حيث يمكن أن تجد مشتركات للحوار، وتبادل الرأي، والنشر المشترك ويمكن أيضا السير باتجاه دور عبادة مشتركة بين الأديان على شبكة الانترنت.¹

إذا سنحاول في هذا المبحث التعرف على مفهوم الدين في البيئة الرقمية، وكذلك تاريخ نشأته والفرق بينه وبين رقمنة الدين، وأهم أشكال الممارسات التي تشكلت داخل هذه البيئة الجديدة.

المطلب الأول: تعريف الدين الرقمي ونشأته

أولاً- تعريف الدين الرقمي Definition of Online Religion:

بعد انتشار الانترنت عبر أقطار العالم، بالإضافة إلى التكنولوجيات الحاسوبية ظهرت العديد من الممارسات الدينية على البيئة الرقمية، ما تمخض عنه ظهور مصطلح الدين الرقمي. يعرف أحد الباحثين الدين الرقمي على أنه "شكل من أشكال المشاركة الدينية في بيئة تفاعلية ميثالية، حيث يتيح اتصال الجماعات مع بعضها البعض Many to Many وفي هذه الحالة تسمح شبكة الانترنت بتنوع الطقوس الدينية وأداء الصلاة والعبادات والتدبر الديني الجماعي عن طريق الوسائط التي تتيحها شبكة الانترنت مثل الروابط وغرف الدردشة..."²

يتضح من خلال هذا التعريف بأن البيئة الرقمية قد أضحت تشهد نشاطات دينية متنوعة في أداء الطقوس المختلفة وبشكل جماعي، وهذا إشارة إلى أن الكنائس والمعابد بدأت تتكيف مع هذه البيئة الجديدة وتحاول الاندماج فيها.

ثانياً- نشأة الدين الرقمي:

تعود الاستخدامات الدينية للإنترنت إلى بداية الثمانينيات (1980م)، حيث وثق رونجلد Rheingold أولى النشاطات الدينية التي كانت على نظام لوحة النشرات (Bulletin Board Systems (BBS) * تحت اسم أنشأ دينك الخاص، كما ظهرت العديد من منتديات البي بي آس BBS خاصة بالدين، ظهرت أيضا نقاشات دينية

¹ خز عجل الماجدي، مرجع سابق، ص 572.

² Christopher Helland, Virtual Religion case study of virtual Tibet, Oxford Handbook Online, 2015, P03 see at 02/01/2019 in <https://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199935420.001.0001/oxfordhb-9780199935420-e-43>

* (BBS) هو أحد البرامج التي تسمح بتبادل الرسائل واجراء المحادثات وتحميل المعلومات والبيانات وقراءة الأخبار.

على يوزنت Usnet* . تعد هذه المحاولات الاولى من طرف محبي مستخدمي الكمبيوتر في المجال الديني من أجل معرفة استخدام وسائل جديدة للاتصال للتعبير عن اهتماماتهم الدينية.

أما في بداية التسعينيات (1990م) بدأت أعداد متزايدة من المجموعات الدينية والقوائم البريدية في الظهور على الانترنت مثل ايكونت Ecunet اي خدمات القوائم البريدية (www.eunet.org) وجيداك H.Judiac (www.h-net.org/~judaic) وبودانت Buddhnet (www.buddhanet.net) ، كما أنشأت المشيخة الأمريكيون أول تجمع مسيحي افتراضي عام 1992م، وهي أول كنيسة غير طائفية على الانترنت تسمى الكنيسة الأولى في الفضاء السايبراني The Churh of Cyberspace (www.godweb.org)¹. وهكذا توال انشاء المواقع الالكترونية الدينية بداية بالديانة المسيحية ثم انتشرت لتشمل باقي الأديان مثل الإسلام واليهودية وغيرها، وبالتالي أدى هذا إلى تزايد الاستعمالات الدينية وممارسات الطقوس الدينية، خاصة بعد انتشار الأنترنت لتصل معظم أقطار العالم حتى دول العالم الثالث والدول الفقيرة، بالإضافة إلى انتشار وسائل الاتصال بالأنترنت وانخفاض تكلفتها مثل الألواح الالكترونية والهواتف الذكية والحواسيب المحمولة.

الفرق بين الدين الرقمي ورقمنة الدين The Deffrente between Online Religion and Religion

: Online

نتيجة تنوع الممارسات الدينية وتداخلها داخل البيئة الرقمية هناك من يرى بأن هناك فرق بين الدين الرقمي والرقمنة الدينية، حيث يرى يونغ غلان Young Glann بأن "الدين الرقمي هو ذلك النوع من الممارسات التي تسمح للأفراد بالمشاركة في النشاطات الدينية، في حين يرى بأن رقمنة الدين هو ذلك النوع من الممارسات الذي يتيح للأفراد الحصول على المعلومة الدينية فقط".²

إذا فالدين الرقمي يعني ذلك التفاعل الذي يكون عبر بيئة الانترنت بين الأفراد والجماعات متمثلة في النقاشات والحوارات الدينية، بالإضافة إلى أداء العبادات والطقوس الدينية، عكس الرقمنة الدينية التي تعتمد على نشر المعلومات من طرف المؤسسات الدينية ويقوم المستخدمون باستقاء تلك المعلومات دون أن يمارس أي طقس أو عبادة، ودون أن يتفاعل مع صاحب المنشور أو يبدي رأيه.

* (Usenet) هو أحد البرامج التي تسمح بإنشاء المجموعات وتبادل المقالات بين أعضاء المجموعة.

¹ Heidi Campbell, Religion and the Internet, Center for the study of communion and culture, vol25, N01, 2006, P04.

²Christopher Helland, Online Religion As Lived Religion, Heidelberg Journal of Religions on the Internet, Vol 01, N 01, 2005, P02.

المطلب الثاني: العبادات والطقوس الدينية من البيئة الواقعية إلى البيئة الرقمية

كان من المعتاد أداء الطقوس الدينية والعبادات الجماعية داخل المؤسسات الدينية الرسمية مثل الكنائس، المعابد والمساجد أو في المنزل عندما نريد أداء الطقوس الدينية الفردية، لكن بعد ظهور الأنترنت وتطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال؛ انتقلت الكثير من الممارسات الدينية إلى هذه البيئة الجديدة، نظرا للميزات التفاعلية التي أضحت تتيحها، هذا ما أدى إلى تمازج وتداخل العبادات بين البيئة الواقعية والبيئة الافتراضية، إذ يرى أحد الباحثين بأنه "بالنسبة لهؤلاء الأفراد الذين يمارسون نشاطاتهم الدينية في بيئة الأنترنت، فالأنترنت ليست مكان منفصل عن الحياة الواقعية بل تعتبر جزء من الأماكن التي يمارس فيها الأفراد نشاطاتهم الدينية، وماهي إلا امتداد للممارسة الدينية وتوسعها".¹

يمكن القول بأنه حسب هذه الرؤية؛ أصبحت الأنترنت مكاملة للممارسات الدينية الواقعية من جهة، ومن جهة أخرى يمكن أن نعوض بعض الممارسات الدينية الواقعية؛ فمثلا يمكن أداء الصلاة الكنسية في الأنترنت دون التنقل إلى الكنيسة ويمكن القيام بقراءة جماعية للقرآن والتسبيح الجماعي عند المسلمين دون التنقل إلى المساجد وهكذا...

المطلب الثالث: أشكال الممارسات الدينية في البيئة الافتراضية Forms Of Online Religion:

تتعدد أشكال وأنماط الممارسات الدينية في البيئة الافتراضية وهذا على حسب حاجات ورغبات المستخدمين ومن بين هذه الممارسات مايلي:

- جمع المعلومات الدينية Gathring Religion Information Online:

يعتبر جمع المعلومات من أبرز الاشباكات الدينية التي يسعى مستخدمي الأنترنت الوصول إليها، حيث يقول هيدي كامبل Heidi Campbell بأنه "على الرغم من أن هناك العديد من النشاطات الدينية على الأنترنت إلا أن جمع المعلومات الدينية لا يزال أكثر الاستخدامات الدينية شيوعا".² حيث يمكن أن يوافق بعض المستخدمين على ممارسة الطقوس الدينية داخل الأنترنت، لكن فيما يخص جمع المعلومات فإن أغلب المستخدمين يسعون إلى ذلك من خلال الأنترنت ربما لأنها تسهل الوصول إلى المعلومات الدينية.

- أداء العبادات والطقوس الدينية Online Worship and Rituals:

¹ Christopher Helland, Online Religion As Lived Religion, Heidelberg Journal of Religions on the Internet, Vol 01, N 01, 2005, P12.

² Heidi Campbell, Op cit, P05.

من بين أشكال الممارسات الدينية داخل البيئة الافتراضية نجد أداء العبادات والطقوس الدينية، والتي اتخذت وسائل وأشكال جديدة بفضل ما تتيحه الانترنت من وسائل متعددة. يرى أحد الباحثين بأن "هناك أشكال عديدة للعبادات والطقوس الدينية داخل فضاء الانترنت، هذا يتجلى من خلال ادماج الكنائس والمعابد في بيئة الانترنت-Cyber Churhes and Cybertemples".¹

إذا أصبح للكنيسة والمعابد مواقع على الانترنت يتواصلون من خلالها مع أتباعهم ويعقدون مواعيد للصلاة وأداء الطقوس وغيرها، كما تتيح لهم هذه المواقع الالكترونية الوصول إلى أعضاء جدد يمكن اقناعهم باتباع دينهم.

- التطوع الديني والأنشطة التبشيرية عبر الانترنت Online Recruitment and Missionary

:Activities

يسعى كل من المتطوعين الدينيين الذين يمكن أن يكونوا لا يمثلون بشكل رسمي المؤسسات الدينية إلى التعريف بديانتهم ونشرها، كما يسعى إلى هذا الهدف أيضا المبشرين الذين هم في الغالب ينتمون إلى المؤسسات الدينية وتوكل إليهم هذه المهمة من أجل نشر ديانتهم إذ "يستعمل المتطوعون الدينيون العديد من الأساليب على الانترنت من أجل التبشير بديانتهم ومعتقداتهم مثل القيام بإنشاء مواقع على الانترنت أو من خلال إنشاء غرف دردشة خاصة بالنشر والتعريف بديانتهم، في حين تلجأ بعض المؤسسات الدينية الأخرى بإسناد مهمة التبشير عن طريق الانترنت إلى أشخاص ذو كفاءة دينية عالية تمثل المؤسسة الدينية على الانترنت وتوكل إليهم مهمة نشر ديانتهم".²

فالأنترنترنت أتاحت للعديد من الأديان الانتشار وضم منتسبين جدد إليها لأنها تتعدى الحدود الجغرافيا وتصل إلى أي نقطة في العالم بمجرد أنها تكون موصولة بخط الأنترنت.

المطلب الرابع: تشكل المجتمع المتدين عبر الانترنت Online Religious Community

لقد تمخض عن الممارسات الجماعية للطقوس والعبادات الدينية عبر الأنترنت تشكل ما يسمى بالمجتمع المتدين والذي هو "عبارة عن مجموعات دينية تتواجد على الأنترنت تسهل عملية التفاعل مع المؤمنين يشتركون في بعض القنوات الدينية ويتواصلون رغم تباعدهم الجغرافي"³. فالميزة التفاعلية والمرونة والسرعة التي تتميز بها الأنترنت أدت إلى ظهور ممارسات اجتماعية دينية وإلى تنوع المجتمعات الدينية (المجتمع المسيحي، المجتمع المسلم، المجتمع اليهودي...) حسب تنوع معتقداتهم وطوائفهم الدينية وبالتالي تنوع الممارسات الدينية.

¹ Ibid, P05.

² Ibid, P05.

³ Heidi Campbell, Opcit, P06.

المبحث الثالث: طبيعة الحوار بين أتباع الأديان

سوف نخصص هذا المبحث للتفصيل في ما يعرف بالحوار بين الاتباع الأديان من خلال التطرق ماهية حوار الأديان ولأهم الداعمين لفكرة الحوار وأهم العوائق التي تقف في وجه الحوار، وسنحاول تناول معلومة حديثة من أجل إعطاء صبغة جديدة وإضافة نوعية إلى هذا الموضوع القديم الجديد.

المطلب الأول: الحوار بين أتباع الأديان مفهومه نشأته أهميته وأنواعه

أولاً- مفهوم الحوار بين الأديان:

لقد تنوعت الرؤى والتعريفات لمفهوم حوار الأديان فهناك من يرى بأن حوار الأديان هو " محاولة الفرد المحمل بقيم وتقاليد وأفكار وعقائد مسبقة؛ استكشاف الآخر (المختلف دينياً) كما هو وادراكه وبلورة رؤية فلسفية غير نمطية إزائه، دون اللجوء إلى اصدار أحكام قيمية متحيزة ضده".¹

بينما هناك من يرى بأن حوار الأديان "هو التفاعل الإيجابي بين معتنقي الأديان، ومن يمثلهم بشكل خاص على جميع المستويات العقائدية، والفلسفية والروحية والاجتماعية، وهو الذي يصنع قاعدة مشتركة للتوافق بين هذه الأديان، ويسعى للتوافق والاحترام المتبادل بين الأديان، وجعلها مصدر سلم وخير بين البشر".²

في حين يرى جان كلود باسي بأن الحوار بين الأديان هو " تبادل الكلام وقبوله باحترام بين مؤلفين تختلف انتماءاتهم".³

من خلال ما سبق يمكن أن نقول بأن حوار الأديان هو ذلك النوع من الحوارات الدينية التي تخرج من النقاش الداخلي بين أتباع الدين الواحد إلى الانفتاح على الديانات الأخرى، من خلال تبادل الآراء والأفكار والنقاش حول المسائل الدينية بين أتباع ديانتين مختلفتين؛ فهذا النوع من الحوارات يعبر عن ثقافة تقبل الآخر والاعتراف بوجوده، وهو إحدى السبل -الحوار- لحل الخلافات بين اتباع الديانات المختلفة بطرق سلمية حضارية وإنسانية.

ثانياً- نشأة الحوار الأديان:

كان الغرب هو المبادر الأول للحوار بين الأديان والذي تجسد في بداية الأمر " بإنشاء برلمان الأديان بشيكاغو سنة 1893م حيث أسس هذا البرلمان بعد الاجتماع الذي عقد في شيكاغو في الفترة الممتدة من 11 إلى 27 سبتمبر 1893 بمناسبة معرض كلومبيا العالمي الذي أقيم على ضفاف بحيرة ميشيغان Michigan، حيث

¹ محمد بنتاجه، مرجع سابق، ص 194.

² خزعل الماجدي، مرجع سابق، ص 556.

³ أحميدة النفير وموريس بورمانس، مستقبل الحوار الإسلامي - المسيحي، دار الفكر، دمشق، 2005، ص 132.

اجتمع للمرة الأولى ممثلو الديانات الشرقية والآسيوية والغربية. ولقد حضر هذا الاجتماع الهندوس والبوذيون والمسلمون وكذلك سجل حضور 19 امرأة من خلفيات روحية مختلفة.¹

ولقد عقب إنشاء برلمان الأديان العديد من المبادرات التي قادها باحثين في الأديان وخاصة من جانب المسيحيين بتقديم نصائح عن طريق رسائل وبحوث إلى الكنيسة الكاثوليكية من على ضرورة الانفتاح على الأديان الأخرى خاصة الدين الإسلامي الذي يعتبر المنافس القوي للمسيحية، وطالبوا أيضا بمعالجة الخلافات الداخلية بين الكنائس خاصة الشرقية تزامنا مع انتشار المد التحرري للمستعمرات، وانتشار الاتحاد والعلمانية في أوروبا.

بعد هذه المحاولات والمبادرات ظهرت بوادر تعلن عن نية الكنيسة في الانفتاح على الأديان الأخرى وكان هذا "أول مرة في تاريخ الكنيسة حيث ناقش المجمع الفاتيكاني الثاني (1962-1965) على مستوى مذهبي عقائدي مشكلة العلاقة بين الكنيسة والديانات غير المسيحية (...). وهذا بعد تصريحات وتعديلات كثيرة في اثناء مناقشة أعمال الدوريتين الثالثة والرابعة، جرى الاقتراع في جلسة علنية في 15 أكتوبر 1965م على نص التصريح الخاص ب علاقة الكنيسة مع الديانات غير المسيحية" Nostra Aetate فوافق عليه 2226 أسقفا في حين عارضه 88 صوت فقط".²

يتضمن هذا التصريح "Nostra Aetate"³، على خمسة أجزاء أولها عبارة عن مقدمة تتحدث في عن أهمية الاتحاد وتبادل الثقة بين الجنس البشري أما الجزء الثاني ثم فيه الحديث عن أهمية الدين ونظرة الكنيسة المفتوحة للأديان غير المسيحية وتناولت بالإطراء كأمثلة : الديانة الهندوسية والديانة البوذية أما الجزء الثالث فقد تم تخصيصه للحديث عن الدين الإسلامي والجزء الرابع فكان عن الديانة اليهودية، في حين خصص الجزء الخامس والآخر للحديث عن الاخوة الفطرية التي تجمع بني البشر وتم التركيز على ضرورة عدم التمييز بينهم على أي أساس كان.

بعد هذه المبادرات الرسمية والصريحة من طرف الكنيسة الكاثوليكية المبينة على ضرورة فتح الحوار مع أتباع الديانات الأخرى، توالى المبادرات خاصة بين المسيحيين والمسلمين ولقد أخذت أشكال متعددة ومتنوعة

¹Officiel site of parliament of religions, see in :20/ 12/2018, at 22 :30

<https://parliamentofreligions.org/parliament/new-chicago-1893/new-chicago-1893>

² أليكسي جورافيسكي، ترجمة خلف محمد الجراد، الإسلام والمسيحية من التنافس والتصادم إلى أفاق الحوار والتفاهم، ط2، دار الفكر، دمشق، 2000، ص 133، 137.

³Vatican Archive, seen in 20/12 /2018, at 23 :13 , on :

http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decl_19651028_nostra-aetate_fr.html

من زيارات متبادلة بين ممثلي الديانتين ثم إلى عقد مؤتمرات وملتقيات للنقاش والحوار؛ إلى إنشاء مراكز حوار تجمع الديانتين، بالإضافة إلى توقيع العديد من المواثيق التي تبعث على روح التعاون وتقبل الآخر بين أتباع الديانتين.

ثالثاً- أهمية حوار الأديان:

في عصرنا الحالي ومن خلال ما يعيشه العالم من نزاعات دينية وتعصب وانغلاق يتطلب من جميع أتباع الديانات ترسيخ ثقافة الحوار بين الأديان داخل الدين الواحد وخارجه، وهذا يرجع إلى الأهمية التي يحضى بها حوار الأديان، حيث يرى في هذا الإطار عطية مسوح في كتابه حوار الحضارات بأن "دين المستقبل هو الحوار" ويتبع ذلك بقوله أن "الطريق اليوم لتأكيد الذات ليس الانتماء إلى الموروث المغلق الطائفي، إلى دين دون سواه، بل هو بناء الذات انطلاقاً من الدين والمذهب والثقافة الموروثة باتجاه الثقافة والدين كحياة في شكلها المعهود، وهذا الشكل الأخير لا يأتي من قراءات الذات فقط بل من فهم كل مطلق وخير من خبرات الآخرين، بحيث يحافظ دين المستقبل على الهوية ويلقي بالمقدار ذاته الأول بالآخرين".¹

وتشكل الأديان في الواقع منظومة متناغمة يكمل بعضها البعض وصولاً إلى التعايش الأمثل على الأرض وتكوين الإنسان المثالي، وتحسين سلوكياته، والارتقاء بالحياة البشرية.² ويرى الكاردينال أرينزي رئيس سكرتارية الحوار بين الأديان بأن "من فوائد الحوار بين الأديان أنها تحول بين أن يتجه الحماس الديني وجهة متطرفة، كما أن الحوار يعلمهم أن يتعايشوا، ويتعاونوا، ورغم أنه من الصحيح أن هناك فروقاً واسعة بين الأديان، إلا أنه من الصحيح أيضاً أن هناك أوجه التشابه أو التماثل أكثر ظهوراً، وأن الطبيعة البشرية تعني أنه على الجميع أن يتقابلوا ويسعوا إلى فهم بعضهم البعض".³

- نلاحظ اليوم أن الكثير من الثقافات والأديان والأعراق واللغات والقيم تطلب الاعتراف بها، فمن سنة الحياة التعددية، ما يستوجب علينا أن نطور أسلوب الحوار واحترام الآخرين كأسس للاحترام المتبادل والتقدير والتعايش، فالتنوع الثقافي يساهم في تكوين الهويات والتقدم من أجل حياة أفضل.⁴

- يرى أمير حسين Aamir Hussain بأنه يمكن لحوار الأديان أن يحد من الانقسامات داخل المجتمع، حيث أثبتت بعض البحوث في العلوم الاجتماعية عن وجود علاقة ذات دلالة إيجابية فيما يخص العلاقات بين

¹ عطية مسوح وآخرون، حوار الحضارات، ط1، دار الينابيع، سوريا، 2009، ص 150، 151.

² منصور الحلو، مرجع سابق، ص 08.

³ ابتسام علي وآخرون، حوار الأديان، ط1، دار السلام، القاهرة، 2011، ص 249.

⁴ مصطفى شريف، الإعلام والاتصال والحوار، دون طبعة، دار هومة للطباعة، الجزائر، 2015، ص 37.

- أشخاص ذو خلفيات متنوعة، نفس هذه النتائج يمكن تطبيقها على الحوار بين أتباع الديانات.¹

- رابعاً- أنواع حوار الأديان:

هناك العديد من التصنيفات التي حاولت جمع أهم أنواع الحوار بين أتباع الأديان شرحها وتفسيرها تبين مقاصدها، لكن نحن في هذا العنصر سنعتمد على تصنيف الذي أتى به حامد رجب بيوضي التميمي في إطار دراسته لأنواع الحوار السائدة بين المسلمين والآخر في العصر الحديث، هذا التصنيف الذي نعتقد فيه بأنه الأنسب لدراستنا، حيث وجدنا بأنه يصنف واقع الحوار الذي نحن في صدد محاولة الكشف عنه، ومن بين أهم هذه الأنواع الواردة في هذا التصنيف مايلي:²

1- الحوار من أجل نشر الأديان:

ويضم نوعين من الحوار:

- حوار الدعوة والتبليغ من قبل المسلمين:

يهدف إلى دعوة الناس بمن فيهم أصحاب الديانات الأخرى إلى الدين الإسلامي، وإيضاح محاسن الإسلام لهم، على أن تحمل هذه المحاورة في طياتها المحبة والحرص على هداية الآخرين وعدم النظر إليهم بازدراء واحتقار وعداء، باعتبارهم ضحايا لظروف التربية والثقافة والبيئة التي نشأوا فيها.

- حوار التبشير والتنصير المسيحي:

حيث تنشط جميع الكنائس في الغرب، خاصة الكنيسة الانجيلية البروتستانتية، في تبشير كل من يستطيعون الوصول إليه من الناس.

2- الحوار التوافقي بين الأديان:

هو ذلك النوع الذي يرمي إلى إيجاد أرضية مشتركة من الفضائل والقيم الدينية التي تحت على العدالة والسلام والتسامح والتعايش واحترام وقبول الآخر على ما هو عليه من الاختلاف العقدي، مع نبذ الفتن والصراعات الدينية، خاصة بين ابناء الأمة الواحدة.

وليس المقصود منه التقريب والتوفيق بين جوهر عقائد الأديان ولا التطرق إليها، لا من قريب ولا من بعيد، وإنما يقر المتحاورون في هذا النوع من الحوار بوجود تباين تام في الكثير من المسائل العقائدية، بحيث يستحيل التوفيق بينها وإزالة الخلاف إلا بإلغاء بعضها.

¹ Aamir Hussai, The Challenges of Interfaith Dialogue, Berkley Center for Religion Peace & World Affair. Pubished at January 10, 2014,P 12

² عبد الحليم آيت أمجوض، حوار الأديان نشأته وأصوله وتطوره، ط1، دار الأمان، المغرب، 2012، ص ص 91-93.

3- المناظرة بين الأديان:

وهي عبارة عن محاورة تهدف إلى مناقشة المعتقدات الدينية للأديان المختلفة، وقد دارت في العصر الحديث العديد من المناظرات بين العلماء المسلمين ورجال الدين المسيحيين، كان من أشهرها مناظرة الشيخ رحمه الله الهندي مع المبشرين الانجليز، ومناظرات العلامة الشيخ أحمد ديدات مع القساوسة في أمريكا وأوروبا.

4- الجدل الديني المذموم:

يميل الجدل الديني المذموم على العموم دائما إلى الإساءة والتهجم وتسخيف معتقدات الآخرين والسخرية منها، ويؤدي في نهاية المطاف إلى الفتن، ويعمق الخلاف والتطرف والتعصب والغلو في الدين.

المطلب الثاني: أهم نقاط الالتقاء والافتراق بين الديانة المسيحية والإسلام

رغم أن كل من المسيحية والإسلام ديانتي سماويتين بعث لكل منها رسول يبشر بها وينقل شريعة الله إلى عباده، إلا أن هناك اختلافات بين كل عقيدة يرجعها بعض المسلمين إلى تحريف طال الكتاب المقدس للمسيحيين، فيما يرى المسيحيين بأن هذا اختلاف طبيعي في الرسالتين والديانتين، هذا الاختلافات كما يمكن أن تكون نقاط تفرقة نكما يمكن للنقاط المشتركة بين الديانتين أن تشكل مساحة للتفاهم والتعايش؛ هذا بالإضافة إلى أنه يمكن أن يكون أيضا حوار على نقاط الاختلاف للوصول إلى نقاط تفاهم أو على الأقل الوصول إلى اعتراف مشترك بهذه الاختلافات العقدية وضرورة التعايش معها.

➤ أهم نقاط الاختلاف بين الديانتين:

هناك العديد من نقاط الاختلاف العقدية بين المسيحيين والمسلمين نذكر من أهمها:

- مشكل التوحيد:

في نظر أغلب الباحثين المسلمين هناك اختلافات في التوحيد بين الديانتين ذلك أن "وحدانية التوحيد الله في التفكير الإسلامي تشمل الوحدة في الوجود أي أنه إله واحد فليس في الإسلام تعدد إلهة بأي صورة من الصور، وتشمل كذلك الوحدة في التركيب، فليس الله مكون من أجزاء، وتشمل ثالثا الوحدة في العبادة فليس هناك معبود إلا الله وليس هناك صاحب سلطان مطلق يصرف الأمر كله له خاضعين ساجدين إلى الله الواحد القهار".¹ بينما يرى المسيحيين في التوحيد أنه "الايان بوحداية الله لا يناقضه ايماننا بالتثليث ذلك أن الأب وكلمته وروحه

¹ سومية حجاج، المشترك الديني بين الأديان الساموية، دون طبعة، دار الكتب العلمية، لبنان، 2016، ص 187.

ليست في عقيدتنا ثلاث آلهة منفصلة أحدها عن الآخر، بل إله واحد له ثلاثة أقانيم، أي ثلاث صفات ذاتية غير منفصلة أحدها عن الآخر، كما أن الإنسان الحي كيان(ذات)، وعقل(نفس) وروح لا تنفصل أثناء الحياة.¹

يرى المسلمون في مجال التوحيد بأن المسيحيين مشركون لأنهم يؤمنون بثلاثة آلهة الأب والابن وروح القدس وهذا مخالف لمفهوم التوحيد الذي أدرجناه سابقاً، في حين يدافع المسيحيون عن إيمانهم بوحداية الله فيقولون بأنه "كما أن الإسلام وصف الله بتسعة وتسعين اسماً أسموها أسماء الله الحسنة، كذلك نحن نصف الله بثلاثة صفات لكيان واحد لا يتجزأ"²

تبقى هذه الجزئية التي تخص التوحيد نقطة خلاف واتفاق في نفس الوقت عند العديد من الباحثين المسلمين والمسيحيين، نقطة خلاف كما أشرنا سابقاً؛ ونقطة اتفاق من حيث أن هناك من الباحثين المسلمين من يرى بأن أصل الإيمان المسيحي التوحيد ولكن اختلاف فلسفة كل طرف في مفهوم التوحيد تبقى مسألة تخص كل مؤمن.

- ألوهية المسيح:

يرى المسيحيون بأن المسح هو وابن الله وهو كلمته الأزلية وبأنه مولود غير مخلوق وينسبون إليه أيضاً صفة الألوهية، حيث يقول إبراهيم لوقا "تعتقد المسيحية أن المسيح هو الله باعتباره الأقنوم الثاني من الثالوث الأقدس للذات الإلهية".³

في حين يعتبر تأليه المسيح عليه السلام عند المسيحيين من أكثر نقاط خلافا بينهم وبين المسلمين الذي يعتبرون المسيح مخلوق كسائر البشر وهو أحد الرسل الذين أرسلهم الله لهداية الناس وتبليغ شريعة الله وتوحيده.

- قضية صلب المسيح والفداء:

يرى المسلمون بأن عيسى عليه السلام لم يصلب ولم يميت بل رفع حياً إلى السماء بينما يرى المسيحيون بأن "الله افتدى عقاب البشر بصلب عيسى تكفيراً عن خطيئة أبوه (آدم)"⁴، كما يعتقد المسلمون بأن المسيح "ينزل قبل يوم القيامة" أما المسيحيين فيقولون "لا نزول له إلا يوم الحساب" حيث يرون في المسيح عليه السلام

¹ صباح إبراهيم، العناصر المشتركة بين المسيحية والإسلام، صفحة الحوار المتمدن، نشر في 2010/01/08، تم معاينته يوم 2018/10/02، على الساعة 21:07، على الرابط <http://www.m.ahewar.org/s.asp?aid=198546&r=0>

² صباح إبراهيم، العناصر المشتركة بين المسيحية والإسلام، صفحة الحوار المتمدن، نشر في 2010/01/08، تم معاينته يوم 2018/10/02، على الساعة 21:07، على الرابط <http://www.m.ahewar.org/s.asp?aid=198546&r=0>

³ عبد الفتاح حسين الزيات، المسيحية، ط3، مركز الذاكرة للنشر، مصر، 2001، ص 105.

⁴ عبد الفتاح حسين الزيات، مرجع سابق، ص 128

الابن الوحيد فلا نظير له، ولا قياس له إلى غيره من الأشياء، وهو الذي به غفرت زلة آدم -عليه السلام- وهو الذي يحاسب الخلق.¹

- تحريف الانجيل من عدمه:

يجمع الباحثون المسلمون بأن الانجيل قد تم تحريفه من طرف المسيحيين وهذا استناداً إلى ما جاء به القرآن الكريم من جهة وإلى وجود تناقضات جوهرية في الأناجيل التي تنسب إلى المسيح عليه السلام من جهة أخرى. بينما يرى الطرف المسيحي بأن إنجيله هو منقول عن المسيح -عليه السلام- حيث يقول صباح ابراهيم بأنه " لا يجوز أن يُتهم المسيحيون بأنهم حرفوا الانجيل".²

تعتبر مشكلة الاختلاف حول مفهوم التوحيد وتأليه المسيح والخلاف على قضية الصلب والفداء، وتحريف الإنجيل من عدمه؛ من أبرز الاختلافات بين المسيحيين والمسلمين، والتي يتعرضون لها عندما يكون الحوار حول العقائد، والمشكلة أن هذه الاختلافات تشكل ركيزة أساسية في صحة أو فساد كل من الديانتين بينما يرفض المسيحيون هذا الطرح.

➤ أوجه التشابه بين المسيحية والإسلام:

تعد المسيحية الشريك الأول للمسلمين والأقرب إليهم وهذا بشهادة القرآن الكريم، كما أن هناك مساحات مشتركة بين الديانتين تسمح بقيام حوار ديني مبني على أسس الاحترام وتقبل الآخر مادام أن تعاليم كلا الديانتين تدعو إلى ذلك وهذا ما سنراه من خلال أبرز العناصر المشتركة.

التوحيد الالهي:

لقد تناولنا هذا العنصر كنقطة اختلاف وقلنا بأن معظم الباحثين المسلمين يقرون بالشرك الذي اعتري الديانة المسيحية، وهذا بالاستناد إلى الحجج التي قدمها القرآن الكريم أي التزام الباحثين بمعنى النص الظاهري؛ لكن هناك من الباحثين من كانت فلسفته مختلفة في نظريته إلى التوحيد عند المسيحيين، مع اقرارهم بأن القرآن تحدث عن التحريف الذي طال الديانة، لكن كانت لديهم نظرة أبعد نت سابقهم، حيث تتلخص نظرة هؤلاء الباحثين المساندين لفكرة اشتراك المسلمين والمسيحيين في قضية التوحيد إلى أنه يمكن أن نعد المسيحيين موحدين من حيث المبدأ مادام أنهم يقرون بذلك ومادام القرآن أشار إلى توحيد أنصار هذه الديانة لفترة من الزمن، حيث يقول أحد هؤلاء الباحثين بأن: " كلمة سواء تسع اليوم كل النصارى بمللهم المختلفة كما تسع أهل القبلة جميعاً

¹ أبي الفتح محمد بن عبد الكريم أبي بكر أحمد الشهرستاني، تحقيق محمد سيد كيلاني، الملل والنحل، الجزء 1، ط2، دار المعرفة، لبنان، 1975، ص 17.

² صباح ابراهيم، العناصر المشتركة بين المسيحية والإسلام، صقحة الحوار المتمدن، نشر في 2010/01/08، تم معاينته يوم 2018/10/02، على الساعة 21:07، على الرابط <http://www.m.ahewar.org/s.asp?aid=198546&r=0>

بفرقهم ومذاهبهم المختلفة مادام الجميع يقر بتوحيد الله تعالى بغض النظر عن فلسفات التوحيد المختلفة، اذ يكفي الاقرار بالمبدأ والله يتولى السرائر.¹

هذا ما يتيح امكانية تجاوز نقطة الخلاف هاته التي قطعت الحوار ولم تسمح بمواصلته في العديد من الحوارات التي اقيمت بين أتباع الديانة الاسلامية والمسيحية.

– الإيمان باليوم الآخر:

يؤمن المسلمون بأنه بعد الموت هناك حياة أخرى تكون يا إما سعيدة بدخول الجنة لمن عمل صالحا في الدنيا وإما مؤلمة بدخول النار لمن أساء، كذلك بالنسبة للمسيحيين يؤمنون بحياة بعد الموت وبأن هناك حساب من الله على أعمالهم في الدنيا حيث "يشير الإنجيل إلى ضرورة مسير الانسان بعد الموت إلى مصيره، بعد الحساب بحسب ما اكتسب في الدنيا، حيث يثيب الله فاعلي الخير والآمرين بالمعروف، ويعاقب أولئك الذي لا يؤمنون من فاعلي الإثم والذنوب".²

الإيمان بالآخرة نقطة جوهرية مشتركة يمكن أن تقلص من مسافات التقارب بين الديانتين وتبعث على تعايش ديني آمن وتفاهم ممكن.

– الاشتراك في سلم القيم والآداب:

يرى أحد الباحثين المسلمين بأن " القرآن الكريم يلتقي والكتاب المقدس على مساحات مشتركة كثيرة من مقاييس الأخلاق الإنسانية والآداب العامة، وقيم الضمير الحي الواجب توافرها لدى كل متدين، ذلك أن حياة الإنسان يجب أن تكون على أساس عقدي يجد معيار الخير المسموح والمرغوب في فعله وممارسته ومقياس الشر المحرم الذي تنبذه الكتب المقدسة وتنهى عنه".³

يتضح من خلال هذه الرؤية بأن كلا الديانتين المسيحية والإسلام تحث أتباعها على فعل الخير وتجنب الشر والقيام بالفضائل والابتعاد عن المنكرات، فقيم مثل الرأفة ببني البشر ومد يد المساعدة للآخر، وإكرام الغريب وإيوائه والصبر على أخطاء الآخرين والتحلي بروح التسامح هي من بين القيم التي تشترك فيها الديانتين.

¹ عبد الحليم آيت أمجوض، مرجع سابق، ص 659.

² نفس المرجع، ص 664.

³ نفس المرجع، ص 664.

إيمان المسلمين بالمسيح عيسى عليه السلام وبقدسية الإنجيل:

يؤمن المسلمون بالمسيح عيسى عليه السلام ويقدمونه ويحترمونه ويعتبرون أن الإيمان به وبجميع الأنبياء الذي سبقوا نبي الإسلام محمد عليه الصلاة والسلام، شروط من شروط الإسلام والفلاح في الدنيا والآخرة كما أنهم يؤمنون بالإنجيل من حيث أنه أحد الكتب المقدسة التي أنزلها الله عليه نبيه عيسى عليه السلام، إلا أنهم يعارضون كما قلنا سابقا الاعتقاد بالوهمية المسيح وبصحة كل ما ورد في الإنجيل، لكنهم يشتركون على الأقل مع المسيحيين في محبة عيسى عليه السلام وفي مبدأ قدسية الإنجيل بغض النظر عن اعتقادهم في التحريف، وهذه نقطة مهمة لفتح الباب للحوار وتطويره بمرور الزمن.

يكمن القول بأن هناك العديد من نقاط التلاقي بين المسلمين والمسيحيين يمكن الاستثمار فيها من أجل تضيق الهوة التي تفرق بين الديانتين، وبالتالي التقارب أكثر الذي يكون التفاهم نتيجة حتمية له، ويمكن الإشارة إلى أن حتى نقاط الاختلاف يمكن إعادة النظر فيها أو على الأقل تجاوزها والتركيز على المشتركات وتنميتها واتخاذها سبيلا لتعايش، حيث يمكن للمسلمين والمسيحيين أن يتعايشوا مع بعضهم البعض في سلم وأمان دون نزاع أو صراع؛ فالتاريخ الإسلامي يشهد على مدى احترام المسلمين للديانات المسيحية وخير قدوة هو نبي الإسلام محمد عليه الصلاة والسلام الذي علم المسلمين الأصول الحضارية للتعامل مع الديانات الأخرى، ونحن نرى بأن الحوار هو الدواء لداء التعصب والانغلاق والعداوة

يرى أحد الباحثين بأنه لا يجوز للمسلمين والمسيحيين " أن نكتفي بأن نعيش الواحد إزاء الآخر كغرباء ولا أن نعتبر بعضنا البعض متنافسين بل متعاونين لأن الأسس وضعت والقيم رسخت والعقائد ثابتة لكل دين، وكل ما هو مطلوب حوار ديني، عقلي، متسامح وفهم للآخر".¹

فمن جهة الطرف المسيحي نجد بأن الجمع المسكوني الفاتيكاني الثاني في بيان علاقات الكنيسة الكاثوليكية مع الديانات غير المسيحية، يدعو المسلمين والمسيحيين "على نسيان الماضي والعمل باجتهاد صادق في سبيل التفاهم فيما بينهم، وأن يحموا ويعززوا كلهم معا، من أجل جميع الناس، العدالة الاجتماعية والقيم الروحية والسلام والحرية".²

وفي المقابل يدعو أيضا الطرف المسلم إلى ضرورة الحوار بين المسلمين والمسيحيين؛ حيث يقول أحمد نفيرة في هذا الصدد "نحن نحاور المسيحي ونسعى إلى توطيد صلات التفاعل معه، لأننا ننتمي وإياه - رغم ذوات مختلفة-

¹ صابر عبده أبا زيد، دراسات فلسفية في الحوار والاستشراق، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة، الاسكندرية، 2011، ص 36.

² أحميدة النفير وموريس بورمانس، مستقبل الحوار الإسلامي المسيحي، دار الفكر، دمشق، 2005، ص 128.

إلى فضاء ثقافي واحد.¹ ويضيف سعيد مُجد رمضان البوطي مبرهننا على انفتاح الشريعة الإسلامية على الآخر وانما لا تعارض الحوار معه بل بالعكس تدعو إليه إذ يقول "سنجد أحكام الشريعة الإسلامية، تطوف جميعا على محور واحد، لا ثاني له في دار الدنيا؛ هذا المحور هو أن يشارك كل إنسان عرف الله في أي عمل يستطيع أن يقوم به، ليجعل من هذه الأسرة الإنسانية فعلا أسرة واحدة متآلفة، أي ليحيل تدابر هذه الأمة إلى تلاق وإلى تواد وتآلف وتضامن، إن لم يستطع أن يحيلها إلى وحدة حقيقية."²

المطلب الثالث: حوار أتباع الأديان بين الداعمين والرافضين من المفكرين

هناك العديد من المفكرين والباحثين في مختلف المجالات الإنسانية والاجتماعية يدعمون ويعززون مبادرات الحوار بين أتباع الأديان؛ عن طريق كتاباتهم وبحوثهم وهذا إيماننا منهم من أن الحوار هو السبيل الوحيد من أجل تحقيق العيش المشترك بين مختلف الطوائف الدينية في سلم وأمن، في المقابل هناك أيضا العديد من المفكرين من لا يؤمنون بنجاح هذا المسعى الحواري ويتنبؤون له بالفشل ويبنون أفكارهم على نظريات الصراع الذي سيبقى بين أتباع الأديان والثقافات المختلفة والمتباينة.

سوف نتناول في هذا العنصر أهم المفكرين الذين وصلت أفكارهم ونظرياتهم إلى العالمية والتي أثرت بشكل كبير على ظاهرة الحوار بين أتباع الأديان سواء بالدعم أو الرفض هذا من جهة، ومن جهة أخرى أن أفكارهم أثرت حتى على السياسات الخارجية والداخلية للدول الكبرى من جهة أخرى.

– المفكرون الداعمون للحوار:

كما قلنا سابقا أن فكرة الحوار قد لقت استحسان الكثير من المفكرين والباحثين ومن مختلف الأديان والمشارب الفكرية، ويُعتبر البعض منهم أهم المؤسسين لهذه الفكرة والسبب في ترجمت هذه المبادرات على أرضية الواقع، سنذكر بعضهم على سبيل المثال لا الحصر

– لويس ماسنيون * Louis Massignon:

يعد لويس ماسنيون (1833-1962م) من المستشرقين الفرنسيين الذين اختصوا بدراسة المجتمع الإسلامي، ولقد تخصص ماسنيون أكثر في دراسة واقع ومنشأ التصوف في الإسلام حيث يقول في هذا الصدد

¹ أحميدة النفير وموريس بورمانس، مرجع سابق، ص 85.

² محمد سعيد رمضان البوطي وآخرون، الحوار سبيل للتعايش مع التعدد والاختلاف، ط1، دار الفكر، دمشق، 1995، ص 38.

* ولد لويس ماسنيون سنة 1883م في نوجان على المارن إحدى ضواحي باريس لأب فنان، تحصل على ليسانس في الآداب سنة 1902، ودبلوم الدراسات العليا في بحث عن المغرب بعد زيارته 1904م، بنال من المدرسة الوطنية للغات الشرقية الحية دبلوم اللغة العربية فصحي وعامية عام 1906م، تحصل على شهادة الدكتوراه عن دراسته آلام الحلاج بجامعة الصربون عام 1922م، التحق بالمعهد الفرنسي للآثار الشرقية في القاهرة فغني بالآثار الإسلامية، ألقى بالعربية في تاريخ المصطلحات الفلسفية، أربعين محاضرة، عين في باريس في كرسي الاجتماع الإسلامي في معهد فرنسا (1919-1924م)، وأستاذ كرسي (1926-1954م)، ومديرا للدراسات في المدرسة العملية العليا حتى تقاعده 1954، تولى تحرير مجلة العالم الإسلامي عام 1919م ومجلة الدراسات الإسلامية عام 1927م، توفي سنة 1962م. من أهم آثاره تربو على 650 بين مصنف ومحقق و مترجم وبين مقال ومحاضرة وتقرير ونقد، ومقدمة وسيرة. أنظر نجيب عقيق، المستشرقون، الجزء 1، ط2، دار المعارف، مصر، 1964، ص ص 287-288.

بأن " التصوف نشأ عن أصول اسلامية خالصة مستمدة من القرآن الكريم ومن الرسول وحياته وحياة أصحابه ذي النزعة الزاهدة".¹ هذا اعتراف صريح من طرف ماسينيون بأن منشأ الصوفية هو الإسلام.

لقد تأثر ماسينيون كثيرا بالتصوف الإسلامي ما جعل منه يغير نظرتة إلى الدين، حيث يقول أحد الباحثين بأن "التصوف جعل منه -ماسينيون- بعد الإلحاد متصوفا يدرك معاني جميع الأديان في الاستيعاب والاستنباط ويدعو أصحابها على الوثام ثم متعبدا على المذهب البيزنطي".² ذلك أن ماسينيون بعدما تأثر بالتصوف اعتنق المسيحية الكاثوليكية، وتحول إلى رجل متدين وعرف أهمية ووقع الدين في حياة البشر، واعترف بسنة الحياة في التنوع الثقافي والديني، لذلك اصبح ينادي ويدعو إلى ضرورة التعايش بين أتباع الأديان وضرورة الحوار البناء فيما بينهم خاصة بين المسيحيين والمسلمين بحكم أن الديانتين متقاربتين ويمكنهما التعايش وخوض الحوار الديني في مختلف المجالات حيث أنه: " يؤمن بأنه بين المسيحيين والمسلمين يوجد امكانيات حقيقية لتفاهم ديني في العبادة المشتركة للإله الواحد".³

كما يعد ماسينيون من المستشرقين السابقين إلى الاعتراف "بمسؤولية تحطيم الغرب للعالم الإسلامي وطالب بضرورة التحوار معهم".⁴ هذه إشارة منه على ما خلفته الحملات الاستعمارية على الدول الإسلامية من جرائم وطمس للهوية، لذلك يرى ماسينيون بأن الحوار يمكن أن يخلق أرضية للتفاهم والتعايش مع الآخر.

ويعتبر بعض الباحثون بأن ماسينيون هو من كان سببا في إعلان مبادرات الحوار بين المسيحيين والمسلمين الصادر عن المجمع الفاتيكاني الثامن حيث يقول أحد هؤلاء الباحثين بأن " مراسلات ماسينيون واتصالاته الواسعة مع الهيئات الكاثوليكية العليا، بما في ذلك صداقته مع جيوفاني مونتيني الذي أصبح في عام 1963 البابا بولس السادس مهدت التربة لمناقشات دارت في المجمع الفاتيكاني الثاني (1962، 1965) حول العلاقة بين الكنيسة الكاثوليكية والمسلمين".⁵

يمكن القول بأن ماسينيون قد ساهم كثيرا في ظهور الحوار الرسمي بين المسلمين المسيحيين الخاصة وبين أتباع الأديان بصفة عامة، وبأن جهوده الداعمة للحوار قد تجسدت بوضوح من خلال انطلاق العديد من مبادرات الحوار بين المسيحيين والمسلمين ومحاولة الطرفين إيجاد نقاط مشتركة بهدف نشر ثقافة التعايش وقبول الآخر.

¹ عبد الرحمن بدوي، شخصيات قلقة في الإسلام، ط2، دار النهضة العربية، القاهرة، 1964، ص 03.

² نجيب العقيلي، المستشرقون، الجزء1، ط2، دار المعارف، مصر، 1964، ص 288.

³ محمد علي الفراء، الاسلام والغرب مواجهة أم حوار، ط1، دار مجدلاوي، عملن، 2002، ص 212.

⁴ محمد علي الفراء، مرجع سابق، ص 211.

⁵ نفس المرجع، محمد علي الفراء، مرجع سابق، ص 212.

- ألكسي جورافيسكي Alex Georavsky:

يعد الكاتب إلكسي جورافيسكي من المستشرقين الروس المتفائلين والداعمين لمبادرات الحوار بين الأديان وخاصة الحوار المسيحي الإسلامي الذي خصص له كتاب بأكمله تحت عنوان "الإسلام والمسيحية من التنافس والتصادم إلى آفاق الحوار والتفاهم"، حيث ركز في هذا الكتاب على أهمية الحوار بين المسيحيين والمسلمين وعلى أهم ملامح الاشتراك الذي يمكن أن يكون أرضية للنقاش، كما يؤرخ لأهم المبادرات التي جرت بين أتباع الديانتين وأشار إلى الجهود التي بذلت من أجل تجسيد حوار على أرض الواقع، والشيء الملفت للانتباه في بحوث الكسي أنه دائما يحاول أن يلتزم بأقصى حد للموضوعية ويقوم بسرد الوقائع والأحداث بعيدا عن الذاتية، كما أن ألكسي "قدم الأسس والنواحي الاجتماعية والثقافية التي يجب أن يقوم عليها الحوار الإيجابي والفعال بين المسلمين والمسيحيين".¹

ويقول خلف مُجدّ مترجم كتاب ألكسي إلى العربية "نعتقد أن كتاب المسيحية والإسلام يمهد لإرساء أسس موضوعية لاطائفية لحوارات حقيقية من أجل مزيد من التقارب والاحترام المتبادل والتفاهم بين المسلمين والمسيحيين من جهة وبين الديانات والحضارات والعقائد البشرية جمعاء من جهة أخرى".²

إذا هذا اعتراف صريح من طرف المترجم فما يخص أهمية الأفكار التي تناولها ألكسي في كتابه والتي ترمي في مجملها إلى دفع عجلة الحوار بين الطرفين، من جهة أخرى يقول الكسي بأن "الحوار بين الأديان يجذب فئات وشرائح عريضة من المؤمنين - سواء بإرادتهم أو غير إرادتهم - حيث يزداد وعيها إدراكها لأهمية هذا الحوار؛ لاسيما في سياق التطور الاجتماعي والثقافي للعالم المعاصر".³ ذلك أن العولمة والتحولات التي أفرزتها على جميع المستويات من تحول ثقافي وانتشار لوسائل التكنولوجيا الحديثة للاتصال والإعلام، ساهمت في إزالة الحدود بين الثقافات وقربت المسافات بين مختلف أجناس البشر؛ ما نتج عنه ضرورة فتح الحوار والتواصل بين مختلف الطوائف والأديان، هذا ما يؤكد على أن الكسي يدعم مساعي الحوار ويثمنها وهذا بهدف تحقيق العيش المشترك المبني على التفاهم وتقبل الآخر.

¹ ألكسي جورافيسكي، ترجمة خلف محمد الجراد، الإسلام والمسيحية من التنافس والتصادم إلى آفاق الحوار والتفاهم، ط1، عالم المعرفة، الكويت، 1996، ص 15.

² ألكسي جورافيسكي، مرجع سابق، ص ص 15-16.

³ نفس المرجع، ص 18.

- محمد أركون * Mohammed Arkoun:

يعد محمد أركون المفكر من أصل جزائري من أبرز المفكرين المسلمين الذي كان يدعو إلى ضرورة التقارب بين الأديان، ويذهب أركون إلى أن الاعتماد على الحوار بين الأديان المبني على الفهم القديم للنص الديني لا يعطي نتائج بإمكانها أن تعمق الحوار، بل يمكن أن تزيد من الانقسامات بين الأديان أو تخرج بتسامح وتفاهم شكلي، هذا ما دفع بأركون إلى دعوته لإعادة فهم النصوص المقدسة للأديان عن طريق تطبيق مناهج وأدوات تحليلية تتماشى مع متطلبات الإنسان المعاصر، ونجد أن أركون يستعمل مصطلح التضامن بدلا من الحوار حيث يقول "أفضل التحدث عن ضرورة التضامن، أي تحمل مسؤولية كل تراثنا الدينية والثقافية بشكل متضامن بدلا من التحدث عن الحوار الذي يحيلنا إلى مفهوم التسامح الكسول واللامبالي بالرهانات الجديدة لإنتاج المعنى وتحولاته، أما تحمل المسؤولية بشكل متضامن فيجبرنا على العكس، على طرح المشاكل على مستوى أكثر جذرية وعمقا من ذلك المستوى السطحي الذي توقف عنده الفقهاء وعلماء اللاهوت التقليديون والميتافيزيقيا الكلاسيكية".¹ نلاحظ بأن أركون يرى بأن التضامن يعمق الفهم وهو أعمق من الحوار، لأن التضامن بين الأديان يقود للوصول إلى المشترك الديني، والتضامن لا يتحقق إلا باستعمال العقل في التحليل واثناء المناقشة بين أتباع الأديان، كما يدعو إلى ضرورة عدم حصر النقاش الديني بين علماء الدين، بل يجب أن يشمل أيضا المفكرين والباحثين في مجالات مختلفة من أجل الوصول إلى فهم عميق.

يرى أركون بأن الأديان التوحيدية مترابطة وكل دين يكمل الذي جاء بعده حيث يقول بأن "الإسلام هو ثالث الأديان التوحيدية، ولا يمكن فهمه دون العودة إلى اليهودية والمسيحية المذكورتين مرارا وتكرارا في القرآن، وبالتالي لكي نفهم جذور القرآن والإسلام ينبغي العودة إليها".² من خلال هذه المقولة يتضح بأن أركون يساوي

* ولد محمد أركون في فيفري 1928م بقرية ثاوريت ميمون بمنطقة بني بني التابعة لولاية تيزي وزو، تعلم القرآن في مدرسة صغيرة أسسها عمه الذي كان شديد التدين والزهد، بدأ تعليمه الابتدائي في قريته وعندما بلغ التاسعة من عمره أخذه والده إلى منطقة الأريعاء بعين تموشنت ليساعده في التجارة وهناك واصل تعليمه الابتدائي، بعدها عاد إلى مسقط رأسه حيث واصل دراسته المتوسطة، ليعود مجددا إلى وهران ويلتحق بثانوية باستور حاليا، بعد حصوله على شهادة البكالوريا سنة 1949م التحق بجامعة الجزائر تخرج منها سنة 1952م بشهادة ليسانس في اللغة العربية وآدابها، ليصبح أستاذا بثانوية الحراش، واصل دراسته وتحصل على شهادة ماجستير في اللغة والأدب العربي سنة 1954م، واصل دراسته في فرنسا وتحصل على شهادة الدكتوراه في سنة 1968م، تقلد في فرنسا عدة مناصب، كما درس كأستاذ مشارك في العديد من الجامعات العالمية (أمريكا، بريطانيا، ألمانيا)، توفي يوم الثلاثاء 14 سبتمبر 2010م، دفن بالمغرب بناء على رغبة زوجته المغربية، ترك وراءه عشرات البحوث والدراسات باللغة العربية والفرنسية والانجليزية، بالإضافة إلى أعماله المترجمة إلى العديد من اللغات كالألمانية والهولندية والأندونيسية. أنظر فارح مسرحي، المرجعية الفكرية لمشروع محمد أركون الحدائي أصوبها وحدودها، أطروحة دكتوراه، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011، ص 07-14.

¹ محمد أركون، ترجمة هاشم صلاح، العلمنة والدين الإسلام المسيحية الغرب، ط3، دار الساقى، بيروت، 1996، ص55.

² محمد أركون، ترجمة هاشم صلاح، مرجع سابق، ص 174.

بين الأديان التوحيدية الثلاث، ويرى بأنه من أجل فهم ديني صحيح للأديان يجب إعادة قراءة وفهم النص الديني بمناهج حديثة، ذلك أن لكل دين من الأديان نصيب من الحقيقة.

أراد أكون طيلة مسيرته الفكرية أن يؤسس مجال مشتركاً للعيش المشترك لكن بنظرة نقدية لكل داخل من داخل نصه المقدس، فهو لا يميل إلى أي طرف من أتباع الأديان وإنما يميل إلى استخدام العقل والتحليل النقدي من أجل الوصول إلى أرضية تفاهم مبنية على التأويل والفهم الصحيح.

-المفكرون الرافضون للحوار:

ساهم العديد من الباحثين والمفكرين في تدعيم مبادرات الحوار وتعزيز هذا النوع من الثقافة الراقية، ساهم أيضاً العديد من المفكرين والباحثين بأرائهم وأفكارهم في دعم حركة الصراع وتنبأوا بدوامها، ولقد أثرت أفكارهم على مبادرات الحوار من خلال زرع الشك والريبة في الأوساط المجتمعية، ويمكن القول بأن أفكارهم قد لقت استحساناً من طرف أكبر الدول في العالم الذين كانت تستشيرهم في القضايا التي تتعلق بالصراعات الدينية، وبالتالي أثرت أفكار هؤلاء حتى على سياسات هذه الدول في التعامل مع الدول التي تتبنى ديانة مختلفة عنهم، ومن بين هؤلاء المفكرين المتشائمين:

- برنارد لويس * Louis.B:

يعتبر برنارد لويس أحد المستشرقين الغربيين الذين اهتموا بالبحث في الشأن العربي والإسلامي وبالضبط ركزت بحوثه على الشرق الأوسط (المسلمين) لكنه لم يكن من المستشرقين المتفائلين الذين لديهم نظرة أيجابية على مبادرات الحوار بين أتباع الأديان، بل كان من الذين يحذرون من الأيديولوجيات الدينية خاصة الأيديولوجيا الإسلامية حيث "اعتبر الإسلام أكبر خطر يهدد العالم الغربي قد أطلق عليهم اسم الخطر الأخضر، وهو الذي قال بعد انهيار الاتحاد السوفياتي في عام 1991م وسقوط النظام الشيوعي أن الإسلام أصبح الخطر الوحيد الذي يهدد الغرب وأن على الغرب أن يتحد لمواجهة هذا الخطر".¹ هذه إشارة منه على المسلمين يهددون وجود المسيحيين واليهود، باعتبار أن الغرب حسب مفهومه يمثل الديانة المسيحية واليهودية، وأن الصراع سوف يكون صراع بين الأديان باعتبار أن المسلمين متطرفين وسيسعون إلى نشر ديانتهم عبر العالم.

* ولد برنارد لويس عام 1916م، تخرج من جامعتي لندن وباريس، وعين معيداً للتاريخ الإسلامي في جامعة لندن 1938، التحق بوزارة الخارجية عام 1941-1954، وكان استاذاً لتاريخ الشرق الأدنى والأوسط في جامعة لندن 1949م، وأستاذاً للتاريخ في جامعة كاليفورنيا (1955-1957م). أنظر نجيب العقيقي، المستشرقون، الجزء 1، ط2، دار المعارف، مصر، 1964.

¹ محمد علي الفراء، مرجع سابق، ص 97.

ويرى أحد الباحثين بأن برنار لويس "أعلن بصراحة عداؤه للعرب والمسلمين؛ فقد ركزت معظم كتبه ومؤلفاته وبحوثه على الشرق الأوسط فأصبح عند الغرب أبرز مؤرخ وأحد خبراء المنطقة العربية، ومنذ التسعينيات أصبح من أهم مستشاري الحكومة الأمريكية فيما يتعلق بقضايا الشرق الأوسط وبالنزاع العربي الإسرائيلي".¹ لذلك يعتبر الباحثون المسلمون بأن برنار لويس أحد المتشائمين من الوجود الإسلامي ومن الذين لا يدعمون فكرة الحوار مع المسلمين، بل هو من المفكرين الذين يتبعون منهج الإقصاء والنظرة الدونية للآخر، وربما يرجع هذا إلى أن الذاتية اليهودية غلبت عليه باعتباره يهودي الديانة، خاصة وأن الصراع العربي الإسرائيلي لم ينتهي بعد ومازال قائما إلى يومنا هذا.

- صموئيل هنتغتون Samuel P. Huntington*

يعد الباحث صموئيل هنتغتون من أبرز الباحثين المعاصرين الذين نظروا وأسسوا لحتمية الصراع بين الحضارات أو بالأحرى صراع المسلمين مع المسيحيين واليهود، ولقد ظهرت أفكاره للعلن في مقال نشره بعنوان صدام الحضارات سنة 1993م بمجلة وزارة الخارجية الأمريكية، والذي حوله وسعه فيما بعد في شكل كتاب أصدره سنة 1996م، حيث ركز في هذا الكتاب على حتمية استعداد الغرب المسيحي اليهودي المهيم لخوض حرب أخرى بعد انهيار الاتحاد السوفياتي ضد الحضارة الإسلامية.

يرى هنتغتون بأن الاختلاف الثقافي أو الديني باعتبار الدين هو أحد المكونات الأساسية للثقافة سيكون سببا في إثارة الصراع حيث يقول "إن اختلافات الثقافية تجعل الصراع أكثر حدة".² وفي إعلان صريح عن الأفكار العدائية لصمويل هنتغتون للإسلام هو قوله بأن "الإسلام هو الحضارة الوحيدة التي جعلت بقاء الغرب موضع شك، فعل ذلك مرتين على الأقل".³ يقصد هنتغتون بمرتين على الأقل

¹ نفس المرجع، ص 97.

* ولد صامويل فيليبس هنتغتون يوم 18 أبريل/نيسان 1927 بمدينة نيويورك، من أب عمل ناشرا لصحيفة ترويجية للفنادق، وأم احرقت كتابه القصص، وهو مفكر سياسي أميركي، وأستاذ بجامعة هارفارد لأكثر من خمسين عاما، اشتهر بتنظيره لفكرة "صراع الحضارات" التي أثارت جدلا فكريا وسياسيا على مستوى العالم، تابع دراسته الثانوية في "ستيفنس هايسكول"، وتخرج عام 1946 في جامعة يال، بولاية كونيتيكت، وحصل على درجة الماجستير في جامعة شيكاغو عام 1948، ودكتوراه الفلسفة في جامعة هارفارد عام 1951. عمل في الفترة بين 1959 و1962 مديرا لمساعدات في "مركز الدراسات للحرب والسلام" بجامعة كولومبيا الأمريكية، وتولى مرتين منصب أستاذ كرسي بقسم الحكومة بجامعة هارفارد في فترتي 1967-1969 وكذا 1970-1971، واستمر في التدريس بالجامعة لمدة 58 عاما قبل تقاعده عام 2007، وعمل أيضا رئيسا للجمعية الأمريكية للعلوم السياسية من 1986 إلى 1987، ومديرا لمركز هارفارد للشؤون الدولية من 1978 إلى 1989. أنظر موسوعة الجزيرة، صامويل هنتغتون... منظر "صراع الحضارات"، على الرابط:

<https://www.aljazeera.net/encyclopedia/icons/2016/1/21/%D8%B5%D8%A7%D9%85%D9%88%D9%8A%D9%84-%D9%87%D9%86%D8%AA%D9%86%D8%BA%D8%AA%D9%88%D9%86-%D9%85%D9%86%D8%B8%D8%B1-%D8%B5%D8%B1%D8%A7%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%B6%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA>

² صموئيل هنتغتون، ترجمة طلعت الشايب، صدام الحضارات إعادة صنع النظام العالمي، ط2، دراسطور، العراق، 1999، ص 337.

³ صموئيل هنتغتون، مرجع سابق، ص 339.

هو أن المرة الأولى التي شكل فيها المسلمون خطراً كبيراً على الغرب المسيحي كان في مرحلة الفتوحات الإسلامية والتي امتدت حتى أوروبا الغربية وجزء من أوروبا الشرقية، أما عن المرة الثانية فيعني بها التوسع العثماني الذي كان يحمل راية الإسلام والذي وصل حتى البلقان وسيطرة على حركة البحر الأبيض المتوسط المجاور لأوروبا الغربية، ليؤكد هنتغتون من خلال هذه المقولة على العدو الأول للغرب المسيحي اليهودي بعد انهيار الاتحاد السوفياتي هم المسلمون.

يدعم هنتغتون أطروحته بالعديد من الإحصائيات التي يريد إثبات صحة قوله من خلالها حيث يقول بأن " نسبة 50% من الحروب التي تضمنت ثنائيات من دول ذات أديان مختلفة بين عامي 1820م و 1929م كانت حروباً بين مسلمين ومسيحيين.¹ ويقول أيضاً بأنه " في منتصف التسعينيات كان هناك 19 صراعاً بين المسلمين والمسيحيين من مجمل 28 صراعاً بين المسلمين وغير المسلمين.² من خلال هذه النسب والأرقام يريد أن يبين هنتغتون بأن الصراع بين المسلمين والمسيحيين مازال قائماً، وأنه كما كان في القديم مزال مستمراً حتى في العصر الحديث، ويضيف هنتغتون قائلاً " طالما أن الإسلام يظل (وسيطلاً) كما هو الإسلام، والغرب يظل (وهذا غير مؤكد) كما هو الغرب، فإن الصراع الأساسي بين الحضارتين الكبيرتين وأساليب كل منهما في الحياة سوف يستمر في تحديد علاقتهما في المستقبل كما حددها مدة الأربعة عشر قرناً السابقة.³ وهذه إشارة منه من أن الصراع لن ينكف ويسبب حتى في المستقبل بين المسلمين والمسيحيين، ولقد اعتبر الكثير من الباحثين بأن هذه النظرية صحيحة وأثبتت واقعية نتائجها خاصة بعد أحداث 11 سبتمبر 2001م بأمريكا وما تبعها من انتشار الحركات الإرهابية.

يكمن القول بأن هنتغتون هو أحد المفكرين الذين أعطوا صورة سيئة عن المسلمين، وكان سبباً في ظهور ما يسمى بالإسلاموفوبيا أي الخوف من الإسلام، هذه الأفكار التي أتت بها هنتغتون أثرت حتى على السياسة الخارجية لأمريكا، وهذا ما تجلي في غزو العراق والتدخل في الشؤون الداخلية للكثير من الدول الإسلامية كحركة استباقية من أجل التصدي للإسلام وإبعاد خطره.

المطلب الرابع: العوائق التي تقف في وجه الحوار بين أتباع الأديان

منذ إعلان الكنيسة الكاثوليكية عن نيتها الفعلية فتح الحوار مع مختلف أتباع الديانات توالى اللقاءات والمؤتمرات التي تدعو إلى الحوار بين الأديان وتجمع بين مختلف ممثلي الديانات، وتواصلت هذه الجهود إلى يومنا

¹ نفس المرجع، ص 340.

² نفس المرجع، ص 343.

³ نفس المرجع، ص 343.

الحالي، إلا أنه بمرور الزمن ظهرت العديد من العوائق التي تقف في طريق نجاح هذا النوع من الحوارات، وبالتالي عدم بلوغ الأهداف المرجوة؛ لذلك سنتناول في هذا العنصر المهم أهم هذه العوائق من خلال تجارب بعض الباحثين الذين شاركوا في هذا النوع من الحوارات .

لقد توصلت الباحثة علا صقر من خلال بعض التجارب الحوارية التي يتم العمل عليها من قبل معهد الدراسات الإسلامية المسيحية في الجامعة الياسوعية إلى مجموعة من العوائق نذكر من أهمها:¹

نقص الثقة:

يقصد بنقص الثقة؛ أن أطراف الحوار غالبا ما يظهر عليهم نوع من التوجس من الآخر ما يدفعهم إلى الشك في نواياه أو الأهداف الحقيقية التي تقف وراء هذا النوع من المبادرات، فمثلا بالنسبة للمسلمين هناك من يرى بأن هذه المبادرات ماهي إلا حيلة من طرف المسيحيين للتبشير غير مباشر ونشر الديانة المسيحية والحد من امتداد الاسلام الذي يزداد معتنقيه كل يوم هذا من جهة، كما يعد اعتراف ضمينا من قبل المسلمين بصحة الديانة المسيحية الحالية والتي تخالف ما يعتقد المسلمون من جهة أخرى.

- ازدواجية الخطاب الديني:

يلاحظ من خلال هذه الحوارات بأن الخطابات الدينية بين أتباع الأديان ماهي إلا تبادل للمجاملات والثناء كل طرف على الآخر من أجل الإنجاح الشكلي لهذا النوع من المبادرات، في حين أن بعض الخطابات تتغير لهجتها عندما تخرج من القاعات والصالونات المغلقة وتذهب الى المساجد او الكنائس؛ ليصبح كل دين يظهر لاتباعه بأحقيقته على الأديان الاخرى وبأنه هو العقيدة الصحيحة بهدف الحفاظ على المنتسبين إليه أو جذب معتنقين جدد.

- ضعف الدعم الإعلامي للحوار:

تعتمد الكثير من وسائل الإعلام عدم نقل هذه المبادرات التي ترمي إلى التعايش والسلام بين الأديان لأن من يقف وراء تمويل هذه القنوات يهدف إلى زرع الفتنة وتأجيج النزاعات لأنه هو المستفيد من هذه التوترات، في حين نجد من أن وسائل أخرى ربما تكتفي فقط بإدراج هذا النوع من المبادرات كعناوين فرعية في جرائدها أو كأخبار موجزة في نشراتها، وفي بعض الأحيان القليلة تخصص حصصا حوارية تجمع أتباع ديارتين وغالبا ما يكون

¹ موقع قناة المنار، ملتقى الأديان والثقافات التعاون لتعزيز الحوار الإسلامي المسيحي، نشر يوم 2016/01/23 على الساعة 02:36 على الموقع

<http://archive.almanar.com.lb/article.php?id=1403840>

هذا الحوار هو زيادة للهوة بين الأديان، وهذا يرجع إلى طبيعة الضيوف في الحصة التي يُعتمد دعوتهم من طرف مسؤولي القنوات.

أما الباحث أحمد عارف أرحيل الكفارنة فيرى بأن هناك جملة من العوائق نذكر من بينها:¹

الموروث والذاكرة التاريخية:

سجل التاريخ العديد من الصراعات والنزاعات والحروب بين أتباع الأديان خاصة بين المسلمين والمسيحيين والذي عرف في بدايته بالفتوحات الإسلامية عند المسلمين وعقبه بعد ذلك ما عرف بالحروب والحملات الصليبية ضد المسلمين، هذه الصراعات التي امتدت لعقود طويلة من الزمن أريقَت فيها الكثير من الدماء وزهقت فيها العدد من الأرواح بسبب ترجيح كفة العنف والسلاح على كفة الحوار والاستقرار. فعدم نسيان هذا التاريخ الدموي بين الكثير من أتباع الديانات أبقى على الحقد الدفن ما أثر على مخرجات الحوار.

- الاستشراق*:

يهدف مشروع الاستشراق إلى تكوين باحثين متخصصين في فهم الآخر (ثقافته، عاداته وتقاليده، ديانته...)، وهذا من أجل التعرف عليه أكثر ونقل هذه المعرفة إلى المجتمع الغربي، هذا بطبيعة الحال شيء إيجابي إذا تم نقل صورة الآخر بشكل صحيح خالي من الذاتية؛ لأنه سيقرب الثقافات ويؤدي إلى تلاقحها، لكن إذا كان هدف المستشرقين نقل الأكاذيب والمغالطات عن الآخر فهذا سيؤدي إلى تشويه صورة الآخر وبالتالي بناء أفكار غير صحيحة من طرف المجتمعات الأخرى ما يزيد التباعد والفرقة بين مختلف الثقافات والحضارات.

- القضية الفلسطينية:

تعد القضية الفلسطينية أو ما يعرف بالصراع الإسرائيلي العربي من العقبات الرئيسية التي تقف في وجه فتح باب الحوار الحقيقي بين أتباع الديانة اليهودية والإسلامية على وجه الخصوص، نتيجة للتقتيل والتهجير والحصار الذي يعاني منه الفلسطينيون، ونتيجة للتوتر الدائم وحالة الترقب من طرف الاسرائيليين، هذا بالإضافة إلى منع الفلسطينيون من أداء شعائهم بحرية في المسجد الأقصى الشريف، فمن وجهة نظر الفلسطينيين هو حق فلسطيني مغتصب ومن وجهة نظر الاسرائيليين حق اسرائيلي مسترجع. هذا الصراع أدى إلى امتناع الكثير من أتباع الديانة الإسلامية رفض الحوار مع أتباع الديانة اليهودية.

¹ أحمد عارف أرحيل الكفارنة، معوقات الحوار بين الشرق والغرب، العدد 13، مجلة دفاتر السياسة والقانون، جوان 2015، ص 294-303.

* ولد الاستشراق رسمياً بقرار كنسي، حيث نشأ وترعرع في أحضان الكنائس الأوروبية واستمد منها قوته ومقومات بقاءه. وحول تحديد تاريخ نشأته يقول ادوار سعيد " الغرب المسيحي يؤرخ لبده وجود الاستشراق الرسمي بصدور قرار مجمع فينا الكنسي عام 1312م، بتأسيس عدد من كراسي الأستاذية في اللغات العربية واليونانية والعبرية والسريانية وفي كل جامعات باريس وأكسفورد وبولونا (إيطاليا) وافينيون (فرنسا) وسلامانكا (اسبانيا). " ولقد ظهرت كلمة مستشرق Orientalist في إنجلترا حوالي سنة 1779م وكلمة Orientaliste في فرنسا عام 1799م، وأدرجت كلمة استشراق Orientalisme في قاموس الأكاديمية الفرنسية عام 1838م. أنظر محمد علي الفراء، الإسلام والغرب، ط1، دار مجدلاوي، عمان، 2002، ص 92-93.

- عدم تقبل التعددية وعدم احترام خصوصيات الآخر:

إن مشكل التعصب وعدم وجود ثقافة التعددية والاحترام خصوصيات ومعتقدات وتوجهات الآخرين هو مشكل يعاني منه الكثير من أتباع الديانات، هذا بالإضافة إلى النظرة الاستعلائية والدونية للآخر هو ما يقف في وراء فشل الكثير من مبادرات الحوار.

في حين يضيف بهيج ملا حوش مجموعة من العوائق أهمها:¹

- عدم الالتزام بالموضوعية أثناء الحوار:

عدم الالتزام بالموضوعية أثناء الحوار وغلبة الذاتية والانحياز إلى بني العقيدة يؤثر على تناول الموضوعي للقضايا الدينية التي تكون محور النقاش، هذا ما ينعكس في عدم عقلنة النقاشات وبالتالي تحل الدغمائية وتؤدي إلى إفشال هذا النوع من الحوارات.

- عدم الاستفادة من اليات الحوار:

للحوار آليات وتقنيات تتطلب معرفة وتكوين وخبرة خاصة من أجل اتقانها، هذا ما يفتقر إليه الكثير من المحاورين، ما ينتج عنه اثار سلبية تمس الرسالة المراد ايصالها للطرف الآخر؛ وبالتالي تشويهها دون وعي هذا ما يؤدي عدم التمكن من اقناع الآخر بجدوى هذا النوع من الحوارات.

- ولقد لخصت الباحثة عائشة المناعي نائب رئيس مجلس إدارة مركز الدوحة الدولي عوائق التي تقف في وجه الحوار الفعال بين الأديان يعود إلى غياب الديمقراطية وحرية الرأي وحرية المعتقد، وكذلك التعتن في الرأي وكذلك التعصب للطائفة والمذهب وضيق الأفق والفهم المغلوط لمفهوم الحوار سواء عند المسلمين أو عند غيرهم بالإضافة إلى عدم الاعتراف بحق الاختلاف والنظر إليه على أنه خلاف وعداء من أبرز التحديات التي تواجه الحوار.²

بعدنا تناولنا لأهم الادبيات النظرية التي تؤسس لنظرية الحوار بين الأديان وعلى الخصوص الحوار المسيحي الاسلامي؛ سوف نحاول في العناصر القادمة أن نعطي بعض الأمثلة الواقعية عن الحوار بين المسلمين من خلال الوسائل التقليدية والإعلام الجديد وأهم المبادرات التي تم الترويج لها عن طريق هذه الوسائل. وأهم مميزات الفاعلين الجدد الذين ظهور مع الاعلام الجديد.

¹ بهيج ملا حوش، معوقات الحوار بين أتباع الديانات، مركز آزال للدراسات والبحوث، نشر في 11/06/2015، تم معانيته يوم 05/11/2018، على الساعة 22:23، على الرابط <http://www.azal-dialogue.org/index.php/researchs/show/?id=15>

² بوابة الشرق الالكترونية، الاساتذة عائشة المناعي تقدم عرضا علميا حول قيم الحوار، الدوحة، نشر بتاريخ 27-01-2018 على الساعة 7:55، تم معانيته يوم 10/11/2018، على الساعة 12:14، على الرابط <https://www.al-sharq.com/article/27/01/2018/%D8%AF-%D8%B9%D8%A7%D8%A6%D8%B4%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%A7%D8%B9%D9%8A-%D8%BA%D9%8A%D8%A7%D8%A8-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%88%D8%A7%D8%B1-%D8%B3%D8%A8%D8%A8-%D8%A3%D8%B2%D9%85%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AE%D9%84%D9%8A%D8%AC>

المبحث الرابع: أنماط الوسائل الإعلامية المستخدمة في الحوار بين المسلمين والمسيحيين

لقد شهدت مبادرات الحوار بين أتباع الأديان استعمال مختلف وسائل الاعلام والاتصال سواء التقليدية أو الجديدة وهذا كله بهدف نشر فكرة الحوار بين الأديان في أوساط مختلف المجتمعات، لذا سنعمد في هذا المبحث الى التفصيل أكثر من خلال عرض أهم وسائل الإعلام التقليدية والحديثة التي استخدمت في الحوار بين أتباع الأديان وخاصة بين المسلمين والمسيحيين على وجه الخصوص باعتبار أنهما الديانتين الأكثر انتشارا في العالم والأكثر تقارباً.

المطلب الأول: أهم الوسائل التقليدية التي احتضنت الحوار بين المسلمين والمسيحيين

لقدت استعانة مبادرات الحوار بين المسلمين والمسيحيين مختلف الوسائل التقليدية في بدايتها من أجل نشر ثقافة الحوار وتقبل الآخر، ومحاولة للقضاء على الصراعات الطائفية؛ التي يكون الدين هو السبب الرئيسي فيها ومن بين الوسائل التقليدية المستخدمة في الحوار ما يلي:

أولاً- الرسائل:

تعتبر الرسائل من أقدم الوسائل الإعلام، ولقد تم استخدام هذا النوع من الوسائل لما لها من أهمية في نقل المعلومات وخاصة عندما يرتبط بما يسمى بالإعلام الرسمي والذي يكون بين الهيئات وبين الدول... حيث يتميز الإعلام الرسمي بالجدية والصرامة ويعطي أهمية وعناية كبيرة بالمعلومة، ومن بين أهم الرسائل التي كانت تهدف إلى فتح باب الحوار بين المسلمين والمسيحيين:

في شهر أوت 1964 وجه بولس السادس رسالة كنسية بعنوان (Ecclesian Suam)، ركزت على ضرورة الحوار مع كل المؤمنين وذوي الإرادة الصالحة لإرساء علاقة جدية بين الكنيسة والديانات الأخرى القائمة في العالم، وعلى ضرورة التقارب والحوار مع المسلمين بصفة خاصة.¹

اذ تعتبر هذه الرسالة من بين أهم الرسائل التي دفت بالكنيسة الكاثوليكية إصدار البيان سنة 1965 الذي يتعلق بضرورة الحوار مع الأديان غير المسيحية

ثانياً- تبادل الزيارات واللقاءات بين ممثلي الديانتين:

تعد وسيلة تبادل الزيارات من أهم الوسائل التقليدية التي تبنيتها الحضارات القديمة ولا زالت تتبعها الدول والحكومات الحديثة كوسيلة دبلوماسية ناجعة في توثيق الصلات وتمتين العلاقات وحل الخلافات والنزعات ومن بين أهم هذه الزيارات واللقاءات:

¹ ألكسي فيسكي، مرجع سابق، ص 135.

قام البابا بولس السادس بزيارة عام 1964م، إلى البلاد المقدسة ألقى خطابا في القدس توجه فيه بتحيةة أخوية إلى المسلمين، كما شدد في الرسالة التي ألقاها في 1964/01/06 إلى احترام الكنيسة المسكونية الخاصة لأولئك الذين يدينون بالديانات التوحيدية ويعبدون إله واحد.¹

كما قام كاردينال الكنيسة الكاثوليكية ف كينغ بزيارة في 31 آذار 1965م لجامعة الأزهر وتحدثه أمام العلماء المسلمين. وفي نيسان 1974 قام سكرتير أمانة شؤون الديانات غير المسيحية الكاردينال بينيدولي بزيارة السعودية ، حيث التقى خلالها الملك فهد وفي العام نفسه زار القاهرة أيضا، وفي تشرين الأول 1974م قام وفد من العلماء المسلمين برد زيارة الفاتيكان، وفي 19 أوت 1985م وبدعوة من الملك الحسن الثاني قام البابا يوحنا وبولس الثاني بزيارة المغرب ألقى فيها كلمة أمام ثمانين ألف من الشباب في ملعب رياضي بالدار البيضاء.²

ثالثا- تنظيم الملتقيات والمؤتمرات:

الندوات، الملتقيات والمؤتمرات تعد من بين أكثر الوسائل الإعلامية التقليدية رصانة وعلمية حيث تركز على التقاء النخبة من الباحثين والأساتذة في مجال اللاهوت وأيضا مع ممثلي الديانات الذين يمتلكون الرصيد الثري فيما يخص المعلومات الدينية، كما أن هذه الوسائل تتسم بالمعالجة الواعية والدقيقة؛ التي تميل إلى الموضوعية العلمية في معالجة المشاكل والخلافات بين أتباع الديانات وتتسم في الغالب بالحوار الهادئ القائم على الاحترام المتبادل وهذا يعود إلى المستوى العالي الذي تتمتع به هذه النخب، حيث عقد ما بين 1974م إلى غاية 1985م أكثر من 30 ملتقى بين المسلمين والمسيحيين وجميع أنحاء العالم من أهمها:

عقد مؤتمران ضخمان للحوار الإسلامي - المسيحي في قرطبة في أيلول 1974 وفي آذار 1977م ، وتم تنظيم ملتقين عالمين بين المسلمين المسيحيين في تونس خصص الأول لدراسة مشكلات التطور المعاصر في أيلول 1974 ، وخصص الثاني لمناقشة مسائل الوحي والتاريخ والوحي والعقل والعلم) في نيسان 1979م، وفي حزيران 1977م عقد في ميدلينغ (النمسا) مؤتمر تحت عنوان " قضايا الإله في المسيحية والإسلام." ، وفي آب 1979 وأيار 1980م عقد في استراليا مؤتمران دوليان للمسيحيين والمسلمين. عقدت مؤتمرات إسلامية مسيحية ضخمة في بيروت (1972م الى 1980) وفي القدس في آذار 1984م. وفي نيسان 1982م عقد في كولومبو (سيريلانكا) ملتقى عالمي لمناقشة "مشكلات العيش الإسلامي المسيحي المشترك".³

أما فيما يخص الملتقيات والمؤتمرات التي أقيمت حديثا بين المسلمين والمسيحيين نذكر من بينها:

¹ محمد علي الفراء، مرجع سابق، ص 113.

² ألكسي فيسكي، مرجع سابق، ص ص 149، 151.

³ نفس المرجع، ص ص 149-150.

عقد في ديسمبر 2016 مؤتمر دولي بمدينة باتمي (جورجيا) Batmi - Georgia. حول " الدين والسلام"،¹ كما عقد في أكتوبر 2018 قمة «قادة الأديان العالمية والتقليدية» في العاصمة آستانة - كازاخستان - ، تحت شعار «القادة العالميون لعالم آمن». المجتمعون من 45 دولة أكدوا، أن «تمويل الإرهاب يضرب الثقة المتبادلة بين أتباع الأديان وأتباع الدين الواحد». ودعوا إلى مساعدة كل المجتمعات والشعوب بصرف النظر عن العرق والدين والمعتقدات واللغة والجنس للعيش في حياة سلمية.²

واقيم الملتقى الكشفى العالمي تحت عنوان " سفراء الحوار بين الأديان" بمدينة الحمامات التونسية الذي نظّمته الكشافة التونسية من 4 إلى 8 نوفمبر 2018 بالتعاون مع الاتحاد العالمي للكشاف المسلم وبمشاركة 150 مشارك من 24 جنسية.³

كما عقد ملتقى في بيروت حول وسائل التواصل الاجتماعي كمساحة للحوار في 17 مايو 2018 (kaiciid,s/d).

رابعاً- اصدار مجلات خاصة بالحوار بين الديانتين:

هناك العديد من المجلات العلمية خصصت لنشر البحوث حول الديانتين من أجل فهم جيد للآخر هذا من جهة ومن جهة أخرى من إيجاد نقاد التقارب بين الديانتين ومن أهمها:

لقد تم إصدار مجلة شهرية تحت عنوان " نشرة السكرتارية" عام 1966 باللغة الانجليزية والفرنسية عن سكرتارية شؤون الديانات غير المسيحية، وفي سنة 1975 تم اصدار مطبوعة سنوية بعنوان " Islamochristiana " بالاشتراك بين السكرتارية والمعهد البابوي للدراسات العربية والإسلامية، تنشر دراسات في

¹ موقع بوابة الشرق الالكترونية، تم معاينته يوم 2018/10/10 على الساعة 12:15 على الرابط <https://www.al-sharq.com/article>

² موقع اوساط نيوز، تم معاينته يوم 2018/10/11 على الساعة 10:05 على الرابط

<https://aawsat.com/home/article/1433886/%D8%A7%D8%AF%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AF%D9%8A%D8%A7%D9%86-%D8%B5%D9%88%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B3%D8%B7%D9%8A%D8%A9-%D9%84%D9%85%D9%83%D8%A7%D9%81%D8%AD%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B9%D8%B5%D8%A8>

³ موقع صحابة نيوز، تم معاينته في 2018/10/11 على الساعة 09:30 على الرابط

<http://www.assabahnews.tn/article/197134/%D8%A7%D9%81%D8%AA%D8%AA%D8%A7%D8%AD-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%84%D8%AA%D9%82%D9%89-%D8%A7%D9%84%D9%83%D8%B4%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%8A-%D8%B3%D9%81%D8%B1%D8%A7%D8%A1-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%88%D8%A7%D8%B1-%D8%A8%D9%8A%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AF%D9%8A%D8%A7%D9%86-%D8%A8%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%85%D8%A7%D9%85%D8%A7%D8%AA>

حقول العلوم الإسلامية. كما تم طباعة دليل عملي مساعد على الحوار في طرف السكرتارية سنة 1969م و 1979م تحت عنوان "أفاق الحوار الإسلامي - المسيحي".¹

ومن المجالات الحديثة اصدرت مجلة الدراسات العقيدية ومقارنة الأديان هي مجلة علمية محكمة تصدر عن مخبر البحث في الدراسات العقيدية ومقارنة الأديان التابع لكلية أصول الدين؛ جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية بقسنطينة بالجزائر.²

يجدر الإشارة إلى أن المجالات العلمية الحديثة الخاصة بحوار الأديان هي كثيرة جدا ولا يمكننا أن نورد جميعا في هذه الدراسة، لذا فضلنا ذكر نماذج عن بعض المجالات التي تعمل على دراسة كل ما يتعلق بالحوار بين الأديان بصفة عامة والحوار المسيحي الإسلامي خاصة.

خامسا: إنشاء مراكز وهيئات خاصة تشجع على الحوار بين الأديان:

يذكر إنشاء المراكز والهيئات كوسائل تقليدية أيضا؛ استعان بها ممثلو اتباع الديانات من أجل التدريب على تقنيات الحوار والتواصل من أجل ضمان ترسيخ افضل لهذه الثقافة، وتعد من بين الوسائل التي لها فعالية كبيرة من حيث تنشآت الأفراد على مبدأ تقبل الآخر وكيفية التعامل معه بطرق حضارية، ومن بين هذه المراكز والهيئات:

تم إنشاء أمانة سر (سكرتارية) لشؤون الديانات غير المسيحية من طرف البابا بولس السادس والتي أعلن عنها في 14 أيار 1964م وحدد مهمتها في إقامة "حوار مخلص مع أولئك الذين يؤمنون بالله ويعبدونه".³ وتم أيضا إنشاء المجلس البابوي للحوار بين الأديان منذ سنة 1989 الذي جاء خلفا لأمانة السر.⁴ وفي سنة 2012 تم إنشاء مركز حوار الأديان CAICIID من طرف المملكة العربية السعودية وجمهورية النمسا ومملكة اسبانيا الى جانب الفاتيكان بصفته عضو مؤسس ومراقبا.⁵

وفي شهر ماي 2000م تم إنشاء الشبكة العالمية للأديان من أجل الأطفال Global Network of Religions for Children ، حيث قدم قادة دينيون و ناشطون محليون و شباب من شتى أنحاء العالم ليلتقوا بمدينة طوكيو اليابانية لإطلاق الشبكة العالمية للأديان من أجل الأطفال.⁶

¹ ألكسي جورافيسكي، مرجع سابق، ص 148-149.

² البوابة الوطنية للمجلات العلمية تم معاينته يوم 2018/10/12 على الساعة 11:12 على الرابط <https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/87>

³ ألكسي جورافيسكي، ص 135.

⁴ أحمد نفير، مرجع سابق، ص 141.

⁵ موقع مركز حوار الأديان، تم معاينته يوم 2018/11/11 على الساعة 08:25 على الرابط <https://www.kaiciid.org/ar/who-we-are>

are

⁶ موقع الشبكة العالمية للأديان من أجل الأطفال، تم معاينته بتاريخ 2018/11/12 على الساعة 10:13 على الرابط

<https://gnrc.net/ar/what-we-do-ar/gnrc-forums-ar>

أنشأ أيضا مركز الدوحة الدولي لحوار الأديان (DICID) Doha International Center For Interfaith Dialogue، في شهر جوان 2010م صدر القرار الأميري رقم (20 لسنة 2010م) بالموافقة على إنشاء مركز الدوحة الدولي لحوار الأديان، والذي يهدف إلى دعم وتعزيز ثقافة الحوار بين الأديان، والتعايش السلمي بين معتنقي الأديان، وتفعيل القيم الدينية لمعالجة القضايا والمشكلات التي تهم البشرية.¹

سادسا- إقامة أيام احتفال سنوية عالمية من أجل تعزيز ثقافة الحوار والتعايش مع مختلف أبناء البشر على اختلاف معتقداتهم وأجناسهم:

إقامة أيام سنوية عالمية احتفالية تدخل أيضا في إطار الإعلام التقليدي وهو شكل آخر من أشكال الحوار المباشرة وغير مباشرة في نفس الوقت ومن أهمها:

1- أسبوع الوثام العالمي بين الأديان Interfaith harmony week:

أسبوع الوثام العالمي بين الأديان هو حدث سنوي يُحتفل به خلال الأسبوع الأول من شهر شباط/فبراير ابتداء من عام 2011، وقد أقرت الجمعية العامة للأمم المتحدة أسبوع الوثام العالمي بين الأديان في قرارها رقم A/RES/65/5 والذي اتخذ في 20 تشرين الأول/أكتوبر 2010.²

اليوم العالمي للتنوع الثقافي Cultural diversity day:

وفي عام 2001، اعتمدت يونسكو الإعلان العالمي للتنوع الثقافي . وأعلنت الجمعية العامة (هيئة الامم المتحدة) في قرارها رقم 249/57 يوم 21 أيار/مايو يوما عالميا للتنوع الثقافي للحوار والتنمية.³

2- اليوم الدولي للتسامح Tolerance day :

في عام 1996 دعت الجمعية العامة لهيئة الأمم المتحدة؛ الدول الأعضاء إلى الاحتفال باليوم الدولي للتسامح في 16 تشرين الثاني/نوفمبر ، من خلال القيام بأنشطة ملائمة توجه نحو كل من المؤسسات التعليمية وعمامة الجمهور.⁴

3- السنة الدولية لتقارب الثقافات لسنة 2010

¹ موقع مركز الدوحة الدولي لحوار الأديان، تم معاينته بتاريخ 2018/11/14 على الساعة 12:05 على الرابط

<https://www.dicid.org/aboutus.php>

² موقع أسبوع الوثام العالمي بين الأديان، تم معاينته بتاريخ 2018/11/13 على الساعة 13:12 على الرابط

<http://www.un.org/ar/events/interfaithharmonyweek>

³ اليوم العالمي للتنوع الثقافي، تم معاينته بتاريخ 2018/11/14 على الساعة 14:00 على الرابط

<http://www.un.org/ar/events/culturaldiversityday>

⁴ اليوم الدولي للتسامح، تم معاينته بتاريخ 2018/11/15 على الساعة 21:15 على الرابط

<http://www.un.org/ar/events/toleranceday>

أعلنت الجمعية العامة التابعة للأمم المتحدة سنة 2010 سنة دولية للتقارب بين الثقافات، وعينت منظمة اليونسكو لتلعب دورا قياديا في الاحتفال بالسنة.¹

سابعا- تنظيم لقاءات حوارية تلفزيونية:

عند ظهور التلفزيون في الثلاثينيات من القرن العشرين كان يعتبر في ذلك الحين وسائل الإعلام الجديدة لكن مع ظهور الانترنت أصبح التلفزيون يصنف ضمن وسائل الإعلام القديم، لكن تبقى للتلفزيون كوسيلة اعلامية خصوصيته ومازال يلعب دورا كبيرا في مختلف المجتمعات، ويعد التلفزيون من الوسائل التي استخدمت ولا زالت تستخدم سواء لدعم ثقافة الحوار بين الأديان أو لإثارة الفتن والنعرات بين أتباع الأديان ومختلف الاثنيات والطوائف في العالم.

لقد اخترنا في هذه الجزئية عرض بعض البرامج التي كانت تبث عن طريق التلفزيون هدفها تعزيز ثقافة تقبل الآخر وتعزيز التعايش السلمي بين الأديان والتي من بينها:

بثت قناة **cbc +2** المصرية حصة "آمنت بالله"، حيث تم استضافة الداعية الإسلامي حبيب علي الجعفري والأنبا مرقس رئيس لجنة الإعلام بالجمع المقدس واسقف مطرانية شبرا، تميز الحوار بالهدوء، كما دعا الطرفان إلى ضرورة التعايش بين المسيحيين والمسلمين في سلم وأمان.²

وعلى قناة الجزيرة في حصة حوار مفتوح وبتنسيق الصحفي غسان بن جدو على قناة الجزيرة استضاف كل من غريغوريوس الثالث لحام بطريرك أنطاكية وسائر المشرق للروم الكاثوليك وشارال الحاج عضو مجلس إدارة مؤسسة المارونية للانتشار وجورج بشير كاتب في الشؤون المسيحية والسياسية، حيث كان الحديث يدور حول وضع مسيحي الشرق في الشرق الاوسط وطبيعة تعايشهم مع المسلمين، وأجمع الضيوف على أن هناك تعايش بين المسلمين والمسيحيين على أرض الواقع مثل لبنان سوريا العراق إلا أن من يهدد هذا التعايش هم الغرب الذي احتلوا لعراق ووجود الكيان الصهيوني في فلسطين، أي أن التدخل الغربي الذي جاء بناء على اطماع سياسية اقتصادية راح ضحيته التعايش.³

¹ السنة الدولية للتقارب الثقافات، تم معانيته بتاريخ 2018/11/14 على الساعة 14:31 على الرابط

<http://www.un.org/ar/events/iycr2010>

² قناة **cbc +2** المصرية 1، حصة آمنت بالله، تم معانيته بتاريخ 2018 /12/10، على الساعة 22:13 على الرابط

<https://www.youtube.com/watch?v=OhFXa8Oj5iw>

³ قناة الجزيرة على اليوتيوب، حصة حوار مفتوح، تم معانيته بتاريخ 2018/12/10، على الساعة 09:10 على الرابط

<https://www.youtube.com/watch?v=YFo98hxIS7U>

المطلب الثاني: الحوار المسيحي الإسلامي عبر المواقع الالكترونية

بعد ظهور وسائل الإعلام الجديدة ظهرت أشكال جديدة للحوار بين أتباع الديانتين بفضل السمات الاتصالية التفاعلية التي أتاحتها هذه البيئة الافتراضية؛ تختلف عن ما كانت تقدمه وسائل الاعلام التقليدية، كما أن الإعلام الجديد أدى الى بروز فاعلين جدد في ساحة الحوار يختلفون عن الفاعلين الذين كانوا ينشطون في وسائل الاعلام التقليدية، ومن بين أهم هذه الوسائل الجديدة التي تستخدم في مبادرات الحوار:

انشاء مواقع الإلكترونية تدعوا إلى الحوار بين المسلمين والمسيحيين:

عمل كل من المسلمين والمسيحيين على الاستفادة من الخدمات التواصلية التي وفرتها الاعلام الجديد من أجل العمل على التسويق لفكرة الحوار بين أتباع الأديان ومحاولة ترسيخها بين الأجيال ومن أجل أن تكون أقرب إلى الأفراد والجماعات، وخاصة فئة الشباب التي تستعمل كثيرا الأنترنت مع انشار الحواسيب المحمولة والهواتف الذكية، ويعتبر إنشاء المواقع الالكترونية من بين الطرق الجديدة في التواصل، خاصة بعد اكتشاف الويب 2.0 الذي تحولت المواقع الإلكترونية من مجرد نشر المعلومات فقط إلى إتاحة فرصة للمتلقي بأن يتفاعل ويبدى رأيه، لأن المواقع الإلكترونية أصبحت تترك مساحة للتعليقات وربط الموقع بوصلات خاصة بأشهر مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وتويتر واليوتيوب وليكندن وقوقل بلوس...تهدف من خلالها الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المستخدمين هذا من جهة، وإلى اضافة تفاعلية أكبر مع الموقع والاستفادة من المرونة والسهولة والسرعة التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي من جهة أخرى.

لذلك فإن المواقع الإلكترونية تعتبر من الوسائل الأولى التي استعملتها المؤسسات الدينية للانتقال إلى بيئة الانترنت، حيث يقول أحد الباحثين في هذا الصدد "تهدف المجموعات الدينية الممثلة في الكنائس والمعابد إلى إعادة انتاج بعض جوانب الحياة التقليدية للكنيسة أو المعبد على بيئة الانترنت على شكل مواقع انترنت".¹ ويعود هذا إلى أن الانترنت على العموم سمحت بفتح باب الحوار عن بعد وأتاحت التعارف بين الأديان، حيث يرى براشر Brasher "يتيح تواجد الدين على الانترنت للناس التعرف على التراث الثقافي الديني للعديد من الأديان، وبالتالي يمكن للأفراد من فهم أفضل للأديان الأخرى".² ومن بين المواقع الالكترونية التي تدعوا إلى الحوار بين المسلمين والمسيحيين:

¹ Heidi Campbell, Opcit, P05.

² Heidi Campbell, Opcit, P05.

أولاً - موقع أبونا:¹

يصدر عن المركز الكاثوليكي للدراسات والإعلام - الأردن، رئيس تحريره الأب رفعت بدر كاهن في بطريركية القدس حاصل على ماجستير في العلاقات الدولية؛ بالإضافة إلى درجتي البكالوريوس في الفلسفة واللاهوت، يسعى للتواصل مع المسيحيين وغير المسيحيين، وهذا الموقع موصول بمواقع التواصل الاجتماعي من أجل ضمان تفاعلية أكبر ومن بين هذه المواقع نجد:

موقع الفاييسبوك والذي يصل عدد المعجبين بالصفحة إلى 290117 في حين يصل عدد المتابعين إلى 287101

أما موقع تويتر: فيصل عدد المتابعين للصفحة إلى 213 في حين يصل عدد المشتركين على اليوتيوب إلى 872 مشترك، هذا بالإضافة إلى أن الموقع موصول ب موقع قوقل بلوس ولينكيدن.

ثانياً - موقع قنطرة للحوار مع العالم الاسلامي:²

موقع قنطرة فضاء إعلامي إلكتروني رصين ينشر مقالاته منذ عام 2003 باللغات العربية والألمانية والإنجليزية ويدعم الحوار البناء والانفتاح على الآخر والتواصل المثمر بين الثقافات والحضارات من أجل التأسيس لثقافة إنسانية كونية. يكتب له أكثر من 500 كاتب وكاتبة منهم 100 كاتب عربي من نخبة الكتاب والباحثين المعروفين، ويركز موقع قنطرة على قضايا وعوالم الإسلام والمسلمين في ألمانيا وأوروبا، الموقع موصول أيضا بموقع الفاييسبوك وتويتر وقوقل بلوس، حيث يصل عدد المعجبين بصفة الموقع إلى 469212 ويصل عدد المتابعين إلى 466977 ، أما عدد المتابعين على تويتر فيصل إلى 4806.

نلاحظ من خلال هذين النموذجين من المواقع أنها أنشأت في البيئة الالكترونية وهي عبارة عن مواقع إعلامية تهتم بالترويج لثقافة الحوار وحقوق الاختلاف بين أبناء البشر، كما أن من سمات التي يتيحها الإعلام الجديد إمكانية ربط هذه المواقع مع مختلف مواقع التواصل الاجتماعي من أجل زيادة التفاعل مع الموقع، وكذلك كي يتمكن المسؤولين عن الموقع من تلقي ردود الأفعال الآنية من طرف المستخدمين مع المواضيع، كما تمكن هذه المواقع المستخدمين من سهولة الحصول على المعلومة مع إمكانية مشاركتها مع الأصدقاء، وبالتالي تتسع دائرة الحوار وتساعد في نفس الوقت على سرعة نشر الأفكار والآراء، كما أن تكاليف إنشاء هذا النوع من المواقع قليلة جدا ولا تتطلب يد عاملة ضخمة لإدارة الموقع ، وهذا عكس المؤسسات الاعلامية التقليدية مثل الجريدة أو

¹ موقع أبونا، شوهد بتاريخ 2019/01/06، على الساعة: 10:50، على الرابط: <http://www.abouna.org/node/66>

² موقع قنطرة للحوار مع العالم الإسلامي(2003). شوهد بتاريخ 2019/01/05، على الساعة: 10:26، على الموقع:

<https://ar.qantara.de/page/about-us>

الإذاعة أو التلفزيون فإن انشاءها يتطلب رؤوس أموال ويد عاملة ضخمة بالإضافة إلى تكاليف كراء أو شراء المكان المخصص لها؛ هذا بغض النظر على أنها لا تسمح بالتفاعلية والتشاركية بالشكل الذي يوفره الإعلام الجديد.

المطلب الثاني: الحوار المسيحي الإسلامي عبر المدونات الالكترونية

تعتبر المدونات من أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي تتيح لصاحبها التعبير عن آرائه وأفكاره، كما أن المدونات تتيح فرصة التفاعل بين صاحب المدونة ومتابعيه حيث يمكن تبادل الآراء من خلال التعليقات داخل المدونة بالإضافة إلى ذلك يمكن ربط المدونة بأبرز مواقع التواصل الاجتماعي، لذلك يلجأ بعض المدونين المهتمين بمجال الحوار بين الأديان إلى اللجوء إلى هذا النوع من مواقع التواصل الاجتماعي من أجل التعبير عن أفكارهم ووجهات نظرهم الدينية، ذلك أن "المدونات على الانترنت تعد إحدى الوسائل الجديدة الأكثر شعبية التي تستعمل في النقاشات الدينية(...)" حيث تتيح المدونات للأفراد فرصة التعبير عن معتقداتهم الروحية وممارساتهم الدينية¹.

المطلب الثالث: الحوار المسيحي الإسلامي عبر اليوتيوب

عند اللجوء إلى موقع اليوتيوب نجد بأن هناك حوار رسمي وغير رسمي، وقنوات رسمية وغير رسمية تختص بنشر مقاطع فيديو متنوعة، ونقصد بالقنوات الرسمية تلك القنوات التي تكون تابعة لمؤسسات اعلامية رسمية مثل القنوات الفضائية التي تعتمد على نشر حلقات أو مقاطع مثيرة من أجل جلب تفاعل أكبر من طرف المستخدمين، أما القنوات غير الرسمية هي تلك القنوات التي يقوم بإنشائها هواة من أجل الترويج لأفكارهم ونشر آراءهم؛ سواء من خلال نشر فيديوهات يظهرون فيها هم بأنفسهم أو يقومون بنشر مقاطع فيديوهات يختارونها من مصادر مختلفة؛ سواء كانت مصادر رسمية (مثل فيديوهات مقتطعة من حلقات لقنوات إعلامية) أو غير رسمية (مثل تصوير أحد المستخدمين بهاتفه الخاص أو كمرته لمشهد أو واقعة معينة).

ونقصد بالحوارات الرسمية ذلك النوع من الحوارات بين أتباع الأديان التي يقودها مثلي أتباع الأديان من دعاة أو رهبان وكهنة سواء مع بعضهم البعض أو مع متدينين عاديين، ويكون هذا النوع من الحوار في أماكن

- ¹ Rebacca Cohen & Daniel La Magna,(2010), New Soial Media and Interreligious and Intercultural Understanding, Barkley Center of Religion Peace and World.

<https://s3.amazonaws.com/berkeley-center/100430BridgingBabelNewSocialMediaInterreligiousInterculturalUnderstanding.pdf>

رسمية مثل قاعات المؤتمرات أو مراكز الحوار أو منابر الاعلام... إلخ أيضا ووسائل مؤسساتية كالكاميرات الخاصة بالمؤسسات الإعلامية أو مراكز الحوار.

أما الحوارات غير الرسمية فنعني به ذلك النوع من الحوارات الذي يجمع بين متدينين باحثين عن الحقيقة قد يكونوا من عامة الناس أو مثقفين يقومون بإجراء هذه الحوارات بوسائلهم الخاصة كتصوير عن طريق كاميراتهم أو هواتفهم وفي أماكن عمومية كالشوارع أو المقاهي أي أماكن غير رسمية.

وقد أصبح موقع اليوتيوب المكان المناسب للكثيرين سواء كانوا افراد أو مؤسسات من أجل الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور؛ نظرا للميزات الجذب والتفاعلية التي يتميز بها هذا الموقع والتي من بينها يسمح بنشر فيديوهات مختلفة سواء كانت قصيرة أو طويلة يسمح بالتعليق ووضع علامات معجب أو غير معجب، كما يسمح للجمهور بالاشتراك كي يصله كل جدد ينشر على القناة المتصلة باليوتيوب، بالإضافة إلى إمكانية مشاركته عبر مواقع التواصل الاجتماعية الأخرى، ويلاحظ مؤخرا انتشار مقاطع الفيديوهات التي تحمل في مضمونها حوارات بين المسلمين والمسيحيين "حيث اكتشفت دراسة حديثة عن موقع اليوتيوب بأن هناك حوالي 2000 فيديو نشر على اليوتيوب حول الحوار المسيحي الإسلامي".¹ ومن بين الحوارات الرسمية وغير الرسمية بين المسلمين والمسيحيين على اليوتيوب:

1- الحوارات الرسمية على اليوتيوب:

سنعرض بعض النماذج الحوارية الرسمية عبر اليوتيوب والتي من أبرزها:

نشر مقطع فيديو مدته 8 دقائق على اليوتيوب للداعية أحمد ديدات² في إحدى قاعات المحاضرات يتحدث فيه عن حقيقة ميلاد المسيح من وجهة نظر إسلامية، وبحضور أتباع الديانات المسيحية، حصل الفيديو الذي نشر منذ سنة 2012 على نسبة مشاهدة عالية تقدر بـ 1,804,918 ، و 12129 إعجاب و 244 غير معجب و k326 مشترك في القناة.

كما نشر فيديو آخر للدكتور والداعية ذاكر نايك³ على اليوتيوب منذ سنة 2017 مدته 06:55 د في إحدى قاعات المحاضرات؛ يرد على سؤال إحدى المسيحيات حول ان كان المسيحي يدخل الى الجنة ام النار

¹ Rebacca Cohen and Daniel La Magn, Opit, P04.

² قناة الشيخ أحمد ديدات، متى ولد المسيح، شوهدي في تاريخ 2018/12/22 على الساعة: 14:20 على الرابط

<https://www.youtube.com/watch?v=86v9ymkBJi4>

³ قناة دكتور ذاكر نايك مترجم، هل المسيحي يدخل الجنة أم النار، شوهدي بتاريخ 2018/12/22 على الساعة: 15:05 على الرابط،

<https://www.youtube.com/watch?v=958TQpJQ1pc>

حصل هذا الفيديو الى حد الان على 4,409,749 مشاهدة و 46955 معجب و 3659 غير معجب وهناك 587 k مشترك و 5732 تعليق.

يجدر الإشارة إلى أن كل من الداعية أحمد ديدات وذاكر نايف من أبرز ممثلي الدين الاسلامي الذين ينشطون محاضرات ومؤتمرات وحصص تلفزيونية خاصة بالحوار بين الأديان في جانبه اللاهوتي ويعتبران نموذج للمحاور المحترم الذي يحترم الآخر ويحاول الاقناع بالحجة والدليل.

ولقد قمنا بتصنيف هذين النموذجين ضمن الحوارات الرسمية لأنهما يعتبران أحد ممثلي الدين الإسلامي المتخصصين في علم مقارنة الأديان وينشطون في الأماكن الرسمية.

كما أنه لفت انتباهنا أن نسبة المشاهدة وصلت إلى ما يقارب أربع ملايين ونصف مشاهدة؛ ربما يعكس هذا الاهتمام من طرف المستخدمين بهذا النوع من المواضيع.

2- نماذج عن حوارات غير رسمية على اليوتيوب:

يلاحظ انه في الآونة الأخيرة وخاصة بعد انتشار مواقع التواصل بدأ يظهر شكل جديد من أشكال الإعلام، والذي كما قلنا آنفا بأن هناك من يطلق عليه اسم الإعلام البديل أو الإعلامي الفردي أو صحافة المواطن، حيث يتيح هذا النوع الجديد من الاعلام لأي مستخدم له معرفة اولية بتقنيات الحاسوب أو الهاتف الذكي أن ينشأ قناة على اليوتيوب أو صفحة أو مجموعة على الفيسبوك، يستطيع من خلالها نشر الفيديوهات والأخبار عن مختلف المواضيع، كما يشجع هذا النوع من الإعلام الاتصال الأفقي بدل الاتصال الراسي ولا يخضع لسياسة المؤسسة بل يخضع لما يريده الأفراد والجماعات، ويتيح حرية وجرأة أكبر في معالجة مختلف المواضيع، من بين الحوارات غير الرسمية التي وجدناها على احد قنوات اليوتيوب :

نشر حوار على اليوتيوب في نوفمبر 2018، بين مسيحيين ومسلمين (قناة SCDawah MidEast)¹، في إحدى الساحات العمومية بأمريكا حول الإرهاب والإسلام، هذا الحوار كان بقيادة مُحمَّد منصور وهو رجل مسلم مشهور بالحوارات الساخنة مع المسيحيين في الشوارع والساحات العمومية، وبحضور عدد معتبر من الجمهور ومتنوع (شباب، رجال، نساء، شيوخ) ومصورين هاوئين، دامت مدة الحوار حوالي 20 دقيقة، وكان يشارك في الحوار إلى جانب مُحمَّد منصور امرأة مسلمة ورجل مسلم آخر وفي الجهة المقابلة كان رجل مسيحي وكان الحوار

¹ قناة SCDawah MidEast، كيف للمسلم أن يعلمني ديني، شوهد بتاريخ 2019/01/05 على الساعة: 15:40 على الرابط:

<https://www.youtube.com/watch?v=7pQlZKTVDc>

محترماً دون سب أو شتم وساخن قليلاً. حصل هذا الفيديو على 33255 مشاهدة 434 معجب 21 غير معجب و k30 مشترك.

بث حوار آخر على اليوتيوب في ديسمبر 2017 بين مسيحية ومجموعة من المسلمين¹ بما فيهم منصور محمد في أحد الشوارع العامة بأمريكا، حضور الجمهور كان متنوع نساء رجال ومختلف الأعمار، تميز الحوار باستعمال الأدلة وكان ساخن ومحترم إلى حد كبير، حصل هذا الفيديو الذي دامت مدته 20:16 د على نسبة مشاهدة وصلت إلى 1,563,306 و معجبين 12714 وغير المعجبين 996 عدد التعليقات بلغ 2192. وبلغ عدد المشتركين في القناة k 102.

نشر فيديو على اليوتيوب في 21 أبريل 2016 بين مسيحية ورجل مسلم،² يتحاوران في إحدى الشوارع العامة حول موضوع تعدد الزوجات في الإسلام تميز، الحوار بالهدوء والاحترام من قبل الطرفين الحضور كان قليل وكلهم رجال، كانت مدة الفيديو 05:20، وصل عدد المشاهدين إلى 782,199 وعدد المعجبين 4920 وغير معجبين 705 وكان عدد التعليقات 1383 وعدد المشتركين في القناة بلغ K3 الحضور كان قليل كلهم رجال.

ما لاحظناه في هذا النوع من الحوارات غير الرسمية ان المكان كان عمومي والحوار مفتوح ويمكن لأي شخص أن يدخل في الحوار ويبدى رأيه بكل حرية ومن خلال الحضور يدل على أن المواضيع الدينية لا زال لها اهتمام حتى في الأوساط الغربية التي طغت عليها المادة وانتشرت فيها العلمانية إلا أن المجال الديني لازال حاضراً، كما لاحظنا من خلال هذا الحوارات بأن المتحاورين مطلعين على دياناتهم والديانات الأخرى، ولا يبدو أنهم متخصصين (ليسوا كهنة أو أئمة)؛ كما يبدو أن اطراف الحوار متكافئين إلى حد كبير في مستوى الثقافة الدينية لكل طرف.

المطلب الرابع: الحوار المسيحي الإسلامي عبر الفايسبوك

يعد موقع الفايسبوك أكثر المواقع استخداماً وانتشاراً في العالم وذلك نتيجة للخصائص التي يتميز بها عن غيره، فنجد مثلاً بأنه يتيح نشر منشورات طويلة وغير محددة عكس موقع تويتر، كما يتيح نشر مقاطع الفيديو مثل اليوتيوب و يتيح نشر التدونات مثل المدونات أكثر من موقع في داخله، كما أن الفايسبوك يتيح النقل المباشر

¹ قناة SCDawah Channel، منصور وفتاة مسيحية، شهود بتاريخ 2019/01/06 على الساعة: 20:00 على الرابط: <https://www.youtube.com/watch?v=ji8SuWKhrZ8>

² قناة NextGeneration، حوار مع امرأة مسيحية تسأل عن الإسلام وتعدد الزوجات، شهود بتاريخ 2019/01/06 على الساعة: 20:30 على الرابط: <https://www.youtube.com/watch?v=mdw-IMwndiY>

للأحداث وإنشاء الصفحات والمجموعات، وإجراء الدردشات الجماعية وغيرها، كل هذا جعل المستخدمين يفضلونه عن باقي المواقع الاجتماعية الأخرى، ونجد كذلك بأن المهتمين بالحوار بين الأديان وجدوا في موقع الفيسبوك الفضاء المناسب لذلك؛ ما أعطى امكانية إلى إيجاد أرضية افتراضية مشتركة تحتضن هذا النوع من الحوار الديني، في هذا الإطار يرى موكغو كغاتل Mookgo S.Kgatle بأن "المجموعات الدينية قد تعاملت مع التكنولوجيا الجديدة بطريقتين؛ الأولى هي إنشاء مواقع الكترونية خاصة بها تركز على المواضيع الدينية، والثانية هي الاستفادة من خدمات الشبكات الاجتماعية مثل الفيسبوك".¹ ذلك أن موقع الفيسبوك كأحد مواقع التواصل الاجتماعي قد أتاح أنماط تواصل متنوعة ومختلفة، حيث يرى غوراف شاه Gaurav Shah بأن "الشبكات الاجتماعية سهلت مختلف أشكال التواصل فنجد بأن التواصل يمكن أن يكون بين شخصين (One to One) أو بين فرد وجماعة (One to Many) أو جماعة مع فرد (Many to One) أو جماعة مع جماعة (Many to Many)"،² لهذا وجدنا انتشار واسع لمجموعات وصفحات الحوار بين الأديان عامة والحوار المسيحي الإسلامي خاصة على الفيسبوك وبلغات مختلفة نتيجة موثمة هذه البيئة الجديدة.

1- سنعرض في البداية أهم الصفحات التي تدعو للحوار بين الأديان على الفيسبوك:

من خلال بحثنا في الفيسبوك وجدنا هناك العديد من الصفحات الرسمية على الفيسبوك تشجع على الحوار بين الأديان نذكر من بينها: صفحة مركز الدوحة الدولي لحوار الأديان DICID³ والتي وصل عدد المعجبين بها إلى 85752، وبلغ عدد المتابعين للصفحة 85816 متابع. وجدنا كذلك صفحة الشبكة العالمية للأديان GNRC⁴ والتي بلغ عدد العجبين بها إلى 2639 في حين وصل عدد المتابعين إلى 2649، بالإضافة إلى الصفحة الرسمية لمركز حوار الأديان CAICIID وقد بلغ عدد المعجبين بالصفحة إلى 85752، أما المتابعين فلقد وصل عددهم إلى 85816 متابع.

¹ Mookgo S.Kgatle, Social Media and Religion Missiological Perspective on the Link between Faebook and Emergene Propheti Churhes in Souehern Africa, AOSIS, 2018, P04

² Gaurav Shah, Interreligious Dialogue Through Social Media in Purview of UNESCO'S Declaration on Religion Peace Works, Vol 06, N 01, 2016, P93.

³ مركز الدوحة الدولي لحوار الأديان، تم معاينته يوم 2019/01/07، على الساعة: 19:00 على الرابط

<https://www.facebook.com/home.php#!/pages/Doha-International-Center-for-Interfaith-Dialogue/162809243770712>

⁴ الشبكة العالمية للأديان، تم الاقتباس يوم 2019/01/07، على الساعة: 19:30 على الموقع: <https://www.facebook.com/kaiciid>

2- ومن بين أهم المجموعات على الفيسبوك التي تدعو إلى الحوار بين المسلمين والمسيحيين :

انتشرت العديد من المجموعات غير الرسمية أصحابها والمشاركين فيها مهتمين بموضوع الحوار بين الأديان ويبدو أن مستويات معرفتهم متفاوتة، ذلك ما لاحظناه من خلال التعليقات على المنشورات، ومن خلال أيضا زيارتنا لبعض حساباتهم، ومن بين هذه المجموعات التي تدعو إلى الحوار بين الأديان وخاصة الحوار بين المسلمين والمسيحيين:

مجموعة نقاش اسلامي مسيحي محترم: وهي من المجموعات التي تنشط باللغة العربية وتدعو إلى الحوار بين المسلمين والمسيحيين يبلغ عدد أعضائها 1489 عضو من المسلمين والمسيحيين، ومن خلال متابعتنا للمجموعة وجدنا بأنها مجموعة نشطة تطرح مواضيع للنقاش بين المسلمين والمسيحيين، كما أنه من خلال متابعتنا للتفاعلات مع المنشورات، ومن خلال أيضا ولوجنا إلى الحسابات الخاصة ببعض المتفاعلين، وجدنا بأن السن والمستوى التعليم متنوع وحتى التخصصات متنوعة وحتى من خلال النقاشات هناك من يبدو أن مطلع جيد على دينه ودين الآخر. أما عن مسألة الاحترام فمن خلال متابعتنا للمجموعة وجدنا أن هناك القليل من يتمتع بهذه الثقافة وأن في الكثير من الأحيان ما يتحول الحوار إلى سب وشتيم.¹

وهناك أيضا مجموعة أخرى نشطة باللغة الفرنسية تسمى حوار مسيحي إسلامي Dialogue Chrétien& musulman وهي مجموعة تنشر منشورات تهم المسلمين والمسيحيين وتفتح باب النقاش بين الأعضاء إذ يصل عدد أعضائها 20779 عضوا، كما أن عدد التفاعل مع المنشورات كبير وحتى المنشورات اليومية مرتفعة، ولاحظنا أنه في الكثير من الأحيان تكون هناك حوارات ساخنة بين المسلمين والمسيحيين ومن خلال دخولنا لبعض حسابات الأعضاء وجدنا بأن سنهم ومستواهم الدراسي متنوع ومن ناحية ثقافة تقبل الآخر لا حظنا من خلال الحوارات داخل المجموعة أن هناك من يحترم الآخر ويتناقش معه بهدوء، في حين هناك من لا يلتزم بقواعد المجموعة و يختار سبيل تبادل التهم السخرية من الآخر.²

يمكن القول بأنه من خلال هذين النموذجين ان مواقع التواصل الاجتماعي أفرزت لنا فاعلين جدد يتميز أغلبهم بأنهم غير متخصصين (ليسوا كهنة أو دعاة) بل هم مجرد مهتمين بالمسائل الدينية ومتحمسون للحوار مع الآخر واكتشافه، وحتى في بعض الأحيان ربما من أجل أحقية دين على آخر، وهذا ما لمسناه من خلال متابعتنا

¹ مجموعة نقاش إسلامي مسيحي محترم، تم معاينته يوم 2019/03/15 على الساعة 12:05 على الرابط

<https://www.facebook.com/groups/1423829107849534>

²Groupe de Facebook, Dialogue Chrétien& musulman, consulté le 15/03/2019 à 12 :05 sur lien : <https://www.facebook.com/groups/1652112215057335/about/>

اليومية لهتين المجموعتين، كما لا حظنا بأن مواقع التواصل شجعت على تبادل الرؤى وعلى الاتصال الأفقي الذي يمكن كل طرف من المشاركة بفكرته ، كما افترزت شكل جديد يمثّل في تشارك الجميع في انتاج المحتوى ونشره، ولمسنا كذلك بأن المجال الدين عاد بقوة إلى المجتمعات وظهرت لنا فاعلين غير هؤلاء الفاعلين التقليديين الذين كان ينتقيهم الإعلام التقليدي حسب ما يخدم مصالحه وسياساته.

أما عن محاولات اندماج الإعلام التقليدي في الإعلام الجديد بهدف توسيع دائر الحوار بين الأديان، وجدنا من خلال ما تناولناه في محاورنا السابقة حول أهم مراكز الحوار وأهم الهيئات العالمية التي تدعو الى حوار الاديان؛ أنه أصبح لديها مواقع الكترونية في بيئة الويب الثاني تنشر فيها أهم نشاطاتهم وأهم مساعيها الرامية إلى خدمة موضوع الحوار والتعايش بين الأديان، كما وجدنا أن هذه المواقع موصولة أشهر مواقع التواصل الاجتماعي والتي من بينها: الفيسبوك وتويتر ويوتيوب وانستغرام وقوقل بلوس ولينكيدن... الخ كما أن الوسائل الإعلامية الأخرى مثل الجريدة والإذاعة والتلفزيون أصبح لها وجود في هذه البيئة الجديدة،

هذا كله بهدف فتح باب التفاعل مع مختلف المستخدمين وخاصة الشباب الذين يمثلون أكبر نسبة التي تتواصل عن طريق هذه الوسائل الجديدة، كما أن هذه المواقع تتخطى الحدود الفاصلة بين الدول وتصل إلى مختلف الثقافات والمعتقدات؛ وبهذه الطريقة الجديدة يمكن أن تتمكن هذه الوسائل الإعلامية التقليدية من خلال الإندماج في بيئة الإعلام الجديد أن تنشر أفكار التسامح والتعايش بين مختلف أتباع الأديان أو على الأقل تشجع على ضرورة وجود الاختلاف وقبول الآخر.

خلاصة

من خلال ما سبق من عرضه حول الوسائل المستخدمة في الحوار بين الأديان عامة والمسلمين والمسيحيين خاصة، يمكن القول بأن هناك جهودات دولية ومحلية تدعو إلى الحوار بين الأديان؛ خاصة بين المسلمين والمسيحيين نظرا إلى تأزم المشهد الديني في الكثر من المناطق في العالم والذي ترجم من خلال النزعات وتشكل الجماعات المتطرفة، هي مبادرات تدعو إلى ضرورة فتح الحوار مع الآخر تهدف إلى نشر رسالة عالمية تعزز ضرورة الاختلاف والتعايش المجتمعات مع مختلف الأجناس والأعراق والمعتقدات.

لاحظنا كذلك بأن هذه المبادرات استعملت مختلف الوسائل التقليدية مثل انشاء مراكز وهيئات حوار، عقد المؤتمرات والملتقيات، تبادل الزيارات، تخصيص أيام سنوية عالمية احتفالية تدعو للتعايش والحوار، بث برامج تلفزيونية اذاعية ونشر المبادرات الاخوية عبر الجرائد والمجلات، وكذلك لم تغفل عن الاستفادة من وسائل الإعلام الجديدة حيث تجسد ذلك من خلال انشاء المواقع الالكترونية والصفحات على الفيسبوك وتويتر وانستغرام وقوقل بلوس وغيرها وكذلك انشاء قنوات على اليوتيوب تنشر من خلالها أهم المبادرات واللقاءات بين اتباع الأديان.

ولاحظنا بأن هناك حوارات رسمية تدعو إلى الحوار بين الأديان، حيث يتميز هذا النوع من الحوارات انه صادر مؤسسة أو هيئة أو مركز معين أو عن أحد ممثلي الديانات رهبان، كهنة، أو دعاة، وتقام في أماكن رسمية مثل قاعات المحاضرات أو المؤتمرات أو في منابر المؤسسات الإعلامية... الخ.

في حين وجدنا بأن هناك حوارات غير رسمية؛ ربما هي كانت موجودة قديما لكن لم تبرز على الساحة الاعلامية، لأنه لم تكن هناك وسائل تسمح للأفراد العاديين، الذين هم على الهامش وخارج أجندات وسائل الاعلام التقليدية للتعبير عن آرائهم ونقل مبادراتهم ومسايعهم وايصالها إلى الجمهور؛ لكن مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي والتي هي احد مخرجات الاعلام الجديد بدأت هذه المبادرات غير الرسمية في ظهور على الساحة الاعلامية الحرة او كما يسميه البعض ساحة اعلام المواطن، هذا النوع من الاعلام الذي ينتج محتواه عن طريق مشاركات المستخدمين ونشاطاتهم المستمرة.

لا حظنا ذلك من خلال مبادرات الحوار على اليوتيوب لأناس لم يظهروا من قبل في الإعلام التقليدي يجرون حوارات في الساحات العمومية ويتناقشون مع من يختلفون معهم في الدين، كما لاحظنا ايضا ذلك على موقع الفيسبوك من خلال إنشاء المجموعات التي تدعو العامة لإبداء رأيهم والتحاور مع من يخالفه في العقيدة. إذا سمحت هذه الوسائل الإعلامية الجديدة بتغيير أنماط الاتصال؛ فبعدما كان اعلام رأسي نازل أصبح هناك اتصال أفقي، وأيضا اتصال صاعد، اتصال صاعد حيث أصبحت وسائل الإعلام تستقي أخبارها من هذه المواقع الجديدة، فبعدما كان المواطن يستقي المعلومات من وسائل الإعلام التقليدية؛ أصبحت وسائل الإعلام التقليدية هي التي تستقي المعلومات منه.

الفصل الثالث

تحليل نتائج المقابلات والملاحظة بالمشاركة

ومضمون المجموعات الثلاث

الفصل الثالث: تحليل نتائج المقابلات والملاحظة بالمشاركة ومضمون المجموعات الثلاث

بعد التأثيث النظري لهذه الدراسة وبناء قاعدة علمية ستساعدنا حتما على تحليل البيانات التي سوف نعرضها في هذا الجانب التطبيقي، والتي تحصلنا عليها عن طريق مجموعة من الأدوات العلمية. في البداية سنعمد إلى التعريف بالمجموعات الثلاثة محل الدراسة مع إبراز أهم القوانين والقواعد التي تنظمها، ثم سننتقل إلى تحليل بيانات المقابلات التي أجريناها مع بعض المسؤولين والمشرفين ثم تحليل بيانات الملاحظة بالمشاركة التي قمنا بها داخل المجموعات الثلاث طيلة سنة كاملة، وفي آخر هذا الفصل سنعمل على تحليل بيانات مضمون المجموعات.

المبحث الأول: التعريف بالمجموعات الثلاث

لقد تم اختيار ثلاث مجموعات كعينة للدراسة بحيث تختلف هذه المجموعات من حيث اللغة المعتمدة داخل المجموعة والتي تباينت بين اللغة العربية والإنجليزية والفرنسية، وكذلك هناك اختلاف في الاعداد التقني لهذه المجموعات وتنوع في الانتماءات الدينية للمسؤول والمشرفين عليها، وسنتعرف على كل هذا بالتفصيل في ما يلي:

المطلب الأول: تعريف بالمجموعة الناطقة باللغة العربية

سنتناول في هذا العنصر تعريفا يخص المجموعة الناطقة باللغة العربية من خلال ما يظهر من خلال صفحة التعريف على الفاييسبوك، ومن خلال أيضا بعض المعلومات التي تحصلنا عليها من المقابلة التي أجريناها مع بعض المسؤولين والمشرفين، وسنتعرف في نفس الوقت على أهم القوانين والقواعد التي تنظم هذه المجموعة.

تعريف مجموعة المسيحية تسأل والإسلام يحجب حوار إسلامي مسيحي محترم:

هذه المجموعة هي من المجموعات التي تدعوا إلى الحوار بين المسلمين والمسيحيين على موقع الفاييسبوك ناطقة باللغة العربية تم إنشاؤها سنة 2015 من طرف مجموعة من المسؤولين المسلمين،¹ وهي مجموعة عامة يستطيع أي مستخدم رؤية منشوراتها، تضم 04 مسؤولين و 15 مشرف و 111687 عضوا.²

القوانين التي تنظم هذه المجموعة:

وضع المسؤولون عن هذه المجموعة جملة من القوانين والقواعد من أجل تنظيم الحوار والحفاظ على الاحترام بين الأعضاء داخل المجموعة ومن بين أهم هذه القوانين:³

– الحوار بين أتباع الدين الإسلامي والمسيحي فقط.

¹ مقابلة مع محمد هشام هاشم، مسؤول عن المجموعة الناطقة باللغة العربية، يوم 2018/03/15 على الساعة: 21:32.

² مجموعة المسيحية تسأل والإسلام يحجب، تم معانته بتاريخ 2018/06/10، على الساعة 22:07، على الرابط

<https://www.facebook.com/groups/1677646985787988/?ref=bookmarks>

³ مجموعة المسيحية تسأل والإسلام يحجب، تم معانته بتاريخ 2018/06/10، على الساعة 22:07، على الرابط

<https://www.facebook.com/groups/1677646985787988/?ref=bookmarks>

- يجب على الحوار أن يكون محترم بين أطراف الحوار.
 - عدم الإساءة للأنبياء والرسل.
 - أثناء الحوار الثنائي ممنوع تدخل أحد الأعضاء وإلا سيتعرض المتدخل للحظر.
 - ممنوع نشر المواضيع غير دينية.
 - يجب على أعضاء المجموعة الإبلاغ عن أي إساءة كي يتمكن من التدخل والقيام بحظه.
- نلاحظ بأن جميع هذه القوانين تصب في خدمة الحوار المحترم وتعمل على تنظيمه وإدارته، كما يمكن لهذه القوانين أن تساهم في بناء وترسخ ثقافة للحوار بين أتباع الديانتين إذا تم تطبيقها بكل الصرامة وعلى جميع المخالفين.

المطلب الثاني: التعريف بالمجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية

سنركز في هذا العنصر على محاولة إعطاء تعريف مقتضب عن هذه المجموعة من جوانب مختلفة؛ بما في ذلك أهم القواعد والقوانين التي تنظم إدارة الحوار وطريقة التفاعل داخل هذه المجموعة.

تعريف مجموعة حوار مسيحي إسلامي هادف Meaningful Muslim&Christian Dialogue

: Group

هي مجموعة ناطقة باللغة الإنجليزية تدعو إلى تفعيل الحوار بين المسيحيين والمسلمين عبر موقع الفيسبوك تم إنشاؤها منذ سنة 2013 على يد مجموعة من المسيحيين،⁴ وهي مجموعة مغلقة لا تستطيع متابعة منشوراتها إلا إذا كنت عضوا فيها، تتكون من 13 مسؤول و130340 عضوا.⁵

القوانين التي تنظم هذه المجموعة:

من أجل إدارة جيدة وتحكم أكثر في الحوار وضع المسؤولون على هذه المجموعة جملة من القواعد من أبرزها ما يلي:⁶

- يجب على الحوار أن يكون محترما.
- ممنوع الإساءة للآخرين.

⁴ Interview with Christoz Terzis , in 20/06/2018, at 12 :15

⁵ Meaningful Muslim&Christian Dialogue Group, see in 10/06/2018, at 21 :45, on <https://www.facebook.com/groups/1420502991517980/?ref=bookmarks>

⁶ Meaningful Muslim&Christian Dialogue Group, see in 10/06/2018, at 21 :45, on <https://www.facebook.com/groups/1420502991517980/?ref=bookmarks>

- ممنوع نشر المواضيع الطويلة.
 - ممنوع نشر الصور المسيئة.
 - يجب استعمال الحجج والبراهين أثناء الحوار.
 - يمنع نشر المواضيع التي تخرج عن موضوع الحوار بين أتباع الديانتين.
 - ممنوع تكرار الأسئلة التي تم الإجابة عنها.
- نلاحظ من خلال هذه القواعد التنظيمية بأنها تسعى إلى إدارة حوار متحضر مبني على الحجة والبرهان أساسه احترام الآخر وتقبل الاختلافات الدينية.

المطلب الثالث: التعريف بالمجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

سنحاول في هذه العنصر تعريف المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية مركزين على أهم الخصائص التي تميز هذه المجموعة، وأيضاً سنسعى إلى عرض أهم القوانين التي تنظم أعضاء هذه المجموعة.

تعريف مجموعة الحوار المسيحي الإسلامي Débat Chrétiens et Musulmans

هي مجموعة ناطقة باللغة الفرنسية تدعو إلى الحوار بين المسيحيين والمسلمين عبر موقع الفيسبوك تم إنشاؤها منذ سنة 2013 على يد مجموعة من المسيحيين والمسلمين، أي أن المسؤولين والمشرفين على هذه المجموعة منهم من هو مسيحي ومنهم من هو مسلم،⁷ تتميز هذه المجموعة عن المجموعتين السابقتين بأن قبول المنشورات يتم تلقائياً دون رقابة قبلية، تتكون هذه المجموعة من أربع مسؤولين وثلاث مشرفين و76752 عضواً.⁸

القوانين التي تنظم هذه المجموعة:

وضع المسؤولون عن هذه المجموعة جملة من القوانين من أجل تنظيم الحوار ومن أبرز هذه القوانين مايلي⁹:

- يجب احترام دين الآخرين.
- يجب احترام رسل وأنبياء الآخرين.
- ممنوع الإساءة للآخرين.

⁷ Entretien avec Makunza Ntenalandu Landry, Admenstrateur de groupe Débat Chrétiens et Musulmans, le 26/06/2018, à 21 :15.

⁸ Groupe Débat Chrétiens Musulmans, consulter le 10/06/2018, à 21 :20, sur le lien <https://www.facebook.com/groups/571511629565525/>

⁹ Groupe Débat Chrétiens Musulmans, consulter le 10/06/2018, à 21 :20, sur le lien <https://www.facebook.com/groups/571511629565525/>

- ممنوع نشر الصور الكاريكاتورية للأنبياء والرسل.

- ممنوع نشر الصور الإباحية.

من خلال هذه القوانين نلاحظ بأن المسؤولين عن هذه المجموعة يحاولون ترسيخ ثقافة المحبة والسلام بين أتباع الديانتين ونشر ثقافة الاحترام بين أعضاء المجموعة، وهذا شيء ايجابي يدعم الحوار بين الأديان ويعززه. بعدما تعرفنا على بعض مميزات وخصائص المجموعات التي هي محل الدراسة، وبعد التعرف على أهم القوانين والقواعد التي تحكمها؛ والتي في مجملها تسعى إلى دعم عجلة الحوار المحترم وتعزيزه بين أتباع الديانتين، يمكن أن تنتقل إلى المبحث الثاني والذي سنتعرف من خلاله أكثر على طبيعة هذه المجموعات الثلاث من خلال تحليل بيانات المقابلة.

المبحث الثاني: تحليل نتائج المقابلات

لقد قمنا بإجراء عدة مقابلات مع عدة مسؤولين ومشرفين على المجموعات الثلاث، وهذا من أجل التعرف على خصائص أفراد العينة الذين أجريت معهم المقابلة، وعلى الإعداد التقني للمجموعات الثلاث، ومن أجل التعرف أيضا على الأهداف التي تقف وراء إنشاء هذا النوع من المجموعات التي تدعوا إلى الحوار المسيحي الإسلامي، وعلى كيفية تفاعل المسؤولين والمشرفون داخل هذه المجموعات.

المطلب الأول: النتائج المتعلقة بخصائص أفراد العينة الذين أجريت معهم المقابلة

سنعتمد في هذا العنصر إلى التعرف على أهم الخصائص التي تميز المسؤولين والمشرفون على هذه المجموعات من خلال تسليط الضوء على نوع الجنس، السن، المستوى الدراسي، الوظيفة ونوع الديانة، لأنه في نظرنا كل هذه المتغيرات لها دلالات ويمكن أن تساعدنا في الوصول إلى نتائج أكثر دقة.

الجدول رقم(04) يوضح خصائص العينة التي أجريت معهم المقابلة الخاصة بالمجموعات الثلاث

المجموعات	المتغيرات	الجنس	السن	الديانة	المستوى التعليمي	الوظيفة	دولة الإقامة	الرتبة في المجموعة
المجموعة الناطقة باللغة العربية	المبحوث 1	ذكر	55	الإسلام	جامعي	مهندس محروقات	مصر	مسؤول
	المبحوث 2	ذكر	74	الإسلام	جامعي	أستاذ متقاعد	العراق	مشرف
	المبحوث 3	ذكر	56	الإسلام	جامعي	أستاذ شريعة اسلامية	مصر	مشرف
	المبحوث 4	ذكر	40	الإسلام	ثانوي	عامل يومي	الجزائر	مشرف
المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية	المبحوث 1	ذكر	46	المسيحية	جامعي	متخصص في التغذية	اليونان	مسؤول
	المبحوث 2	ذكر	فوق 50	المسيحية	جامعي	صيدلي	كينيا	مسؤول
	المبحوث 3	أنثى	55	المسيحية	جامعي	ممرضة	م.و.أ	مسؤولة
المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	المبحوث 1	ذكر	30	الإسلام	جامعي	مخبري	فرنسا	مسؤول

يتضح من خلال الجدول رقم(04) بأن مبحوثي المجموعة الناطقة باللغة العربية معظمهم يتجاوز سنهم 40 سنة؛ أي أنهم تجاوزوا مرحلة الشباب ودخلوا مرحلة الكهولة، بينما وجدنا بأن هناك أحد المبحوثين بلغ سنه حتى 74 سنة؛ أي أنه في مرحلة الشيخوخة هذا بين النضج العقلي الكبير الذي تتمتع به عينة

من المسؤولين والمشرفين على المجموعة الناطقة باللغة العربية، كما نلاحظ بأن كل المبحوثين يدينون بالإسلام وأن أغلبهم لهم مستوى جامعي إلا مبحوث واحد الذي قال بأن له مستوى ثانوي، وأغلبهم يمارسون عمل إلا مبحوث واحد صرح بأنه متقاعد، كما سجلنا بأن هناك مبحوثين يقيمون في مصر، أما المبحوثين المتبقين أحدهم يقيم في العراق والآخر في الجزائر، سجلنا بأن أغلب المبحوثين لهم رتبة مشرف في مقابل مسؤول واحد.

أما في يخص مبحوثي المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية لاحظنا بأن أغلبهم ذكور في حين سجلنا أنثى واحدة، كما أن سنهم يتجاوز 46 سنة ويصل حتى 55 سنة أي أنهم دخلوا في مرحلة الكهولة، وجميعهم لهم مستوى جامعي ولهم وظيفة يمارسونها، أما الدول التي يعيشون فيها فوجدناها متنوعة فهناك من يعيش في القارة الأمريكية مثله في و.م.أ، ومبحوث آخر يعيش في قارة أوروبا مثله في دولة اليونان، أما المبحوث الأخير فيعيش في قارة إفريقيا مثله في دولة كينيا، سجلنا بأن جميع المبحوثين لهم رتبة مسؤول داخل المجموعة.

أما فيما يخص المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية تمكنا من إجراء مقابلة واحد فقط مع أحد المسؤولين عن المجموعة، بينما رفض الباقي إجراء المقابلة، سجلنا بأن المبحوث هو ذكر يبلغ سنه 30 سنة أي أنه في مرحلة الشباب كما أنه مسلم وله مستوى جامعي ويمارس عمل يقيم بفرنسا وهو برتبة مسؤول في المجموعة.

نستنتج من خلال الجدول رقم (04) بأن الأغلبية الساحقة للمبحوثين الذين أجريت معهم المقابلة ذكور؛ هذا ما يعكس هيمنة الذكور على مثل هكذا مواضيع، وهذا منذ القدم حيث وجدنا بأن أغلب القسيسين والرهبان والدعاة هم ذكور، كما سجلنا بأن الأغلبية الساحقة يفوق سنهم 40 سنة أي أنهم في مرحلة الكهولة التي تتميز بالنضج العقلي والجسدي الكامل، وسجلنا أيضا بأن الأغلبية الساحقة أيضا لهم مستوى جامعي، وهذا أمر طبيعي فأن تكون مشرف أو مسؤول على مجموعة متخصصة في حوار الأديان يجب أن يكون لديك مستوى علمي عالي، كما لا حظنا بأن المبحوثين يقيمون في مختلف دول العالم ما يعكس أهمية التواصل عن بعد الذي تجاوز الحدود الدولية وقرب البعيد وأتاح للجميع فرصة التواصل والتفاعل رغم اختلاف المكان والزمن، ووجدنا بأن هناك تنوع في المسؤوليات من مسؤول إلى مشرف إلا أننا لاحظنا بأن المسؤولين في المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية ليس لديها مشرفين أكثر من المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والفرنسية.

المطلب الثاني: النتائج المتعلقة بالإعداد التقني للمجموعات الثلاث

بعدما تعرفنا على أهم خصائص أفراد العينة من المسؤولين والمشرفين على المجموعات الثلاث، سنتعرف على أهم الإعدادات التقنية للمجموعات الثلاث، سيفيدنا هذا في معرفة طريقة التسيير التقني للمجموعة وخاصة

الرقابة القبلية على المنشورات من عدمه، وبالتالي التمكن من قياس مساحة حرية النشر بالنسبة للأعضاء داخل المجموعات الثلاث.

1- السنة التي أنشأت فيها المجموعات الثلاث:

صرح المسؤولون والمشرفون عن المجموعة الناطقة باللغة العربية بأن هذه المجموعة أنشأت منذ سنة 2015، بينما قال المسؤولون عن المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية والمجموعة الناطقة باللغة الفرنسية بأن المجموعتين أنشأتا منذ سنة 2013.

نلاحظ بأن المجموعات الثلاث ليست قديمة، لكن في نفس الوقت لاحظنا العدد الكبير للأعضاء المشتركين، والتي وصلت في المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية إلى أكثر من 120 ألف عضو، وهذا يعكس الاهتمام الكبير من طرف مستخدمي مجموعات الفيسبوك بالمجال الديني الافتراضي.

2- قبول طلبات العضوية داخل المجموعات الثلاث:

قال المسؤولون والمشرفون عن المجموعات الثلاث بأن طلبات العضوية يتم قبولها أو رفضها فقط من طرف المسؤولين والمشرفين عن المجموعة، علما بأن إعدادات المجموعة تتيح إمكانية برمجة القبول التلقائي لأعضاء المجموعة.

وفي سؤالنا عن أسباب ذلك أجمع المبحوثون المستجوبون من المجموعات الثلاث بأن هذا الإجراء هو من أجل عدم السماح للأشخاص غير مرغوب فيهم في الانضمام إلى المجموعة خاصة الذين كانوا أعضاء في المجموعة وتم حظرهم بسبب عدم احترامهم لقوانين المجموعة والاساءة للآخرين كما قالوا بأن هذا الإجراء يدخل في إطار تنظيم المجموعة.

يمكن القول بأن هذا الإجراء هو إجراء إيجابي يعمل على حماية الفضاء الديني الافتراضي من الدخلاء والمشوشين والذين ليس هدفهم الاستفادة مما ينشر داخل المجموعات الثلاث، رغم أنه من الصعب معرفة نوع العضو وانتماءاته بسبب ملامح الشخصية المزيفة؛ لكن على الأقل من خلال مراجعة معلومات الحسابات للبعض يمكن التعرف على بعض ملامح الشخصية للذين يضعون معلومات صحيحة، كما وجدنا بأن الأسباب التي تبرر عدم القبول التلقائي للأعضاء هي أسباب معقولة وموضوعية تخدم الحوار بين اتباع الديانتين

3- قبول طلبات العضوية الجديدة بين طرح الأسئلة من عدمه

أجاب جميع المستجوبين من المسؤولين والمشرفين عن المجموعات الثلاث بأنه لم يقوموا ببرمجة إعداد مجموعاتهم على ضرورة الإجابة عن الأسئلة المطروحة قبل إرسال طلبات العضوية.

في نظرنا عدم الاستفادة من خاصية طرح الاسئلة وضرورة الإجابة عنها قبل ارسال طلبات العضوية من طرف المستخدمين الراغبين في الانضمام إلى إحدى هذه المجموعات؛ سيؤثر سلبيًا على أهداف المجموعات الثلاث التي تسعى للوصول إلى حوار محترم بين أتباع الديانتين المسيحية والاسلام، حيث كان من الأجدر طرح الاسئلة التي تخص نوع الديانة المعتنقة حتى يتم عدم قبول أتباع الأديان الأخرى مدام أن المجموعات الثلاث تختص بالحوار المسيحي الإسلامي.

4- مسؤولية الموافقة على النشر من عدمه

قال المسؤولون والمشرّفون عن المجموعتين الناطقتين باللغة العربية واللغة الإنجليزية بأن المسؤولين والمشرّفين هم من لديهم صلاحيات قبول المنشورات أو رفضها، في حين قال أحد المسؤولين عن المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية بأنه قد تم ضبط إعداد المجموعة على القبول التلقائي دون انتظار قبول المنشورات أو رفضها من طرف المسؤولين أو المشرّفين.

حسب رأينا هناك إيجابيات وسلبيات فيما يخص تفعيل القبول التلقائي للمنشورات دون رقابة قبلية من عدمه، فقد يكون مراقبة المنشورات قبل قبولها إجراء إيجابي يعمل على غربة المنشورات وبالتالي تجنب قبول المنشورات العنصرية والمسيئة والتي تحل بقوانين المجموعة، وفي نفس الوقت قد يكون هذا الإجراء سلبي إذا استخدم تعسفاً في حق إحدى الديانتين كعدم قبول بعض منشورات أتباع الدين المخالف لعقيدة المسؤول أو المشرّف عن المجموعة حتى وإن لم تكن هذه المنشورات مخالفة لقوانين المجموعة، أما الإجراء الذي يقضي بالقبول التلقائي للمنشورات دون رقابة قبلية فمن بين إيجابياته أنه يتيح حرية أكبر بالنسبة لأتباع الديانتين في طرح مختلف المواضيع الدينية للحوار، كما يقف هذا الإجراء في طريق ذاتية المسؤول أو المشرّف الذي يمكن أن يميل إلى إحدى الديانتين، في حين نجد بأن لهذا الإجراء سلبيات من بينها أنه يمكن أن تُنشر مواضيع عنصرية ومسيئة لإحدى الديانتين أو نشر مواضيع ليس لها علاقة بالمواضيع الدينية التي تهدف المجموعة إلى إثارة الحوار حولها؛ وبالتالي نشر مواضيع تخالف قوانين المجموعة، وهذا ما يمكن أن يعكر جو الحوار داخل المجموعة.

5- ارتباط المجموعة بمجموعات أخرى من عدمه

صرح المسؤولون عن المجموعتين الناطقتين باللغة الإنجليزية واللغة الفرنسية بأن مجموعاتهم لا ترتبط بمجموعات أخرى، في حين قال المسؤولون والمشرّفون عن المجموعة الناطقة باللغة العربية بأن مجموعتهم تم ربطها بمجموعات أخرى وهذا يرجع لعدة أسباب من بينها: الاستفادة من منشورات المجموعات الأخرى؛ لأن هذه المجموعات تختص بالحوار المسيحي الإسلامي، كما قالوا بأنها تساعد على التواصل بسهولة مع المسؤولين والمشرّفين على

هذه المجموعات في المسائل الدينية وحتى التقنية في تسيير المجموعة، ومن بين هذه المجموعات التي ترتبط بالمجموعة الناطقة باللغة العربية على حسب تصريح احد المسؤولين هي: المسيح إنسان أم اله، حقيقة النصرانية، وهناك مجموعة باللغة الإنجليزية تحت اسم قديني إلى النور Guide me to the light.

يمكن القول بأن ربط المجموعة بمجموعات أخرى لها نفس الأهداف إجراء إيجابي لأنه يسمح بتوسيع دائرة المجموعة من خلال إمكانية مشاركة المنشورات مع المجموعات المرتبطة بها وبالتالي إتاحة الفرصة للأعضاء المجموعات الأخرى الاطلاع على المنشورات والقضايا المطروحة للحوار.

6- انشاء الدردشات الجماعية من عدمه

صرح جميع المسؤولون والمشرفون المستجوبون من المجموعات الثلاث بأنهم لا يقومون بإنشاء دردشات جماعية، مع العلم من أن إدارة الفايسبوك تسمح بإنشاء دردشة جماعية داخل المجموعات بحيث تسهل الدردشات الجماعية عملية الحوار وتجعله أكثر مرونة أحسن من تبادل التعليقات حول المنشور المعروض للحوار، ربما يعود هذا إلى عدم معرفة المسؤولين والمشرفون بوجود هذه التقنية أو أنهم يعرفون ذلك لكن لم يجربوها، وربما يعرفونها وفضلوا عدم نشاء هذا النوع من الدردشات.

7- الإعلان عن مناسبات من عدمه

أجاب جميع المسؤولون والمشرفون المستجوبون من المجموعات الثلاث بأنهم لا يقومون بإنشاء مناسبات داخل المجموعة، علما أن إدارة الفايسبوك تتيح إمكانية إنشاء مناسبات، ويمكن إنشاء المسبق لهذه المناسبات من وصول إشعار إلى كل أعضاء المجموعة بموعد هذه المناسبة وبالتالي يمكن للمسؤولين برمجتها مسبقا.

حسب رأينا إن إنشاء مناسبات داخل هذا النوع من المجموعات الدينية هو إجراء إيجابي يضيف نوع من التضامن والتعاطف بين أعضاء المجموعة، فمثلا الإعلان عن مناسبة دينية مثل عيد الفصح عند المسيحيين أو عيد الفطر عند المسلمين سيؤدي إلى تضامن أصحاب الدين الواحد مع بعضهم البعض؛ مع إمكانية تعاطف عن طريق تبادل التهاني من طرف أتباع الدين الآخر، وربما ستكون هذه المناسبة موضوع للحوار بين أتباع الديانتين.

8- اشتراك المسؤولين أو المشرفين في مجموعات دينية أخرى من عدمه

قال أحد المسؤولين عن المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية بأنه لا يشترك في مجموعات أخرى تعمل على تفعيل الحوار بين المسلمين والمسيحيين، في حين قال أغلب المسؤولين والمشرفون المستجوبون من المجموعتين الناطقتين باللغة العربية واللغة الإنجليزية بأنهم يشتركون كأعضاء في مجموعات أخرى تختص في الحوار بين المسلمين والمسيحيين، وفي سؤالنا عن أسباب اشتراكهم في مجموعات أخرى لها نفس الاختصاص أجمع أغلب المستجوبين

من المجموعة الناطقة باللغة العربية على القول بأن أسباب ذلك ترجع إلى المساهمة في نشر الدين الإسلامي وإظهار الحقيقة الدينية والمساهمة في إثراء حوار الأديان، إلا أن هناك مستجوب واحد من هذا المجموعة قال بأنه لا يشترك في أي مجموعة أخرى لا كعضو أو مشرف أو مسؤول، في حين أجمع المستجوبون عن المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية بأن أسباب اشتراكهم يعود إلى رغبتهم في إقناع الآخر والدفاع عن الديانة المسيحية، بالإضافة إلى إعادة بعث الحوار المسيحي الإسلامي.

يبدو من خلال هذه الاجابات بأن المسؤولين والمشرفين عن المجموعتين الناطقتين لهم اهتمام كبير بالحوار المسيحي الاسلامي؛ وهذا واضح من خلال اشتراكهم في أكثر من مجموعة، كما تكشف إجاباتهم عن بعض الأسباب التي تقف وراء هذا الاهتمام الكبير، والتي سجلنا من أبرزها ما يسمى بالدعوة في الإسلام والتبشير عند المسيحيين، حيث صرح كل من مسؤولي المجموعتين بذلك؛ فالفايسبوك أصبح يمثل وسيلة فعالة لنشر الأديان وتغيير حتى قناعات المتدينين، كما سجلنا هدف آخر مشترك ألا وهو فتح باب الحوار بين المسيحيين والمسلمين وهذا من شأنه أن يخفف حدة الصراع بين أتباع الديانتين ويؤدي إلى فهم أفضل للآخر.

المطلب الثالث: النتائج المتعلقة بالأهداف التي تقف وراء إنشاء المجموعات الثلاث

بطبيعة الحال لا يمكن أن نتصور قيام أي شخص سوي بسلوك أو فعل معين دون أن يكون وراء ذلك الفعل أهداف معينة، كذلك نفس الشيء بالنسبة إلى إنشاء هذه المجموعات فهناك مجموعة من الأهداف تقف وراء انشاء هذا النوع من المجموعات التي تعالج مواضيع حساسة جدا لأنها تمس بخصوصيات الأفراد والجماعات وتستهدف القناعات.

اختلفت الأهداف وتباينت الإجابات بين المسؤولين والمشرفين عن المجموعة الناطقة باللغة العربية والمجموعتين المتبقيتين، فيما اشترك المسؤولون عن المجموعتين الناطقتين باللغة الانجليزية واللغة الفرنسية في نفس الأهداف. قال المستجوبون من المسؤولين والمشرفين عن المجموعة الناطقة باللغة العربية بأنه من بين الأهداف التي تقف وراء إنشاء هذه المجموعة هو مواجهة الإعلام التقليدي والإعلام الجديد الذي تشن بعض الأطراف من خلاله حرب تشويه للإسلام، وبالتالي التمكن من الرد على الشبهات والتدريس الذي يطال المسلمين، بالإضافة إلى الرغبة في توفير أرشيف ديني يختص في الردود على الشبهات كي يتم نشره واستفادة المسلمين منه، وبالتالي سيتعلمون كيف يردون عن المشككين، في حين قال المسؤولون عن المجموعتين الناطقتين باللغة الفرنسية والانجليزية بأنهم يسعون إلى دعم الحوار البناء بين المسلمين والمسيحيين وتعريف المسلمين بالدين المسيحي والعكس.

نلاحظ من خلال هذه الإجابات بأن هدف المسؤولين والمشرفون عن المجموعات الثلاث تحاول تحسين صورة الدين الاسلامي والمسيحي؛ من خلال تصحيح الصورة الذهنية التي يحملها كل أتباع دين عن الدين الآخر خاصة في ظل الدور الكبير الذي لعبه الاعلام التقليدي قبل انتشار الاعلام الجديد في تشويه الديانتين؛ ما أدى إلى تكوين صورة سيئة لدى أتباع الديانتين، وأدى إلى إشعال نار الصراع في الكثير من مناطق العالم، لكن بعد انتشار الإعلام الجديد أصبح بالإمكان التواصل المباشر مع المتدينين وأتباع الديانتين سواء كانوا ممثلين رسميين للديانتين أو مجرد نشطين وباحثين ومهتمين بإحدى الديانتين أو كلاهما؛ مما سيساهم في نقل الصورة الحقيقية عن الطرف الآخر دون دعاية مغرضة أو إشاعات.

ومن أبرز الأهداف التي حققتها المجموعات الثلاث:

قال المسؤولون والمشرفون المستجوبون من المجموعة الناطقة باللغة العربية بأن هناك العديد من الأهداف تم تحقيقها إلى حد الآن والتي من بينها: الرد على الكثير من الشبهات وتصحيح الصورة الذهنية لدى الكثير من المسيحيين، تم إقناع العديد من المسيحيين بأحقية الدين الإسلامي ما أدى بهم إلى التخلي عن المسيحية وأتباع الإسلام، تم تثبيت عقيدة بعض المسلمين الذين كانوا في صراع مع الشكوك حول أحقية الدين الاسلامي من عدمه، بيان حقيقة الديانتين والنقاط المشتركة بينهما بالإضافة إلى تأسيس أكاديمية افتراضية مختصة في مقارنة الأديان. أما بالنسبة للمسؤولين المستجوبين من المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية قالو بأنه تم تحسين صورة المسيحيين عند الكثير من المسلمين عن طريق الوعظ بالاعتماد على الإنجيل، بينما قال أحد المسؤولين المستجوب من المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية بأن العديد من أعضاء المجموعة تمكنوا من معرفة حقيقة الدين الآخر. لمسنا من خلال هذه الإجابات بأن المسؤولين والمشرفين عن المجموعة الناطقة باللغة العربية يركزون على أولوية الدفاع عن الدين الاسلامي ونشره مع محاولة فرض ثقافتهم الدينية على الآخر أكثر من التركيز على هدف الوصول إلى حوار محترم عكس المجموعتين المتبقيتين اللتان تعطيان أولوية للوصول إلى حوار محترم ونشر ثقافة تقبل الآخر.

أما فيما يخص أسباب فشل المجموعات الثلاث في تحقيق بعض من أهدافها:

قال أغلب المسؤولين والمشرفون المستجوبون من المجموعة الناطقة باللغة العربية بأن سبب الفشل يعود إلى عدم احترام الكثير من الأعضاء للآخر لأن الكثيرين يعمدون إلى السب والشتم بدل الحوار المحترم، في حين قال أحد المسؤولين في نفس هذه المجموعة بأن سبب الفشل يعود إلى سوء تسيير المجموعة من طرف بعض المسؤولين والمشرفين الذي تميزون إلى أتباع الدين الإسلامي ويقصون الطرف الآخر في الكثير من الأحيان.

أما فيما يخص المسؤولين المستجوبون من المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية قالوا بأن نقص ثقافة الحوار وتقبل الآخر عند الكثيرين من الأعضاء كانت سببا في فشل المجموعة في تحقيق بعض من أهدافها، نفس السبب وجدناه عندنا استجوابنا لأحد المسؤولين عن المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية.

يمكن القول من خلال هذه الاجابات بأن المجموعات الثلاث تُرجع السبب الرئيسي في فشلها في تحقيق بعض من أهدافها إلى عدم تمتع الكثير من أعضاء المجموعات الثلاث بثقافة الحوار البناء المؤسس على تقبل الآخر كما هو دون اقضاء أو تجريح، طبعاً هذه الثقافة ليست متاحة للجميع لأنها تتطلب مستوى علمي وأخلاقي وحس إنساني عالي، لكن لاحظنا بأن هناك اجابة من أحد المسؤولين في المجموعة الناطقة باللغة العربية أرجعت سبب الفشل الى بعض القائمين على تسيير المجموعة في عدم تحليلهم بالموضوعية وتحيزهم إلى أتباع ديانتهم؛ وبالتالي إقصاء الطرف الآخر، وهذا بطبيعة الحال يؤثر على مصداقية المجموعة ويقف في وجه الحوار الحر المبني على الحجة والإقناع.

المطلب الرابع: النتائج المتعلقة بكيفية تفاعل المسؤولين والمشرفون مع أعضاء مجموعاتهم

تفاعل المسؤولين والمشرفون داخل مجموعاتهم وطريقة تعاملهم مع الأعضاء يبين مدى حسن إدارة وتسيير المجموعة من عدمه، وبين مدى إلتزام وحياد المسؤولين والمشرفون من عدمه، لذا سنركز في هذا العنصر على أنواع المنشورات المقبولة للنشر، وعن الإبلاغ عن المنشورات من عدمه وإن سبق حظر أحد الأعضاء.

1- أنواع المنشورات التي لا تقبل للنشر:

أجمع كل المسؤولين والمشرفون المستجوبون من المجموعات الثلاث على القول بأن المنشورات التي لا تقبل للنشر هي المنشورات المسيئة والخارجة عن الموضوع والمخالفة لقوانين المجموعة بصفة عامة، في حين فصل أكثر بعض المستجوبين من المجموعتين الناطقتين باللغة الانجليزية والفرنسية بالقول أن من بين هذه المنشورات: المنشورات العنصرية وذات طابع التجاري والمنشورات الاباحية.

يمكن القول بأن منع هذا النوع من المنشورات يخدم الحوار الايجابي والبناء بين أتباع الديانتين ويحافظ على الجو المحترم للحوار بين الأعضاء في مختلف المسائل الدينية.

2- وجود منشورات تم الإبلاغ عنها من عدمه:

صرح جميع المسؤولين والمشرفون المستجوبون عن المجموعات الثلاث بأنه قد تم الإبلاغ على العديد من المنشورات، بسبب الإساءة ومخالفة القوانين، هذا ما أدى بهم إلى التدخل من أجل تنظيم الحوار وحذف هذا النوع من المنشورات.

لا يستطيع المسؤولون والمشرفون لوحدهم من مراقبة كل ما ينشر في المجموعة من منشورات وتعليقات؛ بالنظر إلى أن أعضاء المجموعة كبير وكذلك نسبة التفاعل مرتفعة، لذلك يعتبر الإبلاغ من طرف الأعضاء ثقافة محمودة وسلوك جد مطلوب من أجل تنظيم الحوار داخل المجموعة والوقوف في وجه المشوشين على الحوار المحترم، وهو سلوك يدل على تعاون بعض الأعضاء مع المسؤولين والمشرفين على المجموعة، ويترجم أيضا النية الحسنة للأعضاء المبلغين في الحفاظ على الحوار المحترم وتعزيز ثقافة احترام الآخر.

3- حظر أحد الأعضاء وحذف تعليقاتهم من عدمه

قال جميع المسؤولون والمشرفون المستجوبون بأنه قد سبق لهم وأن قاموا بحظر بعض الأعضاء وحذف تعليقاتهم وذلك بسبب تجاوزهم للقوانين الخاصة بالمجموعة واساءتهم للآخرين. تعتبر الرقابة القبليّة والبعديّة الموضوعية للمنشورات والتعليقات إجراء إيجابي يخدم هدف الحوار المحترم بين أتباع الديانتين وتساهم في تنظيم الحوار وإدارته على أكمل وجه وتعمل على تعزيز ثقافة الحوار ونشر ثقافة تقبل الآخر.

المبحث الثالث: تحليل نتائج الملاحظة بالمشاركة

تمكننا عن طريق استعمال الملاحظة بالمشاركة من معايشة ومشاركة العديد من الحوارات داخل المجموعات الثلاث محل الدراسة، ساعدتنا الملاحظة بالمشاركة للوصول إلى عدة نتائج ما كنا لنصل إليها لولا استعمالنا لهذا النوع من الأدوات، سوف نناقش في هذا المبحث نتائج كل مجموعة على حدى، وسنعمد في المطلب الرابع على عرض أهم النتائج العامة المستخلصة من البيانات المتحصل عليها من المجموعات الثلاث.

المطلب الأول: تحليل الملاحظة الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة العربية

ركزنا ملاحظتنا على محورين مهمين هما: المحور الأول والذي حاولنا من خلاله تسليط الضوء على كيفية إدارة المسؤولين والمشرفون وتفاعلاتهم داخل هذه المجموعة، أما المحور الثاني فحاولنا من خلاله رصد سلوكيات وطريقة تفاعل الجمهور داخل هذه المجموعة أيضا، وهذا حتى نتمكن من الحصول على بعض البيانات التي يمكن أن تساهم في نفي أو تأكيد صحة فرضيات المقاربتين النظريتين اللتين اعتمدناهما في هذه الدراسة من أجل الإجابة على الإشكالية المطروحة.

المحور الأول: كيفية إدارة المسؤولين والمشرفون وتفاعلاتهم داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية:

حاولنا من خلال هذا المحور الكشف عن طريقة إدارة وتفاعل المسؤولين والمشرفين داخل المجموعة من خلال تسليط الضوء على أربع مؤشرات من شأنها أن تكشف لنا عن إجابات للتساؤلات المطروحة في هذه الدراسة وهذه المؤشرات هي كالاتي:

1- تنظيم الحوار:

لا حظنا بأن تنظيم الحوار داخل المجموعة من طرف المسؤولين والمشرفون عن المجموعة الناطقة باللغة العربية يتخذ ثلاثة أشكال هي

الإنذار: أي أن المسؤولين والمشرفين يقومون بتحذير الأعضاء المخالفين لقوانين المجموعة من أجل الحفاظ على الحوار المحترم بين أطراف الحوار، حيث وجدنا بأن درجة حضور هذا المؤشر الفرعي تصنف في خانة أحيانا، هذا ما يدل على أن المسؤولين والمشرفين على المجموعة لا يقومون بتحذير الدائم للمخالفين وإنما يتخذون إجراءات تنظيمية أخرى أكثر صرامة اتجاه الأعضاء غير الملتزمين بأخلاقيات الحوار المحترم.

حذف التعليقات: بعد القيام بتحذير المخالفين تكرارهم لنفس الخطأ يقوم المسؤولون والمشرفون أحيانا بحذف التعليقات المخالفة للقوانين والتي في أغلبها تحمل إساءة لأحد أطراف الحوار، ونلاحظ بأن درجة حضور

هذا المؤشر الفرعي تصنف في خانة أحيانا أي أن المسؤولين والمشرفين يتخذون إجراءات أخرى أكثر ردعا للمخالفين.

الحظر: يلجأ أحيانا المسؤولون والمشرفون إلى حظر الأعضاء كخطورة ردعية أخيرة من أجل تنظيم الحوار والحد من الإساءة من طرف بعض الأعضاء غير الملتزمين بقوانين المجموعة.

يجدر الإشارة إلى أنه من المفروض والأنسب أن يتبع المسؤولون والمشرفون هذا التسلسل والتدرج من الإجراءات الردعية؛ من خلال القيام بتحذير المخالف ثم حذف تعليقاته إن كرر الإساءة ثم حظره إن أصر على هذا الالتزام بقوانين المجموعة وقواعد الحوار المحترم، لكن لاحظنا بأن هناك البعض من المسؤولين والمشرفين لا يلتزمون بهذا التدرج في التنظيم حيث يقوم بعضهم أحيانا بحذف التعليقات دون تحذير العضو المخالف وتبرير سبب الحذف، وأحيانا أخرى يقومون بحظر المخالف مباشرة دون تحذيره أو حتى حذف تعليقاته كإجراءات تأديبية يمكن أن تحد من تجاوزه وبالتالي حرمانه من تدارك الوضع وعدم اعطائه فرصة أخرى من أجل تعديل سلوكه والمشاركة في الحوار باحترام، وهذا بطبيعة الحال يشير إلى سوء التنظيم من طرف بعض المسؤولين والمشرفين.

2- المشاركة في الحوار:

تهدف من خلال رصد مشاركة المسؤولون والمشرفون وتفاعلهم داخل المجموعة إلى معرفة مدى احترامه للآخر المحاور من عدمه وهذا من خلال محاولة قياس كل من درجة الاحترام والسخرية:

الاحترام: سجلنا بأن هناك البعض من المسؤولين والمشرفين على المجموعة الناطقة باللغة العربية غالبا ما يشاركون في الحوار باحترام ويبدون رأيهم في القضايا المطروحة للحوار بكل حرية مراعين في ذلك خصوصية الطرف الآخر ومحاولة إقناعه بالحجة والبرهان وبالحوار الهادئ المبني على الاحترام.

السخرية: من جهة أخرى سجلنا بأن هناك في بعض الأحيان يلجأ البعض من المسؤولين والمشرفين على المجموعة من اتخاذ السخرية كأسلوب حوار مع الطرف المخالف دينيا وهذا الأسلوب طبعا يخالف قوانين المجموعة التي تؤكد على ضرورة احترام الآخر.

يمكن القول بأن هناك بعض المسؤولين والمشرفون لا يحترمون القوانين التي وضعوها بأنفسهم، وهذا يدل على تغليب العاطفة على العقل وإلى التعصب وعدم التحلي بثقافة الحوار عند البعض، هذا السلوك السلبي سيدفع بعض الأعضاء إلى اتباع نفس الأسلوب السلبي وعدم خوفهم من الإجراءات الردعية؛ لأن الذين لديهم سلطة الردع يخالفون هم أيضا قوانين المجموعة.

3- قطع الحوار

تتيح مجموعات الفايسبوك إمكانية إيقاف التعليقات وغلقها من طرف المسؤولين والمشرفون على المجموعة، ومن خلال متابعتنا للمجموعة واستعمالنا للملاحظة بالمشاركة لم نسجل أي عملية غلق التعليقات لمنشور من المنشورات، ما يدل على أن المسؤولين والمشرفين على المجموعة يتيحون للأعضاء التعليق على أي منشور حتى وإن كانت المنشور قديماً.

4- درجة الحيادية:

حاولنا من خلال هذا المؤشر معرفة درجة حيادية المسؤولين والمشرفين من عدمه أثناء إدارة الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية من خلال متغيرين هما:

الموضوعية: توصلنا من خلال متابعتنا لمجموعة من الحوارات داخل هذه المجموعة إلى أن المسؤولين والمشرفين عن المجموعة غالباً ما يلتزمون بالموضوعية أثناء إدارتهم للحوار بين أطراف الحوار أي أن تدخلاتهم في تنظيم الحوار من خلال التحذير وحذف التعليقات والحظر تطبق في غالب الأحيان على الطرف المسلم والمسيحي معاً.

الذاتية: سجلنا من خلال الملاحظة داخل هذه المجموعة بأن هناك البعض من المسؤولين والمشرفين أحياناً ما تتدخل ذاتيتهم أثناء إدارة الحوار وتنظيمه، حيث لاحظنا بأنه أحياناً ما ينحازون إلى الطرف المسلم فرغم مخالفة بعض المسلمين لقوانين المجموعة إلى أنه لا يتم ردهم بخلاف الطرف المسيحي فأي خطأ أو مخالفة يمكن أن يؤدي به إلى التهجم والتهديد من طرف بعض المسؤولين بحظه واقصائه من الحوار.

إذا نلاحظ بأن هناك البعض من المسؤولين والمشرفين من ينحازون وراء ذاتيتهم ولا يلتزمون بالحيادية والموضوعية أثناء إدارة الحوار، ولو أن هذا أمر متوقع نتيجة الطبيعة الانسانية المعقدة ونتيجة للحساسية المواضيع المطروحة للنقاش؛ إلى أن مثل هكذا سلوكيات تؤثر سلباً على الفضاء العام داخل هذه المجموعة.

المحور الثاني: سلوكيات وتفاعلات الجمهور داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية أثناء الحوار:

حاولنا من خلال هذا المحور الكشف عن سلوكيات وتفاعلات الأعضاء داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية من خلال تسليط الضوء على خمس مؤشرات من شأنها أن تكشف لنا عن إجابات للتساؤلات المطروحة في هذه الدراسة، وهذه المؤشرات هي كالاتي:

1- نوع الجنس الأكثر مشاركة في الحوار:

من خلال متابعتنا للحوار داخل هذه المجموعة وجدنا بأن الذكور دائما يشاركون في الحوار بخلاف الاناث اللواتي أحيانا ما يشاركون، وربما يعود هذا إلى أن الفضاء الديني منذ القدم إلى يومنا هذا هو تحت سيطرة الذكور فرجال الدين على مرور العصور وجدنا بأنهم ذكور وحتى في الحوار بين الأديان الذي كان يعقد عبر الإعلام التقليدي (ملتقيات، مؤتمرات، ندوات، حصص تلفزيونية...) كان نادرا ما يعطي الفرصة للإناث.

لكن على العموم يمكن القول بأن مواقع التواصل الاجتماعي قد أتاحت الفرصة للجميع في المشاركة في حوار الأديان مهما كان مستواهم وجنسهم وانتماءاتهم؛ لذلك عند مقارنتنا مشاركة المرأة في الحوار بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد وجدنا بأن مشاركة المرأة من خلال مواقع التواصل أكثر بكثير من مشاركتها في الإعلام التقليدي، وربما يعود هذا إلى عدة أسباب والتي من بينها حرية التواصل، وإمكانية الحفاظ على خصوصية الهوية، وإخفاء الملامح الشخصية وعدم وجود قيود سياسية أو مجتمعية تعيب على ذلك دفعت المرأة إلى إقترحام وبقوة فضاء حوار الأديان مقارنة بالإعلام التقليدي الذي كان يحتكر هذه السلطة في الحوار للممثلي الأديان فقط وللذكور على حساب الإناث اللواتي غالبا ما همشن من المشهد الديني.

2- نوع الجنس الأكثر احتراما للحوار:

لقد سجلنا من خلال متابعتنا للحوار داخل هذه المجموعة بأن الإناث غالبا ما يكن أكثر احتراما أثناء الحوار ونادرا ما سجلنا حالات إساءة من طرف الإناث، عكس الذكور الذين وجدنا بأنهم نادرا ما يلتزمون بالحوار المحترم مقارنة بالإناث، ربما يعود التزام الإناث بالحوار المحترم إلى طبيعة المرأة التي تتميز بأقل دافعية للعنف اللفظي مقارنة بالذكور.

3- الديانة الأكثر مشاركة في الحوار:

لاحظنا من خلال متابعة المجموعة بأن المسلمين هم الأكثر مشاركة في الحوار داخل المجموعة، وربما يعود هذا إلى أن المسؤولين عن هذه المجموعة هم جميعهم مسلمين ما يشجع الاعضاء المسلمين على المبادرة في الحوار، وربما يرجع الى أن نسبة المسلمين في المجموعة أكثر من نسبة المسيحيين، وربما يعود إلى أن المسلمين هم الأكثر اهتماما من المسيحيين بمثل هذا النوع من الحوار.

4- الديانة الأكثر احتراما للحوار:

توصلنا من خلال متابعتنا للحوار داخل هذه المجموعة إلى أن كلا أتباع الديانتين سواء كانوا مسلمين أو مسيحيين أحيانا ما يحترمون الحوار، أي أن كلا أتباع الديانتين يتبادلون الإساءة في بعض الأحيان أثناء الحوار.

يمكن القول بأن التعصب الديني والنقص في ثقافة الحوار يعاني منه كلا أتباع الديانتين وذلك لعدة أسباب منها أن الأعضاء داخل المجموعة من المسلمين والمسيحيين مختلفون لا من حيث المستوى التعليمي ولا من حيث مستوى المعرفة الدينية ولا من حيث السن والثقافة؛ فهذه الفروق الفردية تلعب دورا كبيرا في احترام الآخر من عدمه.

5- أشكال الحوار:

لاحظنا من خلال متابعتنا لهذه المجموعة بأن جميع الحوارات التي شهدناها كانت حوارات جماعية ولم نسجل أي حوار ثنائي، فعلى الرغم من دعوة الكثير من المنشورات الى حوار ثنائي إلى أن الحوار ينتهي في الأخير بحوار جماعي، ورغم محاولة إدارة بعض المسؤولين للحوار الثنائي وتنظيمه إلى أن ذلك لا يدوم طويلا حيث يتدخل أطراف آخرين في الحوار ويلحون على المشاركة فيه وضرورة تبيان الحق من الباطل؛ ما يدفع بالمسؤول إلى السماح للأطراف الأخرى بالمشاركة وبالتالي يتحول الحوار من حوار ثنائي إلى حوار جماعي.

المطلب الثاني: تحليل الملاحظة الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية

قمنا باستعمال أداة الملاحظة بنفس الأسلوب والكيفية التي قمنا بها في المجموعة الناطقة باللغة العربية؛ ركزنا كذلك على النفس المحورين ونفس المؤشرات التي كشفت على مجموعة من النتائج هي كالاتي:

المحور الأول: كيفية إدارة المسؤولين وتفاعلاتهم داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية:

سنبين من خلال هذا المحور كيفية إدارة وتفاعل المسؤولين داخل المجموعة من خلال تسليط الضوء على أربع مؤشرات من شأنها أن تكشف لنا عن اجابات للتساؤلات المطروحة في هذه الدراسة، وهذه المؤشرات هي كالاتي:

5- تنظيم الحوار:

لا حظنا بأن تنظيم الحوار داخل المجموعة من طرف المسؤولين عن المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية يتخذ ثلاثة أشكال هي:

الإنذار: أي أن المسؤولين يقومون بتحذير الأعضاء المخالفين لقوانين المجموعة من أجل الحفاظ على الحوار المحترم بين أطراف الحوار، حيث وجدنا بأن درجة حضور هذا المؤشر الفرعي تصنف في خانة غالبا، هذا ما يدل على أن المسؤولين والمشرفين على المجموعة لا يقومون بتحذير الدائم للمخالفين وإنما يتخذون إجراءات تنظيمية أخرى أكثر صرامة اتجاه الأعضاء غير الملتزمين بأخلاقيات الحوار المحترم.

حذف التعليقات: بعد القيام بتحذير المخالفين تكرارهم لنفس الخطأ يقوم المسؤولون أحيانا بحذف التعليقات المخالفة للقوانين، والتي في أغلبها تحمل إساءة لأحد أطراف الحوار، ونلاحظ بأن درجة حضور هذا المؤشر الفرعي تصنف في خانة أحيانا أي أن المسؤولين والمشرفين لديهم إجراءات أخرى.

الحظر: يلجأ أحيانا المسؤولون إلى حظر الأعضاء كخطوة ردعية أخيرة من أجل تنظيم الحوار والحد من الإساءة من طرف بعض الأعضاء غير الملتزمين بقوانين المجموعة.

من خلال متابعتنا للمجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية لاحظنا بأنه لم نسجل أي عملية حظر أو حذف للتعليقات من طرف المسؤولين والمشرفين على المجموعة دون القيام بالتحذير المسبق للعضو المخالف، وهذا شيء إيجابي في إدارة الحوار وتنظيمه يخدم الحوار المحترم داخل هذه المجموعة، ويدل كذلك على صرامة والتزام المسؤولين على هذه المجموعة.

6- المشاركة في الحوار:

في الكثير من الأحيان لا يكتفي المسؤولون داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية بمتابعة الحوار وتنظيمه، وإنما يشاركون في الحوار محاولين ابداء آرائهم حول بعض المواضيع المطروحة للحوار خاصة وأنهم يدينون بالمسيحية؛ لذا سنبين في هذه النقطة مدى احترام المسؤولين من عدمه للآخر أثناء الحوار:

الاحترام: من خلال متابعتنا لهذه المجموعة لاحظنا بأن جميع تدخلات المسؤولين كانت إيجابية، أي أن حوارهم مع الطرف المخالف كان بكل احترام مع استعمال لغة مهذبة مبنية على الحجة والبرهان بهدف الإقناع.

السخرية: لم نسجل أي موقف ساخر من طرف المسؤولين على هذه المجموعة أثناء مشاركاتهم المتكررة في الحوار طيلة الفترات التي تابعتها فيها الحوار.

يمكن القول بأن المسؤولين على المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية يلتزمون بقواعد الحوار المحترم، وهذا مؤشر إيجابي يدفع ويشجع الأعضاء داخل هذه المجموعة على الحوار المحترم، ويمكن لهذا السلوك الإيجابي على المدى البعيد أن ينشر ثقافة الاحترام وتقبل الآخر المخالف دينيا.

7- قطع الحوار

تتيح مجموعات الفايسبوك إمكانية إيقاف التعليقات وغلقها من طرف المسؤولين على المجموعة، ومن خلال متابعتنا للمجموعة واستعمالنا للملاحظة بالمشاركة لم نسجل أي عملية غلق التعليقات لمنشور من المنشورات، ما يدل على أن المسؤولين على المجموعة يتيحون للأعضاء التعليق على أي منشور حتى وإن كان المنشور قديما.

8- درجة الحيادية:

حاولنا من خلال هذا المؤشر معرفة درجة حيادية المسؤولين من عدمه أثناء إدارة الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية من خلال متغيرين هما:

الموضوعية: من خلال متابعتنا لمجموعة من الحوارات داخل هذه المجموعة لاحظنا بأن المسؤولين غالبا ما يلتزمون بالموضوعية أثناء إدارتهم للحوار بين أطراف الحوار، فمعظم تدخلاتهم في تنظيم الحوار من خلال التحذير وحذف التعليقات والحظر تطبق في غالب الأحيان على الطرف المسلم والمسيحي معا.

الذاتية: أما بالنسبة لتدخل ذاتية المسؤولين أثناء إدارة الحوار داخل هذه المجموعة فهي نادرة وقلية جدا، فلقد لاحظنا بأنه في بعض المواقف لا يتعامل المسؤولون مع المسيحيين بنفس الصرامة التي يتعاملون بها مع المسلمين.

بالنسبة للذاتية والموضوعية لا يمكن أن نجد موضوعية كاملة في إدارة الحوار بين الأديان خاصة وإن كان الطرف الذي يدير الحوار له نفس الانتماءات الدينية لأحد الاطراف المتحاور، لكن الحرص على الالتزام بالموضوعية في معظم الأحيان هذا أمر يمكن للإنسان الوصول اليه رغم تركيبته النفسية المعقدة، وما لاحظناه في درجة حيادية المسؤولين عن المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية يوحي بأنهم يسعون إلى التحلي بالموضوعية في معظم الأوقات التي يقومون فيها بإدارة الحوار، وهذا ما يمكنه أن يدفع بحرية التعبير الدينية المبنية على الاحترام المتبادل داخل هذه المجموعة إلى مستويات عليا تساعد على المساهمة في تشكيل فضاء عمومي ديني افتراضي.

المحور الثاني: سلوكيات وتفاعلات الجمهور داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية أثناء الحوار:

سنبين من خلال هذا المحور رصد سلوكيات وتفاعلات الأعضاء داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية؛ من خلال تسليط الضوء على أربع مؤشرات من شأنها أن تكشف لنا عن اجابات للتساؤلات المطروحة في هذه الدراسة، وهذه المؤشرات هي كالاتي:

6- نوع الجنس الأكثر مشاركة في الحوار:

من خلال متابعتنا للحوار داخل هذه المجموعة وجدنا بأن الذكور دائما ما يشاركون في الحوار بخلاف الإناث اللواتي أحيانا ما يشاركن، وهذه النفس النتيجة ولها نفس زاوية التحليل التي توصلنا إليها وقمنا بها في المجموعة الناطقة باللغة العربية.

نوع الجنس الأكثر احتراما للحوار:

لقد سجلنا من خلال متابعتنا للحوار داخل هذه المجموعة بأن الإناث غالبا ما يكن أكثر احتراما أثناء الحوار؛ ونادرا ما سجلنا حالات إساءة من طرف الإناث، عكس الذكور الذين وجدنا بأنهم نادرا ما يلتزمون بالحوار المحترم

مقارنة بالإناث، ربما يعود التزام الإناث بالحوار المحترم إلى طبيعة المرأة التي تتميز بأقل دافعية للعنف اللفظي مقارنة بالذكور، وهذه نفس النتيجة والقراءة التي توصلنا إليها في المجموعة الناطقة باللغة العربية.

7- الديانة الأكثر مشاركة في الحوار:

رغم أن المسؤولين عن هذه المجموعة هم جميعهم مسيحيين إلا أننا لاحظنا بأن المسلمين هم الأكثر مشاركة في الحوار داخل المجموعة من المسيحيين، وربما يرجع هذا إلى أن نسبة المسلمين في المجموعة أكثر من نسبة المسيحيين، وربما يعود أيضا إلى أن المسلمين هم الأكثر اهتماما من المسيحيين بمثل هذا النوع من الحوار.

8- الديانة الأكثر احتراما للحوار:

من خلال متابعتنا للحوار داخل هذه المجموعة توصلنا إلى أن كلا أتباع الديانتين سواء كانوا مسلمين أو مسيحيين أحيانا ما يحترمون الحوار، أي أن كلا أتباع الديانتين يتبادلون الإساءة في بعض الأحيان أثناء الحوار. يمكن القول بأن التعصب الديني والنقص في ثقافة الحوار يعاني منه كلا أتباع الديانتين وذلك لعدة أسباب منها أن الأعضاء داخل المجموعة من المسلمين والمسيحيين مختلفون لا من حيث المستوى التعليمي ولا من حيث مستوى المعرفة الدينية ولا من حيث السن والثقافة؛ فهذه الفروق الفردية تلعب دورا كبيرا في احترام الآخر من عدمه. هذه نفس النتيجة والقراءة التي توصلنا إليها في المجموعة الناطقة باللغة العربية.

9- أشكال الحوار:

لاحظنا من خلال متابعتنا لهذه المجموعة بأن جميع الحوارات التي شهدنا كانت حوارات جماعية، ولم نسجل أي حوار ثنائي على الرغم من أننا لم نشاهد حرص المسؤولين على تنظيم حوارات ثنائية، إلا أننا لاحظنا بأن هناك الكثير من الأعضاء من يدعو إلى حوار ثنائي إلا أنهم لا يتمكنون من ذلك، فعلى الرغم من أن الكثير من الحوارات تبدأ بحوار ثنائي لكن سرعان ما يتدخل أطراف آخريين في الحوار من أجل إبداء آرائهم في القضية المطروحة للحوار.

المطلب الثالث: تحليل الملاحظة الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

قمنا أيضا في المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية باستعمال أداة الملاحظة بنفس الأسلوب والكيفية التي قمنا بها في المجموعتين الناطقتين باللغة العربية واللغة الإنجليزية، ركزنا كذلك على النفس المحورين ونفس المؤشرات والتي كشفت على مجموعة من النتائج هي كالآتي:

المحور الأول: كيفية إدارة المسؤولين والمشرفون وتفاعلاتهم داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية:

سنوضح من خلال هذا المحور كيفية إدارة وتفاعل المسؤولين والمشرفون داخل المجموعة من خلال تسليط الضوء على أربع مؤشرات من شأنها أن تكشف لنا عن اجابات للتساؤلات المطروحة في هذه الدراسة، وهذه المؤشرات هي كالآتي:

9- تنظيم الحوار:

هناك العديد من الخيارات التقنية توفرها إدارة الفايسبوك للمسؤولين والمشرفين عن المجموعات تمكنهم من إدارة الحوار داخل المجموعة وتنظيمه، ومن بين هذه الخيارات هو الانذار وحذف التعليقات والحظر، ومن خلال متابعتنا للحوارات داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية وجدنا بأنه نادرا ما يقوم المسؤولون والمشرفون على المجموعة بإنذار أو حذف تعليقات أو حظر الأعضاء المسيئين رغم مخالفتهم للقوانين وقواعد الحوار، وقد أرجعنا سبب ذلك إلى أن إدارة ومتابعة المسؤولين والمشرفون للحوار داخل هذه المجموعة قليل جدا لذلك قلما نجد مثل هكذا إجراءات.

يعكس هذا بعدين، البعد الأول هو أن الأعضاء داخل هذه المجموعة يتمتعون بحرية كبيرة في التفاعل وإبداء الرأي حتى ولو كانت بعض تدخلاتهم تخالف قوانين المجموعة، والبعد الثاني هو أن عدم المراقبة والمتابعة المستمرة للمجموعة وإدارة الحوار وتنظيمه من طرف المسؤولين والمشرفون على المجموعة سيتيح فرصة للذين لا يتمتعون بثقافة الحوار وتقبل الآخر أن يتمادوا في أسئلتهم للآخرين، وهذا ما يمكن أن يكون سببا لعزوف الكثير من الأعضاء عن الحوار ومغادرتهم المجموعة ولا يخدم الحوار المحترم المبني على الحجة والبرهان.

10- المشاركة في الحوار:

لاحظنا من خلال متابعتنا لهذه المجموعة بأن المسؤولين والمشرفين عن المجموعة قليلا ما يشاركون في الحوار، ورغم هذا سجلنا بعض الملاحظات من خلال بعض تدخلاتهم في بعض المواضيع التي كانت موضوعا للحوار، لذا سنعمد في هذه النقطة الى تبيان مدى احترام المسؤولين والمشرفون من عدمه للآخر أثناء الحوار:

الاحترام: من خلال متابعتنا لهذه المجموعة لاحظنا بأن أغلب تدخلات المسؤولين والمشرفون كانت ايجابية، أي أن حوارهم مع الطرف المخالف كان بكل احترام واستعمال لغة مهذبة مبنية على الحجة والبرهان بهدف الإقناع.

السخرية: أما من حيث استعمال الأسلوب الساخر أثناء المشاركة في الحوار نادرا ما سجلنا ذلك.

يمكن القول بأن المسؤولين والمشرفين على المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية غالبا ما يلتزمون بقواعد الحوار المحترم، لكن تم أيضا تسجيل بعض حالات السخرية من البعض الآخر، فرغم قلة هذا النوع من التدخلات السلبية إلا أنه يمكن أن يشكك في مصداقية هذه المجموعة التي تدعو في الأساس إلى الحوار المحترم، والسؤال الذي يطرح هو كيف لمن وضعوا هذه القوانين أن يخالفوها هم بأنفسهم؟ وكيف يتوقعون من الأعضاء الآخرين أن يحترموا ذلك؟

11- قطع الحوار

تتيح مجموعات الفايسبوك إمكانية إيقاف التعليقات وغلقها من طرف المسؤولين والمشرفون على المجموعة، ومن خلال متابعتنا للمجموعة واستعمالنا للملاحظة بالمشاركة لم نسجل أي عملية غلق التعليقات لمنشور من المنشورات، ما يدل على أن المسؤولين والمشرفون على المجموعة يتيحون للأعضاء التعليق على أي منشور حتى وإن كانت المنشور قديما، وهذه نفس النتيجة التي توصلنا إليها أيضا في المجموعتين الناطقتين باللغة العربية واللغة الإنجليزية.

12- درجة الحيادية:

حاولنا من خلال هذا المؤشر معرفة درجة حيادية المسؤولين والمشرفين من عدمه أثناء إدارة الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية من خلال متغير الموضوعية والذاتية، توصلنا إلى أن المسؤولين والمشرفين غالبا ما يديرون الحوار وينظمونه بكل موضوعية وحيادية، ونادرا ما سجلنا مواقف تدل على التحيز والذاتية في إدارة هذه المجموعة، ونفس النتيجة وزاوية القراءة توصلنا إليها في المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية.

المحور الثاني: سلوكيات وتفاعلات الجمهور داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية أثناء الحوار:

من خلال هذا المحور سنحاول رصد سلوكيات وتفاعلات الأعضاء داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية من خلال تسليط الضوء على أربع مؤشرات من شأنها أن تكشف لنا عن إجابات للتساؤلات المطروحة في هذه الدراسة، وهذه المؤشرات هي كالاتي:

10- نوع الجنس الأكثر مشاركة في الحوار:

من خلال متابعتنا للحوار داخل هذه المجموعة وجدنا بأن الذكور دائما ما يشاركون في الحوار بخلاف الإناث اللواتي أحيانا ما يشاركن، وهذه نفس النتيجة ونفس زاوية التحليل التي توصلنا إليها في المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والإنجليزية.

نوع الجنس الأكثر احتراماً للحوار:

لقد سجلنا من خلال متابعتنا للحوار داخل هذه المجموعة بأن الإناث غالباً ما يكن أكثر احتراماً أثناء الحوار ونادراً ما سجلنا حالات إساءة من طرف الإناث، عكس الذكور الذين وجدنا بأنهم نادراً ما يلتزمون بالحوار المحترم مقارنة بالإناث، ربما يعود التزام الإناث بالحوار المحترم إلى طبيعة المرأة التي تتميز بأقل دافعية للعنف اللفظي مقارنة بالذكور، وهذه النفس النتيجة والقراءة التي توصلنا إليها في المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والإنجليزية.

11- الديانة الأكثر مشاركة في الحوار:

لاحظنا من خلال متابعتنا لهذه المجموعة بأن المسلمين هم الأكثر مشاركة في الحوار داخل المجموعة من المسيحيين، رغم أن المسؤولين والمشرفين هناك من يدين بالإسلام وهناك من يدين بالمسيحية، لكن ربما يرجع هذا الاختلاف في النسب المشاركة إلى نفس زاوية التحليل التي سلطنا عليها الضوء في المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والإنجليزية التي تقول بأنه ربما يرجع ارتفاع نسبة المسلمين المشاركين إلى أن نسبة المسلمين في المجموعة أكثر من نسبة المسيحيين، وربما يعود أيضاً إلى أن المسلمين هم الأكثر اهتماماً من المسيحيين بمثل هذا النوع من الحوار.

12- الديانة الأكثر احتراماً للحوار:

من خلال متابعتنا للحوار داخل هذه المجموعة توصلنا إلى أن كلا أتباع الديانتين سواء كانوا مسلمين أو مسيحيين نادراً ما يحترمون الحوار، أي أن كلا أتباع الديانتين يتبادلون الإساءة في بعض معظم الأحيان أثناء الحوار. يمكن القول بأن نسبة تبادل الإساءة بين أطراف الحوار داخل هذه المجموعة هي أكثر من النسبة المسجلة في المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والإنجليزية، ويرجع هذا إلى أن المسؤولين والمشرفين عن هذه المجموعة نادراً ما يشاركون ويتابعون ويديرون وينظمون الحوار، هذا ما أتاح الفرصة للمتعبين وذوي النوايا السيئة والذين لا يملكون أي مستوى للحوار في أن يغتنموا فرصة قلة مراقبة المجموعة من طرف المسؤولين في سب وشتم واهانة الطرف المخالف، ويجدر الإشارة إلى أن حتى المراقبة القبلية على المنشورات غير مفعلة حيث يتم قبول المنشور تلقائياً، وهذا ما لاحظناه في هذه المجموعة وما تم تأكيد من طرف أحد المسؤولين عن المجموعة الذي أجرينا معه المقابلة.

13- أشكال الحوار:

لاحظنا من خلال متابعتنا لهذه المجموعة بأن جميع الحوارات التي شهدنا كانت حوارات جماعية ولم نسجل أي حوار ثنائي، على الرغم من أننا لم نشاهد حرص المسؤولين على تنظيم حوارات ثنائية؛ إلا أننا لاحظنا بأن هناك الكثير من الأعضاء من يدعو إلى حوار ثنائي إلا أنهم لا يتمكنون من ذلك، فعلى الرغم من أن الكثير من

الحوارات تبدأ بحوار ثنائي لكن سرعان ما يتدخل أطراف آخرين في الحوار من أجل إبداء آرائهم في القضية المطروحة للحوار، وهي نفس النتيجة التي توصلنا إليها أيضا في المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والإنجليزية.

المطلب الرابع: النتائج العامة للملاحظة الخاصة بالمجموعات الثلاث

تمكنا من الوصول إلى العديد من النتائج عن طريق استعمال أداة الملاحظة بالمشاركة، هذه النتائج المتعلقة في مجملها بكيفية تعامل المسؤولين والمشرفون داخل المجموعات الثلاث من حيث إدارة الحوار وتنظيمه، بالإضافة إلى نتائج تتعلق بسلوكيات وتفاعلات أعضاء المجموعات الثلاث، وبطبيعة الحال ساعدتنا هذه النتائج في الإجابة على العديد من التساؤلات الفرعية الخاصة بموضوع الدراسة، ومن بين أهم هذه النتائج:

1- النتائج الخاصة بكيفية تفاعل المسؤولين والمشرفون داخل المجموعات الثلاث:

- يلتزم جميع المسؤولون داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية بالتدرج في تسليط العقوبات على المخالفين، عكس المجموعة الناطقة باللغة العربية التي سجل بعض مسؤوليها ومشرفيها عدم احترام هذا التدرج، في حين لاحظنا بأن المسؤولين والمشرفين عن المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية قليلا ما يتدخلون في تنظيم الحوار.
- يلتزم جميع المسؤولون عن المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية بالحوار المحترم أثناء مشاركتهم في الحوار؛ عكس المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والفرنسية التي سجل بعض من مسؤوليها ومشرفيها استعمال الأسلوب الساخر مع المخالف دينيا.
- لم يتم تسجيل أي حالة قطع للحوار (إيقاف التعليقات) داخل المجموعات الثلاث.
- يلتزم مسؤولو ومشرفو المجموعتين الناطقتين باللغة الإنجليزية والفرنسية بالحيادية والموضوعية أثناء إدارة الحوار وتنظيمه أكثر من مسؤولي ومشرفي المجموعة الناطقة باللغة العربية.

2- النتائج الخاصة بسلوكيات وتفاعلات الجمهور داخل المجموعات الثلاث أثناء الحوار:

- الذكور هم الأكثر مشاركة في الحوار من الإناث داخل المجموعات الثلاث.
- الإناث هم الأكثر احتراما للحوار من الذكور داخل المجموعات الثلاث.
- المسلمون هم الأكثر مشاركة في الحوار من المسيحيين في المجموعات الثلاث.

- كلا أتباع الديانتين يتبادلون الإساءة من حين لآخر داخل المجموعات الثلاث، لكن نسبة الإساءة مرتفعة أكثر في المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية نتيجة قلة الرقابة من طرف المسؤولين والمشرفون على المجموعة عكس المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والإنجليزية.
 - يغلب الحوار الجماعي على الحوار الثنائي داخل المجموعات الثلاث.
- بعدما قمنا بتحليل النتائج التي توصلنا إليها عن طريق أداة الملاحظة بالمشاركة الخاصة بالمجموعات الثلاث محل الدراسة، سنحاول في المبحث الموالي تحليل نتائج أداة أخرى لا تقل أهمية عن أداة الملاحظة ألا وهي أداة تحليل المضمون، حيث ساعدتنا هذه الأخيرة في تحليل مضمون الرسائل المتبادلة بين أطراف الحوار من أجل الحصول على نتائج أكثر عمقا وأكثر صرامة.

المبحث الرابع: تحليل نتائج المضمون الخاصة بالمجموعات الثلاث

تتيح أداة تحليل المحتوى استنطاق الرموز والدلالات والقيم والاتجاهات والايديولوجيات المتواجد ضمن الرسالة الإعلامية والاتصالية، وتسمح بالحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات، وبالتالي الوصول إلى بيانات كمية وكيفية وهذا يعطي مصداقية أكبر لنتائج المتحصل عليها، سنعمد في هذا المبحث على تحليل مضمون ما ينشر في المجموعات الثلاث من مضامين بمختلف وسائطها المتعددة.

المطلب الأول: تحليل مضمون المجموعة الناطقة باللغة العربية

سنعرض في هذا العنصر أهم خصائص عينة الدراسة بالإضافة إلى تحليل فئات الشكل والمضمون الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة العربية، وستكون البداية بعرض الجدول الذي يبين خصائص العينة المختارة وهو كالتالي:

الجدول رقم(05) يوضح خصائص عينة الدراسة الناطقة باللغة العربية

اسم صاحب المنشور	ديانة صاحب المنشور	تاريخ النشر	عدد التعليقات	عدد الإعجابات	عدد المشاركات
ياسر عمار	مسلم	2017/08/25	502	28	00
Sara Dwidar سارة دويدار	مسلم	2017/09/10	130	20	01
ناجي مُجَدّ	مسلم	2017/10/20	629	22	00
ناجي مُجَدّ	مسلم	2017/11/14	312	28	03
أحمد عبد المنعم Ahmed Abdul Moneim	مسلم	2017/12/07	394	34	01
منصور مُجَدّ	مسلم	2018/01/24	83	33	07
مريم ياسر مُجَدّ محمود	مسلم	2018/02/09	299	26	01
صباح غريب	مسلم	2018/03/21	579	63	02
Sara Adel سارة عادل	مسيحية	2018/04/22	377	131	00
ليلي عبد اللطيف درويش	مسلم	2018/05/24	171	31	00
ثرثيا العربي	مسلمة	2018/06/09	211	92	54
Soufiane سفيان Soufiane	مسيحي	2018/07/27	291	11	00
المجموع		12	3978	519	69

يكشف الجدول رقم(05) بأن المسلمين يمثلون الأغلبية الساحقة المبادرة للنشر بنسبة 16,67%، في حين تشير نسبة المسيحيين المبادرين بالنشر حسب عينة الدراسة ب 16,67%، كما نلاحظ بأن متوسط التعليقات يقدر ب331,5، هذا يدل على أن أعضاء المجموعة نشطين في مجال الحوار المسيحي الإسلامي داخل هذه المجموعة، كما نلاحظ بأن عدد الإعجابات من عدمه من خلال وضع الرموز التعبيرية قليل مقارنة بعدد المتفاعلين عن طريق التعليقات، أما مشاركات المنشورات من خلال عينة الدراسة نجد بأنها ضعيفة والتي قدرت 69 مشاركة، وربما يعكس هذا اهتمام الأعضاء بالدخول في الحوار وابداء الرأي أكثر من الاهتمام بوضع الرموز ومشاركة المنشورات. يمكن القول بأن عينة الدراسة المختارة مناسبة للحصول على إجابات عن إشكالية وتساؤلات الدراسة نظرا للمواضيع المطروحة للحوار والتي في مجملها متعلقة بالحوار المسيحي الإسلامي، كما أن التفاعلات من خلال التعليقات والرد عليها من قِبل أطراف الحوار داخل المجموعة كافية لمعرفة إن كان هناك فضاء عمومي ديني من عدمه حسب ما تشير إليه فرضيات الفضاء العمومي لهبرماس وكافية للكشف عن ما إذا كان مقص الرقابة مفعّل حسب نظرية حارس البوابة.

الجدول رقم(06) يوضح أنواع الوسائط المستخدمة في نشر المضمون من قِبل أطراف الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية

أنواع الوسائط		التكرارات والنسب	التكرارات	النسب
الكتابة			3723	93,58%
الصور	صور ثابتة		14	0,35%
	صور متحركة		02	0,05%
	صورة مرفقة بنص		19	0,47%
	صورة لنص		17	0,42%
الفيديوهات			22	0,55%
الرموز التعبيرية	ضحك		11	0,27%
	غضب		04	0,10%
	حزن		03	0,07%
	دهشة		04	0,10%
	خجل		07	0,17%
الروابط			03	0,07%
وسائط متعددة			139	3,49%
المجموع			3978	100%

يتضح من خلال الجدول رقم(06) بأن الكتابة هي الوسيط المفضل لدى أطراف الحوار داخل المجموعة بنسبة 93,58%، ثم يليه استخدام الوسائط المتعددة (صور، رموز تعبيرية، فيديوهات، كتابة...) بنسبة 3,49%، أما استعمال وسيط الصور كوحدة تعليق مستقلة فنجد بأنه يحتل المرتبة الثالثة بنسبة 1,30% تتوزع كالاتي: الصور المرفقة بنص في المرتبة الأولى بنسبة 0,47%، تليها صور للنصوص بنسبة 0,42%، ثم الصور الثابتة بنسبة 0,35% وفي الأخير الصور المتحركة بنسبة 0,05%. أما استخدام الرموز التعبيرية كوحدات تعليق فلقد احتلت المرتبة الرابعة بنسبة 0,72% تتوزع كالاتي: الرمز الذي يعبر عن الضحك بنسبة 0,27% يليه الرمز الذي يعبر عن الخجل بنسبة 0,17%، ثم الرمز الذي يعبر عن الغضب والدهشة في نفس المرتبة بنسبة 0,10% لكل واحد منهما، ويأتي الرمز الذي يعبر عن الحزن في المرتبة الأخيرة بنسبة 0,07%. أما ادراج الفيديوهات كوسيط فيأتي في المرتبة الخامسة بنسبة 0,55%، ويحتل وسيط الروابط المرتبة السادسة والأخيرة بنسبة 0,07%.

نستخلص من خلال هذه البيانات بأن وسيط الكتابة هو المناسب لعينة الدراسة في مثل هذا النوع من الحوار الذي يتطلب الحجة والدليل من أجل الإقناع أو إثبات وجهة نظر معينة، لذلك يعد وسيط الكتابة أكثر ملائمة، لكن في بعض الأحيان يفضل الطرف المحاور استعمال وسائط متعددة من كتابة وصور ورموز تعبيرية وروابط وفيديوهات في نفس الوقت؛ عندما لا يرى بأن وسيط الكتابة لا يكفي لإثبات وجهة نظره أو إقناع الطرف المحاور إلا أن إدراج كل هذه الوسائط يتطلب من الطرف المحاور أخذ وقت أطول من وسيط الكتابة، ويبدل جهد فكري أكبر لذلك نجد بأنها احتلت المرتبة الثانية، وفي أحيان أخرى يفضل أطراف الحوار استخدام الصور لأنها تتيح للطرف المحاور أن يلخص وجهة نظره بطريقة أسرع وأسهل ومعبرة أكثر عن طريق إدراج صورة، فالصورة أبلغ أكثر من 1000 كلمة، لذلك وجد بأن الاستعانة أطراف الحوار بالصور تأتي في المرتبة الثالثة بعد الوسائط المتعددة، ويجدر الإشارة إلى أن استخدام صور لنص معين والصور المرفقة بنص هي أكثر الصور استعمالاً لأنها تمثل حجة قوية وتحمل معنى أعمق لأنها تجمع بين الكلمة والصورة. كذلك يفضل في بعض الأحيان الطرف المحاور التعبير عن اتجاهاته ومواقفه وشاعره عن طريق ادراج الرموز التعبيرية كبديل لوسيط الكتابة لأنه ربما يرى فيه الأنسب للتعبير عن الموقف المعروض لذلك نجد بأنها احتلت المرتبة الرابعة من حيث التفضيل بالنسبة لأطراف الحوار.

في حين يرى بعض من أطراف الحوار بأنه في موقف معين يستوجب ادراج رابط أو فيديو معين يحل الطرف المحاور له الى موقع أو صفحة أو فيديو معين من أجل إقناعه أو إثبات وجهة نظره أو نفي موقف معين، إلا أن

هذين الوسيطين قد لا يكونا فعالين باعتبار أن مستخدمي الفايسبوك يبحثون عن المعلومات الجاهزة والمختصر وسهولة الوصول إليها ففي بعض الأحيان قد تكون شبكة الانترنت ضعيف لدى الطرف الآخر، وبالتالي لا يمكنه الوصول إلى الرابط أو مشاهدة الفيديو خاصة إذا كان طويل، كما يمكن أن الطرف المحاور ليس لديه الوقت الكافي للاطلاع عليه وبالتالي يمكن أن يتجاوزه، لذلك وجدنا بأن هذين الوسيطين احتلا المرتبة الأخير من حيث الاستخدام من طرف الأعضاء المشاركين في الحوار. لكن الشيء الايجابي الذي توفره تقنيات المجموعات على موقع الفايسبوك هو أنها تتيح للأعضاء المشتركين خيار إدراج أي وسيط يمكن أن يحمل الرسالة والمعنى الذي يسعون إلى إيصاله مع أخذ الوقت الكافي في التفاعل من خلال خاصية التزامن ولا التزامن، بالإضافة إلى أخذ الوقت في التفكير والبحث عن المعلومات المناسبة للرد على الطرف المحاور والذي هو غير متاح في الحوار الذي يُدار في العالم الواقعي.

الجدول رقم(07) يوضح أنواع الرموز التعبيرية التي يستخدمها أطراف الحوار للتعبير عن إعجابهم بالتعليقات من عدمه داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية

النسب	التكرارات	التكرارات والنسب الرموز المستخدمة
93,62%	1629	وضع رمز معجب
05,65%	98	وضع رمز ضحك
0,17%	03	وضع رمز غضب
0,11%	02	وضع رمز حزن
0,05%	01	وضع رمز دهشة
0,40%	07	وضع رمز خجل
100%	1740	المجموع

يظهر الجدول رقم(07) بأن استخدام أفراد عينة الدراسة للرمز معجب يحتل المرتبة الأولى بنسبة 93,62% من أجل التعبير عن إعجابهم بالتعليقات المدرجة أثناء الحوار، ويأتي رمز الضحك في المرتبة الثانية بنسبة 05,65%، يليه الرمز الذي يعبر عن الخجل بنسبة 0,40%، ثم الرمز الذي يعبر عن الغضب بنسبة 0,17%، ثم رمز الحزن بنسبة 0,11% وفي المرتبة الأخيرة يأتي رمز الدهشة بنسبة 0,05%.

نستشف من خلال هذه البيانات المعروضة واستنادا على متابعتنا للمجموعة عن طريق الاستعانة بالملاحظة بالمشاركة وجدنا بأن أفراد العينة تضع رمز معجب على التعليقات التي تعجبها وترى فيها بأنها تعبر عن وجهة نظرها أو تتماشى مع اتجاهاتها ومواقفها، في حين وجدنا بأن إدراج الرموز التعبيرية الأخرى مثل الضحك والغضب والحزن والخجل والدهشة توضع في غالب الأحيان على التعليقات الطرف الآخر المخالف لهم، وهي تعبر غالبا يا إما عن سخريتهم مما يقوله أو يعتقد الطرف الآخر مثل إدراج رمز الضحك أو من أجل افحام الطرف الآخر وإظهار عدم موافقتهم عند استعمال بقية الرموز الأخرى، وفي أحيان أخرى يوضع رمز ضحك والدهشة والحزن على تعليقات من يوافقهم الرأي من نفس الديانة في إشارة منهم على مساندتهم لصاحب التعليق وإشارة غير مباشر للطرف المخالف بالسخرية أو الإفحام.

الجدول رقم(08) يوضح أنواع الأساليب الإقناعية المعتمدة من قبل أطراف الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية

النسب	التكرارات	التكرارات والنسب الأساليب الإقناعية
40,26%	1562	أساليب عقلية
59,74%	2317	اساليب عاطفية
100%	3879	المجموع

يتبين من خلال الجدول رقم(08) بأن الأساليب العاطفية تحتل المرتبة الأولى بنسبة 59,74%، تليها الأساليب العاطفية بنسبة 40,26%. نلاحظ من خلال هذه النسب بأن أطراف الحوار يغلبون العاطفة على العقل أسلوب العاطفي يحمل في طياته السخرية مع إقصاء الآخر نظرا للانحياز إلى الذاتية؛ هذا ما يمكن أن يؤثر سلبا على هذا الفضاء العمومي الافتراضي.

لكن لا يمكن إغفال بأن هناك نسبة معتبرة من أطراف الحوار من يعتمدون على الأساليب العقلية من حجج وبراهين وأدلة لإثبات وجهة نظرهم أو نفي وجهة نظر الطرف الآخر أو من أجل إقناعه، وهذا ما يمكنه أن يساهم في تشكيل فضاء عمومي افتراضي ديني قائم على الحوار العقلاني، وهذا يظهر من خلال أن نسبة الفرق بين الأسلوبين (العاطفي والعقلي) ليس كبير والذي يقدر ب 19,48%.

الجدول رقم(09) يوضح أنواع المواضيع الرئيسية المعروضة للحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية

التكرارات والنسب	التكرارات	النسب
أنواع المواضيع		
مواضيع تخص العقيدة	07	58,33%
مواضيع تخص فقه العبادات	01	8,33%
مواضيع تخص مقارنة بين الديانتين	04	33,34%
المجموع	12	100%

يشير الجدول رقم (09) إلى أن المواضيع التي تتعلق بالعقيدة هي أكثر المواضيع الرئيسية المطروحة للنقاش والمقدرة بنسبة 58,33%، تليها المواضيع التي تخص المقارنة بين الديانتين بنسبة 33,34%، ثم المواضيع المتعلقة بفقه العبادات بنسبة 8,33%.

نستخلص من خلال البيانات المعروضة بأن الحوار بين المسلمين والمسيحيين من خلال المجموعة غالبا ما يكون حول العقيدة أو مقارنة بين الديانتين (قضية التليث عند المسيحيين، صحة الدين المسيحي أو الاسلامي من عدمه، الهوية المسيح عيسى من عدمه، تحريف الانجيل او القران من عدمه، صحة الدين الاسلامي واحقيقته مقابل الدين المسيحي أو العكس...)، بحيث يحاول كل طرف من خلال هذه المواضيع إقناع الطرف الآخر بأحقية دينه وبأنه هو الاصلح، لذلك يحاول أطراف الحوار التشكيك في عقيدة الآخر، وهذا النوع من المواضيع مناسب أيضا لمن يكون هدفه سلبى يتمثل في السخرية والإفحام. في حين تحتل المواضيع التي تخص فقه العبادات في المرتبة الأخيرة نظرا إلى الاعتقاد المسبق للطرفين بأنه دين طرف الآخر ليس على حق، وبالتالي ستكون أولوية الحوار في المجال العقائدي أكثر من مجال فقه العبادات (طريقة الصلاة، مسائل الحرام والحلال، قضايا الزواج والطلاق...) لأن القضايا الفقهية تنفرع عن القضايا العقائدية وثانوية مقارنة مع هذه الأخيرة.

الجدول رقم(10) يوضح نوع ديانة الفاعلين في الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية

التكرارات والنسب	التكرارات	النسب
نوع الديانة		
مسلم	347	90,12%
مسيحي	35	9,09%
غير معروف	03	0,79%
المجموع	385	100%

يشير الجدول رقم (10) إلى أن أغلبية الفاعلين في الحوار داخل هذه المجموعة هم معتنقي الدين الإسلامي والذين يمثلون نسبة 90,12%، تليها نسبة الفاعلين المسيحيين في الحوار ب 09,09%، أما نسبة 0,79% فتمثل الفاعلين الذين شاركوا في الحوار ولو بتعليق واحد فقط أو إدراج رمز تعبير أو أي وسيط آخر ولم نتكمن من التعرف على هوياتهم الدينية.

نستخلص من خلال هذه البيانات بأن الفرق بين نسبة الفاعلين المسلمين والمسيحيين تقدر ب 81,03% وهي نسبة فرق كبيرة جداً، ربما تدل على عدم تساوي الفرص داخل المجموعة، فمن خلال متابعتنا اليومية للمجموعة وإجراء مقابلات مع بعض المسؤولين والمشرفين على المجموعة، تبين لنا بأن هنا رفض بعض المسؤولين السماح لبعض المنشورات الدينية من الطرف المسيحي، وهذا ما يمكن أن يبرر نقص مبادرات الطرف المسيحي في طرح المواضيع للنقاش، وهذا ما يمكنه أن يعيق تشكل فضاء عمومي افتراضي ديني كما يمكنه أن يشير إلى أن مقص الرقابة داخل هذه المجموعة مُفعّل.

الجدول رقم (11) يوضح أهم المصادر التي يعتمد عليها أطراف الحوار من أجل تدعيم حججهم داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية

أهم المصادر المعتمدة	التكرارات والنسب	التكرارات	النسب
الكتب السماوية (الانجيل، القرآن...)	652	16,39%	
أقوال الرسل	11	0,27%	
أقوال رجال الدين	32	0,87%	
نتائج البحوث العلمية	14	0,35%	
التفسير والتحليل الشخصي	3063	76,99%	
وسائل الإعلام وجمع المعلومات	107	2,68%	
حديث جانبي	99	2,48%	
المجموع	3978	100%	

يتبين من خلال الجدول رقم (11) إلى أن استعانة أفراد العينة إلى التفسير والتحليل الشخصي يعتبر المصدر الأول الذي يقدر بنسبة 83,59%، تليه الكتب السماوية (انجيل، قرآن...) في المرتبة الثانية كمصدر للمحاجة والبرهنة بنسبة 16,39%، ثم وسائل الإعلام وجمع المعلومات بنسبة 2,68%، ثم أقوال رجال الدين بنسبة

0.87%، ثم نتائج البحوث العلمية بنسبة 0.35%، وتأتي أقوال الرسل في المرتبة الأخيرة بنسبة 0.06%، أما الحديث الجاني والذي لم ندرجه ضمن التحليل لأنه خارج الموضوع قدر بنسبة 02.48%

يبدو من خلال هذه البيانات بأن أفراد العينة تعتمد على التحليل والتفسير الشخصي والعمليات الذهنية الفردية من أجل إقناع الآخر أو نفي حجة معينة، وبطبيعة الحال هذه القراءة الشخصية تظهر المجهود العقلي الذي يبذله بعض أطراف الحوار، كما يظهر في المقابل العواطف وذاتية المتحاورين ورأيهم الشخصي ونظرتهم للآخر، لكن ما يعاب على هذا النوع من المصادر أنه غالباً ما تتدخل الذاتية ما يهدد استمرار الحوار بين الطرفين بأسلوب محترم وجاد.

في المقابل نجد بأن هناك نسبة معتبرة من أفراد العينة من تستعين بالنص الصريح والاقتباس من الكتب المقدسة وحتى من أقوال الرسل ورجال الدين والبحوث العلمية من أجل بناء أدلة وعرض حجج أقوى أثناء الحوار، كما لاحظنا بأن نتائج العلمية سبقت أقوال الرسل وهذا دليل على إدماج الحجج العلمية في مقابل الحجة الدينية من أجل إقناع أفضل، لكن طبعاً هذا النوع من المصادر يكون أكثر إقناعاً من الاعتماد على الآراء الشخصية، ويخدم هذا النوع من الحوار، لكن الاعتماد على هذا النوع من المصادر يتطلب إطلاع واسع وفهم جيد ورصيد معرفي ذو مستوى عالي وهذا مالا يمتلكه جميع أطراف الحوار؛ لذلك وجدنا بأن الرأي الشخصي هو الغالب لأنه من الأسهل أن تعبر عن وجهة نظرك دون تدعيمها بحجة علمية أو دينية لكن عكس ذلك يتطلب مجهود ووقت أكبر.

الجدول رقم(12) يوضح الأهداف التي يسعى أطراف الحوار تحقيقها داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية

النسب	التكرارات	التكرارات والنسب
النسب	التكرارات	أنواع الأهداف
45,78%	1776	الإقناع
01,49%	58	التفاهم
21,99%	853	الإفحام
18,84%	731	السخرية
11,90%	461	التساؤل
100%	3879	المجموع

يكشف الجدول رقم (12) بأن الإقناع هو من أبرز الأهداف التي يسعى أفراد العينة إلى تحقيقها بنسبة 45,78%، يليها الإفحام بنسبة 21,99%، ثم السخرية بنسبة 18,84%%، والتساؤل بنسبة 11,90%، وفي التفاهم في المرتبة الأخيرة بنسبة 01,49%.

ينجلي من خلال هذه النسب من أن أفراد العينة يسعون بالدرجة الأولى إقناع الطرف الآخر بأحقية دينه، ولقد لمسنا هذا أيضا من خلال متابعتنا للمجموعة بصفتنا أعضاء مشتركين فيها حيث لاحظنا سعي المسلمين الدائم إلى محاولة دعوة المسيحيين إلى اعتناق الدين الإسلامي، وأيضا نفس الشيء لمسناه عند المسيحيين من خلال سعيهم إلى التبشير بالديانة المسيحية، وطبعا أفضل طريقة لبلوغ هذا الهدف هو إقناع الطرف الآخر بالحجة والدليل العقلي، إلا أننا نجد في بعض الأحيان أن بعض من أفراد العينة يسعون إلى إفحام الطرف الآخر والسخرية منه وإهانته والخط من قيمته، وهذا طبعا يعود إلى تبني هؤلاء النظرة الاقصائية والدونية للطرف الآخر، وبالتالي سيؤدي إلى حدوث صراع بدل الحوار وإلى تعصب الطرف الآخر بدل إقناعه. في حين يلجأ بعض أطراف الحوار إلى طرح بعض التساؤلات من أجل فهم أفضل للآخر أو من أجل إيجاد طريقة لإقناعه وهذا أمر إيجابي يخدم الحوار ويؤدي إلى استمراره.

الجدول رقم(13) يوضح الاتجاهات التي يسعى أطراف الحوار إلى إظهارها داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية

التكرارات والنسب	التكرارات	النسب
اتجاهات أطراف الحوار	1529	40,26%
اتجاه يبعث على الحوار	2350	59,74%
اتجاه يبعث على الصراع	3879	100%
المجموع		

يتجلى من خلال الجدول رقم (13) من أن الاتجاه الذي يبعث على الصراع هو الاتجاه الغالب داخل المجموعة بنسبة 59,74%، في حين تقدر نسبة الاتجاه الذي يبعث على الحوار ب 40,26%، نستنتج من هذه البيانات بأن هناك من أفراد العينة من يحمل اتجاه إيجابي وثقافة للحوار الجاد مع الطرف المخالف؛ محاولا بناء جسور للتواصل الديني سواء بغية اقناعه أو فهم أفضل له أو وصولا إلى التفاهم حول نقاط معينة، في حين نلاحظ بأن هناك نسبة كبيرة من أفراد العينة من تحمل قيما سلبيا نحو الحوار مع الآخر تحمل في طياتها اتجاه يبعث على الصراع مع المخالف دينيا، والذي ويعتبر في نظرهم دائما عدو وخصم مجبر على اعتناق دينهم أو سيتعرض

للإقصاء والتهميش. هذا بطبيعة الحال لا يخدم التعايش والتسامح الديني الذي يمكن أن ينبجم عن الحوار الديني المبني على الإقناع بالحجة والمنطق لولا إتباع بعض أطراف الحوار لمسلك الصراع.

الجدول رقم(14) يوضح أشكال تدخلات المسؤولين والمشرفين على المجموعة أثناء الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية

النسب	التكرارات	التكرارات والنسب
		أشكال التدخلات
%92,20	745	اثراء الحوار
%06,68	54	تنظيم الحوار
%01,12	09	قطع الحوار
%100	808	المجموع

يوضح الجدول رقم (14) أهم أشكال تدخلات المسؤولين والمشرفين على المجموعة في الحوار الذي يجري داخل المجموعة، حيث وجد بأن إثراء الحوار يأتي في المرتبة الأولى بنسبة 92,20%، يليه تنظيم الحوار بنسبة 06,68%، وفي الأخير قطع الحوار بنسبة 01,12%.

يبدو من خلال هذه النسب من أن أغلبية تدخلات المسؤولين والمشرفين كانت إيجابية؛ يا إما من أجل المساهمة في إثراء الحوار من خلال إبداء الرأي في القضايا المطروحة للنقاش ومحاولة إقناع الطرف الآخر، أو نفي حجته وتفنيدها، وهذا باعتبار أن المسؤولين والمشرفين عن المجموعة يدينون بالإسلام، إلا أننا وجدنا بأن هناك بعض التدخلات يمكن أن تكون سلبية إذا كان الهدف منها إسكات الآخر لأن حجته ربما أقوى؛ ويمكن أن نصنف هذا القطع في خانة الإيجابية إذا كان الهدف منه إيقاف المخالف لقوانين المجموعة وعدم احترامه للطرف الآخر. فمن خلال استعملنا للملاحظة بالمشاركة وجدنا بأنه غالبا ما يتم قطع الحوار بالنسبة للطرف الحوار الذي يخالف القوانين، في حين لاحظنا بعض التجاوزات لبعض المسؤولين الذين غلبت عليهم ذاتيتهم، وقاموا بقطع الحوار وحتى حظر بعض الأعضاء لأن حجته قوية وتغلبه على الطرف المحاور له أو خوفا من قيامه بالتشكيك في قناعات الطرف المحاور، والذي ينتمي إلى نفس ديانة المسؤولين والمشرفين عن المجموعة.

المطلب الثاني: تحليل مضمون المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية

سنقوم بتحليل مضمون المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية بالنفس التسلسل المنهجي الذي قمنا به في المجموعة الناطقة باللغة العربية، والبداية ستكون بعرض الجدول الذي يبين خصائص عينة الدراسة وهو كالتالي:

يوضح الجدول رقم(15) خصائص عينة الدراسة الناطقة باللغة الانجليزية

اسم صاحب المنشور	ديانة صاحب المنشور	تاريخ النشر	عدد التعليقات	عدد الإعجابات	عدد المشاركات
Saleh صلاح شعيب مقتاري Shu'aibu Maigatari	مسلم	2017/08/09	376	12	00
Brigth برايت ديستيني Destiny	مسيحي	2017/09/10	152	13	00
Husseini حسيني سليمان Suleiman	مسلم	2017/10/04	257	12	00
Ezekiel إزاكيال اينويونغ Iniobong	مسيحي	2017/11/05	194	13	00
Nurideen نور الدين الحسن Elhassan	مسلم	2017/12/31	145	17	00
Ukasha Adam عكاشة آدم	مسلم	2018/01/16	146	32	00
Silas Wills سيلاز ويلز	مسيحي	2018/02/09	626	65	00
Abdulai عبد الله عمر كريم Umar Karim	مسلم	2018/03/13	267	19	00
Sani Al'ameen ساني الأمين	مسلم	2018/04/14	182	06	00
Steve Perez ستيف بيراز	مسيحي	2018/05/24	140	16	00
Abdul samed عبد الصمد	مسلم	2018/06/17	113	18	00
Samson سامسون ميراج بول Merajpaul	مسيحي	2018/07/03	373	35	01
المجموع		12	2971	258	01

يتبين من خلال الجدول رقم(15) بأن المسلمين هم الأكثر مبادرة للنشر بنسبة 58,33%، في حين تمثل نسبة المسيحيين المبادرين بالنشر حسب عينة الدراسة ب 41,67%، كما نلاحظ بأن متوسط التعليقات يقدر ب247,58، هذا يدل على أن أعضاء المجموعة نشطين في مجال الحوار المسيحي الإسلامي، كما نلاحظ بأن عدد الإعجابات من عدمه من خلال وضع الرموز التعبيرية قليل جدا مقارنة بعدد المتفاعلين عن طريق

التعليقات، أما مشاركات المنشورات من خلال عينة الدراسة وجدنا بأنها ضعيفة جدا والتي قدرت بمشاركة واحدة فقط، وربما يعكس هذا اهتمام الأعضاء بالدخول في الحوار وإبداء الرأي أكثر من الاهتمام بوضع الرموز ومشاركة المنشورات.

على العموم يمكن القول بأن عينة الدراسة المختارة مناسبة للوصول إلى إجابات عن إشكالية وتساؤلات الدراسة وهذا بالنظر إلى أن المواضيع المطروحة للحوار في مجملها متعلقة بالحوار المسيحي الإسلامي، كما أن التفاعلات من خلال التعليقات والرد عليها من قبل أطراف الحوار داخل المجموعة كافية لمعرفة إن كان هناك فضاء عمومي ديني من عدمه حسب نظرية الفيلسوف الألماني يورغن هيرماس، ومعرفة أيضا إن كان مقص الرقابة مفعول من طرف المسؤولين والمشرفين عن المجموعة.

الجدول رقم(16) يوضح أنواع الوسائط المستخدمة في نشر المضمون من قبل أطراف الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية

أنواع الوسائط		التكرارات والنسب	التكرارات	النسب
الكتابة			2834	%95,97
الصور	صور ثابتة		02	%0,06
	صور متحركة		07	%0,23
	صورة مرفقة بنص		09	%0,30
	صورة لنص		07	%0,23
الفيديوهات			01	%0,03
الرموز التعبيرية	ضحك		04	%0,13
	غضب		03	%0,10
	حزن		03	%0,10
	دهشة		02	%0,06
	خجل		01	%0,03
الروابط			02	%0,06
وسائط متعددة			96	%3,23
المجموع			2971	%100

يظهر من خلال الجدول رقم(16) بأن الكتابة الوسيط المفضل لدى أطراف الحوار داخل المجموعة بنسبة 95,97%، ثم يليه استخدام الوسائط المتعدد(صور، رموز تعبيرية، فيديوهات، كتابة...) بنسبة 3,23%، أما استعمال وسيط الصور كوحدة تعليق مستقلة وجدنا بأنه يحتل المرتبة الثالثة بنسبة 0,84% تتوزع كالاتي: الصور المرفقة بنص في المرتبة الأولى بنسبة 0,30%، تليها الصور المتحركة وصور للنصوص بنسبة 0,23% لكل واحد منهما، ثم الصور الثابتة بنسبة 0,06%، ويحتل استخدام الرموز التعبيرية كوحدات تعليق المرتبة الرابعة بنسبة 0,5% تتوزع كالاتي: الرمز الذي يعبر عن الضحك بنسبة 0,13%، يليه الرمز الذي يعبر عن الغضب والحزن في نفس المرتبة بنسبة 0,10% لكل واحد منهما، ثم الرمز الذي يعبر عن الدهشة بنسبة 0,06%، ويأتي الرمز الذي يعبر عن الخجل في المرتبة الأخيرة من حيث الرموز بنسبة 0,06%. أما إدراج الروابط كوسيط فيأتي في المرتبة الخامسة بنسبة 0,06%، ويحتل وسيط الفيديو المرتبة السادسة والأخيرة بنسبة 0,03%.

نستنتج من خلال هذه النسب بأن وسيط الكتابة هو الأكثر ملائمة لعينة الدراسة في مثل هكذا مواضيع بحيث يتطلب الحوار الديني الحجة والدليل من أجل الإقناع أو إثبات وجهة نظر معينة، لذلك يعد وسيط الكتابة أكثر ملائمة. لكن في بعض الأحيان يفضل الطرف المحاور استعمال وسائط متعددة من كتابة وصور ورموز تعبيرية وروابط وفيديوهات في نفس الوقت عندما لا يرى بأن وسيط الكتابة لا يكفي لإثبات وجهة نظره أو اقناع الطرف المحاور، إلا أن إدراج كل هذه الوسائط يتطلب من الطرف المحاور أخذ وقت أطول من وسيط الكتابة ويبدل جهد فكري أكبر، لذلك وجدنا بأنها احتلت المرتبة الثانية، وفي أحيان أخرى يفضل أطراف الحوار استخدام الصور لأنها تتيح للطرف المحاور أن يلخص وجهة نظره بطريقة أسرع وأسهل ومعبرة أكثر عن طريق إدراج صورة، فالصورة أبلغ أكثر من 1000 كلمة لذلك نجد بأن الاستعانة أطراف الحوار بالصور تأتي في المرتبة الثالثة بعد الوسائط المتعددة. كذلك يفضل في بعض الأحيان الطرف المحاور التعبير عن اتجاهاته ومواقفه حول رأي الآخر من رضاه من عدمه عن طريق إدراج الرموز التعبيرية كبديل لوسيط الكتابة لأنه ربما يرى فيه الأنسب للتعبير عن الموقف المعروض لذلك نجد بأنها احتلت المرتبة الرابعة من حيث التفضيل بالنسبة لأطراف الحوار.

في حين يرى بعض من أطراف الحوار بأنه في موقف معين يستوجب إدراج رابط أو فيديو معين يحيل الطرف المحاور له إلى موقع أو صفحة أو فيديو معين من أجل إقناعه أو إثبات وجهة نظره أو نفي موقف معين إلا أن هذين الوسيطين قد لا يكونا فعالين باعتبار أن مستخدمي الفايسبوك يبحثون عن المعلومات الجاهزة والمختصر

وسهولة الوصول إليها ففي بعض الأحيان قد تكون شبكة الانترنت ضعيف لدى الطرف الآخر، وبالتالي لا يمكنه الوصول إلى الرابط أو مشاهدة الفيديو خاصة إذا كان طويل، كما يمكن أن الطرف المحاور ليس لديه الوقت الكافي للاطلاع عليه، وبالتالي يمكن أن يتجاوزه لذلك نجد بأن هذين الوسيطين احتلا المرتبة الأخير من حيث الاستخدام من طرف الأعضاء المشاركين في الحوار.

الجدول رقم(17) يوضح أنواع الرموز التعبيرية التي يستخدمها أطراف الحوار للتعبير عن إعجابهم بالتعليقات من عدمه داخل المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية

النسب	التكرارات	التكرارات والنسب الرموز المستخدمة
94,07%	1191	وضع رمز معجب
04,5%	57	وضع رمز ضحك
0,15%	02	وضع رمز غضب
0,55%	07	وضع رمز حزن
0,66%	08	وضع رمز دهشة
0,07%	01	وضع رمز خجل
100%	1266	المجموع

يشير الجدول رقم(17) إلى أن استخدام أفراد عينة الدراسة للرمز معجب يحتل المرتبة الأولى بنسبة 94,07% من أجل التعبير عن إعجابهم بالتعليقات المدرجة أثناء الحوار، ويأتي رمز الضحك في المرتبة الثانية بنسبة 04,5%، يليه الرمز الذي يعبر عن الدهشة بنسبة 0,66% ثم الرمز الذي يعبر عن الحزن بنسبة 0,55%، ثم رمز الغضب بنسبة 0,15%، وفي المرتبة الأخيرة يأتي رموز الخجل بنسبة 0,07%.

يمكن القول من خلال هذه النسب المعروضة بأنه حسب متابعتنا للمجموعة عن طريق الملاحظة بالمشاركة؛ وجدنا بأن أفراد العينة تضع رمز معجب على التعليقات التي تعجبها وترى فيها بأنها تعبر عن وجهة نظرها أو تتماشى مع اتجاهاتها ومواقفها، في حين وجدنا بأن إدراج الرموز التعبيرية الأخرى مثل الضحك والغضب والحزن والخجل والدهشة توضع على التعليقات الطرف الآخر المخالف لهم، وهي تعبر غالبا يا إما عن سخريتهم مما يقوله أو

يعتقده الطرف الآخر مثل إدراج رمز الضحك أو من أجل افحام الطرف الآخر وإظهار عدم موافقتهم عند استعمال بقية الرموز الأخرى.

الجدول رقم(18) يوضح أنواع الأساليب الإقناعية المعتمدة من قبل أطراف الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية

النسب	التكرارات	التكرارات والنسب
		الأساليب الإقناعية
44,18%	1308	أساليب عقلية
55,82%	1652	أساليب عاطفية
100%	2960	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم(18) بأن الأساليب الإقناعية الأكثر استعمالا هي الأساليب العاطفية بنسبة 55,82%، تليها الأساليب العقلية بنسبة 44,18%. نلاحظ من خلال هذه النسب بأن النسبة الأعلى من أطراف الحوار يعتمدون على الاسلوب العاطفي المحمل بالسخرية والرد العنيف ورفض الآخر وغلبة الذاتية على الموضوعية في الحوار، وهذا ما يمكن أن يؤثر سلبا على هذا الفضاء العمومي الافتراضي، كما لا يمكن أن نغفل بأن هناك نسبة معتبرة من أطراف الحوار من يعتمدون على الأساليب العقلية من حجج وبراهين وأدلة لإثبات وجهة نظرهم أو نفي وجهة نظر الطرف الآخر أو من أجل إقناعه، وهذا ما يمكنه أن يساهم في خلق فضاء عمومي افتراضي ديني قائم على الحوار العقلاني، وهذا يظهر من خلال أن نسبة الفرق بين الأسلوبين قليلة والتي تقدر ب 11,64%.

الجدول رقم(19) يوضح أنواع المواضيع المعروضة للحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية

النسب	التكرارات	التكرارات والنسب
		أنواع المواضيع
66,67%	08	مواضيع تخص العقيدة
8,33%	01	مواضيع تخص فقه العبادات
25%	03	مواضيع تخص مقارنة بين الديانتين
100%	12	المجموع

يتبين من خلال الجدول رقم (19) بأن المواضيع التي تتعلق بالعقيدة هي أكثر المواضيع الرئيسية المطروحة للنقاش والمقدرة بنسبة 66,67%، تليها المواضيع التي تخص المقارنة بين الديانتين بنسبة 25%، ثم المواضيع المتعلقة بفقهاء العبادات بنسبة 8,33%.

نستنتج من خلال هذه البيانات المعروضة بأن الحوار بين المسلمين والمسيحيين من خلال المجموعة غالبا ما يكون حول العقيدة أو مقارنة بين الديانتين (قضية التليث عند المسيحيين، صحة الدين المسيحي أو الاسلامي من عدمه، الهوية المسيح عيسى من عدمه، تحريف الانجيل او القران من عدمه، صحة الدين الاسلامي واحقيقته مقابل الدين المسيحي أو العكس...)، وهذا أمر طبيعي اذا أخذنا في الحسبان أن غرض الطرفين المتحاورين من مثل هكذا مواضيع هو إقناع أحد الطرفين بصحة دينه وبطلان الدين الآخر، وبالتالي دعوته إلى اعتناق أحد الديانتين وحتى إن كان غرض أحد الطرفين الإفحام أو السخرية فإنه المجال المناسب لذلك. وتأقي المواضيع التي تخص فقهاء العبادات في المرتبة الأخيرة نظرا إلى الاعتقاد المسبق للطرفين بأنه دين طرف الآخر ليس على حق، وبالتالي ستكون أولوية الحوار في المجال العقائدي أكثر من المجال فقهاء العبادات (طريقة الصلاة، مسائل الحرام والحلال، قضايا الزواج والطلاق...) لأن القضايا الفقهية تتفرع عن القضايا العقائدية وثانوية مقارنة مع هذه الأخيرة.

الجدول رقم(20) يوضح نوع ديانة الفاعلين في الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية

نوع الديانة	التكرارات والنسب	التكرارات	النسب
مسلم	147	47,90%	
مسيحي	150	48,85%	
غير معروف	10	03,25%	
المجموع	307	100%	

يكشف الجدول رقم (20) بأن المسيحيين يمثلون النسبة الأكثر الفاعلين في الحوار داخل المجموعة والمقدرة ب 48,85%، تليها نسبة الفاعلين المسلمين في الحوار ب 47,90%، أما نسبة 03,25% تمثل الفاعلين الذين شاركوا في الحوار ولو بتعليق واحد فقط أو إدراج رمز تعبير أو أي وسيط آخر ولم تنكمن من التعرف على هوياتهم الدينية.

يبدو من خلال هذه البيانات بأن الفرق بين نسبة الفاعلين المسلمين والمسيحيين تقدر ب 0,95%؛ وهي نسبة فرق قليلة جدا تدل على شبه تساوي بين الفاعلين من حيث الهوية الدينية، والشيء الملفت للانتباه هو على الرغم

من أن المسؤولين والمشرفين على المجموعة مسيحيين، إلا أننا نجد مشاركة قوية للمسلمين في هذا النوع من الحوار، وهذا يحسب أيضا للطرف المسيحي المسؤول على المجموعة الذي ربما يخلق الجو المناسب للطرف الآخر بالحوار رغم الاختلاف العقائدي، ما يمكن أن يسهم في تشكيل فضاء عمومي افتراضي ديني.

الجدول رقم(21) يوضح أهم المصادر التي يعتمد عليها أطراف الحوار من أجل تدعيم حججهم داخل المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية

النسب	التكرارات	التكرارات والنسب أهم المصادر المعتمدة
13,16%	391	الكتب السماوية (الانجيل، القرآن...)
0,37%	11	أقوال الرسل
0,20%	06	أقوال رجال الدين
0,06%	02	نتائج البحوث العلمية
83,59%	2483	التفسير والتحليل الشخصي
02,25%	67	وسائل الإعلام وجمع المعلومات
0,37%	11	حديث جانبي
100%	2971	المجموع

يشير الجدول رقم (21) إلى أن التفسير والتحليل الشخصي يعتبر المصدر الأول المفضل لدى أفراد العينة والمقدر بنسبة 83,59%، تليه الكتب السماوية (انجيل، قرآن...) في المرتبة الثانية كمصدر للمحاجة والبرهنة بنسبة 13,16%، ثم وسائل الإعلام وجمع المعلومات بنسبة 02,25%، ثم أقوال الرسل بنسبة 0,37%، ثم أقوال رجال الدين بنسبة 0,20%، وتأتي نتائج البحوث العلمية بنسبة 0,06%، أما الحديث الجانبي والذي لم ندرجه ضمن التحليل لأنه خارج الموضوع قدر بنسبة 0,37%.

من خلال تحليل هذه البيانات وجدنا بأن أفراد العينة تعتمد على التحليل والتفسير الشخصي والعمليات الذهنية الفردية من أجل إقناع الآخر أو نفي حجة معينة وطبيعة الحال هذه القراءة الشخصية تظهر المجهود العقلي الذي يبذله بعض أطراف الحوار، كما يظهر في المقابل العواطف وذاتية المتحاورين ورأيهم الشخصي ونظرتهم للآخر، لكن ما يعاب على هذا النوع من المصادر أنه غالبا ما تتدخل الذاتية ما يهدد استمرار الحوار بين الطرفين بأسلوب محترم وجاد.

في المقابل وجدنا بأن هناك نسبة معتبرة من أفراد العينة من تستعين بالنص الصريح والاقتباس من الكتب المقدسة وحتى من أقوال الرسل ورجال الدين والبحوث العلمية؛ من أجل بناء أدلة وعرض حجج أقوى أثناء الحوار، طبعاً هذا النوع من المصادر يكون أكثر إقناعاً من الاعتماد على الآراء الشخصية، ويخدم هذا النوع من الحوار، لكن الاعتماد على هذا النوع من المصادر يتطلب إطلاع واسع وفهم جيد للديانتين ورصيد معرفي ذو مستوى عالي وهذا مالا يتقنه جميع أطراف الحوار لذلك وجدنا بأن الرأي الشخصي هو الغالب.

الجدول رقم(22) يوضح الأهداف التي يسعى أطراف الحوار تحقيقها داخل المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية

التكرارات والنسب	التكرارات	النسب
أنواع الأهداف		
الإقناع	1278	43,17%
التفاهم	55	01,85%
الافحام	787	26,58%
السخرية	433	14,65%
التساؤل	407	13,75%
المجموع	2960	100%

يظهر الجدول رقم (22) بأن من أبرز الأهداف التي يسعى أفراد العينة إلى تحقيقها هي الإقناع بنسبة 43,17%، يليها الإفحام بنسبة 26,58%، ثم السخرية بنسبة 14,65%، والتساؤل بنسبة 13,75%، وفي المرتبة الأخيرة التفاهم بنسبة 01,85%.

نستخلص من خلال هذه النسب من أن الهدف الذي تسعى إليه نسبة كبيرة من أفراد العينة يتمثل في الإقناع، وهذا بغية محاولة إظهار كل طرف بأن دينه هو الأصح هذا من جهة ومن جهة أخرى السعي للدعوة بالمفهوم الإسلامي والتبشير بالمفهوم المسيحي من أجل زيادة المؤمنين بأحد الديانتين. إلا أننا وجدنا بأن الكثير من أطراف الحوار من يبتعد عن الإقناع بالحجة والدليل والحوار المحترم ليتجه نحو الإفحام والسخرية من الآخر بهدف إضعاف معنوياته وإظهاره بأنه على باطل وأن دينه لا مكان له بين الأديان وبالتالي هذا النوع من الأهداف لا يخدم الحوار البناء والمحترم والعقلي بأي شكل من الأشكال، كما نلاحظ بأن نقاط التفاهم والتلاقي بين المتحاورين قليلة جداً، وهذا ما يظهر تشبث كل طرف بآرائه سواء كانت عقلية موضوعية أو عاطفية ذاتية. في حين يلجأ بعض أطراف الحوار إلى طرح الأسئلة من أجل فهم أفضل للآخر وهذا أمر إيجابي يخدم الحوار ويؤدي إلى استمراره.

الجدول رقم(23) يوضح الاتجاهات التي يسعى أطراف الحوار إلى إظهارها داخل المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية

التكرارات والنسب	التكرارات	النسب
اتجاهات أطراف الحوار		
اتجاه يبعث على الحوار	1308	44,18%
اتجاه يبعث على الصراع	1652	55,82%
المجموع	2960	100%

يتبين من خلال الجدول رقم (23) بأن الاتجاه السائد داخل المجموعة هو الاتجاه الذي يبعث على الصراع بنسبة 55,82%، في حين تقدر نسبة الاتجاه الذي يبعث على الحوار ب 44,18%، نستخلص من هذه البيانات بأن هناك من أفراد العينة من يحمل اتجاه ايجابي ونظرة إيجابية إلى الحوار مع الطرف المخالف محاولا بناء جسور للحوار الديني سواء بغية إقناعه أو فهم أفضل له أو وصولا إلى التفاهم حول نقاط معينة، في حين نلاحظ بأن هناك نسبة أعلى من أفراد العينة من تحمل قيما سلبيا نحو الحوار تحمل في طياتها اتجاه يبعث على الصراع مع المخالف دينيا والذي ويعتبر في نظرهم دائما عدو وخصم يجب عليه يا إما اعتناقه لديانته أو سيتعرض للإقصاء والتهميش من الخارطة الدينية.

الجدول رقم(24) يوضح أشكال تدخلات المسؤولين والمشرفين على المجموعة أثناء الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية

التكرارات والنسب	التكرارات	النسب
أشكال التدخلات		
إثراء الحوار	212	90,21%
تنظيم الحوار	17	07,23%
قطع الحوار	6	02,56%
المجموع	235	100%

يكشف الجدول رقم (24) عن أهم أشكال تدخلات المسؤولين والمشرفين على المجموعة في الحوار الذي يجري داخل المجموعة حيث نجد بأن إثراء الحوار يأتي في المرتبة الأولى بنسبة 90,21%، يليه تنظيم الحوار بنسبة 07,23%، وفي الأخير قطع الحوار بنسبة 02,56%.

نستنتج من خلال هذه البيانات بأن أغلبية تدخلات المسؤولين والمشرفين كانت إيجابية يا إما من أجل المساهمة في إثراء الحوار من خلال إبداء الرأي في القضايا المطروحة للنقاش ومحاولة إقناع الطرف الآخر، أو نفي حجته وهذا باعتبار أن المسؤولين والمشرفين عن المجموعة يدينون بالمسيحية، إلا أننا نجد بأن هناك بعض التدخلات يمكن أن

تكون سلبية إذا كان الهدف منها إسكات الآخر لأن حجته ربما أقوى؛ يمكن أن نصنف هذا القطع إيجابيا إذا كان الهدف منه إيقاف المخالف لقوانين المجموعة وتعديده على الآخر. فمن خلال استعمالنا للملاحظة بالمشاركة وجدنا بأنه غالبا ما يتم قطع الحوار بالنسبة للطرف الحوار الذي يخالف القوانين، في حين لاحظنا بعض التجاوزات لبعض المسؤولين الذين غلبت عليهم ذاتيتهم وقاموا بقطع الحوار وحتى حظر بعض الأعضاء لأن حجته قوية وخوفا من قيامهم بإقناع الآخرين العدول عن دينهم.

المطلب الثالث: تحليل مضمون المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

سنحلل أيضا مضمون المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية بنفس الطريقة والأسلوب الذي قمنا به في المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والإنجليزية، والبداية ستكون دائما بعرض الجدول الذي يبين خصائص عينة الدراسة وهو كالتالي:

الجدول رقم(25) يوضح خصائص عينة الدراسة الناطقة باللغة الفرنسية

اسم صاحب المنشور	ديانة صاحب المنشور	تاريخ النشر	عدد التعليقات	عدد الإعجابات	عدد المشاركات
ايدموند دو جيسيس كوجال Edmond De Jésus Koudjale	مسيحي	2017/08/25	354	34	01
فاي جاقا Gaye Djaga	مسيحي	2017/09/18	444	17	00
أشيل ستيفان Achille Stephane	مسلم	2017/10/20	323	18	00
عصمان كوليباي Ousmane Coulibay	مسلم	2017/11/21	389	46	03
عبد القيوم ياه Abdoul Qayoum Yah	مسلم	2017/12/15	133	07	00
كريستيان بلكي Christian Balki	مسيحي	2018/01/16	970	46	17
لي نازارين Lee Nazaréen	مسيحي	2018/02/09	307	04	00
ميدو أصالة Mido Assala	مسيحي	2018/03/05	168	14	02
بول أوبام أوبام Paul Obame Obame	مسلم	2018/04/22	114	61	03
محمد ديالو Muhamed Diallo	مسلم	2018/05/08	234	129	11
محمد أحمد Mohamed Ahmed	مسلم	2018/06/09	347	21	05
مارتين ريقينا Marrtine Regina	مسيحي	2018/07/03	332	22	01
المجموع		12	4115	419	43

يتضح من خلال الجدول رقم(25) بأن عينة الدراسة من المسلمين والمسيحيين متساوون من حيث المبادرة بالنشر بنسبة 50% لكل منهما، كما نلاحظ بأن متوسط التعليقات يقدر ب 342,91 وهذا يدل على أن أعضاء

المجموعة نشطين في مجال الحوار المسيحي الإسلامي، كما نلاحظ بأن عدد الإعجابات من عدمه من خلال وضع الرموز التعبيرية قليل مقارنة بعدد المتفاعلين عن طريق التعليقات والتي قدرت ب 10,18%، أما مشاركات المنشورات من خلال عينة الدراسة نجد بأنها ضعيفة والتي قدرت ب 01,04%، وربما يعكس هذا اهتمام الأعضاء بالدخول في الحوار وإبداء الرأي أكثر من الاهتمام بوضع الرموز ومشاركة المنشورات.

يبدو أن عينة الدراسة المختارة مناسبة للوصول الى إجابات عن إشكالية وتساؤلات الدراسة؛ ذلك المواضيع المطروحة للحوار في مجملها متعلقة بالحوار المسيحي الإسلامي كما أن التفاعلات من خلال التعليقات والرد عليها من قِبل أطراف الحوار داخل المجموعة كافية لمعرفة لاختبار فرضيات نظرية الفضاء العمومي لهبرماس ونظرية حارس البوابة.

الجدول رقم(26) يوضح أنواع الوسائط المستخدمة في نشر المضمون من قِبل أطراف الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

أنواع الوسائط		التكرارات والنسب	التكرارات	النسب
الكتابة			3421	83,13%
الصور	صور ثابتة		55	01,33%
	صور متحركة		52	01,26%
	صورة مرفقة بنص		96	02,33%
	صورة لنص		91	02,21%
الفيديوهات			02	0,04%
الرموز التعبيرية	ضحك		119	02,96%
	غضب		02	0,04%
	حزن		02	0,04%
	دهشة		00	00%
	خجل		02	0,04%
الروابط			09	0,21%
وسائط متعددة			264	6,41%
المجموع			4115	100%

ينجلي من خلال الجدول رقم(26) بأن أفراد العينة تفضل الكتابة كوسيط تفاعل أثناء اجراء الحوار الديني بنسبة 83,13%، يليه استعمال وسيط الصور كوحدة تعليق مستقلة بنسبة 07,14% تتوزع كالآتي:

الصور المرفقة بنص في المرتبة الأولى بنسبة 02,33%، ثم صور للنصوص بنسبة 02,21% لكل واحد منهما، ثم الصور الثابتة بنسبة 01,33%.

يحتل استخدام الوسائط المتعددة المرتبة الثالثة بنسبة 6,41%، ثم الرموز التعبيرية في المرتبة الخامسة كوحداث تعليق بنسبة 03,03% تتوزع كالآتي: الرمز الذي يعبر عن الضحك بنسبة 02,96%، يليه الرمز الذي يعبر عن الغضب والحزن والخجل في نفس المرتبة بنسبة 0,04% لكل واحد منهم، أما إدراج الروابط كوسيط فيأتي في المرتبة الخامسة بنسبة 0,21%، ويحتل وسيط الفيديو المرتبة السادسة والاختيرة بنسبة 0,04%.

يتضح من خلال هذه النسب بأن وسيط الكتابة هو الأكثر ملائمة لعينة الدراسة في مثل هكذا مواضيع بحيث يتطلب الحوار الديني الحجة والدليل من أجل الاقناع أو اثبات وجهة نظر معينة، لذلك يعد وسيط الكتابة أكثر ملائمة للحوار لانه لا يحمل معاني كثيرة أو متعدد إذا قورنت بالصور أو الفيديو أو الرموز التعبيرية فمثلا صورة ثابتة قد تتعدد قراءاتها عكس الكتابة التي يمكن أن يكون لها معنى واضح، أيضا الكتابة وسيط لا يحمل الكثير من الغموض عكس الوسائط الأخرى، وبما أننا امام حوار أي أخذ ورد فإنه من الطبيعي جدا أن تكون الكتابة هي الوسيط الأكثر استعمالا من طرف أفراد العينة.

في بعض الأحيان أخرى يفضل أطراف الحوار استخدام الصور لأنها تتيح للطرف المحاور تلخيص وجهة نظره بطريقة أسرع وأسهل ومعبرة أكثر عن طريق إدراج صورة، فالصورة أبلغ أكثر من 1000 كلمة، وفي مواقف أخرى يفضل الطرف المحاور استعمال وسائط متعددة من كتابة، صور، رموز تعبيرية، روابط وفيديوهات في نفس الوقت عندما لا يرى بأن وسيط الكتابة لا يكفي لإثبات وجهة نظره أو اقناع الطرف المحاور، وعندما لا تستطيع الكتابة حمل كل المعاني التي يريد إيصالها وتوضيحها للطرف الآخر فمثلا نجد بأن الصور عندما ترفق بنص فإن ذلك يكون أكثر تعبيرا ووضوحا وإقناعا في الكثير من الأحيان، كما أن إدراج الرموز التعبيرية في الكثير من الأحيان تعبر عن الحالة النفسية والعاطفية أكثر وضوحا وأحسن من الكتابة، إلا أن إدراج كل هذه الوسائط دفعة واحدة يتطلب من الطرف المحاور في الكثير من الأحيان أخذ وقت أطول من وسيط الكتابة ويبدل جهد فكري أكبر، كذلك يفضل في بعض الأحيان الطرف المحاور التعبير عن اتجاهاته ومواقفه حول رأي الآخر من رضاه من عدمه عن طريق إدراج الرموز التعبيرية كبديل لوسيط الكتابة لأنه ربما يرى فيه الأنسب للتعبير عن الموقف المعروض.

في حين يرى بعض من أطراف الحوار بأنه في موقف معين يستوجب إدراج رابط أو فيديو معين يحل الطرف المحاور له إلى موقع أو صفحة أو فيديو معين من أجل إقناعه أو إثبات وجهة نظره أو نفي موقف معين، إلا أن هذين الوسيطين قد لا يكونا فعالين دائما باعتبار أن مستخدمي الفايسبوك يبحثون عن المعلومات الجاهزة والمختصرة وسهولة الوصول إليها، فمثلا قد تكون شبكة الانترنت ضعيف لدى الطرف الآخر وبالتالي لا يمكنه الوصول إلى الرابط أو مشاهدة الفيديو خاصة إذا كان طويل، كما يمكن أن لا يكون للطرف المحاور الوقت الكافي للاطلاع عليه وبالتالي يمكن أن يتجاوز ذلك وجدنا بأن هذين الوسيطين احتلا المرتبة الأخير من حيث الاستخدام من طرف الأعضاء المشاركين في الحوار.

الجدول رقم(27) يوضح أنواع الرموز التعبيرية التي يستخدمها أطراف الحوار للتعبير عن إعجابهم بالتعليقات من عدمه داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

الرموز المستخدمة	التكرارات والنسب	التكرارات	النسب
وضع رمز معجب	1102	84,18%	
وضع رمز ضحك	187	14,28%	
وضع رمز غضب	09	0,71%	
وضع رمز حزن	05	0,38%	
وضع رمز دهشة	06	0,45%	
وضع رمز خجل	00	00%	
المجموع	1309	100%	

يكشف الجدول رقم(27) على أن استخدام أفراد عينة الدراسة للرمز معجب يحتل المرتبة الأولى بنسبة 84,18% من أجل التعبير عن إعجابهم بالتعليقات المدرجة أثناء الحوار، ويأتي رمز الضحك في المرتبة الثانية بنسبة 14,28%، يليه الرمز الذي يعبر عن الغضب بنسبة 0,71% ثم الرمز الذي يعبر عن الدهشة بنسبة 0,45%، ثم رمز الحزن في المرتبة الأخيرة بنسبة 0,38%.

يظهر من خلال هذه البيانات المعروضة بالإضافة إلى متابعتنا للمجموعة عن طريق الملاحظة بالمشاركة؛ وجدنا بأن أفراد العينة تضع رمز معجب على التعليقات التي تعجبها وترى فيها بأنها تعبر عن وجهة نظرها أو تتماشى مع اتجاهاتها ومواقفها، في حين وجدنا بأن إدراج الرموز التعبيرية الأخرى مثل الضحك والغضب والحزن والخجل

والدهشة توضع في الكثير من الأحيان على التعليقات الطرف الآخر المخالف لهم وهي تعبر غالبا يا إما عن سخريتهم مما يقوله أو يعتقد الطرف الآخر مثل إدراج رمز الضحك أو من أجل إفحام الطرف الآخر وإظهار عدم موافقتهم عند استعمال بقية الرموز الأخرى، وفي بعض الأحيان توضع هذه الرموز على من يوافقونه الرأي من أتباع ديانتهم كمساندة له من جهة وكإشارة سخرية وإفحام للطرف المختلف دينيا بطريقة غير مباشرة.

الجدول رقم(28) يوضح أنواع الأساليب الإقناعية المعتمدة من قبل أطراف الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

النسب	التكرارات	التكرارات والنسب أنواع الأساليب الإقناعية
47,63%	1954	أساليب عقلية
52,73%	2149	أساليب عاطفية
100%	4103	المجموع

يظهر من خلال الجدول رقم(28) بأن الأساليب العاطفية هي الأكثر الأساليب الإقناعية استخداما بنسبة 52,37%، تليها الأساليب العقلية بنسبة 47,63%. نلاحظ من خلال هذه النسب بأن هناك نسبة أعلى من أطراف الحوار من تخضع لذاتيتها وتوظف الأسلوب العاطفي المحمل بالسخرية والكرهية من أجل إقصاء الآخر، وهذا ما يمكن أن يؤثر سلبا على تشكل فضاء عمومي افتراضي، لكن سجلنا بأن هناك نسبة معتبرة من أطراف الحوار من يعتمدون على الأساليب العقلية من حجج وبراهين وأدلة لإثبات وجهة نظرهم أو نفي وجهة نظر الطرف الآخر أو من أجل اقناعه وهذا يمكن أن يساهم في خلق فضاء عمومي افتراضي ديني قائم على الحوار العقلاني، مع ملاحظة أن المساحة التي تفرق بين الأسلوبين صغيرة جدا والتي تقدر ب 04,74%.

الجدول رقم(29) يوضح أنواع المواضيع المعروضة للحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

النسب	التكرارات	التكرارات والنسب أنواع المواضيع
75%	09	مواضيع تخص العقيدة
8.33%	01	مواضيع تخص فقه العبادات
16,67%	02	مواضيع تخص مقارنة بين الديانتين
100%	12	المجموع

يظهر الجدول رقم (29) بأن المواضيع التي تتعلق بالعقيدة هي أكثر المواضيع الرئيسية المطروحة للنقاش من طرف أفراد العينة والمقدرة بنسبة 75%، تليها المواضيع التي تخص المقارنة بين الديانتين بنسبة 16,67%، ثم المواضيع المتعلقة بفقه العبادات بنسبة 16,67%.

يمكن القول من خلال هذه البيانات بأن الحوار داخل هذه المجموعة غالبا ما يكون حول العقيدة أو مقارنة بين الديانتين (قضية التثليث عند المسيحيين، صحة الدين المسيحي أو الاسلامي من عدمه، الوهية المسيح عيسى من عدمه، تحريف الانجيل أو القرآن من عدمه، صحة الدين الاسلامي وأحقيته مقابل الدين المسيحي أو العكس...) وهذا أمر طبيعي إذا أخذنا في الحسبان أن غرض الطرفين المتحاورين من مثل هكذا مواضيع هو إقناع أحد الطرفين بصحة دينه وبطلان الدين الآخر، وبالتالي دعوته إلى اعتناق أحد الديانتين، وحتى إن كان غرض أحد الطرفين الإفحام أو السخرية فإنه المجال المناسب للحوار؛ باعتبار أن التشكيك في عقيدة الطرف الآخر فرصة لإقناعه بأنه دينه على باطل، وبالتالي إمكانية اعتناقه ديانة الطرف المشكك. وتأتي المواضيع التي تخص فقه العبادات في المرتبة الأخيرة نظرا إلى الاعتقاد المسبق للطرفين بأنه دين طرف الآخر ليس على حق وبالتالي ستكون أولوية الحوار في المجال العقائدي أكثر من المجال فقه العبادات (طريقة الصلاة، مسائل الحرام والحلال، قضايا الزواج والطلاق...) لأن القضايا الفقهية تنفرع عن القضايا العقائدية وثانوية مقارنة مع هذه الأخيرة.

الجدول رقم(30) يوضح نوع ديانة الفاعلين في الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

نوع الديانة	التكرارات والنسب	التكرارات	النسب
مسلم	334	63,82%	
مسيحي	174	33,14%	
غير معروف	16	03,04%	
المجموع	525	100%	

يبين الجدول رقم (30) بأن الفئة الأكثر مبادرة لطرح المواضيع للنقاش هم المسلمون بنسبة 63,82%، تليها فئة المسيحيين بنسبة 33,14%، أما نسبة 03,04% تمثل فئة الذين شاركوا في الحوار ولو بتعليق واحد فقط أو ادراج رمز تعبير أو أي وسيط آخر ولم نتكمن من التعرف على هوياتهم الدينية.

يبدو من خلال هذه البيانات بأن الفرق بين نسبة الفاعلين المسلمين والمسيحيين تقدر ب 30,68% أي أن نسبة المسلمين الفاعلين تمثل الضعف تقريبا وهي نسبة فرق كبيرة، ربما يعود هذا الإقبال من طرف المسلمين لأن المسؤولين على المجموعة هم من المسلمين، ومن خلال متابعتنا للمجموعة في فترة الدراسة وجدنا بأن هناك حرية أكبر في طرح المواضيع للنقاش لأن المسؤولين عن المجموعة كانوا يسمحون بالنشر التلقائي داخل المجموعة دون رقابة مسبقة، وهذا شيء ايجابي يبشر بإمكانية تشكل فضاء عمومي افتراضي حر، كما بين بأن مقص الرقابة القبلية غير مفعّل من طرف المسؤولين على المجموعة.

يمكن أن نستنتج بأنه ما دام النشر متاح للجميع فهذا يدل على أن المسلمين هم السابقين والأكثر حرصا من المسيحيين على المبادرة في طرح المواضيع التي تدعو الى الحوار بين المسلمين والمسيحيين.

الجدول رقم(31) يوضح أهم المصادر التي يعتمد عليها أطراف الحوار من أجل تدعيم حججهم داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

أهم المصادر المعتمدة	التكرارات والنسب	التكرارات	النسب
الكتب السماوية(الانجيل، القرآن...)	368	08,94%	
أقوال الرسل	09	0,21%	
أقوال رجال الدين	03	0,07%	
نتائج البحوث العلمية	12	0,29%	
التفسير والتحليل الشخصي	3261	79,24%	
وسائل الإعلام	450	10,96%	
حديث جانبي	12	0,29%	
المجموع	4115	100%	

يوضح الجدول رقم (31) بأن التفسير والتحليل الشخصي هو المصدر الأول المفضل لدى أفراد العينة بنسبة 79,24%، تليه وسائل الإعلام وجمع المعلومات ب 10,96%، ثم الكتب السماوية (انجيل، قرآن...) بنسبة 08,94%، ثم نتائج البحوث العلمية بنسبة 0,29%، ثم أقوال الرسل بنسبة 0,21%، وفي الأخير أقوال رجال الدين بنسبة 0,07%، أما الحديث الجاني والذي لم ندرجه ضمن التحليل لأنه خارج الموضوع قدر بنسبة 0,29%.

من خلال تحليل هذه البيانات وجدنا بأن أفراد العينة تعتمد على التحليل والتفسير الشخصي والعمليات الذهنية الفردية من أجل إقناع الآخر أو نفي حجة معينة وبطبيعة الحال هذه القراءة الشخصية تظهر الجهد العقلي الذي يبذله بعض أطراف الحوار كما يظهر في المقابل العواطف وذاتية المتحاورين ورأيهم الشخصي ونظرتهم للآخر، لكن ما يعاب على هذا النوع من المصادر أنه غالبا ما تتدخل الذاتية ما يهدد استمرار الحوار بين الطرفين بأسلوب محترم وجاد.

كما نلاحظ بأن استعانة أفراد العينة بوسائل الإعلام وجمع المعلومات من صحافة مكتوبة والإلكترونية وحصص تلفزيونية ويوتيوب وصور وشبكة الأنترنت عموما كمصادر أساسية في الحصول على المعلومات ونشرها ويعود هذا إلى سهولة الحصول على المعلومات ومشاركتها عن طريق هذه الوسائل وخاصة شبكة الأنترنت، كما وجدنا بأن أفراد العينة يعتمدون على الاقتباس من الكتب السماوية التي حلت في المرتبة الثالثة ونحن نعلم بأن الاقتباس من الكتب المقدسة يعد من أقوى الحجج اقناعا نظرا إلى أن الموضوع ديني بالدرجة الأولى، بالإضافة إلى هذا اعتماد أفراد العينة على نتائج البحوث العلمية التي حلت في المرتبة الرابعة وسبقت أقوال الرسل ورجال الدين؛ ما يفسر أن أفراد العينة تجمع بين الاعتماد على الحجج الدينية والعلمية من أجل اقناع الطرف المحاور. لكن يجدر الإشارة إلى أن الاعتماد على الحجج الدينية المقتبسة من النصوص الدينية والبحوث العلمية يتطلب إطلاع واسع وفهم جيد للديانتين ورصيد معرفي ذو مستوى عالي؛ وهذا ما لا يتقنه جميع أطراف الحوار، لذلك وجدنا بأن الرأي الشخصي هو الغالب لأنه من السهل جدا إبداء رأي غير مدعم بحجة مقتبسة من نصوص دينية أو بحوث علمية تصب في نفس موضوع النقاش.

الجدول رقم(32) يوضح الأهداف التي يسعى أطراف الحوار تحقيقها داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

النسب	التكرارات	التكرارات والنسب
أنواع الأهداف		
الإقناع	1845	%44,99
التفاهم	14	%0,34
الإفحام	884	%21,54
السخرية	1001	%24,39
التساؤل	359	%08,74
المجموع	4103	%100

يشير الجدول رقم (32) إلى أن الإقناع هو من بين أهم الأهداف التي يسعى أفراد العينة إلى تحقيقها بنسبة %44,99، يليها السخرية بنسبة %24,39، ثم الإفحام بنسبة %21,54، والتساؤل بنسبة %08,74، وفي المرتبة الأخيرة التفاهم بنسبة %0,34.

نستنتج من خلال هذه النسب من أن الهدف الذي تسعى إليه نسبة كبيرة من أفراد العينة يتمثل في الإقناع وهذا بغية محاولة إظهار كل طرف بأن دينه هو الأصح هذا من جهة، ومن جهة أخرى السعي للدعوة بالمفهوم الاسلامي والتبشير بالمفهوم المسيحي من أجل زيادة المؤمنين بأحد الديانتين. إلا أننا وجدنا بأن الكثير من أطراف الحوار من يبتعد عن الإقناع بالحجة والدليل والحوار المحترم ليتجه نحو السخرية والإفحام، بحيث لاحظ بأن السخرية احتلت المرتبة الثانية بعد الإقناع هذا ما يحيلنا إلى تفسيرين، التفسير الأول هو أن هناك من أفراد العينة من لا يتمتع بثقافة الحوار ولا يملك روح تقبل الآخر ولديه مشكل في تقبل الاختلافات، أما التفسير الثاني هو أن حرية النشر التي يتيحها المسؤولون عن المجموعة ونقص الرقابة على المنشورات ومتابعتها هو من سمح لبعض الأطراف المتحاورين من التماادي في ترسخ أسلوب السخرية من الآخر والسعي إلى إفحامه وإضعاف معنوياته والخط من قيمة الآخر بهدف إضعاف معنوياته وبطبيعة الحال هذا النوع من الأهداف لا يخدم الحوار البناء والمحترم والعقلي بأي شكل من الأشكال، كما نلاحظ بأن نقاط التفاهم والتلاقي بين المتحاورين قليلة جداً، وهذا ما يظهر تشبث كل طرف بآرائه سواء كانت عقلية موضوعية أو عاطفية ذاتية. في حين يلجأ بعض أطراف الحوار إلى طرح الأسئلة من أجل فهم أفضل للآخر، وهذا أمر إيجابي يخدم الحوار ويؤدي إلى استمراره.

الجدول رقم(33) يوضح الاتجاهات التي يسعى أطراف الحوار إلى اظهارها داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

التكرارات والنسب	التكرارات	النسب
اتجاهات أطراف الحوار		
اتجاه يبعث على الحوار	1954	47,63%
اتجاه يبعث على الصراع	2188	52,37%
المجموع	4103	100%

يظهر الجدول رقم (33) بأن الاتجاه الأعلى نسبة داخل المجموعة هو الاتجاه الذي يبعث على الصراع بنسبة 52,37%، في حين تقدر نسبة الاتجاه الذي يبعث على الحوار ب 47,63%، نستنتج من هذه النسب بأن هناك من أفراد العينة من له نظرة ايجابية للآخر المختلف دينيا تبشر التعايش مع الآخر، في حين نلاحظ بأن هناك نسبة أعلى من أفراد العينة من تحمل قيما سلبيا نحو الآخر نتيجة التعصب الذي لم تسلم منه مختلف الديانات.

الجدول رقم(34) يوضح أشكال تدخلات المسؤولين والمشرفين على المجموعة أثناء الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

التكرارات والنسب	التكرارات	النسب
أهم الاتجاهات		
إثراء الحوار	00	00%
تنظيم الحوار	00	00%
قطع الحوار	00	00%
المجموع	00	100%

يشير الجدول رقم (34) إلى أن تدخلات المسؤولين والمشرفين داخل المجموعة منعدمة حسب العينة المختارة للدراسة، وربما يرجع هذا إلى العدد القليل للمسؤولين أثناء فترة دراستنا والتي قدرت بثلاث مسؤولين فقط، بالإضافة إلى ذلك يعكس ربما عدم وجود وقت كافي للأعضاء المجموعة في المشاركة في الحوار في أغلب الاوقات، وربما يعكس أيضا اكتفاء أعضاء المجموعة بمراقبة الحوار دون المشاركة الدورية في الحوار بغية إعطاء مساحة حرية أكبر للمتحاورين، فمن خلال متابعتنا للمجموعة وجدنا بأنه نادرا ما يتدخل المسؤولون في الحوار إلا إذا قام أحد الأعضاء بالتبليغ عن إساءة من طرف أحد الأعضاء؛ لأننا لاحظنا بأنه في الكثير من الأحيان ما يضع المسؤول عن المجموعة منشورا مثبت في أعلى المنشورات يحث فيه الأعضاء على التبليغ عن أي مخالفة للقوانين على حسابه

الخاص كي يستطيع التدخل، وهذا خير دليل على أن المسؤولين لا يخصصون الوقت الكافي لمراقبة المجموعة واثراء وتنظيم الحوار داخلها.

من جهة يمكن أن يكون عدم تدخل المسؤولين إيجابيا في قطع الحوار وتنظيمه كي يشعر أطراف الحوار بحرية تامة في إبداء آرائهم وبالتالي يلغى مقص الرقابة، ومن جهة أخرى يمكن أن يكون سلبيا لأنه يسمح للبعض التعدي على حقوق وحريات الآخرين ومخالفة قوانين المجموعة التي تدعو إلى الحوار المحترم القائم على الحجة والبرهان.

المطلب الرابع: مقارنة نتائج تحليل مضمون المجموعات الثلاث

بعد عرض وتحليل نتائج مضمون كل مجموعة من المجموعات محل الدراسة سنقوم في هذا العنصر على مقارنة بين النتائج المتحصل عليها، من أجل معرفة نقاط التشابه والاختلاف بين مضامين المجموعات الثلاث هذا من جهة، ومن أجل فهم أعمق لخصائص وميزات مضامين الرسائل الإعلامية والاتصالية المتبادلة بين أطراف الحوار، ومدى إجابتها عن تساؤلات الدراسة من جهة أخرى، وستكون البداية بمقارنة خصائص العينة مروراً بالمقارنة بين فئات الشكل وصولاً إلى المقارنة بين فئات المضمون.

الجدول رقم(35) يوضح خصائص عينة الدراسة

المجموعات	المجموعة الناطقة باللغة العربية	المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية
عدد المسلمين	10	06	07
عدد المسيحيين	02	06	05
عدد التعليقات	3978	4115	2971
عدد الاعجابات	519	419	258
عدد المشاركات	69	43	01

يتضح من خلال الجدول رقم(35) بأن عدد المسلمين المبادرين بطرح المواضيع للحوار في العينة الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة العربية أكثر من عدد المسلمين في العينة الخاصة بالمجموعتين الناطقتين باللغة الفرنسية والانجليزية والمقدرة ب 10 مسلمين من اصل 12، بخلاف عدد المسيحيين المبادرين في طرح المواضيع للحوار الممثلين في العينة الناطقة باللغة العربية والتي قدرت ب 2 من أصل 10 التي تعتبر أقل من عدد المسيحيين المبادرين في المجموعتين الناطقتين باللغة الفرنسية والانجليزية.

نلاحظ أيضا بأن عدد التعليقات في العينة الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة الفرنسية أكثر من المجموعتين الناطقتين باللغة الإنجليزية والعربية، تليها في الترتيب من حيث عدد التعليقات عينة المجموعة الناطقة باللغة العربية ثم عينة المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية في المرتبة الأخيرة.

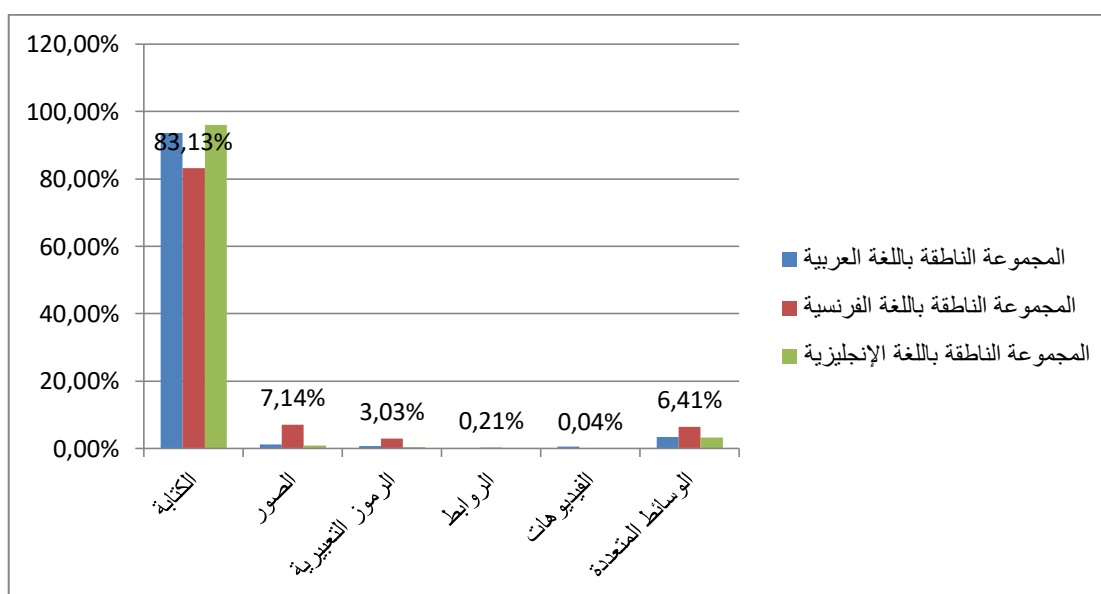
كما نلاحظ بأن عدد الإعجابات من عدمها حول المنشورات المطروحة للنقاش في عينة المجموعة الناطقة باللغة العربية أكثر، تليها عينة المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية ثم الإنجليزية في المرتبة الأخيرة.

أيضا في عدد المشاركات الخاصة بالمواضيع المطروحة للنقاش وجدنا بأنها أكثر في عينة المجموعة الناطقة باللغة العربية، تليها المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية، أما المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية فتكاد تنعدم بها مشاركات المنشورات.

يمكن القول بأن ضعف عدد المبادرين المسحيين بطرح المواضيع للحوار في المجموعة الناطقة باللغة العربية يعود إلى المنع الذي يمارسه بعض المسؤولين والمشرفين اتجاه المسحيين، عكس المجموعتين الناطقة بالفرنسية والانجليزية التي لا حظنا بأن هناك حرية أكبر لكلا معتنقي الديانتين ونخص بالذكر المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية. كما يمكننا القول بأن ارتفاع عدد التعليقات في عينة المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية يدل على أن الفاعلين أنشط من الفاعلين في المجموعتين الباقيتين. كما نلاحظ بأن الفاعلين في المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والفرنسية يهتمون بمشاركة المواضيع وبالتالي نشرها إلى مدى أوسع كي يتمكن رؤيتها أعضاء آخرون أكثر من المشاركات بعينة المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية التي تكاد تنعدم.

الجدول رقم(36) يوضح أنواع الوسائط المستخدمة في نشر المضمون من قِبل أطراف الحوار داخل المجموعات

المجموعات	المجموعة الناطقة باللغة العربية	المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية
المتغيرات			
الكتابة	93,58%	83,13%	95,97%
الصور	1,30%	07,14%	0,84%
الرموز التعبيرية	0,72%	03,03%	0,5%
الروابط	0,07%	0,21%	0,06%
الفيديوهات	0,55%	0,04%	0,03%
الوسائط المتعددة	3,49%	6,41%	3,23%
المجموع	100%	100%	100%



الشكل رقم(02) يوضح أنواع الوسائط المستخدمة في نشر المضمون من قِبل أطراف الحوار داخل المجموعات

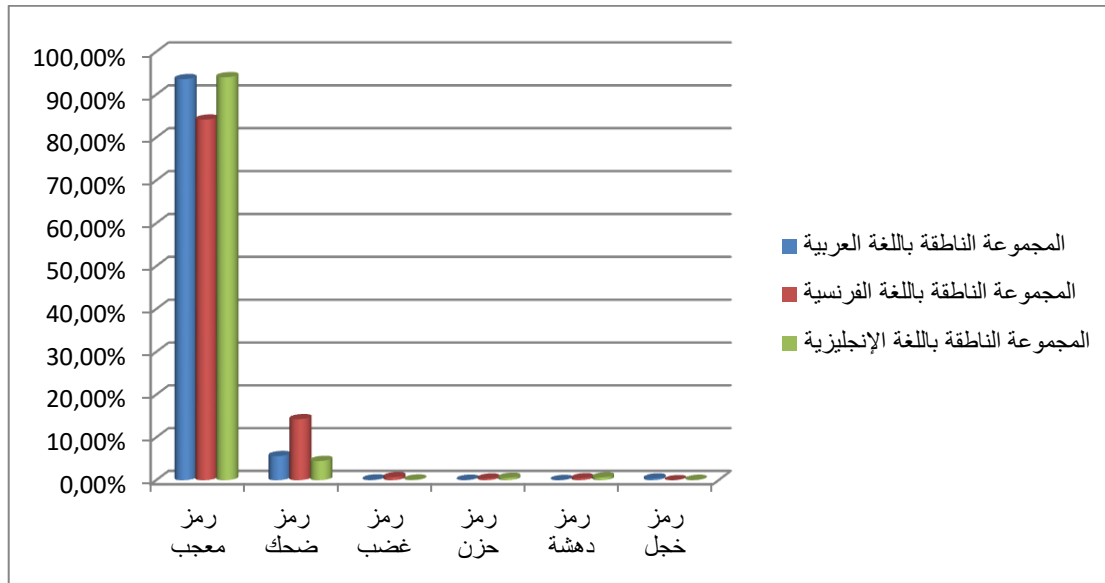
يبدو من خلال الجدول رقم(36) والشكل رقم(02) بأن عينات المجموعات الثلاثة تستعين بالكتابة كوسيط مفضل لإجراء الحوار حول القضايا المطروحة للحوار، كما يبدو بأن عينة المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية الأكثر استخداما للوسائط الأخرى (صور، رموز تعبيرية، روابط، الوسائط المتعددة) أثناء إجراء الحوار من المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والإنجليزية، كما يبدو أيضا بأن عينة المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية هي الأقل استخداما للوسائط غير الكتابة أثناء الحوار.

على العموم يمكن القول بأن هذا الاختلاف في استخدام مختلف الوسائط في الحوار يعود بالدرجة الأولى إلى الاختلاف في عدد التعليقات والتفاعلات الذي أشرنا إليه مسبقا في الجدول رقم(35).

الجدول رقم(37) يوضح أنواع الرموز التعبيرية التي يستخدمها أطراف الحوار للتعبير عن اعجابهم بالتعليقات من

عدمه داخل المجموعات

المجموعات	المجموعة الناطقة باللغة العربية	المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية
وضع رمز معجب	93,62%	84,18%	94,07%
وضع رمز ضحك	05,65%	14,28%	04,5%
وضع رمز غضب	0,17%	0,71%	0,15%
وضع رمز حزن	0,11%	0,38%	0,55%
وضع رمز دهشة	0,05%	0,45%	0,66%
وضع رمز خجل	0,40%	00%	0,07%
المجموع	100%	100%	100%



الشكل رقم (03) يوضح أنواع الرموز التعبيرية التي يستخدمها أطراف الحوار للتعبير عن اعجابهم بالتعليقات من

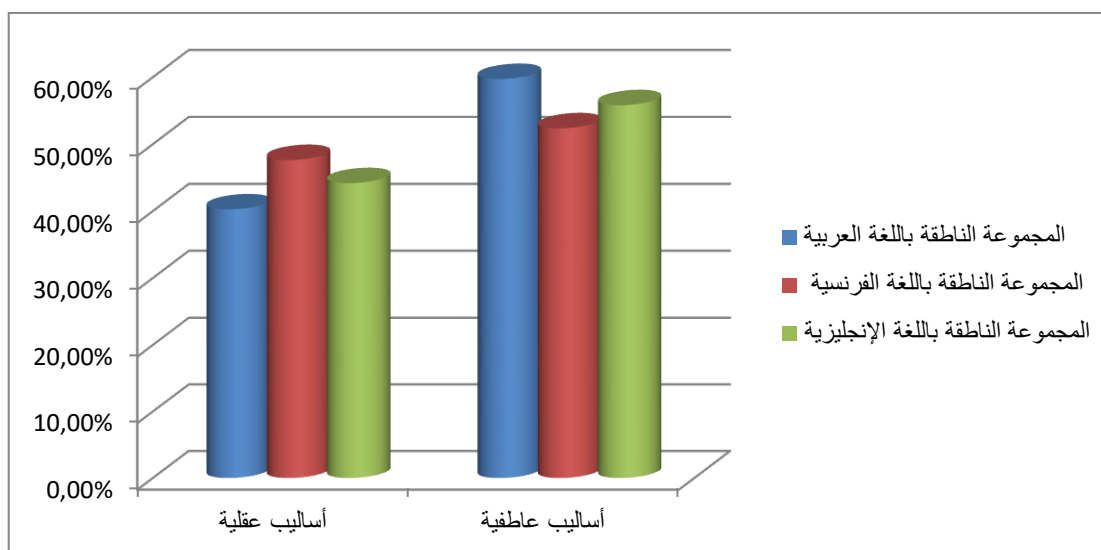
عدمه داخل المجموعات

يشير الجدول رقم (37) والشكل رقم (03) إلى أن الرمز معجب هو أكثر الرموز استخداماً لدى عينات المجموعات للتعبير عن موقفهم واتجاهاتهم نحو التعليقات التي تدور حول الموضوع المطروح للحوار، في حين وجدنا رمز الضحك والذي يعبر غالباً عن السخرية والتهكم على رأي الطرف الآخر هو الأكثر استخداماً لدى عينة المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية، تليها عينة المجموعة الناطقة باللغة العربية ثم الإنجليزية، لاحظنا كذلك بأن مجموع الرموز المتبقية والتي تدل في معظم معانيها على عدم الرضا على تعليقات الطرف الآخر وتستعمل الإفحام وإبداء المعارضة أنها الأكثر استخداماً لدى عينة المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية بنسبة 01,54%، تليها عينة المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية بنسبة 01,43%، ثم الناطقة باللغة العربية بنسبة 0,73%.

من خلال متابعتنا للمجموعات الثلاثة عن طريق الملاحظة بالمشاركة ومن خلال هذه النسب وجدنا بأن ارتفاع نسبة رموز الضحك والرموز الأخرى تدل على أن أفراد عينة الدراسة الناطقين باللغة الفرنسية هم الأكثر سخرياً وإفحاماً للطرف الآخر من المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والإنجليزية.

الجدول رقم (38) يوضح أنواع الأساليب الإقناعية المعتمدة من قِبل أطراف الحوار داخل المجموعات

المجموعات المتغيرات	المجموعة الناطقة باللغة العربية	المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية
أساليب عقلية	%40,26	%47,63	%44,18
أساليب عاطفية	%59,74	%52,37	%55,82
المجموع	%100	%100	%100



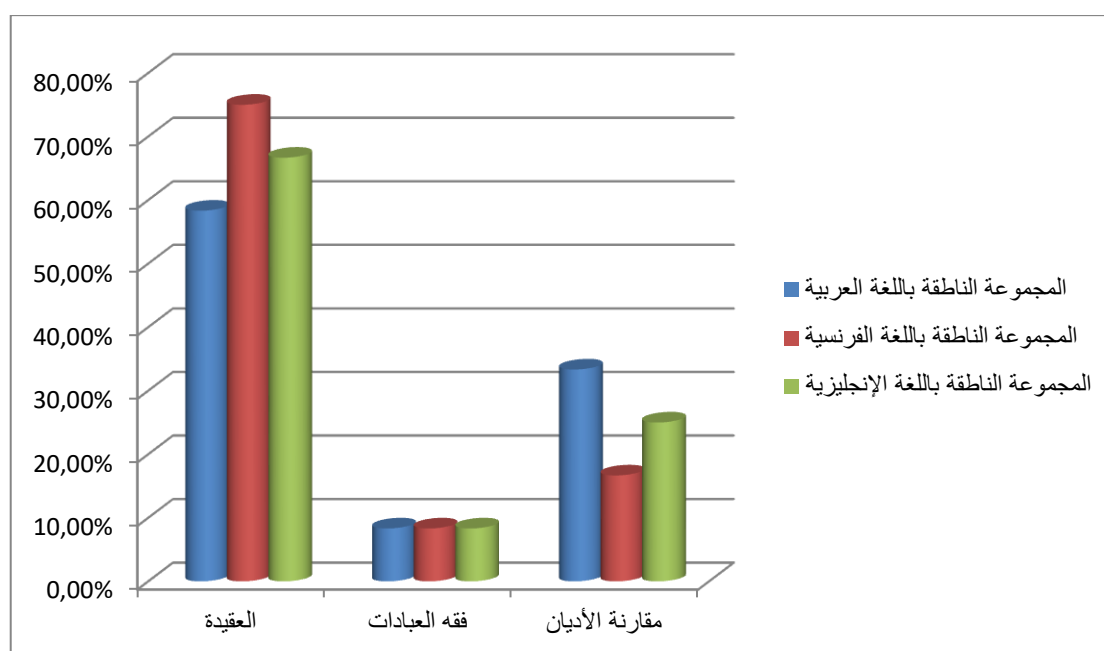
الشكل رقم (04) يوضح أنواع الأساليب الإقناعية المعتمدة من قِبل أطراف الحوار داخل المجموعات

يظهر الجدول رقم (38) والشكل (04) بأن عينة المجموعة الناطقة باللغة العربية هي الأكثر استعمالاً للأساليب العاطفية بنسبة 59,74%، تليها المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية بنسبة 55,82%، ثم الناطقة باللغة الفرنسية في الأخير بنسبة 52,37%، في حين وجدنا بأن استعمال الأساليب العقلية أكثر استخداماً لدى عينة المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية بنسبة 47,63%، تليها المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية بنسبة 44,18%، وفي الأخير المجموعة الناطقة باللغة العربية بنسبة 40,26%.

نستنتج من خلال هذه النسب من أن عينة المجموعة الناطقة باللغة العربية هي الأكثر عاطفية في الحوار تليها عينة المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية ثم المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية.

الجدول رقم (39) يوضح أنواع المواضيع الرئيسية المعروضة للحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية

المجموعات	المجموعة الناطقة باللغة العربية	المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية
مواضيع تخص العقيدة	58,33%	75%	66,67%
مواضيع تخص فقه العبادات	8,33%	8,33%	8,33%
مواضيع تخص مقارنة بين الديانتين	33,34%	16,67%	25%
المجموع	100%	100%	100%



الشكل رقم (05) يوضح أنواع المواضيع الرئيسية المعروضة للحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية

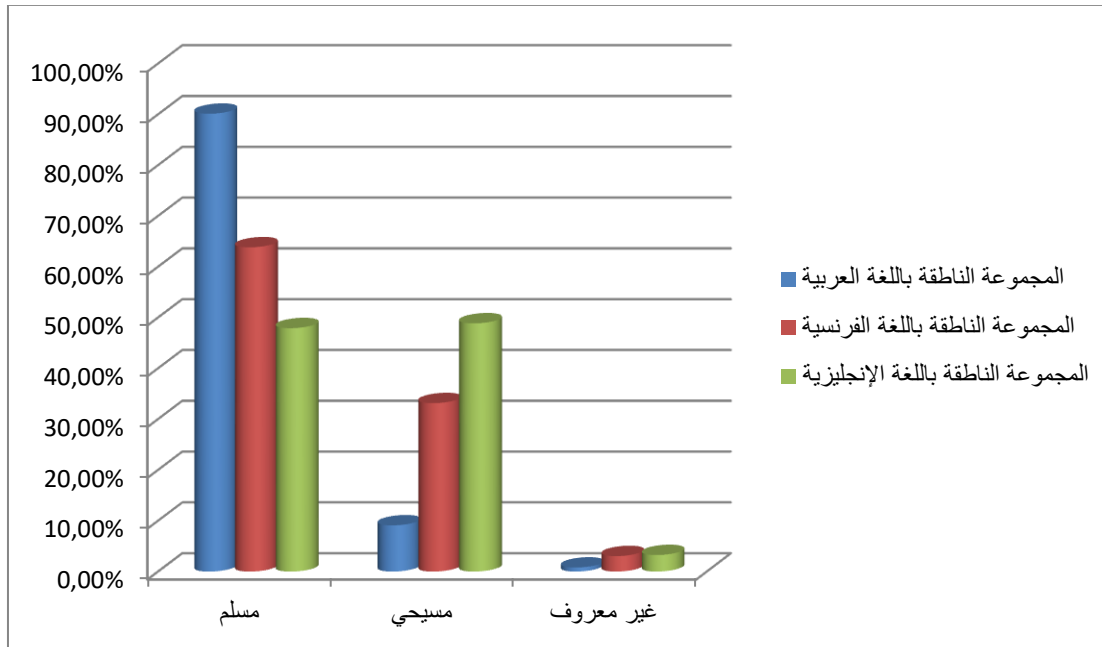
يتبين من خلال الجدول رقم (39) والشكل رقم (05) بأن عينة المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية هي الأكثر طرحاً للمواضيع التي تخص العقيدة للحوار بنسبة 75%، تليها المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية بنسبة 66,67%، ثم المجموعة الناطقة باللغة العربية بنسبة 58,33%، كما يتبين بأن عينات المجموعات الثلاثة تتساوى في نسبة طرح المواضيع التي تخص فقه العبادات بنسبة 8,33% لكل منها، في حين وجدنا بأن المواضيع التي تخص مقارنة

الأديان هي الأكثر طرحاً من طرف عينة المجموعة الناطقة باللغة العربية بنسبة 33,34%، تليها المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية بنسبة 25%، ثم المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية بنسبة 16,67%.

على العموم يمكن القول بأن عينات المجموعات الثلاث تفضل طرح المواضيع التي تخص العقيدة للحوار في الدرجة الأولى ثم المواضيع التي تخص مقارنة الأديان في الدرجة الثانية، وتبقى المواضيع التي تخص فقه العبادات هي آخر اهتمامات عينات المجموعات، ويمكن أن نرجع هذا إلى أن الأفكار المسبقة لكل طرف من أطراف الحوار بأن دين الآخر ليس على صواب؛ هذا ما يعطي الأولوية إلى طرح المواضيع التي تخص العقيدة وتقرن بين العقيدتين لأن العقيدة في الدين هي الأساس فإذا صلحت العقيدة صلحت العبادات والعكس.

الجدول رقم (40) يوضح نوع ديانة الفاعلين في الحوار داخل المجموعات

المجموعات	المجموعة الناطقة باللغة العربية	المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية
مسلم	90,12%	63,82%	47,90%
مسيحي	09,09%	33,14%	48,85%
غير معروف	0,79%	03,04%	03,25%
المجموع	100%	100%	100%



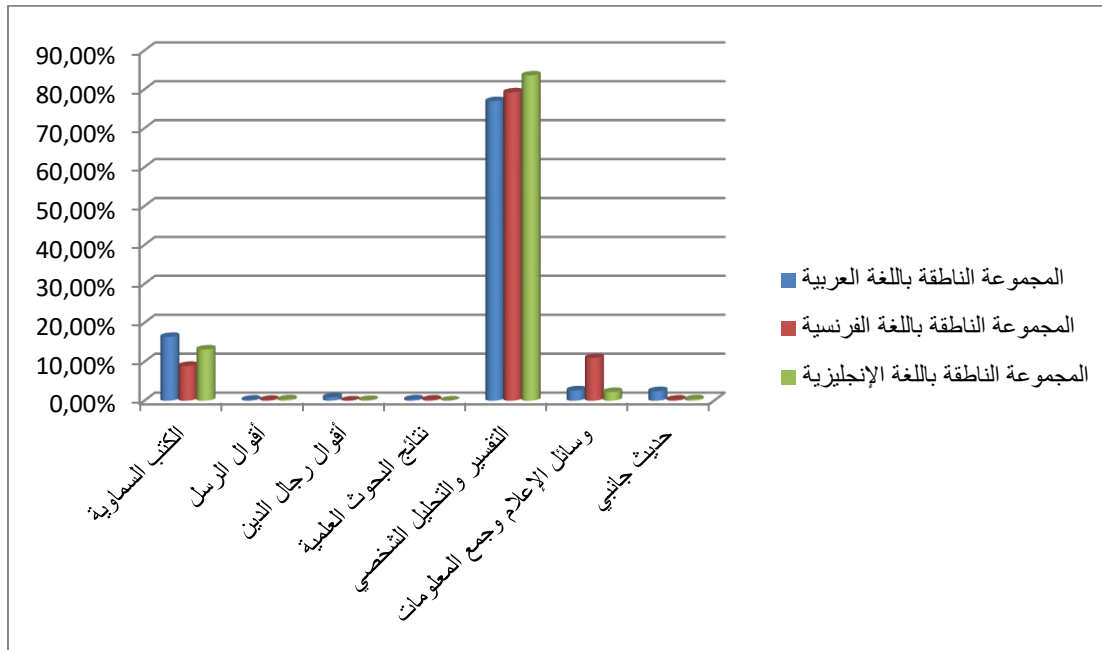
الشكل رقم (06) يوضح نوع ديانة الفاعلين في الحوار داخل المجموعات

يتضح من خلال الجدول رقم (40) والشكل رقم (06) من أن نسبة الفاعلين المسلمين داخل المجموعة أكثر تواجدا داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية بنسبة 90,12%، تليها المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية بنسبة 63,82%، ثم المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية بنسبة 47,90%، في حين وجدنا بأن نسبة الفاعلين المسيحيين أكثر تواجدا في عينة المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية بنسبة 48,85%، تليها المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية بنسبة 33,14%، وفي الأخير تأتي المجموعة الناطقة باللغة العربية بنسبة 09,09%.

نلاحظ من خلال هذه البيانات نسبة الفاعلين المسيحيين في المجموعة الناطقة باللغة العربية قليل جدا مقارنة بالمجموعتين الناطقتين باللغة الإنجليزية والفرنسية، ويمكن أن نرجع هذا حسب هذه النسب وحسب أيضا نتائج الملاحظة بالمشاركة بأن المسؤولين والمشرفين على المجموعة الناطقة باللغة العربية كثيرا ما لاحظنا بأنهم يقومون بمنع وحظر بعض الفاعلين المسيحيين سواء كانوا يستحقون ذلك لمخالفتهم لقوانين المجموعة أو تعسفا. هذا النوع من الممارسات المتمثلة في المنع والحظر لاحظناها أيضا في المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية لكن بنسب قليلة جدا.

الجدول رقم (41) يوضح أهم المصادر التي يعتمد عليها أطراف الحوار من أجل تدعيم حججهم داخل المجموعات

المجموعات	المجموعة الناطقة باللغة العربية	المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية
المتغيرات			
الكتب السماوية (الانجيل، القرآن...)	16,39%	08,94%	13,16%
أقوال الرسل	0,27%	0,21%	0,37%
أقوال رجال الدين	0,87%	0,07%	0,20%
نتائج البحوث العلمية	0,35%	0,29%	0,06%
التفسير والتحليل الشخصي	76,99%	79,24%	83,59%
وسائل الإعلام وجمع المعلومات	02,68%	10,96%	02,25%
حديث جانبي	02,48%	0,29%	0,37%
المجموع	100%	100%	100%



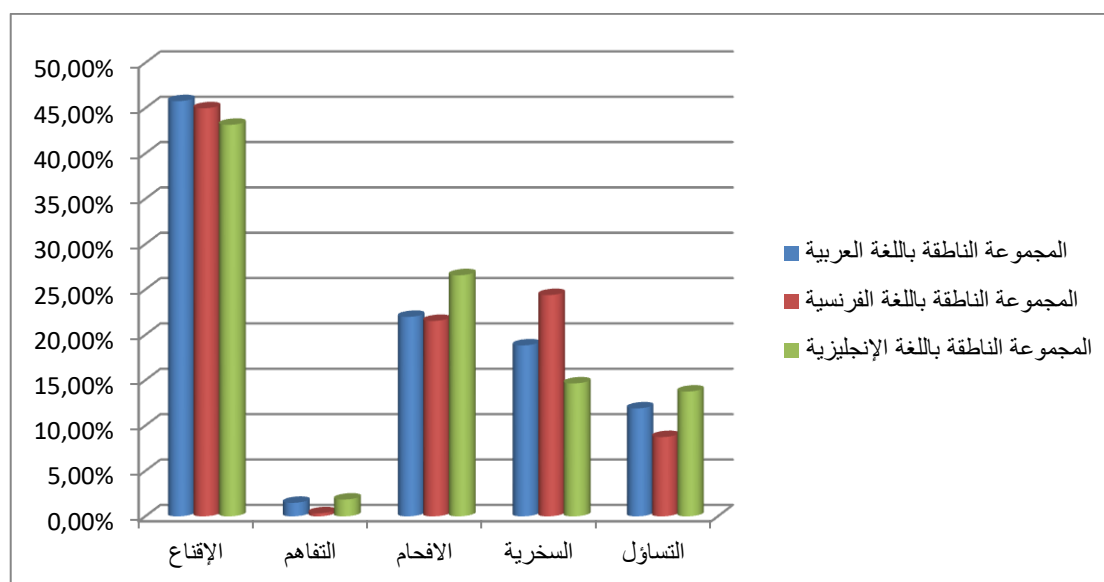
الشكل رقم (07) يوضح أهم المصادر التي يعتمد عليها أطراف الحوار من أجل تدعيم حججهم داخل المجموعات

يكشف الجدول رقم (41) والشكل رقم (07) على أن عينات المجموعات الثلاث يفضلون استخدام تفسيرهم وتحليلهم وفهمهم الشخصي في الحوار أكثر من المصادر الأخرى، في حين تأتي الكتب السماوية في المرتبة الثانية بنسبة لكل من المجموعة الناطقة باللغة العربية بنسبة 16,39%، والمجموعة الناطقة باللغة الانجليزية بنسبة 13,16%، أما المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية فالكتب السماوية احتلت المرتبة الثالثة بنسبة 8,94% بعد وسائل الاعلام وجمع المعلومات التي مثلت نسبتها داخل نفس المجموعة بنسبة 10,96%، في حين وجدنا بأن وسائل الإعلام والمعلومات احتلت المرتبة الثالثة في المجموعة الناطقة باللغة العربية والإنجليزية، بينما وجدنا بأن المرتبة الرابعة كانت لأقوال رجال الدين بالنسبة للمجموعة الناطقة باللغة العربية، ونتائج البحوث العلمية بالنسبة للمجموعة الناطقة بالفرنسية، وأقوال الرسل بالنسبة للمجموعة الناطقة باللغة الانجليزية، أما المرتبة الخامسة في ترتيب المصادر نجدها لنتائج البحوث العلمية بالنسبة للمجموعة الناطقة باللغة العربية، وأقوال الرسل بالنسبة للمجموعة الناطقة بالفرنسية، وأقوال رجال الدين بالنسبة للمجموعة الناطقة بالانجليزية، وفيما يخص المرتبة السادسة من ترتيب المصادر دائما فكانت لأقوال الرسل بالنسبة للمجموعة الناطقة باللغة العربية، وأقوال رجال الدين بالنسبة للمجموعة الناطقة باللغة الفرنسية، ونتائج البحوث العلمية بالنسبة للمجموعة الناطقة باللغة الانجليزية.

نستنبط من خلال هذه البيانات بأن اعتماد أغلب أفراد عينة المجموعات على التفسير الشخصي يعود إلى سهولة وسرعة إبداء الرأي الشخصي حول المواضيع المطروحة للنقاش، في حين نلاحظ تباين في الاعتماد على المصادر الأخرى وهذا يعود إلى التباين في مستوى المعرفة الدينية بالنسبة لأفراد العينة.

الجدول رقم(42) يوضح الأهداف التي يسعى أطراف الحوار تحقيقها داخل المجموعات

المجموعات	المجموعة الناطقة باللغة العربية	المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية
المتغيرات			
الإقناع	45,78%	44,99%	43,17%
التفاهم	01,49%	0,34%	01,85%
الإفحام	21,99%	21,54%	26,58%
السخرية	18,84%	24,39%	14,65%
التساؤل	11,90%	08,74%	13,75%
المجموع	100%	100%	100%



الشكل رقم (08) يوضح الأهداف التي يسعى أطراف الحوار تحقيقها داخل المجموعات

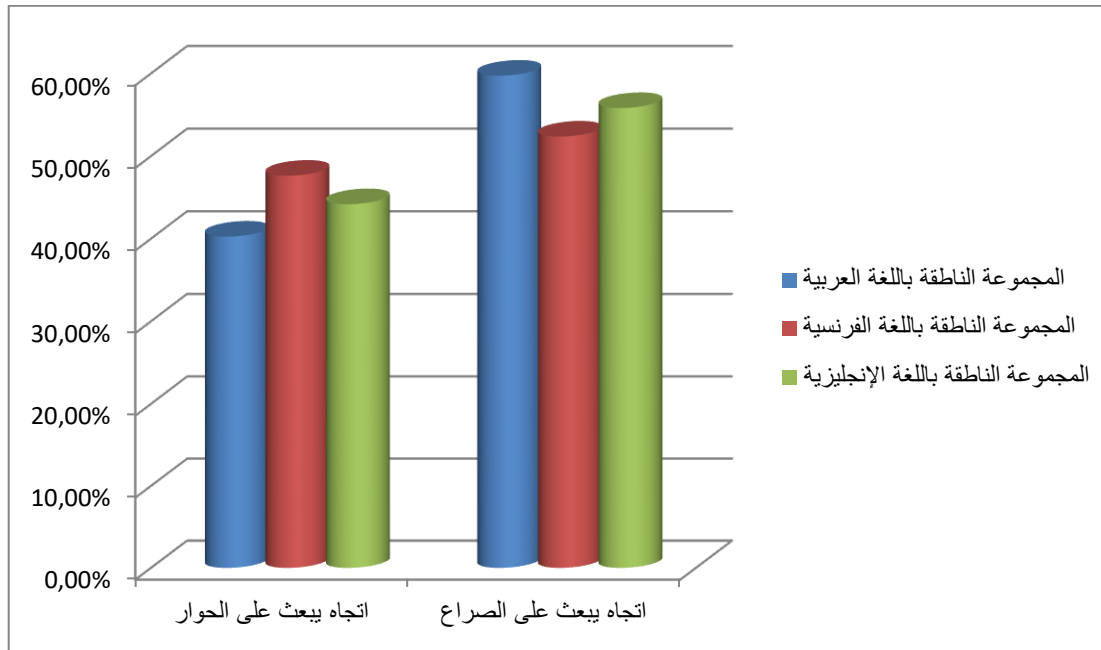
يظهر من خلال الجدول رقم(42) والشكل رقم(08) بأن الإقناع هو الهدف الأكثر أهمية لدى عينة المجموعات الثلاث بحيث وجدنا بأن نسبة السعي وراء اقناع الآخر من طرف المجموعة الناطقة باللغة العربية تبلغ نسبة 45,78%، وبالنسبة للمجموعة الناطقة باللغة الفرنسية تبلغ نسبة 44,99%، وتبلغ نسبة 43,17%

بالنسبة للمجموعة الناطقة باللغة الانجليزية، ويحتل هدف الإفحام المرتبة الثانية لكل من المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية بنسبة 26,58%، والمجموعة الناطقة باللغة العربية بنسبة 21,99%، أما المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية فيحتل الافحام فيها المرتبة الثالثة بنسبة 21,54% بعد السخرية التي تحتل المرتبة الثانية بنسبة 24,39%، أما السخرية فاحتلت المرتبة الثالثة لدى كل من المجموعة الناطقة باللغة العربية بنسبة 18,84%، والمجموعة الناطقة باللغة الانجليزية بنسبة 14,65%، أما المرتبة الرابعة فكانت بهدف التساؤل لكل من المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية بنسبة 13,75%، والمجموعة الناطقة باللغة العربية بنسبة 11,90%، والمجموعة الناطقة باللغة الفرنسية بنسبة 08,74%، بينما احتل هدف التفاهم المرتبة الأخيرة لكل من المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية بنسبة 01,85%، والمجموعة الناطقة باللغة العربية بنسبة 01,49%، والمجموعة الناطقة باللغة الفرنسية بنسبة 0.34%.

نستخلص من هذه النسب بأن هناك نسبة كبيرة من أفراد العينة يسعون إلى إقناع الطرف الآخر بوجهة نظر معينة على أمل أن يتخلى عن دينه ويعتق دين الذي يكون أكثر إقناعاً، ونلاحظ بأنه عندما لا يقتنع الطرف الآخر ينتقل الطرف المحاور من أسلوب الاقناع إلى أسلوب السخرية والإفحام، وهذا ما أكدته أيضاً أداة الملاحظة بالمشاركة، في حين نرصد بأنه نادراً ما يتم التفاهم بين طرفي الحوار حول نقطة معينة.

الجدول رقم(43) يوضح الاتجاهات التي يسعى أطراف الحوار إلى اظهارها داخل المجموعات

المجموعات	المجموعة الناطقة باللغة العربية	المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية
اتجاه يبعث على الحوار	40,26%	47,63%	44,18%
اتجاه يبعث على الصراع	59,74%	52,37%	55,82%
المجموع	100%	100%	100%



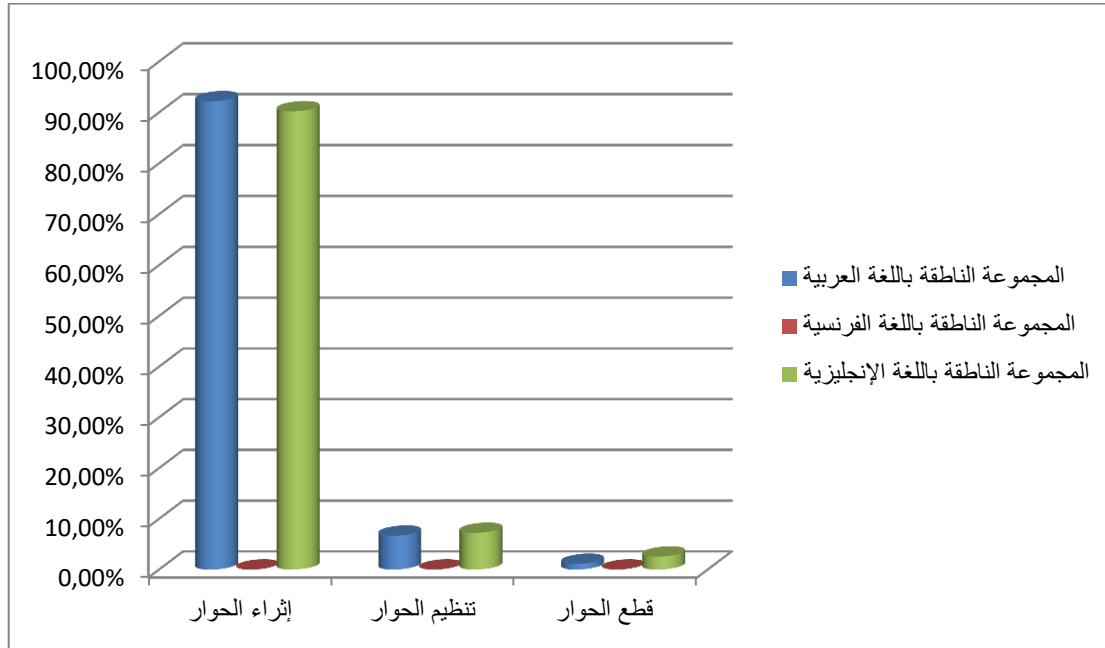
الشكل رقم (09) يوضح الاتجاهات التي يسعى أطراف الحوار إلى إظهارها داخل المجموعات

يظهر من خلال الجدول رقم (43) والشكل رقم (09) بأن الاتجاه الذي يبعث على الصراع هو الاتجاه أكثر عند أفراد عينة الدراسة الثلاث، حي وجدنا بأن نسبته تقدر ب 59,74% بالنسبة للمجموعة الناطقة باللغة العربية، و 55,82% بالنسبة للمجموعة الناطقة باللغة الانجليزية، و 52,37% بالنسبة للمجموعة الناطقة باللغة الفرنسية.

لاحظنا من خلال متابعتنا للمجموعات الثلاثة بأنه غالبا ما يبدأ الحوار بهدوء بحيث يسعى كل طرف إلى اثبات وجهة نظره أو نفي وجهة نظر الطرف الآخر مع محاولة إقناعه لكن في حالة تعنت أحد الطرفين يزداد الحوار حدة حتى أنه يتحول في الأخير إلى سب وشتم في كثير من الأحيان حينها يحل اتجاه الصراع محل اتجاه الحوار، وفي أحيان قليلة ما يبدأ الحوار باحترام وهدوء وينتهي بنفس الطريقة، هذا ما تأكده أيضا النسب في هذا الجدول والتي تبين بين بأن الحوار داخل المجموعات متباين بين الحوار والصراع وغير مستقر على أحد الاتجاهين.

الجدول رقم(44) يوضح أشكال تدخلات المسؤولين والمشرفين على المجموعة أثناء الحوار داخل المجموعات

المجموعات	المجموعة الناطقة باللغة العربية	المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية
إثراء الحوار	92,20%	00%	90,21%
تنظيم الحوار	06,68%	00%	07,23%
قطع الحوار	01,12%	00%	02,56%
المجموع	100%	100%	100%



الشكل رقم(10) يوضح أشكال تدخلات المسؤولين والمشرفين على المجموعة أثناء الحوار داخل المجموعات

يبين الجدول رقم(44) والشكل رقم(10) بأن المسؤولين والمشرفين حسب عينة المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والإنجليزية يقومون بالمشاركة في الحوار داخل المجموعة التي يشرفون على إدارتها، بحيث وجدنا بأن نسبة الإثراء في للمجموعة الناطقة باللغة العربية تقدر ب 92,20%، ونسبة 90,21% في المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية، في حين وجدنا بأن مساهمة المسؤولين بالإثراء داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية منعدمة، أما فيما يخص تنظيم الحوار داخل عينة المجموعات وجدنا بأن المسؤولين عن المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية يقومون بتسيير الحوار وتنظيمه ومراقبته بنسبة 07,23%، والمجموعة الناطقة باللغة العربية بنسبة 06,68%، في حين ينعدم سلوك التنظيم عن مسؤولي المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية، وفيما يخص سلوك قطع الحوار وجدنا بأن نسبة القطع في المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية تقدر ب 02,56%، وفي المجموعة الناطقة باللغة العربية تقدر ب 01,12%، في حين ينعدم سلوك قطع الحوار بالنسبة للمجموعة الناطقة باللغة الفرنسية.

نلاحظ من خلال هذه النسب بأن المسؤولين والمشرفين نشطين وفعالين في عملية المشاركة في إثراء الحوار من خلال إبداء آرائهم ومحاولتهم إقناع الطرف المحاور داخل المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والانجليزية، كما نلاحظ بعض تدخلات المسؤولين والمشرفين في تنظيم الحوار قليل داخل المجموعتين، كما نلاحظ بأنه في بعض الأحيان يقوم المسؤولين عن نفس المجموعتين بقطع الحوار، فحسب متابعتنا لهاتين للمجموعتين أحيانا يكون القطع ايجابي نتيجة مخالفة أحد الأعضاء لقوانين الحوار المحترم، وفي أحيان أخرى يكون تعسفا. في حين نلاحظ بأن المسؤولين

عن المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية حسب العينة المختارة لم تتدخل في الحوار لا بالإثراء ولا بالتنظيم ولا بالقطع، هذا ما يمكن أن يدل على عدم الاهتمام الكبير من طرف المسؤولين أو ربما هم مشغولون بتسيير مجموعات أخرى أو ربما قاموا بأنشاء هذه المجموعة لأغراض معينة.

أهم النتائج العامة التي تم التوصل إليها من خلال أداة تحليل المضمون:

يمكن تلخيص أهم هذه النتائج في النقاط التالية:

- حسب عينة الدراسة المسلمون هم الأكثر مبادرة للنشر في المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والفرنسية فيما تساوت نسبة المبادرة بين أتباع الديانتين في المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية.
- يتفاعل أعضاء المجموعات الثلاث بالتعليق على المنشورات أكثر من وضع رموز الإعجاب من عدمه ومشاركة المنشورات.
- وسيط الكتابة هو الوسيط الأكثر استخداما في التفاعل والحوار بين أعضاء المجموعات يليها استخدام مختلف الوسائط المتعددة.
- الرمز التعبيري الذي يعبر عن الإعجاب هو الرمز الأكثر استعمالا في تفاعل أعضاء المجموعات يليها استخدام مختلف الرموز التعبيرية الأخرى (رمز ضحك، غضب، دهشة، خجل، حزن).
- أقل من نصف عينة الدراسة يستخدمون الأساليب العقلية، فيما تفوق نسبة من يستخدمون الأساليب العاطفية 50%.
- المواضيع التي تخص العقيدة تمثل أغلب المواضيع المطروحة للحوار في المجموعات الثلاث، تليها المواضيع التي تخص مقارنة الأديان ثم المواضيع التي تخص فقه العبادات في المرتبة الأخيرة.
- المسلمون هم الأكثر تفاعلا ومشاركة في الحوار من المسحيين في المجموعتين الناطقتين باللغة الفرنسية والعربية، في حين يعتبر المسيحيون الأكثر تفاعلا من المسلمين بفارق 01% في المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية.
- التفسير والتحليل الشخصي عن طريق إبداء الآراء الشخصية هو أكثر المصادر اعتمادا من طرف عينة الدراسة في المحاججة والبرهنة، يليه الكتب السماوية ثم وسائل الإعلام وجمع المعلومات، في حين يتقاسم المرتبة الأخيرة المصادر التي تخص أقوال رجال الدين وأقوال الرسل ونتائج البحوث العلمية.

- الإقناع هو من بين أهم الأهداف التي يسعى أطراف الحوار تحقيقها، يليه هدف الإفحام والسخرية بنسب متقاربة ثم التساؤل بغرض معرفة المزيد عن الآخر، أما هدف التفاهم فيحتل المرتبة الأخيرة.
- أقل من نصف العينة يحملون اتجاهات تبعث على الحوار في حين يظهر أكثر من 50% اتجاهات تبعث على الصراع.
- أكثر من 90% من المسؤولين والمشرفين على المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والإنجليزية تدخلاتهم كانت على شكل اثناء من خلال مشاركتهم في الحوار، يليه تدخلات تخص تنظيم الحوار، ثم تم تسجيل نسبة قليلة جدا من التدخلات التي تخص قطع الحوار، أما في ما يخص المسؤولين والمشرفون عن المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية لم يتم تسجيل أي شكل من أشكال التدخل.

خلاصة:

قمنا في هذا الفصل بعرض وتحليل البيانات التي أفرزتها الأدوات الثلاث المستعملة وكذلك قمنا بمناقشة النتائج التي توصبنا إليها، كل أداة من الأدوات المستعملة ساعدتنا على معالجة إشكالية هذه الدراسة من جميع الجوانب المهمة، فعن طريق المقابلة تمكنا من معرفة طريقة تسير المجموعة والإعداد التقني، وطريقة تفاعل المسؤولون ومشرفون وأهم انطباعاتهم وآرائهم وتقييمهم للحوار داخل المجموعات التي يشرفون عليها، وبعبارة أخرى تعرفنا على بعض خصائص من يقومون بحراسة البوابة داخل هذه المجموعات، ومن بين النتائج التي توصلنا إليها عن طريق أداة المقابلة هو أن أغلبية الساحقة لعينة الدراسة هم ذكور كما أن أغليتهم يفوق سنهم 40 سنة، كما توصلنا إلى أن المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية تقوم بالرقابة البعدية فقط على المنشورات عكس المجموعتين الناطقتين باللغة الإنجليزية والعربية التي يقومون بالرقابة القبلية والبعدية.

وعن طريق الملاحظة تمكنا من التحقق من بعض ما صرح به المسؤولون والمشرفون الذين أجريت معهم المقابلة، كما تمكنا من ملاحظة طريقة تفاعل الجمهور داخل المجموعات الثلاث، ومن بين أهم النتائج التي توصلنا إليها عن طريق هذه الأداة بأن المسؤولين والمشرفون عن المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية هم الأقل تدخلا في الحوار سواء من ناحية الاثراء أو من ناحية التنظيم، سجلنا بأن المسؤولين عن المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية هم الأكثر موضوعية في تسير المجموعة، كما لاحظنا بأن الاساءة متبادلة من كلا أتباع الديانتين.

أما عن طريق أداة تحليل المضمون فقد ساعدتنا كثير للوصول إلى نتائج أكثر عمقا وأكثر دقة من خلال الوصول إلى نتائج كمية وكيفية عكست أهم خصائص مضمون المجموعات، ومن بين أهم هذه النتائج توصلنا إلى أن وسيط الكتابة هو أكثر الوسائط استعمالا من طرف أعضاء المجموعات الثلاث، وبأن المسلمون هم الأكثر تفاعلا ومبادرة للنشر من المسيحيون، وبأن أقل من نصف عينة الدراسة يستعملون أساليب عقلية أثناء الحوار ويحملون اتجاهات إيجابية نحو الحوار.

الفصل الرابع

تحليل نتائج الاستبيان الخاص بالمجموعات الثلاث

الفصل الرابع: تحليل نتائج الاستبيان الخاص بالمجموعات الثلاث:

بعدما تعرفنا على آراء المسؤولين والمشرفون عن طريق المقابلة، وبعد تعرفنا على أهم ما نشر داخل هذه المجموعات الثلاث، وأهم خصائص مضامينها عن طريق أداة تحليل المضمون، وبعد تسجيل أهم الملاحظات عن كيفية تفاعل المسؤولين والمشرفون والأعضاء داخل المجموعات الثلاث عن طريق أداة الملاحظة، سنتعرف في هذا الفصل على أهم خصائص جمهور المجموعات الثلاثة وأهم آرائهم وانطباعاتهم وتقييمهم للحوار داخل هذه المجموعات عن طريق أداة الاستبيان، هذه الأداة التي أثبتت صرامة نتائجها في الدراسات المسحية، حيث سنقوم بعرض وتحليل نتائج الاستبيان الخاص بالمجموعات الثلاث محاولين التركيز على خصائص عينة كل مجموعة وأساليب تفاعل الجمهور، وقياس حرية التفاعل وطبيعة ثقافة الحوار، وفي الأخير سنقارن بين إجابات جمهور المجموعات الثلاث.

المبحث الأول: تحليل نتائج الاستبيان الخاص بالمجموعة الناطقة باللغة العربية

قمنا بجمع 130 استمارة من أعضاء المجموعة الناطقة باللغة العربية، وقمنا بعملية تفرغ بيانات الاستبيان عن طريق الاستعانة ببرنامج SPSS، وعمدنا إلى مناقشة هذه النتائج من خلال التركيز على أربعة محاور هي كالآتي:

المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة العربية

يتميز أعضاء المجموعة الناطقة باللغة العربية بعدة خصائص؛ تتمحور مجملها حول الجنس، السن، الوظيفة والمستوى التعليمي وبلد الإقامة والديانة، سنعرض تفاصيل ومميزات كل متغير على حدى:

الفئة	المتغير	التكرار	النسبة
الجنس	ذكر	92	% 70,8
	أنثى	38	% 29,2
السن	من 16 إلى 20	10	% 07,7
	من 21 إلى 35	66	% 50,8
	من 36 إلى 50	45	% 34,6
	من 51 فأكثر	09	% 06,9
المستوى الدراسي	ابتدائي	00	% 00
	متوسط	01	% 0,8
	ثانوي	29	% 22,3
	جامعي	100	% 76,9
الوظيفة	أعمل	98	% 75,4
	لا أعمل	13	% 10
	متقاعد	03	% 02,3
	لا زلت أدرس	16	% 12,3
دولة الإقامة	مصر	76	% 58,5
	الجزائر	20	% 15,4
	تونس	05	% 03,8
	موريتانيا	03	% 02,3
	المغرب	05	% 03,8
	ليبيا	01	% 0,8
	اليمن	01	% 0,8
	سوريا	02	% 01,5
	الأردن	06	% 04,6
	فلسطين	01	% 0,8
	العراق	01	% 0,8
	الإمارات	01	% 0,8
	السعودية	01	% 0,8
	لبنان	07	% 05,4
	الإسلام	98	% 75,4
	المسيحية	32	% 24,6
الديانة			

يتضح من خلال الجدول رقم (45) بأن أغلبية جمهور الدراسة الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة العربية هم ذكور والتي قدرت نسبتهم بـ %70,8، في حين قدرت نسبة الإناث بـ %29,2، أما من حيث متغير الجنس فنجد بأن أعلى نسبة ممثلة لجمهور الدراسة هي للذين يتراوح سنهم ما بين 21 إلى 35 سنة بنسبة %50,8، تليها نسبة %34,6 للجمهور الذين يتراوح سنهم ما بين 36 إلى 50 سنة، ثم نسبة % 07,7 للذين يتراوح سنهم ما بين 16 إلى 20 سنة، أما في المرتبة الأخيرة فكانت للذين يبلغ سنهم 51 سنة فأكثر بنسبة % 06,9.

أما من حيث متغير المستوى الدراسي وجدنا بأن أغلبية جمهور هذه المجموعة لهم مستوى دراسي جامعي والذي قدر بنسبة 76,9 %، تليها من وصل مستواهم إلى مرحلة الثانوية بنسبة 22,3 %، أما نسبة من لهم مستوى مرحلة المتوسطة فوجدنا بأنها تكاد تنعدم والتي قدرت ب 0,8 %.

أما من حيث متغير الوظيفة وجدنا بأن الأغلبية الساحقة لعينة الدراسة هم من الفئة العاملة بنسبة 75,4 %، تليها الفئة التي لا زالت تواصل دراستها ب 12,3 %، ثم الفئة غير عاملة بنسبة 10 %، وفي الأخير فئة المتقاعدين بنسبة 10 %.

أما من حيث متغير بلد الإقامة وجدنا بأن أكثر من نصف جمهور عينة الدراسة داخل هذه المجموعة هم من دولة مصر بنسبة 58,5 %، تليها نسبة 15,4 % من دولة الجزائر، ثم دولة لبنان بنسبة 05,4 %، ثم الأردن بنسبة 04,6 %، ثم دولة تونس والمغرب بنسبة 03,8 %، ثم دولة موريتانيا بنسبة 02,3 %، ثم دولة سوريا بنسبة 01,5 %، أما في المرتبة الأخيرة فجاءت كل من ليبيا، اليمن، فلسطين، العراق، الإمارات والسعودية بنسبة 0,8 % لكل واحد منها.

ومن حيث متغير الديانة وجدنا بأن حوالي ثلثي جمهور عينة الدراسة يعتنقون الدين الإسلامي والمقدرة نسبتهم ب 75,4 %، أما الذين يعتنقون الدين المسيحي فقدرت نسبتهم ب 24,6 %.

يمكن القول من خلال هذه البيانات بأن الجنس الذكوري هم الأكثر مبادرة إلى المشاركة في الحوار بين المسيحيين والمسلمين من الإناث، وهذا يعكس اهتمام الذكور بمثل هكذا مواضيع أكثر من الإناث، لكن على العموم نسبة الإناث المشاركة في هذا النوع من الحوار معتبرة مقارنة بالماضي حيث كان الرجل هو من يحتكر فضاء السلطة الدينية ويسطر عليها، إلا أننا وجدنا بأن مواقع التواصل الاجتماعي والتواصل عن بعد أتاح للإناث اقتحام هذا الفضاء ومحاولين إعادة التموقع بداخله.

كما نلاحظ بأن أغلبية جمهور العينة هم من فئة الذين وصل تعليمهم إلى الجامعة، وهذا ربما ما يفسر إقبال عينة الدراسة على مثل هكذا حوار الذي يتطلب ثقافة ومستوى عالي من المعرفة الدينية، كما نلاحظ أيضا بأن أكثر من نصف جمهور عينة الدراسة يقيمون بدولة مصر وهذا أمر طبيعي أن يكون أغلبية المهتمين بمسألة الحوار المسيحي من العرب هم المصريين، إذ يرجع هذا إلى طبيعة تركيبة المجتمع المصري الذي يعيش تزاوج ديني، حيث توجد نسبة معتبرة من المجتمع المصري يدينون بالمسيحية، ويعيشون مع إخوانهم المصريين المسلمين على نفس الرقعة الجغرافية؛ يمارسون مختلف طقوسهم الدينية بكل حرية مع حماية القانون المصري لهم، هذا ما يعكس القابلية لدى المصريين بالخوض في مثل هكذا حوار.

كما نجد بأن أغلبية جمهور عينة الدراسة الخاصة بهذه المجموعة هم مسلمون، ربما يرجع هذا إلى أن المسلمين هم الأكثر مبادرة إلى إجراء الحوار بين الأديان وربما يرجع أيضا إلى أن كل المسؤولين والمشرفين على هذه المجموعة مسلمون.

من خلال هذه الخصائص التي تميز عينة الدراسة يمكن القول بأن هذه العينة مناسبة للدراسة، وستمكنا من الإجابة على إشكالية وتساؤلات الدراسة والوصول إلى نتائج أكثر واقعية وعلمية.

المطلب الثاني: أساليب تفاعل الجمهور داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية

سنحاول من خلال هذا العنصر إبراز أهم أساليب تفاعل أعضاء المجموعة الناطقة باللغة العربية؛ من خلال التركيز على الوسائط المستخدمة أثناء التفاعل ومبادرات النشر والحوار وأهم المنشورات التي تعرض والحجج والبراهين المستعملة.

الجدول رقم (46) يوضح الوسيلة المفضلة لدى أفراد عينة المجموعة الناطقة باللغة العربية للولوج إلى الفايسبوك

الاجابات		الهاتف النكي		الحاسوب المحمول		الحاسوب المكتبي		اللوحة الالكترونية		المجموع	
المتغيرات	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
من 16 إلى 20	08	%06,15	02	01,53 %	00	%00	00	00	%00	130	%100
	56	%43,14	08	06,15 %	00	%00	02	01,53 %	00		
	19	%14,61	19	14,61 %	07	%05,38	00	00	%00		
	03	%02,30	03	02,30 %	03	%02,30	00	00	%00		
ذكر	57	%43,87	25	19,23 %	10	%07,69	00	00	%00	130	%100
	29	%22,30	07	05,38 %	00	%00	02	01,53 %	00		
الإسلام	67	%51,57	20	15,38 %	09	%06,92	02	1,53 %	00	130	%100
	19	%14,61	12	09,23 %	01	%0,76	00	00	%00		

يبدو من خلال الجدول رقم(46) بأن أفراد العينة الذين يتراوح سنهم ما بين 21 إلى 35 سنة هم الأكثر استخداما للهاتف الذكي للولوج إلى موقع الفايبيوك بنسبة 43,14%، تليها نسبة 14,61% بالنسبة للذين يتراوح سنهم ما بين 36 إلى 50 سنة، ثم نسبة 06,15% بالنسبة للذين يتراوح سنهم ما بين 16 إلى 20 سنة، وفي الأخير نسبة 02,30% بالنسبة للذين يبلغ سنهم من 51 سنة فأكثر، أما بالنسبة لاستخدام الحاسوب المحمول من طرف جمهور العينة فنجد بأن جمهور العينة الذين يتراوح سنهم ما بين 36 إلى 50 سنة هم الأكثر استخداما للحاسوب المحمول بنسبة 14,61%، تليها نسبة 06,15% بالنسبة للذين يتراوح سنهم ما بين 21 إلى 36 سنة، ثم نسبة 02,30% بالنسبة للذين يبلغ سنهم 51 سنة فأكثر، وفي الأخير تأتي نسبة 01,53% بالنسبة للذين يتراوح سنهم بين 16 إلى 20 سنة.

أما في ما يخص استخدام جمهور العينة للحاسوب المكتبي فإن الذين يتراوح سنهم ما بين 36 إلى 50 سنة هم الأكثر استخداما للحاسوب المكتبي، تليها نسبة 02,30% بالنسبة للذين يبلغ سنهم من 51 سنة فأكثر، في حين نجد أن كل من الذين يتراوح سنهم ما بين 16 إلى 20 سنة و ما بين 21 إلى 35 سنة لا يستخدمون الحاسوب المكتبي.

وفي ما يخص استخدام جمهور العينة للوح الإلكتروني وجدنا أن من يتراوح سنهم ما بين 21 إلى 35 سنة هم فقط من يستخدمون اللوح الإلكتروني بنسبة 01,53%.

أما بالنسبة لمتغير الجنس وجدنا بأن الذكور هم الأكثر استخداما للهاتف الذكي بنسبة 43,87%، في حين نسبة الإناث تصل إلى 22,30%، أما في ما يخص استخدام الحاسوب المحمول وجنا أيضا بأن نسبة الذكور هي أيضا الأكثر استخداما بنسبة 19,23%، تليها الإناث بنسبة 05,38%، وبالنسبة لاستخدام الحاسوب المكتبي وجدنا بأن الذكور هم فقط من يستخدمون الحاسوب المكتبي بنسبة 07,69%، وفي ما يخص استخدام اللوح الإلكتروني وجدنا بأن الإناث هن فقط من يستخدمونه بنسبة 01,53%.

وفي ما يخص متغير الديانة وجدنا بأن المسلمين يستخدمون الهاتف الذكي أكثر من الوسائل الأخرى بنسبة 51,57%، يليها استخدام الحاسوب المحمول بنسبة 15,38%، ثم الحاسوب المكتبي بنسبة 06,92%، واللوحة الإلكترونية في المرتبة الأخيرة بنسبة 1,53%، أما المسيحيون فيحتلون المرتبة الثانية بعد المسلمين بنفس ترتيب الوسائل فتأتي استخدام الهاتف الذكي بنسبة 14,61%، يليه الحاسوب المحمول بنسبة 09,23%، ثم الحاسوب المكتبي بنسبة 0,76%، في حين نجد بأن المسحيين لا يستخدمون اللوح الإلكتروني حسب عينة الدراسة.

نستنتج من خلال هذه النسب بأن الهاتف الذكي هو الوسيلة المفضلة لجمهور العينة يليه استخدام الحاسوب المحمول ثم الحاسوب المكتبي وفي الأخير اللوح الإلكتروني، يعود هذا التفضيل إلى الاختلاف في الميزات الاتصالية والتكنولوجية التي تتميز بها كل وسيلة؛ فالهاتف الذكي يحتل المرتبة الأولى لأن من ميزاته سهل الحمل أي خيف الوزن، وصغير الحجم مقارنة بالوسائل الأخرى، كما أنه يتمتع بنفس خصائص التقنية للحاسوب من برمجيات وارتباطه بالإنترنت مع إمكانية التواصل بالكاميرا أو غيرها، كما أنه سهل الاستخدام ويمكن استخدامه في أي مكان يتواجد فيه المستخدم، كل هذه الميزات جعلت من الوسيلة المفضلة للاستخدام من طرف أفراد العينة للولوج إلى الفايسبوك.

الجدول رقم(47) يبين معدل استخدام عينة الدراسة للفايسبوك الناطقة باللغة العربية

الإجابات		أقل من ساعتين		من 2 إلى 4 س		من 5 إلى 7 س		من 8 س فأكثر		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
الرجال	من 16 إلى 20	00	%00	10	07,69%	00	%00	00	00%	130	%100
	من 21 إلى 35	01	0,76%	55	42,37%	06	04,61%	04	03,07%		
	من 36 إلى 50	03	2,30%	29	22,30%	12	09,23%	01	0,76%		
	من 51 فأكثر	00	%00	06	04,61%	03	02,30%	00	%00		
النساء	ذكر	02	01,53%	68	52,35%	17	13,07%	05	03,84%	130	%10
	أنثى	02	01,53%	32	24,61%	04	03,07%	00	%00		
الديانة	الإسلام	03	02,30%	76	58,50%	14	10,76%	05	03,84%	130	%100
	المسيحية	01	0,76%	24	18,46%	07	05,38%	00	%00		

يتبين من خلال الجدول رقم(47) بأن أكثر من ثلثي جمهور العينة يستخدمون موقع الفايسبوك يوميا من ساعتين إلى ثلاث ساعات بنسبة تصل إلى 76,79%، تليها نسبة 16,14% تستخدم الفايسبوك من خمس إلى سبع ساعات، ثم نسبة 3,83% بمدة استخدام تقدر ب أقل من ساعة.

يتبين أيضا من خلال المتغيرات الواردة في الجدول بأن كل الفئات العمرية نسبة استخدامها الأكبر تتركز في مدة تتراوح ما بين ساعتين الى أربع، ونفس الشيء بالنسبة لمتغير الجنس والديانة. وأضعف نسبة للاستخدام بالنسبة لجميع متغيرات الدراسة (السن، الجنس، الديانة) تتركز في مدة أقل من ساعة.

نستنبط من خلال هذه البيانات بأن معدل الاستخدام اليومي لجمهور عينة الدراسة لموقع الفايسبوك متوسط ولكن في نفس الوقت يعتبر استخدام نشط، إذا أخذنا بعين الاعتبار أن هذا معدل الاستخدام هو يومي بالنسبة لأفراد العينة.

الجدول رقم(48) يبين معدل دخول عينة الدراسة للمجموعة الناطقة باللغة العربية

الاجابات		باستمرار		متقطع		نادر		المجموع	
المتغيرات		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
سنة	من 16 إلى 20	04	%03,07	06	%04,61	00	%00	130	%100
	من 21 إلى 35	34	%26,21	30	%23,07	02	%01,53		
	من 36 إلى 50	21	%16,15	22	%16,92	02	%01,53		
	من 51 فأكثر	08	%06,15	01	%0,76	00	%00		
الجنس	ذكر	53	%40,76	37	%28,46	02	%01,53	130	%100
	أنثى	14	%10,76	22	%16,96	02	%01,53		
الديانة	الإسلام	51	%39,27	44	%33,84	03	%02,30	130	%100
	المسيحية	16	%12,30	15	%11,53	01	%0,76		

يشير الجدول رقم(48) بأن أكثر من نصف جمهور العينة يلجئون إلى المجموعة باستمرار بنسبة 51,55%، بينما قالت نسبة 45,38% بأنها تلجئ إلى المجموعة بشكل متقطع، في حين قالت نسبة 3,07% بأنها نادراً ما تلجئ إلى المجموعة.

يتضح من خلال مؤشرات المتغيرات الواردة في الجدول بأن الفئتين العمريتين من 21 إلى 35 سنة ومن 51 سنة فأكثر هما من تسجلان أكبر نسبة لهما من حيث الولوج إلى المجموعة باستمرار، في حين وجدنا بأن الفئتين العمريتين من 36 إلى 50 سنة ومن 16 إلى 20 سنة تسجلان أكبر نسبة لهما من حيث الولوج إلى المجموعة بشكل متقطع، بينما وجدنا بأن هناك نسبة ضعيف جداً من الفئات لعمرية من قالت بأنها نادراً ما تلجئ إلى المجموعة؛ تمثلت في فئتين عمريتين فقط هما من 21 إلى 35 سنة ومن 36 إلى 50 سنة.

أما من حيث متغير الجنس وجدنا بأن الذكور يسجلون أكبر نسبة قدرت ب 40,76% قالت بأنها تلجئ باستمرار، في حين وجد بأن الإناث سجلن أكبر نسبة قدرت ب 16,96% لها قالت فيها بأنها تلجئ بشكل

متقطع، ومن حيث متغير الديانة وجدنا بأن المسلمين سجلوا أكبر نسبة قدرت ب 39,27% قالوا من خلالها بأنهم يلجون بشكل مستمر، وأيضا نفس الشيء عند المسيحيين حيث سجلوا أكبر نسبة قدرت ب 12,30% قالوا من خلالها بأنهم يلجون باستمرار.

نستنتج من خلال هذه النسب بأن أكثر من نصف جمهور عينة الدراسة يتصلون باستمرار بالمجموعة؛ هذا ما يعكس الاهتمام الكبير يمثل هذا النوع من المجموعات، كما يعكس اهتمامهم بالمواضيع التي تطرح للنقاش، كما وجدنا بأن ما يقارب النصف يتصلون بالمجموعة بشكل متقطع؛ هذا يدل على نسبة الاهتمام بالمجموعة لا بأس بها، وهو أمر طبيعي باعتبار أن المستخدم لموقع الفايسبوك تتعدد استخداماته وإشبعاته، حيث بإمكان المستخدم أن يشترك في أكثر من مجموعة ويكون لكل مجموعة أهداف ومواضيع مختلفة تخص مجالات متنوعة، بينما وجدنا بأن نسبة قليلة جدا من لهم اهتمام قليل بالمجموعة، على العموم يمكن القول بأن أغلبية جمهور العينة لهم اهتمام كبير بهذا النوع من المجموعات وهذا ما لاحظناه أيضا من خلال نسبة التفاعلات الكبيرة مع المواضيع المطروحة للنقاش.

الجدول رقم (49) يبين معدل بقاء عينة الدراسة داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية

الإجابات		أقل من ساعتين		من 2 سا إلى 4 سا		من 5 سا إلى 7 سا		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
نساء	من 16 إلى 20	06	%04,61	04	%03,07	00	%00	130	%100
	من 21 إلى 35	33	%25,38	28	%21,59	05	%03,84		
	من 36 إلى 50	21	%16,15	21	%16,15	03	%02,30		
	من 51 فأكثر	01	%0,76	08	%06,15	00	%00		
الجنس	ذكر	38	%29,25	46	%35,38	08	%06,15	130	%100
	أنثى	23	%17,69	15	%11,53	00	%00		
الديانة	الإسلام	47	%36,18	43	%33,07	08	%06,15	130	%100
	المسيحية	14	%10,76	18	%13,84	00	%00		

يكشف الجدول رقم (49) مفردات عينة المجموعة الناطقة باللغة العربية سجلت نسبتين عاليتين متساويتين والمقدرة ب 46,92% لكل من الإجابة بأقل من ساعتين وإجابة من ساعتين إلى أربع ساعات ، تليها من خمس إلى سبع ساعات بنسبة 6,16%.

بالنسبة لمعدل البقاء لأقل من ساعة تم تسجيل نسبة 25,38% أعلى معدل بقاء بالنسبة للفئة العمرية من 21 إلى 25 سنة، ونسبة 4,61% كأعلى معدل بالنسبة للفئة العمرية من 16 إلى 20 سنة، في حين تساوى معدل البقاء بالنسبة للفئة العمرية من 36 إلى 50 سنة بين أقل من ساعتين ومن 2 إلى 4 ساعات بنسبة 16,15% لكل منهما. في حين تسجل نسبة ضعيفة جدا لمعدل البقاء من 5 إلى 7 ساعات بنسبة 3,84% للفئة العمرية من 21 إلى 35 سنة، ونسبة 2,30% للفئة العمرية من 36 إلى 50 سنة.

أما في ما يخص معدل البقاء من حيث متغير الجنس تم تسجيل نسبة 35,38% كأعلى معدل بقاء بالنسبة للذكور من 2 إلى 4 ساعات، بينما تم تسجيل نسبة 17,69% كأعلى معدل بالنسبة للإناث بأقل من ساعتين، ومن حيث متغير الديانة تم تسجيل نسبة 36,18% كأعلى معدل بقاء بالنسبة للمسلمين بأقل من ساعتين، في حين تم تسجيل نسبة 13,84% كأعلى معدل بقاء بالنسبة للمسيحيين.

يمكن تفسير هذه النسب بان حوالي نصف جمهور عينة الدراسة ييقون داخل المجموعة لمدة اقل من ساعتين، والنصف الآخر ييقون من ساعتين إلى أربع، هذا يدل على أن معدل البقاء داخل المجموعة مرتفع، بحيث تتيح هذه المدة للبعض من جمهور العينة بإجراء حوار كامل حول موضوع من المواضيع المعروضة للنقاش، كما تسمح للبعض الآخر بالاطلاع على مواضيع المنشورة ومتابعة الحوار الذي يدور بين أعضاء المجموعة.

الجدول رقم (50) يبين طريقة التفاعل داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية:

الاجابات		وضع علامة معجب		وضع الرموز التعبيرية		التعليق		المشاركة	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
السن	من 16 إلى 20	05	%03,84	04	%03,07	06	%04,61	02	%01,53
	من 21 إلى 35	54	%41,53	48	%36,92	62	%47,69	26	%20
	من 36 إلى 50	24	%18,46	15	%11,53	39	%30	15	%11,53
	من 51 فأكثر	09	%06,92	02	%01,53	09	%06,92	05	%03,84
الجنس	ذكر	66	%50,76	46	%35,38	84	%64,61	36	%27,69
	أنثى	26	%20	23	%17,69	32	%24,61	12	%09,23
الديانة	الإسلام	73	%56,15	54	%41,53	87	%66,92	35	%26,92
	المسيحية	19	%14,61	15	%11,53	29	%22,30	13	%10

يشير الجدول رقم (50) إلى أن طرق تفاعل جمهور العينة داخل المجموعة متنوعة ومختلفة، ومن هذه الأنواع وضع علامة معجب والرموز التعبيرية والتعليقات ومشاركة المنشورات، إلا أننا وجدنا بأن هناك تباين في نسب استعمال هذه الوسائط التفاعلية، حيث احتلت التعليقات المرتبة الأولى من حيث تفضيل جمهور العينة التفاعل عن طريقها بنسبة 89,23%، يليها وضع علامة معجب من عدمه على المنشورات والتعليقات بنسبة 70,76%، ثم وضع الرموز التعبيرية بنسبة 53,07%، وفي الأخير مشاركة المنشورات بنسبة 36,92%.

وبالاستناد على متغير السن وجدنا بأنه كل الفئات العمرية (ماعدا الفئة العمرية من 51 فأكثر التي تتساوى نسبة تفضيلها بين اداج التعليقات ووضع علامة معجب من عدمه) سجلت أعلى نسبة لها في أنها تفضل التفاعل عن طريق التعليقات أكثر من الوسائط الأخرى، في حين تحتل المشاركة المرتبة الأخرى بالنسبة أيضا لجميع الفئات العمرية.

أما بالنسبة إلى متغير الجنس فوجدنا بأن الذكور والإناث يفضلون التفاعل عن طريق التعليقات أكثر من الوسائط الأخرى بنسبة 64,61% للذكور ونسبة 24,61% للإناث، في حين التفاعل عن طريق المشاركة المرتبة الأخير بالنسبة للجنسين.

وفي ما يخص متغير الديانة وجدنا بأنه أيضا تم تسجيل بأن كلا معتنقي الديانتين يفضلون التفاعل عن طريق التعليقات أكثر من الوسائط الأخرى بنسبة 66,92% للمسلمين، ونسبة 22,30% للمسيحيين في حين تحتل المشاركة أيضا المرتبة الأخيرة من حيث التفضيل بالنسبة لكلا الديانتين.

تحليل هذه النسب إلى عدة تفسيرات من بينها أنه من المنطقي أن يكون التعليق الوسيط الأكثر استخداما وتفضيلا من طرف جمهور العينة بالاستناد على أننا في مجموعة تهدف إلى تفعيل الحوار بين المسلمين والمسيحيين، فالحوار يتطلب شرح وجهة نظر وإقناع الآخر عن طريق الحجج والبراهين، ولا يوجد أنجع طريقة من تبادل الرؤى عن طريق التعليقات؛ في حين يبقى التفاعل عن طريق الوسائط الأخرى شيء ثانوي، هذا لا يعني بأن هذه الوسائط ليس لها دلالات؛ بالعكس فالرموز التعبيرية ووضع علامة معجب من عدمه تعبر بقوة عن اتجاه الرضا من عدمه أو القبول والرفض بطريقة أكثر تعبيرا عن العواطف والمواقف والاتجاهات، كما أن مشاركة المنشورات مهم أيضا بالنظر إلى أن خاصية التفاعل عن طريق المشاركة تعني بأن الموضوع يحتل أهمية كبيرة للذي قام بمشاركته، كما أن هذه الخاصية تسمح بالنشر الموضوع على أوسع نطاق، وبالتالي أتاحت الفرصة للذين ليسوا أعضاء بالمجموعة بأن يطلعوا على منشوراتها والقضايا المطروحة للنقاش.

الجدول رقم(51) يبين معدل المشاركة في الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية

الإجابات المتغيرات		دائما		غالبا		أحيانا		نادرا		أبدا		المجموع	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
من 16 إلى 20	00	00%	03	02,30%	02	01,53%	01	0,76%	04	03,07%	04	130	100%
	03	02,30%	21	16,15%	33	25,38%	05	3,84%	04	03,07%	04		
	03	02,30%	17	13,13%	17	13,13%	02	1,53%	06	4,61%	06		
	03	02,30%	05	3,84%	01	0,76%	00	00%	00	00%	00		
ذكر	09	06,92%	36	27,69%	35	26,92%	04	3,07%	08	06,15%	08	130	100%
	00	00%	10	07,69%	18	13,84%	04	3,07%	06	4,61%	06		
الإسلام	09	06,92%	27	20,76%	44	33,89%	07	5,38%	11	8,46%	11	130	100%
	00	00%	19	14,61%	09	6,92%	01	0,76%	03	2,30%	03		

يتضح من خلال الجدول رقم (51) بأن إجابات جمهور العينة حول معدل مشاركتهم في الحوار كانت متنوعة؛ إلا أننا لاحظنا بأن النسبة الأكبر والمقدرة بـ 40,79% قالوا بأنهم أحياناً ما يشاركون في الحوار، تليها نسبة 35,38% قالوا بأنه غالباً ما يشاركون في الحوار، ثم نسبة 6,92% قالوا بأن مشاركتهم دائمة، ثم نسبة 6,15% قالوا بأنهم نادراً ما يشاركون في الحوار، في حين قالت نسبة 10,76% بأنهم لا يشاركون في الحوار.

أما بالرجوع إلى متغير السن من حيث نسبة المشاركة وجدنا بأن الفئة العمرية من 21 إلى 35 سنة سجلت أعلى نسبة لها في الإجابة بأحياناً ما بالنسبة للفئة العمرية من 36 سنة إلى 50 سنة فسجلت نسبتي عاليتين متساويتين لكل من الإجابة بأحياناً وغالباً بنسبة تقدر بـ 13,13% لكلاهما، في حين وجدنا بأن الفئة العمرية من 51 سنة فأكثر سجلت أعلى نسبة والمقدرة بـ 03,84% بالقول بأنها غالباً ما تشارك في الحوار وكذلك نفس الشيء بالنسبة للفئة العمرية من 16 إلى 20 سنة بنسبة 02,30%.

ومن حيث متغير الجنس توصلنا إلى أن أعلى نسبة للذكور والمقدرة بـ 27,69% قالت بأنها غالباً ما تشارك في الحوار، في حين سجلت أعلى نسبة للإناث والمقدرة بـ 13,84% بأنها أحياناً ما تشارك في الحوار.

أما في ما يخص متغير الديانة توصلنا إلى أن أعلى نسبة بالنسبة للمسلمين والمقدرة بـ 33,89% قالت بأنها أحياناً ما تشارك في الحوار، في حين سجلت أعلى نسبة للمسيحيين والمقدرة بـ 14,61% قالت بأنها غالباً ما تشارك في الحوار.

يمكن قراءة هذه النسب على أنها تشير إلى أن مشاركة جمهور عينة الدراسة في الحوار متذبذبة وغير دائمة؛ ربما يرجع هذا إلى عجز بعض من عينة الدراسة في الخوض في بعض من المواضيع المطروحة للنقاش نتيجة نقص رصيده المعرفي في بعض من هذه المواضيع، فنقص الإحاطة بها يجعله لا يشارك دائماً في الحوار، وقد يرجع تذبذب المشاركة إلى أن الوقت ليس دائماً متاح لأعضاء المجموعة للحوار حول قضية معينة لأن هذا النوع من الحوار يتطلب وقت فارغ وحضور ذهني.

لاحظنا أيضاً بأن فئة الذكور قالت بأنها غالباً ما تشارك في الحوار عكس فئة الإناث التي كانت نسبتها الأعلى عند الإجابة أحياناً، هذا يدل على أن مشاركة الذكور في الحوار أكثر من النساء وهذا ما لاحظناه فعلاً من خلال متابعتنا اليومية لهذه المجموعة، كما لا حظنا بأن أعلى نسبة للمسلمين دلت على أن مشاركتهم في الحوار أقل من المسيحيين، لكن ما وقفنا عنده من خلال متابعتنا للمجموعة وجدنا بأن المسلمين هم الأكثر مبادرة للنشر والأكثر مشاركة للحوار داخل هذه المجموعة.

الجدول رقم (52) يبين مبادرة النشر داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية

المجموع		أبدا		نادرا		أحيانا		غالبا		دائما		الاجابات المتغيرات	
النسبة	التردد	النسبة	التردد	النسبة	التردد	النسبة	التردد	النسبة	التردد	النسبة	التردد		
%100	130	%03,07	04	%0,76	01	%03,07	04	%0,76	01	%00	00	من 16 إلى 20	نسبة
		%03,07	04	%06,15	08	%32,42	42	%09,23	12	%00	00	من 21 إلى 35	
		%04,61	06	%01,53	02	%23,84	31	%03,07	04	%01,53	02	من 36 إلى 50	
		%00	00	%01,53	02	%02,30	03	%2,30	03	%0,76	01	من 51 فأكثر	
%100	130	%06,15	08	%06,15	08	%43,12	56	%13,07	17	%02,30	03	ذكر	نسبة
		%04,61	06	%03,84	05	%18,46	24	%02,30	03	%00	00	أنثى	
%100	130	%08,46	11	%09,23	12	%42,35	55	%13,07	17	%02,30	03	الإسلام	نسبة
		%02,30	03	%0,76	01	%19,23	25	%02,30	03	%00	00	المسيحية	

يظهر الجدول رقم (52) إجابات أفراد العينة حول معدل مبادرتهم في النشر داخل المجموعة؛ حيث صرح أكثر من النصف والمقدرة ب 61,56% بأنهم أحيانا ما يبادرون بالنشر، تليها نسبة 15,38% أجابوا بغالبا، ثم نسبة 9,97% أجابوا بنادرا، ثم نسبة 2,3% قالوا بأنهم دائما ما يبادرون بالنشر، في حين قالت نسبة 10,76% بأنهم لا يبادرون بالنشر داخل المجموعة.

أما من حيث علاقات هذه النسب مع متغير السن وعلاقتها بمبادرة النشر داخل المجموعة وجدنا بأن كل الفئات العمرية (ماعدا الفئة العمرية من 51 سنة فأكثر التي سجلت نسبتين عاليتين متساويتين لكل من الإجابة بأحيانا وغالبا بنسبة 02,30%) سجلت أعلى نسبة لها بالقول بأنها أحيانا ما تبادر بالنشر. في حين لاحظنا بأن كل الفئات العمرية سجلت أدنى نسبة لها في الإجابة بدائما.

أما من حيث متغير الجنس سجل الذكور أعلى نسبة والمقدرة ب 43,12% عند الإجابة بأحيانا، وكذلك نفس الشيء بالنسبة للإناث بنسبة 18,46%، أما أضعف نسبة بالنسبة للذكور فكانت عند الإجابة بدائما، في حين لم تسجل فئة الإناث أي نسبة ما ينفي مبادرتها الدائمة في النشر، أما بالنسبة لمتغير الديانة وجدنا بأن أعلى نسبة إجابة للمسلمين والمقدرة ب 42,35% قالوا فيها بأنهم أحيانا ما يبادرون بالنشر ونفس الشيء بالنسبة للمسيحيين بنسبة 19,23%، وتم تسجيل أضعف نسبة بالنسبة للمسلمين عند الإجابة بدائما عكس المسيحيين الذين نفوا مبادرتهم الدائمة في النشر.

من خلال هذه النسب يمكن القول بأن أغلبية أفراد العينة لا يقومون بالمبادرة الدائمة في النشر وأنهم يبادرون في النشر في الأوقات والمواضيع التي تناسبهم، وهذا أمر طبيعي لأن ليس للمستخدم دائم وقت الفراغ لكي يستغله في الحوار داخل المجموعة، كما أن أعضاء المجموعة ليس لديهم دائما المعلومات الكافية التي تسمح لهم في الدخول في حوار مع الآخر؛ لأن المواضيع التي تعرض للحوار داخل المجموعة تتميز بالتنوع، كما لاحظنا بأن فئة الإناث نفتن مشاركتهم الدائمة ولم تسجلن أي نسبة هذا ما يدل على أن مبادرة النشر الدائمة هي من حض الذكور، ربما يعود هذا إلى أن المواضيع الدينية على مر العصور لها النصيب الأكبر من الاهتمام بالنسبة للذكور، سجلنا أيضا بأن المسيحيين نفوا مبادرتهم الدائمة في النشر، وهذا ما لاحظناه من خلال متابعتها للمجموعة هو أن المسيحيين أقل مشاركة في النشر من المسلمين.

الجدول رقم (53) بين أنواع المنشورات التي ينشرها أعضاء المجموعة الناطقة باللغة العربية

الاجابات		نصوص دينية مقتبسة		صور دينية		أقوال دينية		فيديوهات دينية		أخرى	
المتغيرات		النسبة	التر	النسبة	التر	النسبة	التر	النسبة	التر	النسبة	التر
السن	من 16 إلى 20	05	03,84%	02	01,53%	03	02,30%	03	02,30%	00	00%
	من 21 إلى 35	58	44,61%	10	07,69%	35	26,92%	18	13,84%	01	0,76%
	من 36 إلى 50	34	26,15%	09	06,92%	22	16,92%	12	09,23%	01	0,76%
	من 51 فأكثر	09	06,92%	02	01,53%	04	03,07%	04	03,07%	00	00%
الجنس	ذكر	76	58,46%	14	10,76%	44	33,84%	31	23,84%	01	0,76%
	أنثى	30	23,07%	09	06,92%	20	15,38%	06	04,61%	01	0,76%
الديانة	الإسلام	80	61,53%	18	13,84%	46	35,38%	28	21,53%	01	0,76%
	المسيحية	26	20%	05	03,84%	18	13,84%	09	06,92%	01	0,76%

يشير الجدول رقم (53) إلى أنواع المنشورات التي ينشرها أفراد عينة الدراسة أثناء تفاعله داخل المجموعة؛ وجدنا بأن النصوص الدينية المقتبسة هي أكثر المضامين استخداماً من طرف جمهور عينة الدراسة بنسبة 81,53%، تليها الاعتماد على الأقوال الدينية 49,23%، ثم الفيديوهاث الدينية بنسبة 28,44%، ثم الصور الدينية بنسبة 17,69%، وفي الأخير منشورات أخرى والمتمثلة في نتائج البحوث العلمية بنسبة 1,53%.

إذا أدرجنا متغير السن في من أجل تصنيف أدق للنسب توزيع أنواع المنشورات وأين تتركز أعلى استخداماتها، وجدنا بأن جميع الفئات العمرية تتركز أعلى نسبها وتكراراتها في الاعتماد أكثر على استخدام النصوص الدينية كأبرز أنواع المنشورات في حين وجدنا بأن المنشورات العلمية هي أقل المنشورات استخداماً.

ومن حيث متغير الجنس وجدنا بأن الذكور هم أيضاً الأكثر استخداماً للنصوص الدينية في مقابل الأنواع الأخرى من المنشورات بنسبة 58,46%، ونفس الشيء بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 23,07%، وتوصلنا إلى أن أدنى نسبة بالنسبة لأتباع الديانتين تخص المنشورات العلمية.

نستخلص من خلال هذه البيانات بأن أفراد عينة الدراسة يعتمدون على المنشورات التي تخص الاقتباس من النصوص الدينية المقدسة (الإنجيل، القرآن...) أكثر من الأنواع الأخرى؛ لأن هذا النوع من الحوار يتطلب الاستشهاد بالنصوص الدينية التي تخص الديانتين حتى يتمكن أحد الطرفين من إقناع الآخر، ففي الحوار الديني يعتبر النص الديني من أقوى الحجج والبراهين، كما لفت انتباهنا أن استخدام أفراد عينة الدراسة لنتائج البحوث العلمية قليل جداً؛ ربما يعود هذا إلى نقص اطلاع مفردات العينة على هذا النوع من مصادر الحجج، وربما يعود إلى أن طبيعة الحوار بين أتباع الديانتين تتطلب اللجوء إلى النصوص المقدسة وأقوال رجال الدين والفيديوهاث والصور الدينية أكثر من الاعتماد على البحوث العلمية، ذلك أن الدين يخص الجانب الروحي أكثر من الجانب المادي. لكن على العموم نلاحظ تنوع في استعمال المنشورات الدينية داخل المجموعة ما يعكس أهمية المواضيع المطروحة للحوار ويعكس أيضاً الاهتمام الكبير من طرف أعضاء هذه المجموعة بالحوار.

الجدول رقم (54) يبين استعمال الحجج والبراهين في الحوار من عدمه

الاجابات		دائما		غالبا		أحيانا		نادرا		أبدا		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسب	النسب
من 16 إلى 20	ذكر	%01,53	02	%02,30	03	%0,76	01	%00	00	%03,07	04	%100	130
		%07,69	10	%21,63	28	%17,69	23	%0,76	01	%03,07	04		
		%04,61	06	%17,69	23	%07,69	10	%00	00	%04,61	06		
		%05,38	07	%0,76	01	%0,76	01	%00	00	%00	00		
من 21 إلى 35	ذكر	%18,46	24	%29,28	38	%16,15	21	%0,76	01	%06,15	08	%100	130
		%0,76	01	%13,07	17	%10,76	14	%00	00	%4,61	06		
من 36 إلى 50	أنثى	%18,46	24	%25,43	33	%22,30	29	%0,76	01	%8,46	11	%100	130
		%0,76	01	%16,92	22	%04,61	06	%00	00	%02,30	03		
من 51 فأكثر	الإسلام											%100	130
من 51 فأكثر	المسيحية											%100	130

يتبين من خلال الجدول رقم (54) الذي يبين استخدام أفراد عينة الدراسة داخل هذه المجموعة للحجج والبراهين من عدمه؛ بأن أعلى نسبة بالنسبة لعينة الدراسة والمقدرة بـ 42,33% قالت بأنها غالبا ما تستعمل الحجج والبراهين أثناء الحوار، تليها نسبة 26,92% قالت بأنها أحيانا ما تستعمل الحجج والبراهين، ثم نسبة 19,23% قالو بأنهم دائما ما يستعملون الحجج والبراهين داخل المجموعة، ثم نسبة 0,76% وهي نسبة قليلة جدا أجابت بنادرا، في حين وجدنا بأن نسبة 10,76% قالو بأنهم لا يستعملون الحجج والبراهين أثناء الحوار.

وبالنظر إلى متغير السن وجدنا بأن كل الفئات العمرية ما عدا الفئة العمرية من 51 سنة فأكثر سجلوا أعلى نسبة إجابة لهم بأنهم غالبا ما يستعملون الحجج أثناء الحوار، في حين سجلت الفئة العمرية من 51 سنة أعلى نسبة لها بالإجابة بنعم، ونلاحظ بأن نسبة من أجاب بنادرا كانت ضعيفة جدا والقدرة بـ 0,76% أي بتكرار شخص واحد من أفراد العينة.

وفي ما يخص متغير الجنس وجدنا بأن أعلى نسبة لفئة الذكور والمقدرة بـ 29,28% أجابت بأنها غالبا ما تستعمل الحجج، وكذلك نفس الشيء بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 13,07%، أما أضعف نسبة بالنسبة للذكور أجابت بنادرا والتي قدرت بـ 0,76%، في حين أضعف نسبة بالنسبة للإناث أجبن بدائما والتي قدرت بـ 0,76%.

يمكن تأويل دلالات هذه النسب إلى أن أغلب أفراد العينة التي تشارك في الحوار تستعمل الحجج والبراهين أثناء النقاش ونسبة قليلة جدا والمقدرة بشخص واحد قالت بنادرا، هذا أمر طبيعي لأن مثل هكذا حوار يتطلب حججا وبراهين من أجل إقناع الطرف الآخر أو نفي أو اثبات وجهة نظر معينة، ولأن من أسس الحوار الفعال هو استعمال الحجج والبراهين، كما يمكن نرجع هذا التبيان في استعمال الحجج أثناء الحوار إلى التباين في مستوى المعرفة الدينية حول المواضيع المعروضة للحوار، فكلما كان الطرف المحاور ملما بالموضوع وله إطلاع واسع كلما كان استعماله للحجج والبراهين أكثر والعكس. في حين وجدنا بأن نسبة 10,75% قالت بأنها لا تستعمل الحجج لأنها هذه النسبة لم تجرب الحوار بل تفضل متابعة الحوار داخل المجموعة فقط.

الجدول رقم (55) يبين مصادر الحجج والبراهين المستعملة في الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية

الاجابات		من الكتب الفكرية		الكتب السماوية		أقوال رجال الدين		أخرى	
المتغيرات		النسبة	التر	النسبة	التر	النسبة	التر	النسبة	التر
الدين	من 16 إلى 20	01	0,76%	06	4,61%	02	1,53%	00	00%
	من 21 إلى 35	02	1,53%	59	45,38%	42	32,30%	02	1,53%
	من 36 إلى 50	00	00%	38	29,23%	22	16,92%	01	0,76%
	من 51 فأكثر	03	2,30%	09	6,92%	07	5,38%	00	00%
الإنسان	ذكر	05	3,84%	82	63,07%	50	38,46%	02	1,53%
	أنثى	01	0,76%	30	23,07%	23	17,69%	01	0,76%
البيئة	الإسلام	06	4,61%	83	63,84%	57	43,84%	03	2,30%
	المسيحية	00	00%	29	22,30%	16	12,30%	00	00%

يكشف الجدول رقم (55) على أن أفراد عينة الدراسة داخل هذه المجموعة سجلت أعلى نسبة لها والمقدرة ب 86,15% في القول بأنها تفضل الاستعانة بالكتب السماوية كمصدر للاستدلال أثناء الحوار، تليها نسبة 56,15% قالت بأنها تستشهد بأقوال رجال الدين، ثم نسبة 4,61% قالت بأنها تستعين بالكتب الفكرية، وفي

الأخير نسبة 2,3% أجابت بأنها تستعين بمصادر أخرى بأخرى والمتمثلة في نتائج البحوث العلمية والاستدلال والتفسير الشخصي.

من حيث متغير السن لاحظنا بأن كل الفئات العمرية سجلت أعلى نسبة لها في القول بأن الكتب السماوية من إنجيل وقرآن هي أكثر المصادر استعمالاً من طرف أفراد عينة الدراسة، في حين تحتل نتائج البحوث العلمية والتفسير والتحليل الشخصي المرتبة الأخيرة من حيث مصادر الحجج، أما بالنسبة لمتغير الجنس وجدنا بأن فئة الذكور سجلوا أعلى نسبة والمقدرة ب 63,07% بالقول بأن الكتب السماوية هي أكثر المصادر استعمالاً ونفس الشيء بالنسبة للإناث بنسبة قدرت ب 23,07%.

وفي ما يخص متغير الديانة توصلنا إلى أن أعلى نسبة بالنسبة لأتباع الدين الإسلامي والتي قدرت ب 63,84% تقول بأن الكتب السماوية هي المصدر الرئيسي من حيث الاستعمال أثناء الحوار ونفس الشيء بالنسبة لأتباع الدين المسيحي بنسبة 22,30%.

تدل هذا النسب على أن المصادر الدينية من كتب سماوية وأقوال رجال الدين هي الأكثر المصادر تفضيلاً واستعمالاً أثناء الحوار بين أتباع الديانتين لأننا أمام حوار ذو طبيعة دينية يسعى كل طرف إلى إقناع الآخر بوجهة نظره وبالتالي فإن قوة الحجة التي يكون مصدرها النص الديني تكون أكثر اقناعاً من النصوص الفكرية أو نتائج البحوث العلمية، لذلك وجدنا بأن الكتب الفكرية ونتائج البحوث العلمية احتلت المرتبة الأخيرة من حيث التفضيل والاستعمال، وهذا ما لاحظناه أيضاً من خلال متابعتنا اليومية للمجموعة، في حين وجدنا عكس ما قالته أفراد العينة بخصوص الاعتماد على التفسير والتحليل الشخصي كمصدر من للحجج والتي قالت أفراد العينة بأنه يحتل المرتبة الأخيرة بنسبة لها، حيث وجدنا من خلال متابعتنا ومن خلال الاعتماد على تحليل المضمون بأن التفسير والتحليل والفهم الشخصي هو الأكثر استعمالاً في الحوار.

الجدول رقم (56) يبين تقييم الحجج والبراهين المستعملة في الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية

الإجابات		واضحة		واضحة أحيانا		غامضة أحيانا		غامضة		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسب	النسب
الدين	من 16 إلى 20	03	%02,30	01	%0,76	04	%03,07	02	%01,53	130	%100
	من 21 إلى 35	37	%28,57	14	%10,76	13	%10	02	%01,53		
	من 36 إلى 50	21	%16,15	15	%11,53	08	%06,15	01	%0,76		
	من 51 فأكثر	06	%04,61	01	%0,76	01	%0,76	01	%0,76		
الجنس	ذكر	53	%40,81	22	%16,92	15	%11,53	02	%01,53	130	%10
	أنثى	14	%10,76	09	%06,92	11	%08,46	04	%03,07		
الديانة	الإسلام	56	%43,11	15	%11,53	21	%16,15	06	%04,61	130	%100
	المسيحية	11	%08,46	16	%12,30	05	%03,84	00	%00		

يشير الجدول رقم (56) إلى أن حوالي نصف أفراد العينة قالوا بأن الحجج المعروضة أثناء الحوار داخل المجموعة بأنها واضحة بنسبة 51,55%، تلتها بنسبة 23,84% قالت بأن الحجج والبراهين واضحة أحيانا، ثم بنسبة 20% قالت بأنها غامضة أحيانا، في حين قالت بنسبة 4,61% بأنها غامضة.

نفس الشيء بالنسبة للفئات العمرية التي أجمعت أعلى نسبها على أن الحجج والبراهين المستعملة واضحة وسجلت اضعف نسبها في القول بأنها الحجج غامضة، وبالنسبة لمتغير الجنس سجلت أيضا فئة الذكور أعلى نسبة والمقدرة ب 40,81% بالقول بأن الحجج المستخدمة واضحة، ونفس الشيء بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 10,76%، وسجلت أضعف نسب الذكور والإناث في القول بأن الحجج غامضة، نفس ما وجدناه من قيم حول ارتفاع نسبة من قالوا بوضوح الحجج وضعف نسبة من قالوا بغموضها بالنسبة لمتغير الديانة.

تدفعنا هذه البيانات إلى القول بأنه على العموم الحجج بالنسبة كبيرة من طرف أفراد العينة واضحة وهذا شيء إيجابي يمكنه أن يطور الحوار بين أتباع الديانتين ويمكن أن يوصل إلى نتائج أقلها فهم ديانة الآخر وطريقة تفكيره واقصاها الوصول تفاهم وتعايش، في حين نلاحظ من قال بأن الحجج واضحة أحيانا وغامضة أحيانا ربما يرجع

هذا إلى اعتماد الطرف المحاور على لغة غير واضحة أو إطنابه في استعماله للحجج ما يمكن أن يشوش على من يتابع الحوار، وربما سوء تركيز المتابع و نقص اطلاعه هو سبب عدم فهمه بوضوح تام للحجج والبراهين، أما فيما يخص النسبة القليلة جدا التي قالت بأن الحجج غامضة ربما يرجع هذا إلى أن بعض المتابعين للحوار ليس لهم اطلاع ومعرفة بالنصوص الدينية للطرف المختلف عنهم دينيا، وربما ليس لهم اطلاع كافي حتى على مقدساتهم التي تخص دينهم هذا ما يجعل الحجج المستخدمة في الحوار غامضة تماما. لأنه من خلال استعمالنا للملاحظة بالمشاركة وأداة تحليل المضمون وجدنا بأن الحجج والبراهين المستعملة في الحوار واضحة في معظم الأوقات.

المطلب الثالث: حرية التفاعل داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية

سنحاول من خلال هذا العنصر أن نقيس حرية تفاعل الأعضاء داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية من خلال التركيز على مدة قبول المنشورات وتعرض الأعضاء لحذف التعليقات والحظر من عدمه، وتعرض الأعضاء لمحاولة المنع من الحوار من قبل أطراف الحوار...إلخ

الجدول رقم(57) يبين امكانية عرض المنشورات والتعليقات من طرف افراد العينة من عدمه داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية

المجموع		أحيانا		غالبا		دائما		الاجابات	
النسب	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%100	130	%0,76	01	%01,53	02	%05,38	07	من 16 إلى 20	السن
		%02,30	03	%23,07	30	%25,45	33	من 21 إلى 35	
		%0,76	01	%16,92	22	%16,92	22	من 36 إلى 50	
		%00	00	%03,07	04	%03,84	05	من 51 فأكثر	
%100	130	%01,53	02	%32,30	42	%36,96	48	ذكر	الجنس
		%02,30	03	%12,30	16	%14,61	19	أنثى	
%100	130	%03,07	04	%33,07	43	%39,27	51	الإسلام	الديانة
		%0,76	01	%11,53	15	%12,30	16	المسيحية	

يكشف الجدول رقم (57) إن كان متاح لعينة الدراسة معرض كل منشوراتهم وتعليقاتهم داخل المجموعة دون منع من المسؤولين والمشرفين على المجموعة، تبين بأن أكثر من نصف أفراد العينة الدراسة والمقدرة بـ 51,55% قالت بأنها دائما ما يسمح لها عرض منشوراتها، تلتها نسبة 44,61% قالت بأنه غالبا ما يتاح لها ذلك، في حين قالت نسبة 3,84% بأنه أحيانا يتاح لهم عرض منشوراتهم وتعليقاتهم.

نلاحظ من حيث متغير السن بأن كل الفئات العمرية (ماعدا الفئة العمرية من 36 إلى 50 سنة التي سجلت نسبتي عاليتين للإجابتين دائما وغالبا بنسبة 16,92% لكل منهما) سجلت أعلى نسبها عند الإجابة بدائما، في حين أن أضعف نسبها قالت بأنه أحيانا فقط ما يتم قبول عرض منشوراتهم أي أنهم يتعرضون للمنع بالشكل أكبر، ما عدا الفئة العمرية من 51 سنة فأكثر التي لم تسجل أي إجابة عند أحيانا.

وفي ما يخص متغير الجنس وجدنا بأن أعلى نسبة لفئة الذكور والمقدرة بـ 36,96% قالت بأنه دائما يسمح لها بعرض منشوراتهم، وكذلك نفس الشيء بالنسبة لفئة الإناث بنسبة 14,61%، كما سجلنا بأن أضعف النسب بالنسبة للجنسين أجابت بأحيانا، ما قلناه على متغير السن والجنس ينطبق على متغير الديانة إذ قالت أعلى نسب كلا أتباع الديانتين بأنه دوما يسمح لهم بالنشر، وسجلت أضعف نسبهما عند الإجابة بأحيانا.

نستنبط من خلال هذه النسب بأن المسؤولين والمشرفين على المشرفين يقومون بعدم السماح بعرض بعض منشورات وتعليقات أعضاء المجموعة، ولاحظنا بأن كلا أتباع الديانتين يتعرضون لهذا المنع أي حتى الأعضاء المسلمين، رغم أن كل المسؤولين والمشرفين عن المجموعة هم مسلمين ما يمكن أن يشير إلى تسجيل بعض من الموضوعية في التعامل مع كلا أتباع الديانتين من طرف مسؤولي المجموعة، لكن يجدر الإشارة إلى أن هذا المنع إذا كان مبرر ولأسباب تخدم الحوار يمكن أن نصنفه ضمن خانة الإيجابيات، لكن إذا كان تعسفا من أجل خدمة ديانة معينة على حساب دين آخر فهنا يمكن أن نصنفه في خانة السلبيات والتي لا تخدم الحوار الحر.

الجدول رقم(58) يبين أسباب عدم عرض بعض منشورات أفراد العينة من طرف مسؤولي

المجموعة الناطقة باللغة العربية

الإجابات		عرض منشورات غير دينية		مخالفة القوانين		تحيز مسؤولي المجموعة		لم أجرب النشر		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
نساء	من 16 إلى 20	%00	00	%3,84	05	%0,76	01	%03,07	04	%100	130
	من 21 إلى 35	%03,07	04	%34,68	45	%10	13	%03,07	04		
	من 36 إلى 50	%03,07	04	%16,92	22	%10	13	%04,61	06		
	من 51 فأكثر	%0,76	01	%6,15	08	%00	00	%00	00		
رجال	ذكر	%05,38	07	%43,88	57	%15,38	20	%06,15	08	%100	130
	أنثى	%01,53	02	%17,69	23	%05,38	07	%04,61	06		
الديانة	الإسلام	%05,38	07	%47,74	62	%14,61	19	%08,46	11	%100	130
	المسيحية	%01,53	02	%13,84	18	%06,15	08	%02,30	03		

يتضح من خلال الجدول رقم (58) بأن أفراد عينة الدراسة سجلت أعلى نسبة والتي بلغت 61,56% تقول فيها بأن من أسباب عدم عرض بعض منشوراتها يعود إلى مخالفتهم لقانون المجموعة، تليها نسبة 20,76% التي قالت بأن من أسباب عدم عرض منشوراتها يعود إلى تحيز المسؤولين وعدم موضوعيتهم ، ثم نسبة 6,92% فقالت بأن سبب عدم عرض منشوراتهم يعود إلى عرضهم لمنشورات غير دينية، أي لا تتعلق بالمواضيع التي تسعى المجموعة الى طرحها للنقاش والتي تخص الديانتين، في حين وجدنا بأن نسبة 10,76% لم تجرب النشر.

من حيث متغير السن ومتغير الديانة وجدنا بأن أعلى نسبة أشارت إلى أن من أسباب عدم النشر تعود إلى مخالفة القوانين، وحتى نسبة من قالوا بأن السبب هو عرضهم لمنشورات غير دينية يمكن أن نضيفه إلى خانة مخالفة قوانين المجموعة لأن المجموعة تهدف إلى إجراء حوار ديني محترم، لكن ما لفت انتباهنا هو أن ليس المسيحيين لوحدهم من قالو بنفس الأسباب وخاصة الأسباب التي تقول بتحيز المسؤولين وعدم موضوعيتهم، فحتى المسلمين قالوا بنفس الأسباب وينسب أكثر من المسيحيين؛ ما يدفعنا إلى القول بأن المسؤولين والمشرفين على المجموعة على رغم من أنهم

مسلمين إلا أنهم يقومون بمعاملة كلا اتباع الديانتين بنفس الأسلوب سواء كان أسلوب إيجابي عندما يكون سبب المنع هو مخالفة القوانين أو كان أسلوب سلبي عندما يكون سبب ذاتي غير موضوعي، في كلا الحالتين نلاحظ بأن المسؤولين عن المجموعة يمارسون الرقابة القبلية على المنشورات هذا ما يمكن أن يمنع أعضاء المجموعة التعبير الحر عن آرائهم.

الجدول رقم(59) يوضح المدة التي تستغرقها المنشورات كي تقبل للنشر داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية

الإجابات		ثواني		دقائق		ساعات		أيام		لم أجرب النشر		المجموع	
المتغيرات		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
ن	من 16 إلى 20	02	%01,53	03	%02,30	00	%00	01	%0,76	04	%03,07	130	%100
	من 21 إلى 35	22	%16,92	36	%27,80	03	02,30 %	01	%0,76	04	%03,07		
	من 36 إلى 50	15	%11,53	20	%15,38	03	02,30 %	01	%0,76	06	%04,61		
	من 51 فأكثر	02	%01,53	07	%05,38	00	%00	00	%00	00	%00		
ن	ذكر	28	%21,53	51	%39,29	03	02,30 %	02	%01,53	08	%06,15	130	%100
	أنثى	13	%10	15	%11,53	03	02,30 %	01	%0,76	06	%04,61		
الديانة	الإسلام	29	%22,36	52	%40	04	03,07 %	02	%01,53	11	%08,46	130	%100
	المسيحية	12	%09,23	14	%10,76	02	01,53 %	01	%0,76	03	%02,30		

يتضح من خلال الجدول رقم (59) بأن حوالي نصف عينة الدراسة وهي أعلى نسبة إجابة مسجلة والمقدرة ب 50,80% قالوا بأن منشوراتهم تستغرق مدة دقائق حتى تقبل للنشر، تلتها نسبة 31,53% قالوا بأن منشوراتهم تستغرق ثواني فقط، في أما نسبة 4,61% بأنها تستغرق ساعات، في حين قالت نسبة 2,3% بأنها تستغرق أيام، كما نلاحظ بأن نفس هذا الترتيب من حيث استغرق مدة النشر ينطبق على متغير الجنس والديانة، وسجلنا بأن كلا الديانتين والجنسين وصلت مدة قبول منشوراتهم الى عدة أيام.

هذه النسب المعروضة تحتل عدة قراءات وعدة تفسيرات، بما أننا لا حظنا بأنه على الرغم من أن المسؤولين والمشرفين على المجموعة مسلمين؛ إلا أننا سجلنا بأن حتى المسلمين من تصل مدة قبول منشوراتهم إلى عدة أيام، هذا يعني بأن مشكل طول مدة المنشورات في بعض الأحيان لا يرجع سببه إلى التمييز بين منشورات أتباع الديانتين أو التمييز بين الجنسين وإنما يرجع إلى أن عدد أعضاء المجموعة تجاوز 100 ألف عضو، يعني بأن المنشورات اليومية يكون عددها كبير جدا حتى ولو لم يكن كل أعضاء المجموعة نشطين؛ إلا أن العدد سيكون كبير في ظل وجدو حوالي أربعون مسؤول ومشرف وهو عدد قليل مقارنة بمجموعة يمثل هذا الحجم، بالإضافة إلى أن المسؤولين عن المجموعة يمارسون الرقابة القبلية على المنشورات هذا سيستغرق في بعض الأحيان ومع بعض المنشورات وقت طويل، كما أن كثرة المنشورات قد تؤدي إلى نسيان المسؤولين قبول بعض المنشورات، بالإضافة إلى أن المسؤولين لا يكونون متصلين دائما بالمجموعة ما يعطي احتمال طول مدة قبول بعض المنشورات، بالإضافة إلى أن بعض المسؤولين والمشرفين قد يتحيزوا لموضوع معين دون الآخر.

إذا هناك عدة احتمالات تفسر طول مدة قبول بعض المنشورات، إلا أننا يمكن القول من خلال هذه النسب بأن أغلبية عينة الدراسة مدة قبولها تتراوح ما بين ثواني إلى دقائق، ما يدفعنا إلى القول بأن المسؤولين والمشرفين نشطين داخل المجموعة ويراقبون طلبات النشر رغم كبر حجم المجموعة؛ ما يعكس الاهتمام الكبير لأعضاء هذه المجموعة بهذا النوع من الحوار، من جهة أخرى يمكن القول أيضا بأن المسؤولين والمشرفين يقومون بعملية الرقابة وغربة المواضيع.

الجدول رقم(60) يوضح إن سبق حذف منشورات أو تعليقات أحد الأعضاء داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية:

الاجابات		غالباً		أحياناً		نادراً		أبداً		لم أجرب النشر		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
السن	من 16 إلى 20	00	00	%00	01	%0,76	01	%0,76	04	%03,07	04	100 %	130
	من 21 إلى 35	00	00	%00	06	%04,61	11	%08,46	44	%33,92	04		
	من 36 إلى 50	01	06	%0,76	06	%04,61	12	%09,23	21	%16,15	6		
	من 51 فأكثر	00	00	%00	00	%00	00	%00	09	%06,92	00		
الجنس	ذكر	01	11	%0,76	15	%08,46	15	%11,53	57	%43,89	08	100 %	130
	أنثى	00	02	%00	09	%01,53	09	%06,92	21	%16,15	06		
الديانة	الإسلام	00	09	%00	17	%06,92	17	%13,07	60	%46,20	11	100 %	130
	المسيحية	01	04	%0,76	07	%03,07	07	%05,38	18	%13,84	03		

يشير الجدول رقم (60) إلى أن أعلى نسبة لأفراد العينة والمقدرة ب 60% قالت بأنه لم يسبق وأن تم حذف منشوراتها من طرف مسؤولي أو مشرفي المجموعة، تليها نسبة 18,48% قالت بأنها نادراً ما تتعرض منشوراتهم للحذف، ثم نسبة 10% أجابت بأحياناً، في حين قالت نسبة 0,76% بمعدل تكراري واحد بأنه غالباً ما يتم حذف منشوراته، أما نسبة 10,76% قالت بأنه لم يسبق لها وأن جربت النشر.

نلاحظ من حيث متغير السن بأن كل الفئات العمرية سجلت أعلى نسبها عند الاجابة بأبداً، في حين سجلت الفئة العمرية من 36 إلى 50 سنة لوحدها إجابة واحدة تقول بأنه غالباً ما يتم حذف منشوراتها، لفت انتباهنا بأن الفئة العمرية الوحيدة التي أشارت إلى إجابة غالباً هو جنس ذكر وينتمي إلى الديانة المسيحية.

خلصنا من خلال هذه البيانات إلى أن عينة الدراسة قلما تتعرض للعملية حذف المنشورات من طرف المسؤولين والمشرفين على المجموعة ما يعكس احترام حرية التعبير داخل المجموعة إلى حد بعيد من طرف مسؤولي ومشرفي

المجموعة، لاحظنا بأن الإجابة الوحيدة التي قالت بأنه غالبا ما يتم حذف منشوراته بأنه عضو مسيحي ربما يكون السبب هو عدم احترامه لقوانين المجموعة، لأننا لاحظنا من خلال متابعتنا للمجموعة بأن هناك الكثير من المسيحيين والمسلمين يقومون بتجاوز قوانين الحوار المحترم رغم تنبيه المسؤولين. من جهة أخرى يمكن القول بأن مقص الرقابة مفعول وآلة غريبة المنشورات مشغلة من طرف المسؤولين والمشرفين على المجموعة.

الجدول رقم(61) يبين طريقة تصرف مسؤولي المجموعة مع من يخالف القوانين داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية

الاجابات		يحدرونك		يحدفون منشورك		يحدفونك من المجموعة		المجموعة	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
السن	من 16 إلى 20	09	06,92%	01	07,76%	00	00%	130	100%
	من 21 إلى 35	51	39,28%	12	09,23%	04	03,07%		
	من 36 إلى 50	32	24,61%	09	06,92%	04	03,07%		
	من 51 فأكثر	07	05,38%	01	07,76%	00	00%		
الجنس	ذكر	66	50,79%	18	13,84%	08	06,15%	130	100%
	أنثى	32	24,61%	06	04,61%	00	00%		
الديانة	الإسلام	73	56,17%	17	13,07%	08	06,15%	130	100%
	المسيحية	25	19,23%	07	05,38%	00	00%		

تبين من خلال الجدول رقم (61) بأن أعلى نسبة إجابة والمقدرة ب 75,39% قالوا بأنه عند مخالفتهم لقوانين المجموعة يقوم المسؤولون والمشرفون على المجموعة بتحذيرهم، تليها نسبة 18,46% قالت بأنه عند مخالفتهم للقوانين يقوم المسؤولون على المجموعة بحذف منشوراتهم مباشرة دون تحذيرهم، في حين قالت نسبة 6,15% بأنه عند مخالفتهم للقوانين يقوم المسؤولون بحظرهم.

نلاحظ بأن كل الفئات العمرية تشير أعلى نسبهم إلى أن المسؤولين يقومون بتحذيرهم عند مخالفتهم للقوانين، لكن لفت انتباهنا بأن فئة الإناث حسب عينة الدراسة لم يسبق لها وأن تعرضت للحظر، وأيضا نفس الشيء بالنسبة للمسيحيين لم يتم تسجيل أي حالة حظر.

يمكن القول بأن أغلب سلوكيات المسؤولين والمشرفين على المجموعة توحى بنوع من الجدية والموضوعية في التعامل مع أعضاء المجموعة، كما نلمس نوع من الصرامة لأن نسبة الحظر مست فقط المسلمين؛ أي أنهم تصرفوا بكل حزم عند مخالفتهم للقوانين بعض النظر عن نوع دينهم، وهذا له شق إيجابي ويبقى شقه السلبي أنه كان عليهم تحذيرهم على الأقل قبل حظرهم.

لكن على العموم يبدو بأن هناك نية من طرف المسؤولين والمشرفين السهر على توفير جو ملائم للحوار المحترم داخل المجموعة، ولكن في نفس الوقت تؤكد هذه النسب على أن مقص الرقابة البعدية حاصر بقوة.

الجدول رقم(62) يبين تعرض عينة الدراسة للحظر من عدمه داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية

الاجابات		نعم		لا		المجموع	
المتغيرات		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
السن	من 16 إلى 20	01	%0,76	09	%06,92	130	%100
	من 21 إلى 35	06	%04,61	60	%46,18		
	من 36 إلى 50	07	%05,38	38	%29,23		
	من 51 فأكثر	00	%00	09	%06,92		
الجنس	ذكر	13	%10	79	%60,78	130	%100
	أنثى	01	%0,76	37	%28,46		
الديانة	الإسلام	11	%08,4	87	%66,94	130	%100
	المسيحية	03	%02,30	29	%22,30		

يكشف الجدول رقم(62) على أن أغلبية افراد عينة الدراسة والمقدرة ب 89,24% قالت بأنها أبدا لم تتعرض للحظر، في حين قالت نسبة 10,76% بأنه سبق لها وأن تعرضت للحظر من طرف المسؤولين والمشرفين على المجموعة، ومن حيث متغير السن لاحظنا بأن الفئة العمرية التي لم تسجل أي تعرض للحظر هي من 51 سنة فأكثر، أما من حيث متغير الجنس لاحظنا بأن الإناث سجلت حالة واحدة تعرضت للحظر وهي نسبة قليلة جدا مقارنة بفئة الذكور، أما في ما يخص متغير الديانة وجدنا بأن المسلمين هم الأكثر تعرضا للحظر من المسيحيين.

يمكن تقديم قراءة لهذه النسب مفادها أن الحظر هو آلية من آليات الحفاظ على الحوار المحترم اذا استعملت في جانبها الإيجابي، ويمكن أن يكون آلية من آليات قمع حرية الرأي إذا استعملت في جانبها السلبي، ولقد شد انتباهنا بأن الفئة العمرية من 51 سنة فأكثر لم تتعرض للحظر ربما يرجع هذا إلى أنه في الحالات الطبيعية يتميز الإنسان في هذه المرحلة بالرزانة ويكون أكثر عقلانية وأكثر تجربة مقارنة بسن الشباب الذي يتميز سلوكهم في كثير من الأحيان بالاندفاعية والتحكم العاطفي، كما لاحظنا أيضا بأن تسجيل حالة واحدة فقط من الإناث تعرضت للحظر هي قليلة جدا إذا قارناها بنسبة الذكور، ربما يرجع هذا إلى أن الإناث الأقل استخداما للسب والشتيم من الذكور، وهذا ما وقفنا عنده بالفعل من خلال متابعتنا للعديد من الحوارات داخل هذه المجموعة حيث توصلنا إلى أن أغلبية من يلجؤون إلى السب والشتيم هم من فئة الذكور.

الجدول رقم(63) يبين تعرض عينة الدراسة للمنع من الحوار من عدمه من طرف أحد أعضاء المجموعة الناطقة باللغة العربية

الاجابات		نعم		لا		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
السن	من 16 إلى 20	0,76%	01	06,92%	09	100%	130
	من 21 إلى 35	06,15%	08	44,64%	58		
	من 36 إلى 50	06,92%	09	27,69%	36		
	من 51 فأكثر	00%	00	06,92%	09		
الجنس	ذكر	13,07%	17	57,71%	75	100%	130
	أنثى	0,76%	01	28,46%	37		
الديانة	الإسلام	10,76%	14	64,64%	84	100%	130
	المسيحية	03,07%	04	21,53%	28		

يشير الجدول رقم (63) إلى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة والمقدرة بـ 86,16% قالت بأنه لم يسبق لها وأن تعرضت لحالة منع من الحوار من طرف أحد الأعضاء المتحاورين، في حين قالت نسبة 13,84% بأنها تعرضت لحالات منع من الحوار وتشويش من طرف بعض أعضاء المجموعة أثناء إجرائهم للحوار، وبالرجوع إلى متغير السن وجدنا بأن فئة من 51 سنة فأكثر هي الفئة العمرية الوحيدة التي لم تتعرض أبداً لحالات منع، أما من حيث متغير الجنس والديانة ورغم اختلاف النسب إلا أنه تم تسجيل حالات منع.

من خلال هذه النسب يمكن القول بأن هناك بعض الأعضاء من يستعين بقوة الحوار من حجة وفن استماع لإقناع الآخر، بينما هناك البعض منهم من يلجأ إلى محاولة التشويش على الطرف المحاور ومنعه بجميع الأساليب من اتمام فكرته أو جهة نظره؛ ولو اضطر إلى استعمال السب والشتم والسخرية وغيرها كي يقطع الحوار، وهذا بطبيعة الحال يقف في طريق الحوار المحترم والحر، كما يمكن القول بأن هذا النوع من التصرفات يتطلب تدخل المسؤولين والمشرفون لتنظيم الحوار وممارسة سلطتهم بكل موضوعية وانصاف ما دام أن الهدف الأساسي لهذه المجموعة هو التأسيس لحوار مسيحي اسلامي محترم.

المطلب الرابع: طبيعة ثقافة الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية

سنسعى من خلال هذا العنصر إلى محاولة التعرف على مسار ثقافة الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية؛ من خلال تقييم الأعضاء لتجربة الحوار التي خاضوها داخل المجموعة، وبالتالي معرفة مدى التزام أعضاء هذه المجموعة بالحوار المحترم.

الجدول رقم(64) يوضح ان كانت عينة الدراسة قد جربت الحوار من عدمه داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية

المجموع		لا		نعم		الإجابات	
النسب	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%100	130	%03,07	04	%04,61	06	من 16 إلى 20	السن
		%03,07	04	%47,72	62	من 21 إلى 35	
		%04,61	06	%30	39	من 36 إلى 50	
		%00	00	%06,92	09	من 51 فأكثر	
%100	130	%06,15	08	%64,63	84	ذكر	الجنس
		%04,61	06	%24,61	32	أنثى	
%100	130	%08,46	11	%66,94	87	الإسلام	الديانة
		%02,30	03	%22,30	29	المسيحية	

يظهر من خلال الجدول رقم (64) بأن أغلبية الساحقة لعينة الدراسة قامت بتجربة خوض الحوار داخل هذه المجموعة والمقدرة بنسبة 89,24%، في حين قالت نسبة 10,76% بأنه لم يسبق لها وأن جربت الحوار مع الآخر أي أنها تكتفي بمتابعة الحوار فقط.

ومن حيث متغير السن لاحظنا بأن الفئة العمرية من 51 سنة فما فوق هي الفئة الوحيدة التي جربت جميع مفرداتها الحوار، عكس متغير الجنس والديانة وعلى اختلاف نسبهم سجلنا منهم من قال بأنه لم يجرب الحوار.

تحيلنا هذه النسب إلى القول بأن الفئة التي لم تجرب الحوار ربما يعود ذلك إلى عدم وجود كفاءة معرفية تمكنهم من خوض الحوار، وربما يعود ذلك إلى أنهم من النوع الفضولي والذي يحب المتابعة فقط دون التعبير عن وجهة نظره، لكن يجدر الإشارة إلى أن فعل المتابعة ليس دائما سلبي يمكن أن نعتبره سلوك ايجابي لأنه يمكن أن يغير من نظرتهم وقناعاته اتجاه الآخر، ويمكن أن يزوده بمعارف عن الآخر لم يكن يعرفها، كما أن عدم تشويشه على الحوار هو في حد ذاته سلوك ايجابي، بالإضافة إلى أن حتى الانصات هو فن لا يتقنه الجميع، وفيما يخص الفئة العمرية من 51 سنة فأكثر التي جربت جميع مفرداتها الحوار يمكن أن نرجعه إلى أن هذه الفئة ناضجة عقليا فكريا وانضمامها لهذه النوع من المجموعات من المؤكد بأنه بدافع المشاركة في الحوار ومن أجل عرض وجهات نظرهم.

الجدول رقم(65) يوضح عدد المرات التي خاضت فيها عينة الدراسة تجربة الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية

الإجابات		مرة		مرتين		ثلاث مرات		أكثر من ثلاث مرات		لم أجرب النشر		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
السن	من 16 إلى 20	02	1,53%	00	00%	00	00%	04	3,07%	04	3,07%	130	100%
	من 21 إلى 35	02	1,53%	02	1,53%	04	3,07%	54	41,64%	04	3,07%		
	من 36 إلى 50	02	1,53%	04	3,07%	01	0,76%	32	24,61%	06	4,61%		
	من 51 فأكثر	00	00%	00	00%	02	1,53%	07	5,38%	00	00%		
الجنس	ذكر	05	3,84%	05	3,84%	07	5,38%	67	51,59%	08	6,15%	130	100%
	أنثى	01	0,76%	01	0,76%	00	00%	30	23,07%	06	4,61%		
الديانة	الإسلام	05	3,84%	04	3,07%	06	4,61%	72	55,44%	11	8,46%	130	100%
	المسيحية	01	0,76%	02	1,53%	01	0,76%	25	19,23%	03	2,3%		

يتضح من خلال الجدول رقم (65) بأن أغلبية عينة الدراسة والمقدرة ب 74,64% قالت بأنها خاضت تجربة الحوار لأكثر من ثلاث مرات، تلتها نسبة 5,38% قالت بأنها جربت الحوار ثلاث مرات فقط، كما سجلنا نسبتين متساويتين قالت الأولى بأنها جربت الحوار مرتين فقط وقالت الثانية بأنها جربت الحوار مرة واحدة فقط وقدرت نسبة كل واحدة منهما ب 4,61%، في حين قالت نسبة 10,76% بأنه لم يسبق لها وأن جربت خوض الحوار داخل هذه المجموعة.

ومن حيث متغير السن وجدنا بأن الفئة العمرية من 51 سنة فأكثر لم تسجل تجربة حوار أقل من ثلاث مرات، أما من حيث متغير الجنس فلاحظنا بأن نسبة مشاركة الإناث في الحوار فعالة والتي قدرت بنسبة 23,07% قالت بأنها شاركت في الحوار أكثر من ثلاث مرات، وبالنسبة لمتغير الديانة سجلنا بأن أعلى نسبة لأتباع الديانة المسيحية قالت بأنها جربت الحوار أكثر من ثلاث مرات.

نستنتج من خلال هذه النسب بأن هناك نسبة قليلة جدا من لم تجرب الحوار واكتفت بالمتابعة فقط، في حين وجدنا بأن أغلبية عينة الدراسة جربت الحوار ولو لمرة واحدة، في حين لا حظنا بأن معظم من جربوا الحوار جربوا لأكثر من ثلاث مرات وهذا يدل على اهتمام عينة الدراسة بالمواضيع المطروحة للنقاش، ويدل كذلك على أن هناك مساحة من الحرية لإجراء هذا النوع من الحوار داخل هذه المجموعة، لا حظنا كذلك الجدية والاهتمام الكبير من طرف الفئة العمرية من 51 سنة فأكثر والتي جربت الحوار من ثلاث مرات فأكثر هذا يدل أيضا على نشاطها وفعاليتها في خوض مبادرات الحوار داخل المجموعة، كما لاحظنا أيضا بأن الجنس الأنثوي اقتحم بقوة الحوار الديني داخل هذه المجموعة عكس ما كما نشاهده من عزوف واقصاء لهذه الفئة من الحوار بين الأديان الذي كان يقام في العالم الواقعي من خلال الندوات والمحاضرات وحتى اللقاءات الصحفية والاعلامية كانت في أغلبها تجرى مع الجنس الذكوري وتقدمه إلى الرأي العام كممثل لدين معين.

الجدول رقم(66) يوضح تقييم الحوار من طرف عينة الدراسة داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية

الإجابات		جيدة		حسنة		سيئة		لم أجرب		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التردد	النسبة	التردد	النسبة	التردد	النسبة	التردد	النسبة	التردد
السن	من 16 إلى 20	00	00	04	3,07%	02	1,53%	04	3,07%	130	100%
	من 21 إلى 35	05	3,84%	38	29,32%	19	14,61%	04	3,07%		
	من 36 إلى 50	01	0,76%	22	16,92%	16	12,3%	06	4,61%		
	من 51 فأكثر	01	0,76%	05	3,84%	03	2,5%	00	00%		
الجنس	ذكر	04	3,07%	47	36,19%	33	25,38%	08	6,15%	130	10%
	أنثى	03	2,3%	22	16,92%	07	5,38%	06	4,61%		
الديانة	الإسلام	03	2,3%	53	40,76%	31	23,89%	11	8,46%	130	100%
	المسيحية	04	3,07%	16	12,30%	09	6,92%	03	2,3%		

يكشف الجدول رقم(66) بأن أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة والمقدرة ب 53,10% قالت بأن درجة تقييمهم للحوار تدخل في خانة حسن، تلتها نسبة 30,76% قيمت الحوار على أنه سيئ، ثم نسبة 5,38% قالت أن مستوى الحوار جيد، في حين قالت نسبة 10,76% بأنها لم تجرب الحوار، نلاحظ بأنه من حيث متغير

السن بأن أعلى نسبة إجابة بالنسبة لكل الفئات العمرية قالت بأن مستوى الحوار حسن، ونفس أعلى نسب الإجابات بالنسبة لمتغير الجنس والديانة.

نلخص من خلال قراءة هذه النسب بأن مستوى الحوار الذي يجري داخل المجموعة يتراوح من الحسن إلى السيء بنسب متقاربة، وأن هناك فئة قليلة جدا من قالت بأنه جيد، هذا ما يدفعنا إلى القول بأن هذا النوع من الحوار ليس من السهل أن يكون ذو مستوى عالي من حيث الأسلوب المحترم لأن السن والمستوى المعرفي داخل هذه المجموعة مختلف، كما أنه ليس متاح للجميع أن يتقنوا أساليب الحوار الفعال؛ ففي العالم الواقعي كثيرا ما شاهدنا حوار بين ممثلي الديانتين متخصصين في علم الدين ومع ذلك سجلنا في كثير من الأحيان تحول الحوار إلى سب وشتم وتراشق بالكلمات المسيئة فما أدراك بغير المتخصصين، كما أن حتى عدد المشاركين يلعب دورا مهم، فحسب رأينا كلما كان الحوار ثنائي كان أحسن، وكلما زاد عن ذلك يمكن أن ينحرف نحو التراشق والاساءة، لكن على العموم يبدو بأن هذه النسب تدعو إلى التفاؤل من أنه ممكن بعد مرور الوقت أن يتحسن مستوى الحوار داخل هذه المجموعة.

الجدول رقم (67) يبين نوع النقاش الذي دار بين أعضاء المجموعة الناطقة باللغة العربية

الاجابات / المتغيرات		بأسلوب محترم		ساخر		عنيف		لم أجرب		المجموع	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
السن	من 16 إلى 20	%3,07	04	%0,76	01	%0,76	01	%3,07	04	%100	130
	من 21 إلى 35	%29,32	38	%15,38	20	%3,07	04	%3,07	04		
	من 36 إلى 50	%15,38	20	%12,3	16	%2,3	03	%4,61	06		
	من 51 فأكثر	%3,07	04	%3,84	05	%00	00	%00	00		
الجنس	ذكر	%33,11	43	%26,15	34	%5,38	07	%6,15	08	%10	130
	أنثى	%17,69	23	%6,15	08	%0,76	01	%4,61	06		
الديانة	الإسلام	%37,73	49	%23,84	31	%5,38	07	%8,46	11	%100	130
	المسيحية	%13,07	17	%8,46	11	%0,76	01	%2,3	03		

يشير الجدول رقم (67) إلى أن حوالي نصف عينة والمقدرة ب 50,76% الدراسة قالت بأن الحوار داخل المجموعة حوار محترم، تلتها نسبة 32,3% قالت بأن الحوار ساخر، ثم نسبة 6,15% قالت بأن الحوار عنيف،

في حين قالت نسبة 10,76% بأنها لم تجرب الحوار, نلاحظ بأن نفس الترتيب من حيث الاجابات ينطبق أيضا على كل الفئات العمرية وحتى متغير الجنس والديانة.

يمكننا القول بأنه الحوار داخل المجموعة يتباين بين الاحترام والسخرية رغم أن نسبة الاحترام أعلى، لكن مثل هذه المواضيع وجدنا بأنها غالبا ما تجعل المتحاورين يستعملون العاطفة أكثر من العقل، خاصة عند تشكيك أحد الطرفين في عقيدة الآخر، وليس من السهل التحكم في الذاتية في مثل هكذا قضايا إلا إذا كان المتحاوران يتمتعان بمستوى علمي عالي ودراية كافية بأخلاقيات الحوار وسنة الاختلاف الموجودة في الحياة، كما أن تستر الأعضاء خلف هويات مجهولة وعدم التواجد وجها لوجه أثناء الحوار يمكن أن يتيح للبعض بأن يسخروا ويعنفوا الطرف الآخر، وكما قلنا في تعليقنا على الجدول رقم (66) وجدنا في بعض الأحيان حتى الحوار الذي يدور بين المتخصصين من أهل الديانتين من قصصين ودعاة ينحرف عن الحوار المحترم ويحل مكانه الإساءة للآخر. لكن على العموم النسب المعروضة تبشر بأن هناك من أطراف الحوار من يتحلى بأسلوب محترم للحوار وهذه الثقافة يمكن أن تنتشر مستقبلا بين أعضاء هذه المجموعة

الجدول رقم(68) يبين مدى تحفيز منشورات أعضاء المجموعة الناطقة باللغة العربية على الحوار

الاجابات		غالبا		أحيانا		نادرا		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
من 16 إلى 20	ع	01	0,76%	05	3,84%	04	3,07%	100%	130
		07	5,38%	35	26,98%	24	18,46%		
		04	3,07%	23	17,69%	18	13,84%		
		00	00%	05	3,84%	04	3,07%		
من 21 إلى 35	ع	10	7,69%	43	33,09%	39	30%	10%	130
		02	1,53%	25	19,23%	11	8,46%		
من 36 إلى 50	ع	08	6,15%	52	40%	38	29,25%	100%	130
		04	3,07%	16	12,3%	12	9,23%		
من 51 فأكثر	ع								
ذكر	ع								
أنثى	ع								
الإسلام	ع								
المسيحية	ع								

يبين الجدول رقم (68) بأن أعلى نسبة إجابة بالنسبة لأفراد عينة الدراسة والمقدرة بـ 52,31% قالت بأنه أحيانا ما تحفز المنشورات أعضاء المجموعة على الدخول في حوار، تلتها نسبة 38,46% أجابت بنادرا، في حين قالت نسبة 9,23% بأنه غالبا ما تحفز المنشورات داخل المجموعة على الحوار.

نلاحظ من حيث متغير السن بأن أعلى نسب كل الفئات العمرية أجابت بأحيانا، كما لاحظنا بأن الفئة العمرية من 51 سنة فأكثر سجلت نسبة إجابة عند أحيانا ونادرا فقط ولم تسجل أي نسبة عند الإجابة غالبا، ومن حيث متغير الجنس والديانة وجدنا بأنه أيضا تم تسجيل أعلى نسبة إجابات بأحيانا.

تشير هذه النسب إلى أن هناك الكثير من المنشورات داخل المجموعة لا تحفز على الحوار فمن خلال معاينتنا لعدد كبير من منشورات المجموعة؛ وجدنا بأن هناك بعض المنشورات يكون هدفها السخرية من دين آخر، وأخرى بهدف الإفحام وإظهار بأن دين اجد الطرفين هو الدين الصحيح فقط، هذا ربما ما يدفع البعض إلى عدم المشاركة في الحوار لتجنب الإساءة، في حين تدفع البعض الآخر من الدخول في نقاش بهدف الرد على الإساءة، هنا يمكن أن يتحول الحوار إلى صراع وتعنيف لفظي.

الجدول رقم(69) يبين روح تقبل الآخر من عدمه داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية

الإجابات		غالبا		أحيانا		نادرا		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسب	التكرار
من 16 إلى 20	نسبة	00	00	5.38%	07	2,3%	03	100%	130
		2,3%	03	22,30%	29	26,21%	34		
		0,76%	01	17,69%	23	16,15%	21		
		00	00	4.61%	06	2,3%	03		
ذكر	نسبة	2,3%	03	36,15%	47	32,34%	42	10%	130
		0,76%	01	13,84%	18	14,61%	19		
أنثى	نسبة	2,3%	03	36,15%	47	36,95%	48	100%	130
		0,76%	01	13,84%	18	10%	13		
الإسلام	نسبة	2,3%	03	36,15%	47	36,95%	48	100%	130
		0,76%	01	13,84%	18	10%	13		
المسيحية	نسبة	2,3%	03	36,15%	47	36,95%	48	100%	130
		0,76%	01	13,84%	18	10%	13		

يظهر الجدول رقم (69) بأن نصف عينة الدراسة والمقدرة ب 50% قالوا بأنه أحيانا يلمسون روح تقبل الآخر أثناء الحوار داخل المجموعة، تلتها نسبة 46,93% قالوا بأنهم نادرا ما يلمسون ثقافة تقبل الآخر داخل المجموعة، في حين أجابت نسبة 3,07% بغالبا.

من حيث متغير السن وجدنا بأن أعلى نسب اجابة بالنسبة لعينة الدراسة تركزت في الإجابة بأحيانا، ولاحظنا بأن الفئة العمرية لم تسجل أي نسبة عند الإجابة غالبا، أما من حيث متغير الجنس والديانة وجدنا بأنه أيضا تجمعت أعلى نسب إجابتهن عند أحيانا، ولاحظنا بأن كلا أتباع الديانتين أجمعوا بالأغلبية بالإجابة بأحيانا ونادرا. يمكن أن نعلق بأن ثقافة تقبل الآخر ليست متاحة للجميع فهي تتطلب مستوى تعليمي عالي وتربية مجتمعية سليمة تبعد قدر الإمكان على التعصب والكراهية والإقصاء وتقرب كل الاقتراب بثقافة الاعتراف بالآخر أي بسنة الاختلاف الموجودة في الحياة وعلى جميع المستويات، لذا فنحن لا نستغرب أن تكون إجابة نسبة كبيرة جدا من عينة الدراسة تتوزع بين الإجابة بأحيانا ونادرا، لكن على العموم مدام أن عينة الدراسة تلمس روح وثقافة احترام الآخر عند البعض فهذا أمر يدعو إلى القول بأنه يمكن على المدى البعيد نشر هذه الثقافة لتشمل نسبة كبيرة من أعضاء هذه المجموعة.

الجدول رقم(70) يوضح إن سبق وتوصل أعضاء المجموعة إلى اجماع حول مسألة دينية داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية

الاجابات		نعم		لا		لم أجرب الحوار		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسب	التكرار
السن	من 16 إلى 20	00	00	06	4,61%	04	3,07%	100%	130
	من 21 إلى 35	06	4,61%	56	43,12%	04	3,07%		
	من 36 إلى 50	05	3,84%	34	26,15%	06	4,61%		
	من 51 فأكثر	00	00%	09	6,92%	00	00%		
الجنس	ذكر	08	6,15%	76	58,49%	08	6,15%	100%	130
	أنثى	03	2,3%	29	22,3%	06	4,61%		
الديانة	الإسلام	07	5,38%	80	61,56%	11	8,46%	100%	130
	المسيحية	04	3,07%	25	19,23%	03	2,3%		

نلاحظ من خلال الجدول رقم (70) بأن أغلبية عينة الدراسة والمقدرة بـ 80,78% أجابوا بأنهم لم يسبق لهم أن تواصلوا مع أحد أعضاء المجموعة إلى إجماع حول مسألة معينة من المسائل الدينية المطروحة للحوار، في حين قالت نسبة 8,46% بأنهم سبق لهم التوصل إلى إجماع وتفاهم حول مسألة دينية معينة، أما نسبة 10,76% فقالت بأنه لم يسبق لها تجربة الحوار.

من حيث متغير السن سجلنا بأن أعلى نسب اجابات تركزت عند عدم التوصل إلى إجماع، كما لاحظنا بأن الفئة العمرية من 51 سنة فأكثر لم تسجل أي نسبة عند الإجابة بنعم عكس الفئات الأخرى، ربما يرجع هذا إلى أن هذه الفئة من الصعب تغيير قناعات كبروا عليها لذلك نجدهم متعصبين لأفكارهم، أما من حيث متغير الجنس والديانة سجلنا أيضا بأن أعلى نسب الإجابة تركزت عند عدم الإجماع، إلا أننا لاحظنا بأن كلا الجنسين سبق لأحد أفرادها وأن توصلت إلى إجماع كذلك بالنسبة للمسيحيين والمسلمين سجلوا حالات إجماع ولو على قلتها.

من خلال متابعتنا للعديد من ندوات ومؤتمرات الحوار واللقاءات التلفزيونية وحتى الأكاديمية بين ممثلي الديانتين من المتخصصين وغيرهم نادرا ما شهدنا حالات تفاهم حول مسألة من المسائل الدينية، وحتى إن كانت يمكن القول بأن تلك النقاط المتفاهم عليها ليست كفيلة بالتقريب من الديانتين، فما بالك على مواقع التواصل الاجتماعي التي يوجد بداخلها المتخصص وغير المتخصص ومستويات علمية متباينة ومختلفة، لكن رغم هذا يمكن القول بأن تسجيل نسبة إجماع وتفاهم ولو كانت قليلة بين أعضاء هذه المجموعة هو شيء إيجابي يدعو إلى التفاؤل، وربما ستعمم هذه الثقافة على المدى البعيد داخل هذه المجموعة، وحتى ولو فرضنا بأن هذه الثقافة بقيت محصورة عند فئة قليلة على الأقل هناك حوار مفتوح بين أتباع الديانتين وهذا في حد ذاته إنجاز بالنظر إلى الصراع الذي كان سائد في الحقب الزمنية الماضية.

الجدول رقم(71) يوضح إن كان ما يعرض من طرف الأعضاء يعمق الحوار أو يقطعه أو يدفع إلى الصراع داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية

الاجابات		يعمق		يقطع الحوار		يدفع إلى الصراع		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسب	التكرار
السن	من 16 إلى 20	%5,38	07	%2,3	03	%00	00	%100	130
	من 21 إلى 35	%22,36	29	%18,46	24	%10,76	14		
	من 36 إلى 50	%16,92	22	%10	13	%6,92	09		
	من 51 فأكثر	%4,61	06	%1,53	02	%0,76	01		
الجنس	ذكر	%36,96	48	%21,53	28	%11,53	15	%100	130
	أنثى	%12,3	16	%10,76	14	%6,92	09		
الديانة	الإسلام	%36,96	48	%25,37	33	%12,3	16	%100	130
	المسيحية	%12,3	16	%6,92	09	%6,15	08		

يشير الجدول رقم (71) إلى أعلى نسبة إجابات والمقدرة ب %49,24 قالوا بأن ما يعرض من طرف أعضاء المجموعة يعمق الحوار بين أتباع الديانتين، تلتها نسبة %32,3 قالوا بأنه ما يعرض من طرف أعضاء المجموعة يقطع الحوار، في حين قالت نسبة %18,46 بأن ما يعرض داخل المجموعة من منشورات يدفع إلى الصراع بين أتباع الديانتين.

ومن حيث متغير السن وجدنا بأن أعلى نسب اجابات تركزت عند إجابة أن ما يعرض يعمق الحوار، كما لا حظنا بأن الفئة العمرية من 16 الى 20 سنة لم تسجل أي نسبة تقول فيها أن ما يعرض يدفع الى الصراع، أما من حيث متغير الجنس والسن لاحظنا نفس تركيز أعلى النسب عند تعميق الحوار حسب رأي كلا الجنسين وكلا أتباع الديانتين.

يمكن القول بأن بعض المنشورات تهدف إلى تدعيم الصراع وتزيد من الشحنة خاصة إذا سمح المسؤولين على المجموعة بذلك سواء كان عن قصد أو دون قصد، لذلك فإن مراقبة حوار من المسؤولين أمر ايجابي إذا كان هدفه دعم الحوار المحترم، لكن ليس بإمكان المسؤولين مراقبة جميع ما يدون من حوار حول المنشورات المعروضة للحوار، هذا إذا فرضنا بأن المسؤولين والمشرفين لا يشاركون هم في مساندة مثل هكذا سلوكات سلبية، لكن على العموم

سجلنا من خلال نسب هذا الجدول بأن أعلى نسبة إجابات كانت تقول بأن ما يعرض يعمق الحوار؛ وهذا أمر إيجابي يدفعنا إلى إبداء نظرة استشرافية بإمكانية تطور الحوار المحترم بين المسيحيين والمسلمين عبر مجموعات الفايبيوك في المستقبل نحو الأفضل.

الجدول رقم (72) يبين ما يلمسه أعضاء المجموعة الناطقة باللغة العربية من الحوار الذي يجري بينهم أثناء الحوار

الاجابات		عدم وجود احترام متبادل		هناك البعض فقك من يحترم		هناك البعض فقط من لا يحترم		المجموعة	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
السن	من 16 إلى 20	00	00	%3,84	05	%3,84	05	%100	130
	من 21 إلى 35	13	10	%23,13	30	%17,69	23		
	من 36 إلى 50	10	7,69	%15,38	20	%11,53	15		
	من 51 فأكثر	01	0,76	%1,53	02	%4,61	06		
الجنس	ذكر	15	11,53	%29,25	38	%30	39	%100	130
	أنثى	09	6,92	%14,61	19	%7,69	10		
الديانة	الإسلام	16	12,3	%32,34	42	%30,76	40	%100	130
	المسيحية	08	6,15	%11,53	15	%6,92	09		

يكشف الجدول رقم (72) على أن أعلى نسبة إجابة لعينة الدراسة والمقدرة بـ 43,85% بأنهم من خلال متابعتهم للحوار الذي يدور داخل المجموعة وجدوا أن هناك البعض فقط من يحترم الآخر أثناء الحوار، تلتها نسبة 37,69% قالوا بأن هناك البعض فقط من لا يحترم الآخر، في حين قالت نسبة 18,46% بعدم وجود احترام متبادل بين أطراف الحوار داخل المجموعة.

ومن حيث متغير السن وجدنا بأن الفئتين العمريتين من 21 إلى 35 سنة ومن 36 إلى 50 سنة تتركز أعلى نسبها عند الإجابة هناك البعض فقط من يحترم الآخر، أما الفئة العمرية من 16 إلى 20 سنة وجدنا بأنها سجلت نسبتين عاليتين ومتساويتين لكل من الإجابة بأن هناك البعض فقط من يحترم الآخر، وهناك البعض فقط من لا يحترم الآخر، ولم تسجل نفس هذه الفئة أي نسبة عند الإجابة التي تنفي وجود أي احترام أثناء الحوار، في حين

وجدنا بأن الفئة العمرية من 51 سنة فأكثر سجلت أعلى نسبة لها بالقول أن هناك البعض فقط من لا يحترم الآخر.

أما بالنسبة لمتغير الجنس والديانة وجدنا بأن كلا الجنسين والديانتين سجلوا أعلى نسبهم عند الاجابة بأن هناك البعض فقط من يحترم الآخر.

تدل هذه النسب على أن هناك البعض من أعضاء المجموعة من يتحلى بثقافة الحوار التي تتخذ من الاحترام أسلوبا لها، وهناك البعض من لا يحترم الآخر وليس له أدنى ثقافة للحوار ويمكن أنه ينضم لمجموعة ليس بهدف الحوار وإنما بهدف إبراز تطرفه وكرهه للآخر، كما أن هذا النوع من مواقع التواصل الاجتماعي يضم بداخله مختلف العقليات والذهنيات والمستويات ويتيح للجميع فرصة التواصل بمجرد إنشاء حساب سواء كان حقيقي أو وهمي الانضمام إلى أي مجموعة أو صفحة ما يعطي احتمالية أكبر بوجود من يتقن لغة الحوار المحترم والعكس.

الجدول رقم(73) يوضح إن سبق وتعرض أحد أعضاء المجموعة الناطقة باللغة العربية إلى السب والشتم

الاجابات		نعم		لا		لم أجرب الحوار		المجموع	
المتغيرات		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
السن	من 16 إلى 20	01	%0,76	05	%3,84	04	%3,07	130	%100
	من 21 إلى 35	24	%18,46	38	%29,29	04	%3,07		
	من 36 إلى 50	09	%6,92	30	%23,07	06	%4,61		
	من 51 فأكثر	03	%2,3	06	%4,61	00	%00		
الجنس	ذكر	29	%22,3	55	%42,33	08	%6,15	130	%100
	أنثى	08	%6,15	24	%18,46	06	%4,61		
الديانة	الإسلام	30	%23,07	57	%43,87	11	%8,46	130	%100
	المسيحية	07	%5,38	22	%16,92	03	%2,3		

يظهر من خلال الجدول رقم (73) بأن ثلثي أفراد عينة الدراسة والمقدرة ب 60,78% قالوا بأنه لم يسبق لهم وأن تعرضوا للسب والشتم أثناء الحوار مع الطرف الآخر، بينما قال حوالي ثلث أفراد العينة والمقدرة ب 28,46% بأنه سبق لهم وأن تعرضوا للسب والشتم أثناء إجراء الحوار مع الطرف الآخر، في حين قالت نسبة 10,76% بأنها لم تجرب الحوار.

وبالنسبة لمتغير السن وجدنا بأن كل الفئات العمرية سجلت أعلى نسبها بالقول بأنها لم تتعرض للسب أو الشتم، أما من حيث متغير الجنس فوجدنا بأن أعلى نسب إجابة كانت بعدم تعرضهم للسب كما لا حظنا أن حتى الإناث سبق لهم التعرض للسب والشتم، نفس الشيء بالنسبة لمتغير الديانة حيث صرح البعض من كلا أصحاب الديانتين بتعرضهم للسب والشتم، هذا يدل على أن من قام بفعل الإساءة ينحدر من كلا الديانتين المسيحية والإسلام.

يمكن تأويل هذه النسب إلى أن حساسية المواضيع الدينية لأنها تمس مباشرة بالهوية الدينية للأشخاص والجماعات، بالإضافة إلى اختلاف والتباين في المعرفة الدينية، بالإضافة إلى خصوصية مواقع التواصل الاجتماعي، جعلنا نتوقع بأن يكون هناك انفعال قد يحتدم إلى أن يتحول الحوار إلى سب وشتم في بعض الأحيان، وهذا فعلاً ما لمسناه من خلال هذه البيانات على الرغم من أن حوالي ثلثي عينة الدراسة قالوا بأنهم لم يتعرضوا إلى السب والشتم أثناء إجراء الحوار، إلا أننا وجدنا نسبة معتبرة تقدر بحوالي الثالث قد تعرضت لمثل هذا الموقف السلبي، هنا يظهر تقصير المسؤولين والمشرفين على المجموعة في متابعة الحوار وتنظيمه لأن بعض المسؤولين والمشرفين يرون بأن دوره ينتهي عند مراقبته القبلية للمنشورات المعروضة للحوار ولا يخصص وقت لمتابعة الحوار داخل المجموعة قد يكون هذا أمر صعب لكنه ممكن بالآليات التي تتيحها مجموعات الفيسبوك من إشعارات وتبليغات وغيرها.

الجدول رقم(74) يبين مكان المفضل لأعضاء المجموعة الناطقة باللغة العربية لإجراء الحوار

الإجابات		العالم الواقعي		الفايسبوك		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
السن	من 16 إلى 20	%1,53	02	%6,15	08	%100	130
	من 21 إلى 35	%7,69	10	%43,11	56		
	من 36 إلى 50	%9,23	12	%25,38	33		
	من 51 فأكثر	%1,53	02	%5,38	07		
الجنس	ذكر	%13,84	18	%56,94	74	%100	130
	أنثى	%6,15	08	%23,07	30		
الديانة	الإسلام	%15,39	20	%60	78	%100	130
	المسيحية	%4,61	06	%20	26		

يتضح من خلال الجدول رقم (74) بأن أغلبية عينة الدراسة والمقدر ب 80% قالوا بأنهم يفضلون الفاييسوك لإجراء الحوار مع أتباع الديانات الأخرى، في حين قالت نسبة 20% بأنها تفضل العالم الواقعي لإجراء مثل هكذا حوار.

ومن حيث متغير السن وجدنا بأن أعلى نسب إجابات لكل الفئات العمرية قالت بأنها تفضل موقع الفاييسوك وكذلك نفس شيء بالنسبة لكلا الجنسين وكلا معتنقي الديانتين حيث أنهم سجلوا أعلى نسب إجابات في القول بأن الفاييسوك هو المكان المناسب لإجراء حوار بين الديانتين.

نلاحظ بأنه حتى كبار السن في عينة الدراسة استحسنوا أغليتهم الحوار داخل الفاييسوك على الحوار في الواقع، هذا ما يحيلنا إلى الأهمية الكبيرة التي أصبحت تحتلها مواقع التواصل عامة وموقع الفاييسوك خاصة، وسنتعرف على أسباب تفضيل الفاييسوك بالنسبة لعينة الدراسة في الجدول الموالي رقم(75).

الجدول رقم (75) يوضح أسباب تفضيل أعضاء المجموعة الناطقة باللغة العربية للحوار عبر

موقع الفايسبوك

النسب	التكرارات	التكرارات والنسب	الإجابات
%38,46	40		سهولة وسرعة التواصل
%30,81	32		التفاعلية وتعدد الوسائط
%2,88	03		متاح للجميع ومجاني
%11,53	12		وسيلة فعالة لنشر الأديان
%3,84	04		يتيح الوقت للتفكير والبحث عن المعلومة قبل الإجابة على المحاور
%01,92	02		يحافظ على سرية الهوية (الخصوصية)
%01,92	02		يتيح إمكانية تغيير قنوات الآخرين
%02,88	03		يتيح إمكانية متابعة الحوار دون المشاركة فيه
%03,84	04		أشعر بالراحة أكثر من العالم الواقعي
%01,92	02		أفضل التواصل على الفايسبوك لأنني أصم
%100	104		المجموع

يكشف الجدول رقم (75) عن أسباب تفضيل أفراد عينة الدراسة للحوار عبر منصة الفايسبوك، سنعرض الأسباب من أعلى نسبة إلى الأقل نسبة، وجدنا بأن سهولة وسرعة التواصل التي تتيحها مجموعات الفايسبوك هي من أبرز الأسباب التي دفعت بعض من عينة الدراسة إلى تفضيلة حيث وصلت نسبة من أجابوا بهذا إلى 38,46%، تلتها نسبة 30,81% قالت بأن التفاعلية وتعدد الوسائط من كتابة وفيديو وإدراج الصور والرموز التعبيرية والروابط وغيرها هي من أسباب تفضيلهم للحوار داخل مجموعات الفايسبوك، ثم نسبة 11,53% رأت في الفايسبوك هو وسيلة فعالة لنشر الأديان أي ما يعرف بالدعوة عند المسلمين والتبشير عند المسيحيين، ثم النسبة 03,84% قالوا من خلالها بأن مجموعات الفايسبوك تتيح الوقت للتفكير والبحث عن المعلومة قبل الإجابة على المحاور، ونفس النسبة أيضا قالت فئة أخرى من عينة الدراسة بأن سبب التفضيل يرجع إلى المستخدم يشعر بالراحة أكثر في الدخول في حوار عن طريق الفايسبوك من العالم الواقعي، بينما أشارت نسبة 2,88% بأن سبب التفضيل يرجع إلى أن موقع الفايسبوك متاح للجميع ومجاني، ونفس هذه النسبة قال من خلالها البعض من عينة

الدراسة بأن السبب يرجع إلى أن الفاييسبوك يتيح إمكانية متابعة الحوار دون المشاركة فيه، أما نسبة 01,92% فقالوا بأن سبب التفضل هو أن الفاييسبوك يحافظ على سرية الهوية (الخصوصية)، وأشارت نفس النسبة إلى أن سبب تفضيل البعض الآخر يعود إلى أن الفاييسبوك يعطي فرصة للمحاور بإمكانية تغيير قنوات الآخرين، أشارت للمرة الثالثة نفس النسبة (01,92%) إلى أن سبب التفضيل يعود إلى أن بعض المستخدمين يعانون من الصمم لهذا يعتبر الحوار المكتوب أفضل وسيلة لهذه الفئة من ذوي الاحتياجات الخاصة من المشاركة في الحوار والتعبير عن آرائهم.

نلاحظ من خلال هذه النسب من الميزات التقنية التواصلية الحديثة التي يوفرها الفاييسبوك هي السبب الرئيس في تفضيل أغلب عينة الدراسة للحوار عبر الفاييسبوك على العالم الواقعي، فثلا التواصل عن بعد لا يتيح العالم الواقعي الذي يستلزم الحضور الجسدي وفي نفس المكان، كذلك العالم الواقعي يفرض عليك هوية معروفة عكس موقع الفاييسبوك، الحوار في العالم الواقعي يعطيك مساحة ضيقة للتفكير من أجل الرد على المحاور عكس العالم الافتراضي الذي يتيح لك التفكير وحتى الدخول إلى محرك البحث من أجل الحصول أو التحقق من معلومة معينة، بالنسبة للأشخاص الذين يعانون من الصمم يناسبهم الحوار المكتوب الذي يوفره الفاييسبوك عكس العالم الواقعي الذي لا يمكنه التعبير سواء بالإشارات إذا كان المحاور يفهم لغة الصم أو يجب إحضار مترجم ما يصعب علمية الحوار ويمكن أن لا يتمكن المترجم من إيصال نفس المعنى الذي يريده المرسل.

على العموم يمكننا القول بأن الحوار عن طريق الفاييسبوك مكن العديد من شرائح المجتمع ومن مختلف الجنسيات والديانات والدول وبوسائل بسيطة من تعبير عن الآراء الدينية، وبالتالي ساهم الفاييسبوك بعوامة حوار الأديان وإتاحة الفرصة للجميع سواء كانوا متخصصين أو غير ذلك المشاركة في الحوار، ففي فترة قريبة كان حوار الأديان محصور فقط عند الفئة التي تريد وسائل الاعلام التقليدية تقديمها للجمهور.

المبحث الثاني: تحليل نتائج الاستبيان الخاص بالمجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية

سنسعى في هذا العنصر إلى تحليل نتائج الاستبيان الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية باتباع نفس خطوات التحليل التي قمنا بها في تحليل البيانات الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة العربية

المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية

سنعرض في هذا العنصر أهم خصائص عينة الدراسة الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية من خلال التركيز على المعلومات الشخصية (الجنس، السن، المستوى الدراسي...).

الجدول رقم (76) يبين خصائص عينة جمهور مجموعة الناطقة باللغة الانجليزية

الفئة	المتغير	التكرار	النسبة
الجنس	ذكر	106	%81,5
	أنثى	24	%18,5
السن	من 16 إلى 20	04	% 03,1
	من 21 إلى 35	79	% 60,8
	من 36 إلى 50	37	% 28,5
	من 51 فأكثر	10	% 07,7
	ابتدائي	00	% 00
المستوى الدراسي	متوسط	00	% 00
	ثانوي	25	% 19,2
	جامعي	105	% 80,8
الوظيفة	أعمل	93	% 71,5
	لا أعمل	14	% 10,8
	متقاعد	00	% 00
	لا زلت أدرس	23	% 17,7
دولة الإقامة	نيجيريا	41	% 31,5
	غانا	07	% 05,4
	كينيا	05	% 03,8
	مالوي	07	%05,4
	أوغندا	07	% 05,4
	كاميرون	03	% 02,3
	و.م.أ	12	% 09,2
	انجلترا	09	% 06,9
	أستراليا	03	% 02,3
	بولندا	02	% 01,5
	سنغفورة	02	% 01,5
	الشيلي	01	% 0,8
	الفلبين	01	% 0,8
	الهند	05	% 03,8
	اليابان	01	% 0,8
	قبرص	01	% 0,8
	الجزائر	05	% 03,8
	المغرب	02	% 01,5
	تونس	01	% 0,8
	مصر	02	% 01,5
	لبنان	02	% 01,5
	الكويت	01	% 0,8
	السعودية	02	%01,5
	قطر	01	% 0,8
	اليمن	01	% 0,8
	باكستان	04	% 03,1
	العراق	01	% 0,8
	الأردن	01	% 0,8
الديانة	الإسلام	79	% 60,8
	المسيحية	51	% 39,2
		338	

يكشف الجدول رقم (76) على أن أغلبية جمهور الدراسة الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة الانجليزية هم ذكور والتي قدرت نسبتهم بـ 81,5%، في حين قدرت نسبة الإناث بـ 18,5%، أما من حيث متغير الجنس فوجدنا بأن أعلى نسبة ممثلة لجمهور الدراسة هي للذين يتراوح سنهم ما بين 21 إلى 35 سنة بنسبة 60,8%، تليها نسبة 28,5% للجمهور الذين يتراوح سنهم ما بين 36 إلى 50 سنة، ثم نسبة 07,7% للذين يبلغ سنهم من 51 سنة، أما في المرتبة الأخيرة فكانت للذين تتراوح أعمارهم ما بين 16 إلى 20 بنسبة 03,1%.

أما من حيث متغير المستوى الدراسي وجدنا بأن أغلبية جمهور هذه المجموعة لهم مستوى دراسي جامعي والذي قدر بنسبة 80,8%، تليها من وصل مستواهم إلى مرحلة الثانوية بنسبة 19,2%.

في حين وجدنا بأنه من حيث متغير الوظيفة بأن الأغلبية الساحقة لعينة الدراسة هم من الفئة العاملة بنسبة 71,5%، تليها الفئة التي لا زالت تواصل دراستها بـ 17,7%، وفي الأخير الفئة غير عاملة بنسبة 10,8%.

أما من حيث متغير بلد الإقامة وجدنا بأن أعلى نسبة لجمهور عينة الدراسة داخل هذه المجموعة هم من دولة نيجيريا بنسبة 31,5%، تليها نسبة 09,2% من و.م.أ، ثم إنجلترا بنسبة 06,9%، ثم غانا، مالي وأوغندا بنسبة 05,4% لكل واحدة منهم، ثم دولة كينيا، الهند والجزائر بنسبة 03,8%، ثم دولة باكستان بنسبة 03,1%، ثم دولة الكاميرون وأستراليا بنسبة 02,3% لكل واحدة منهما، ثم بولندا، سنغفورة، المغرب، مصر، لبنان والسعودية بنسبة 01,5% لكل واحدة منهم، أما في المرتبة الأخيرة فجاءت كل من الشيلي، الفلبين، اليابان، قبرص، تونس، الكويت، قطر، اليمن، العراق بنسبة 0,8% لكل واحد منهم.

ومن حيث متغير الديانة وجدنا بأن حوالي ثلثي جمهور عينة الدراسة يعتنقون الدين الإسلامي والمقدرة نسبتهم بـ 60,8%، أما الذين يعتنقون الدين المسيحي فقد قدرت نسبتهم بـ 39,2%.

يمكن القول من خلال هذه البيانات بأن الجنس الذكوري هم الأكثر مبادرة إلى المشاركة في الحوار بين المسيحيين والمسلمين من الإناث وهذا يعكس اهتمام الذكور بمثل هكذا مواضيع أكثر من الإناث، لكن على العموم نسبة الإناث المشاركة في هذا النوع من الحوار معتبرة مقارنة بالماضي حيث كان الرجل هو من يحتكر فضاء السلطة الدينية ويسطر عليها، إلا أننا وجدنا بأن مواقع التواصل الاجتماعي والتواصل عن بعد أتاح للإناث اقتحام هذا الفضاء وابداء آرائهم في مثل هكذا مواضيع.

كما نلاحظ بأن أغلبية جمهور العينة هم من فئة الذين وصل تعليمهم إلى الجامعة، وهذا ربما ما يفسر إقبال عينة الدراسة على مثل هكذا حوار الذي يتطلب ثقافة ومستوى عالي من الثقافة الدينية. كما نلاحظ أيضا بأن أعلى نسبة لجمهور عينة الدراسة يقيمون بنيجيريا مع العلم بأن نيجيريا من الدول الافريقية التي تشهد تنوع ديني ويعتبر

الدين الاسلامي والمسيحي أكثر الديانات اعتناقاً، وعلى العموم فإن عينة الدراسة شملت 28 دولة من كل اقطار العالم؛ وربما يعود هذا التنوع داخل هذه المجموعة لأنها ناطقة باللغة الانجليزية، علماً أن اللغة الانجليزية هي لغة عالمياً تدرس في جميع دول العالم والتي يتقنها الكثير ومن مختلف الدول.

كما وجد بأن أكثر من نصف جمهور عينة الدراسة الخاصة بهذه المجموعة هم مسلمون، ربما يرجع هذا إلى أن المسلمين هم الأكثر اهتماماً ومبادرة إلى إجراء مثل هذا حوار على الرغم من أن المشرفين على هذه المجموعة هم جميعهم مسيحيين.

من خلال هذه الخصائص التي تميز عينة الدراسة يمكن القول بأن هذه العينة مناسبة للدراسة وستمكنا من الإجابة على إشكالية وتساؤلات الدراسة والوصول إلى نتائج أكثر واقعية وعلمية.

المطلب الثاني: أساليب تفاعل الجمهور داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية

سنحاول من خلال هذا العنصر إبراز أهم اساليب تفاعل أعضاء المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية من خلال التركيز على الوسائط المستخدمة أثناء التفاعل ومبادرات النشر والحوار وأهم المنشورات التي تعرض والحجج والبراهين المستعملة.

الجدول رقم (77) يوضح الوسيلة المفضلة لدى أفراد عينة المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية

للولوج إلى الفايسبوك

الوسيلة	المتغيرات	الهاتف الذكي		الحاسوب المحمول		المجموع	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسب	التكرار
السن	من 16 إلى 20	04	3,07%	00	00%	130	100%
	من 21 إلى 35	74	56,96%	05	3,84%		
	من 36 إلى 50	22	16,92%	15	11,53%		
	من 51 فأكثر	03	2,3%	07	5,38%		
الجنس	ذكر	82	63,09%	24	18,46%	130	100%
	أنثى	21	16,15%	03	2,3%		
الدين	الإسلام	70	53,86%	09	6,92%	130	100%
	المسيحية	33	25,38%	18	13,84%		

يظهر من خلال الجدول رقم (77) بأن أعلى نسبة إجابة بالنسبة لجمهور العينة والمقدرة ب 79,25% قالت بأنها تفضل الولوج إلى موقع الفايسبوك عن طريق الهاتف الذكي، يليها استخدام الحاسوب المحمول بنسبة 20,75%،

أما من حيث متغير السن وجدنا بأن جميع الفئات العمرية سجلت أعلى نسبها بأنها تستخدم الهاتف الذكي إلا الفئة العمرية من 51 سنة فأكثر التي لاحظنا بأنها سجلت أعلى نسبة تفضيل باستخدام الحاسوب المحمول والمقدرة ب 5,38%، في حين لا حظنا بأن الفئة العمرية لم تسجل أي نسبة استخدام بالنسبة الحاسوب المحمول. نفس الشيء بالنسبة لمتغير الجنس والديانة لا حظنا بأن أعلى نسبة إجابة كانت باستخدام الهاتف الذكي.

نستنبط من خلال هذه النسب بأن الهاتف الذكي هو الوسيلة المفضلة لجمهور العينة يليه استخدام الحاسوب المحمول، يعود هذا التفضيل إلى الاختلاف في الميزات الاتصالية والتكنولوجية التي تتميز بها كل وسيلة؛ فالهاتف الذكي يحتل المرتبة الأولى لأن من ميزاته سهل الحمل أي خيف الوزن وصغير الحجم مقارنة بالوسائل الأخرى كما أنه يتمتع بنفس خصائص التقنية للحاسوب من برمجيات مع ارتباطه بالإنترنت مع إمكانية التواصل بالكاميرا أو غيرها، كما أنه سهل الاستخدام ويمكن استخدامه في أي مكان يتواجد في المستخدم كل هذه الميزات جعلت من الوسيلة المفضلة للاستخدام من طرف جمهور العينة للولوج إلى الفايسبوك.

في حين لا حظنا بأن الفئة العمرية من 51 سنة فأكثر بأنها تفضل استخدام الحاسوب المحمول، ربما يرجع هذا إلى أن في هذه السن يقل بصر الإنسان ويصبح الحاسوب أفضل وسيلة لأنه يتميز بشاشة بيضاء تساعد أكثر على التفاعل داخل المجموعة خاصة وأن معظم الحوار الذي يدور داخل المجموعة هو حوار مكتوب، كما أن هذه الفئة تكون أقل حركة من الشباب فيتواجدون معظم الوقت في المنزل ما يدفعهم إلى استعمال الحاسوب المحمول، كما لا حظنا بأن الفئة العمرية من 16 إلى 20 سنة بأنها لم تسجل أي نسبة استعمال بالنسبة للحاسوب ربما يرجع هذا إلى أن معظم الشباب اليوم يفضلون استخدام الهاتف الذكي، كما أن الشباب يتميزون بالحركة والنشاط أكثر، لذا فالهاتف الذكي يساعدهم على الاتصال بالفايسبوك من أي مكان يتواجدون فيه.

الاجابات		أقل من ساعتين		من 2 سا إلى 4 سا		من 5 سا إلى 7 سا		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسب	التكرار
السن	من 16 إلى 20	00	00	02,3	03	0,76	01	100%	130
	من 21 إلى 35	2,3	03	46,98	61	11,53	15		
	من 36 إلى 50	0,76	01	26,92	35	0,76	01		
	من 51 فأكثر	00	00	7,69	10	00	00		
الجنس	ذكر	2.3	03	70,80	92	8,46	11	10%	130
	أنثى	0,76	01	13,07	17	4,61	06		
الديانة	الإسلام	1,53	02	51,57	67	7,69	10	100%	130
	المسيحية	1,53	02	32,30	42	5,38	07		

يتضح من خلال الجدول رقم (78) بأن أغلبية مفردات العينة والمقدرة ب 83,89% قالوا بأنهم يستخدمون الفايسبوك من إثنان إلى أربع ساعات يوميا، تليها نسبة 13,05% قالوا بأنهم يستخدمون الفايسبوك من خمس إلى سبع ساعات يوميا، في حين قالت نسبة 3,06% بأنهم يستخدمون الفايسبوك أقل من ساعتين. ومن حيث متغير السن وجدنا بأن جميع الفئات العمرية سجلت أعلى نسبة استخدام عند الفترة الممتدة من ساعتين إلى أربع ساعات، لكن لا حظنا بأن الفئة العمرية من 51 سنة فأكثر لم تسجل أي نسبة عند الفترة الممتدة من خمس إلى سبع ساعات.

أما من حيث متغير الجنس والديانة وجدنا بأنه تم تسجيل أعلى نسبة استخدام بالنسبة للجنسين ولاتباع الديانتين ممثلة من ساعتين إلى أربع ساعات.

تحيلنا هذه النسب إلى القول بأن معدل الاستخدام اليومي لمفردات عينة الدراسة لموقع الفايسبوك متوسط، ولكن في نفس الوقت يدل على أنهم نشطين من حيث الاستخدام، ويمكن التعليق على عدم تسجيل الفئة العمرية من 51 سنة فأكثر لأي نسبة استخدام تخص الفترة الممتدة من خمس إلى سبع ساعات إلا أن هذه الفئة العمرية أقل حالة استخدام للفايسبوك من حيث المدة مقارنة بالفئات العمرية الأخرى التي سجلت نسب مختلفة عند نفس

هذه الفترة، وربما يرجع السبب إلى السن، ففي معظم الدراسات وجدنا بأن الشباب هم الفئة العمرية الأكثر ادمانا على الفايبيوك.

الجدول رقم(79) يبين معدل دخول عينة الدراسة الناطقة باللغة الانجليزية للمجموعة

المتغيرات	المدة	باستمرار		متقطع		المجموع	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
السن	من 16 إلى 20	03	2,3%	01	0,76%	130	100%
	من 21 إلى 35	48	36,92%	31	23,89%		
	من 36 إلى 50	15	11,53%	22	16,92%		
	من 51 فأكثر	02	1,53%	08	6,15%		
الجنس	ذكر	57	43,85%	49	37,69%	130	100%
	أنثى	11	8,46%	13	10%		
الدين	الإسلام	45	34,63%	34	26,15%	130	100%
	المسيحية	23	17,69%	28	21,53%		

يتبين من خلال الجدول رقم(79) بأن أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة والمقدرة ب 52,3% قالوا بأنهم يدخلون إلى المجموعة باستمرار، في حين قالت نسبة 47,70% بأنهم يدخلون للمجموعة بشكل متقطع، أما من حيث متغير السن وجدنا بأن أعلى النسب تختلف إجاباتها حيث وجدنا بأن أعلى نسبة سجلت لدى الفئتين العمريتين من 16 إلى 20 ومن 21 إلى 35 سنة قالوا من خلالها أفراد العينة بأنهم يدخلون باستمرار، في حين سجلت الفئتين من 36 إلى 50 سنة ومن 51 سنة فأكثر أعلى نسبها بالقول أن تدخل للمجموعة بشكل متقطع.

وفي ما يخص متغير الجنس وجدنا بأن أعلى نسبة إجابة بالنسبة للذكور المقدرة ب 43,85% قالوا من خلالها بأنهم يدخلون باستمرار إلى المجموعة، في حين سجلن الإناث أعلى نسبة هن والمقدرة ب 10% قلن بأنهن يدخلن بشكل متقطع، أما من حيث متغير الديانة فوجدنا بأن المسلمين سجلوا أعلى نسبة إجابة والمقدرة ب

34,63% في القول بأنهم يدخلون إلى المجموعة بشكل مستمر، في حين سجل المسيحيون أعلى نسبة إجابة في القول بأنهم يدخلون إلى المجموعة بشكل متقطع.

تتطلب مثل هذه المجموعات التي تدعو إلى الحوار درجة اهتمام عالية من طرف أعضائها وتستدعي منهم دخول مستمر إلى المجموعة من أجل الدخول في حوار حول المواضيع المطروحة للنقاش أو على الأقل متابعة الحوار، لذلك وجدنا بأن أكثر من نصف العينة قالت بأنها تدخل باستمرار إلى المجموعة، في حين وجدنا نسبة معتبرة قالت بأنها تدخل بشكل متقطع، وهذا ربما يعكس درجة اهتمامها أقل أو يمكن إرجاع هذا إلى أنه ليس لديها دائماً الوقت الكافي للدخول إلى هذه المجموعة لأن نوع القضايا المعروضة للحوار تتطلب وقت طويل وتركيز جيد بالنسبة للطرف المحاور.

لا حظنا بأن النسبة الأكبر للإناث صرحن بأنهن يدخلن بشكل متقطع للمجموعة عكس الذكور الذين سجلوا أكبر نسبة بالقول أنهم يدخلون باستمرار، هذا يعكس أن درجة اهتمام الذكور أكثر من الإناث، نفس الشيء وجدناه عند المسيحيين الذين سجلوا أكبر نسبة بقولهم أنهم يدخلون بشكل متقطع عكس المسلمين، وهذا ما يعكس بأن المسلمين هم أكثر اهتماماً بهذا النوع من الحوار.

الجدول رقم(80) يبين معدل بقاء عينة الدراسة الناطقة باللغة الانجليزية داخل المجموعة

الاقتراحات		أقل من ساعتين		من 2 إلى 4س		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسب	النسب
السن	من 16 إلى 20	00%	04	3,07%	130	100%	130
	من 21 إلى 35	25,38%	33	35,42%	46		
	من 36 إلى 50	17,69%	23	10,76%	14		
	من 51 فأكثر	6,15%	08	1,53%	02		
الجنس	ذكر	38,48%	50	43,07%	56	10%	130
	أنثى	10,76%	14	7,69%	10		
الديانة	الإسلام	23,84%	31	36,94%	48	100%	130
	المسيحية	25,38%	33	13,84%	18		

يشير الجدول رقم (80) إلى حوالي نصف مفردات العينة والمقدرة ب 50,77% قالوا بأن معدل بقائهم يتراوح ما بين ساعتين إلى أربع ساعات، في حين قال ما يقارب النصف والمقدر ب 49,23% بأن معدل بقائهم داخل

المجموعة أقل من ساعتين، أما من حيث متغير السن وجدنا بأن الفئتين العمريتين من 16 إلى 20 سنة ومن 21 إلى 35 سنة سجلوا أعلى نسبة إجابة عند المدة الممتدة من ساعتين إلى أربع ساعات، في حين سجلت كل من الفئتين العمريتين من 36 إلى 50 سنة ومن 51 سنة فأكثر أعلى نسبة إجابة عند مدة أقل من ساعتين. وفي ما يخص متغير الجنس وجدنا بأن الذكور سجلوا أعلى مدة بقاء من ساعتين إلى أربع بنسبة 43,07% في مقابل الإناث اللواتي سجلن مدة بقاء أقل والمقدرة بأقل من ساعتين بنسبة 10,76%، كذلك بالنسبة لمتغير الديانة وجدنا بأن المسلمين لهم معدل بقاء أكثر من المسيحيين بنسبة 36,94% عند المدة من ساعتين إلى أربع ساعات، في مقابل المسيحيين بنسبة 25,38% عند مدة أقل من ساعتين.

يمكن القول من خلال هذه النسب بأن فئة الشباب التي تمتد حتى سن 35 هم الأكثر بقاء في المجموعة من فئة الكهول والشيوخ، ويرجع هذا إلى طبيعة السن التي تلعب دورا كبيرا في استعمال الوسائط التكنولوجية بصفة عامة، كما لاحظنا بأن الذكور هم الأكثر بقاء داخل المجموعة ما يعكس درجة اهتمام أعلى بالنسبة للذكور، وكذلك لاحظنا بأن المسلمين الأكثر بقاء داخل المجموعة من المسيحيين ما يعكس درجة اهتمام أكبر بالنسبة للمسلمين من المسيحيين، وهذا ما أكدته أيضا الجدول رقم (78) الذي أشار إلى درجة استخدام أعلى بالنسبة للذكور في مقابل الإناث وبالنسبة للمسلمين في مقابل المسيحيين.

الجدول رقم(81) يبين طريقة التفاعل داخل المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية

الإجابات		وضع علامة معجب		وضع الرموز التعبيرية		التعليق		المشاركة	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
السن	من 16 إلى 20	3,07%	04	3,07%	04	3,07%	04	3,07%	04
	من 21 إلى 35	58,46%	76	55,38%	72	58,46%	76	43,84%	57
	من 36 إلى 50	28,46%	37	26,15%	34	28,46%	37	20,76%	27
	من 51 فأكثر	7,69%	10	6,15%	08	7,69%	10	4,61%	06
الجنس	ذكر	80,76%	105	74,61%	97	80,76%	105	60%	78
	أنثى	16,92%	22	16,15%	21	16,92%	22	12,30%	16
الديانة	الإسلام	58,46%	76	55,38%	72	58,46%	76	45,38%	59
	المسيحية	39,23%	51	35,38%	46	39,23%	51	26,92%	35

يتضح من خلال الجدول رقم (81) إلى أن طرق تفاعل أفراد العينة داخل المجموعة متنوعة ومختلفة، ومن هذه الأنواع وضع علامة معجب والرموز التعبيرية والتعليقات ومشاركة المنشورات، إلا أننا وجدنا بأن هناك تباين في نسب استعمال هذه الوسائط التفاعلية، حيث احتلت التعليقات ووضع علامة معجب من عدمه المرتبة الأولى من حيث تفضيل أفراد العينة التفاعل بواسطتها بنسبة 97,69% لكل واحدة منهما، يليها وضع الرموز التعبيرية بنسبة 90,76%، وفي الأخير مشاركة المنشورات بنسبة 72,30%.

وفي ما يخص متغير السن وجدنا بأنه كل الفئات العمرية (ماعدًا الفئة العمرية من 16 إلى 20 سنة التي تتساوى نسبة تفضيلها بالنسبة لجميع وسائط التفاعل) سجلت أعلى نسبة لها في أنها تفضل التفاعل عن طريق التعليقات ووضع علامة معجب من عدمه أكثر من الوسائط الأخرى، في حين تحتل المشاركة المرتبة الأخيرة بالنسبة أيضا لجميع الفئات العمرية، وكذلك نفس الشيء بالنسبة لمتغير الجنس والديانة تم تسجيل نفس حالات التفضيل.

نفهم من هذه البيانات بأن مفردات عينة الدراسة متقاربة في نسب استخدام مختلف وسائط التفاعل، هذا يدل على نسبة التفاعل العالية من طرف أعضاء المجموعة حسب عينة الدراسة، لكن لا حظنا بأن أعلى نسب استخدام كانت من نصيب التعليقات ووضع علامات معجب من عدمه في المرتبة الأولى، فالتفاعل عن طريق التعليقات هو أمر ضروري ومن الوسائط الأساسية من أجل الدخول في حوار مع الآخر وبالتالي تبادل الرؤى ووجهات النظر حول القضية المطروحة للحوار، كما أن اعتماد عينة الدراسة أيضا على وضع علامات معجب من عدمه يزيد من نسبة التفاعلية مع المنشور؛ بحيث أن من يضع علامة معجب على المنشور يمكنه أن يشارك بالتعليقات أيضا، كما يمكنه أيضا عدم المشاركة في الحوار وبالتالي يبقى مجرد متابع؛ هنا يمكن أن نصنفه ضمن خانة المتابع الإيجابي، عكس المتابع السلبي الذي يتابع الحوار دون أن يتفاعل بأي وسيط من الوسائط المتاحة.

لا حظنا أيضا وعي عينة الدراسة باستخدام الرموز التعبيرية لأنها أفضل طريقة للتعبير عن العواطف المواقف والاتجاهات، كما وجدنا بأن مشاركة المنشورات مهم أيضا بالنظر إلى أن خاصية التفاعل عن طريق المشاركة تؤكد على أن الموضوع يحتل أهمية كبيرة بالنسبة لمن قام بمشاركته، كما أن هذه الخاصية تساهم في نشر الموضوع على أوسع نطاق؛ وبالتالي تتيح الفرصة للذين ليسوا أعضاء بالمجموعة بأن يطلعوا على منشوراتها والقضايا المطروحة للنقاش.

الجدول رقم(82) يبين معدل المشاركة في الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية

المجموع		أبدا		نادرا		أحيانا		غالبا		الاجابات	
النسب	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%100	130	%00	00	%00	00	%2,3	03	%0,76	01	من 16 إلى 20	الديانة
		%2,3	03	%6,92	09	%28,46	37	%23,07	30	من 21 إلى 35	
		%00	00	%1,53	02	%24,69	32	%2,3	03	من 36 إلى 50	
		%00	00	%1,53	02	%05,38	07	%0,76	01	من 51 فأكثر	
%10	130	%0,76	01	%6,92	09	%50	65	%23,89	31	نكر	الجنس
		%1,53	02	%3,07	04	%10,76	14	%3,07	04	أنثى	
%100	130	%2,3	03	%6,92	09	%32,33	42	%19,23	25	الإسلام	الديانة
		%00	00	%3,07	04	%28,46	37	%7,69	10	المسيحية	

يظهر من خلال الجدول رقم (82) بأن اجابات أفراد العينة حول معدل مشاركتهم في الحوار كانت متنوعة، إلا أننا لاحظنا بأنه أكثر من نصف مفردات عينة الدراسة والمقدرة ب 60,78% قالوا بأنهم أحيانا ما يشاركون في الحوار، تليها نسبة 26,92% قالوا بأنه غالبا ما يشاركون في الحوار، ثم نسبة 10% قالوا بأن مشاركته نادرة، في حين قالت نسبة 2,3% بأنهم لا يشاركون في الحوار.

أما بالرجوع إلى متغير السن من حيث نسبة المشاركة وجدنا بأن كل الفئات العمرية سجلت أعلى نسبها عند الإجابة بأحيانا، لكن لا حظنا بأن الفئة العمرية من 21 إلى 35 هي الوحيدة التي سجلت نسبة والمقدرة ب 02,3% قالت من خلالها بأنه لم يسبق لها المشاركة في الحوار أي أنها تبقى متابعة فقط، ومن حيث متغير الجنس والديانة وجدنا نفس الشيء حيث سجلت أعلى نسبة إجابة بالنسبة للجنسين وأتباع الديانتين في القول بأحيانا.

من خلال هذه النسب يمكن القول بأن عينة الدراسة لم تسجل أي إجابة تقول من خلالها بأنها دائما ما تشارك في الحوار، حيث تبقى نسبة مشاركتها غير ثابتة أي أنها تخضع حسب وقت الفراغ الذي يكون متاح لأفراد العينة من أجل الدخول في حوار، كما تعكس هذه النسبة أنه يمكن أن يكون الولوج دائما من بعض مفردات عينة الدراسة إلى المجموعة لكنهم يمتنعون عن المشاركة في موضوع من المواضيع نتيجة عدم إلمامهم بالموضوع المعروض أو

بغية الاستفادة أكثر، على العموم يجب الإشارة بأنه من الصعب أن تكون مشاركة أعضاء المجموعة دائمة في الحوار لأن المواضيع المطروحة متنوعة، وهذا يستدعي من الذي يرغب في الدخول الى الحوار أن يكون ذو مستوى معرفي عالي في مجال مقارنة الأديان، كما أن عامل الوقت مهم لأن مثل هكذا حوار يأخذ من المستخدم أحيانا وقت طويل، وهذا الوقت ليس متاح لأعضاء المجموعة بصفة دائمة.

يمكن القول أيضا بأن نسبة التي قالت أنها لا تشارك في حوار هي نسبة قليلة جدا، وهذا يعكس بأن أغلبية مفردات عينة الدراسة فعالة في مجال الحوار داخل المجموعة؛ إلا أن نسبة نشاطها تختلف من عضو لآخر.

الجدول رقم(83) يبين مبادرة النشر داخل المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية

الاجابات	المتغيرات	غالبا		أحيانا		نادرا		أبدا		المجموع	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
نساء	من 16 إلى 20	01	0,76%	03	2,3%	00	00%	00	00%	100%	130
	من 21 إلى 35	23	17,69%	34	26,15%	19	14,61%	03	2,3%		
	من 36 إلى 50	03	2,3%	28	21,60%	06	4,61%	00	00%		
	من 51 فأكثر	00	00%	06	4,61%	04	3,07%	00	00%		
رجال	ذكر	25	19,27%	65	50%	21	16,15%	01	0,76%	10%	130
	أنثى	02	1,53%	06	4,61%	08	6,15%	02	1,53%		
التي لم تحدد	الإسلام	19	14,61%	39	30%	18	13,84%	03	2,3%	100%	130
	المسيحية	08	6,15%	32	24,64%	11	8,46%	00	00%		

يكشف الجدول رقم(83) بأن أكثر من نصف مفردات العينة والمقدرة ب 54,64% قالوا بأنهم أحيانا ما يبادرون بالنشر داخل المجموعة، تليها نسبة 22,3% قالوا بأنهم نادرا ما يبادرون بطرح المواضيع، ثم نسبة 20,76% قالوا أجابوا بغالبا، في حين قالت نسبة 2,3% بأنهم أبدا لا يبادرون بالنشر داخل المجموعة، ومن حيث متغير السن سجلت أيضا جميع الفئات عمرها أعلى نسب اجابات في القول بأحيانا، الا انه لفت انتباهنا إلى أن الفئة العمر من 16 إلى 20 سنة لم تسجل أي إجابة عند نادرا هذا ما يدل على انها الفئة العمرية الأكثر نشاطا.

وفي ما يخص متغير الجنس وجدنا بأن الذكور سجلوا أعلى نسبة لهم والمقدرة ب 50% بالإجابة بأحيانا، في حين سجلن الإناث أكبر نسبة إجابة والمقدرة ب 6,15% بالإجابة بنادرا، أما من حيث متغير الديانة وجدنا بأن المسلمين والمسيحيين سجلوا أعلى نسبة إجابة لهم بالقول بأحيانا، كما لا حظنا بأن المسيحيين لم يسجلوا اي نسبة عند الاجابة بأبدا عكس المسلمين.

تدفعنا هذه النسب إلى القول بأن أغلبية الساحقة لعينة الدراسة جربوا أخذ المبادرة بطرح موضوع من المواضيع للحوار داخل المجموعة وهذا يعد إيجابيا ويدل على فعالية مفردات العينة داخل المجموعة ويبقى الاختلاف فقط في درجة النشاط الذي يختلف من عضو لآخر، كما يمكن القول بأن الذكور هم الأكثر مبادرة ونشاطا في طرح المواضيع للحوار من الإناث، كما لاحظنا بأن المسيحيين هم الأكثر مبادرة للنشر من المسلمين بحيث لم يسجلوا أي إجابة تقول بأبدا عكس المسلمين الذي سجلوا ذلك.

الجدول رقم(84) يبين أنواع المنشورات التي ينشرها أعضاء المجموعة أثناء الحوار

الاجابات	نصوص مقتبسة		صور دينية		أقوال دينية		فيديوهات دينية	
	المتغيرات	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
3	من 16 إلى 20	3,07%	04	3,07%	04	3,07%	04	3,07%
	من 21 إلى 35	58,46%	76	48,46%	63	50,76%	66	25,38%
	من 36 إلى 50	28,46%	37	23,07%	30	26,15%	34	11,53%
	من 51 فأكثر	07,69%	10	4,61%	06	6,15%	08	3,07%
4	ذكر	80,76%	105	66,15%	86	71,53%	93	35,38%
	أنثى	16,92%	22	13,07%	17	14,61%	19	7,69%
5	الإسلام	58,46%	76	46,92%	61	52,30%	68	26,92%
	المسيحية	39,23%	51	32,30%	42	33,84%	44	16,15%

يشير الجدول رقم (84) إلى أن النصوص المقتبسة هي الأكثر أنواع المنشورات التي ينشرها أعضاء المجموعة بنسبة 97,69%، يليها نشر أقوال رجال الدين بنسبة 86,15%، ثم نشر الصور الدينية بنسبة 79,23%، وفي الأخير نشر الفيديوهات بنسبة 43,07%.

لا حظنا أيضا بأنه من حيث متغير السن والجنس والديانة بأن أعلى نسب اجابات كانت من نصيب نشر النصوص المقتبسة من الكتب السماوية.

نستنتج من خلال هذه النسب بأن النصوص الدينية المقتبسة من الكتب السماوية (القرآن، الإنجيل...) هي الأكثر استخداما من طرف عينة الدراسة، وهذا يعود إلى أن الحجة الدينية القوية والتي تكون نسبة إقناعها أكبر هو عندما يكون مصدر الحجة من الكتاب المقدس، كما لا حظنا بأن هناك تنوع وثرأ في التنوع في استخدام الحجج والبراهين الدينية من طرف مفردات عينة الدراسة؛ بحيث وجدنا استعمال كبير بأقوال رجال الدين والصور الدينية وكذلك حتى الاستعانة بالفيديوهات الدينية التي تتعلق بموضوع الحوار، هذا يعكس أيضا بأن موقع الفايسبوك يتيح إمكانية استخدام وسائط متعددة لأعضاء المجموعة ما يمكنهم من التعبير عن آرائهم وافكاره بمختلف الأساليب، كما يجدر الإشارة إلى أن إدماج هذا النوع من الوسائط يدعم الحوار وينوع في الحجج ويعطي ميزة خاصة للحوار عبر العالم الافتراضي عن الحوار في العالم الواقعي.

الجدول رقم (85) يبين استعمال الحجج والبراهين في الحوار من عدمه

الإجابات		دائما		غالبا		أحيانا		أبدا		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
نساء	من 16 إلى 20	01	0,76%	01	0,76%	02	1,53%	00	00%	100%	130
	من 21 إلى 35	00	00%	37	28,46%	39	30%	03	2,3%		
	من 36 إلى 50	01	0,76%	11	8,46%	25	19,29%	00	00%		
	من 51 فأكثر	00	00%	03	2,3%	07	5,38%	00	00%		
رجال	ذكر	02	1,53%	46	35,38%	57	43,89%	01	0,76%	10%	130
	أنثى	00	00%	06	4,61%	16	12,3%	02	1,53%		
الديانة	الإسلام	01	0,76%	37	28,46%	38	29,23%	03	2,3%	100%	130
	المسيحية	01	0,76%	15	11,53%	35	26,96%	00	00%		

يتبين من خلال الجدول رقم (85) بأن أكثر من نصف مفردات العينة والمقدرة ب 56,17% قالوا بأنهم أحيانا يستعملون الحجج والبراهين أثناء الحوار، تليها نسبة 40% قالوا بأنهم غالبا ما يستعملون الحجج والبراهين، ثم نسبة 1,53% قالوا أجابوا بدائما، في حين قالت نسبة 2,3% بأنهم لا يستعملون الحجج لأن هذه النسبة لم تجرب أصلا الحوار.

أما من حيث متغير السن فوجدنا بأن جميع الفئات العمرية سجلت أعلى نسبة إجابة بالقول بأنهم أحيانا ما يستعملون الحجج، كما لا حظنا الفئة العمرية من 51 سنة هي الفئة الوحيدة التي لم تسجل أي نسبة عند الإجابة

بدائماً، وفي ما يخص متغير الجنس وجدنا بأنه أيضاً تم تسجيل أعلى نسبة إجابة بالنسبة للجنسين في القول بأحيانا، في حين لاحظنا بأن الإناث لم يسجلن أي النسبة عند الإجابة بدائماً، أما بخصوص متغير الديانة وجدنا بأن كلا أتباع الديانتين أيضاً سجلوا أعلى نسبة إجابة بالقول أحيانا، في حين لا حظنا بأن المسيحيين لم يسجلوا أي نسبة تقول بأنهم لا يستعملون الحجج.

إن استعمال الحجج والبراهين أثناء الحوار هو أمر أساسي ولا بد منه لذلك لا يمكن ان نتصور أن يكون حوار بين أتباع ديانتين مختلفتين أن يتناقشا حول موضوع معين دون إدراج الحجج والبراهين ولو من حين لآخر، لذلك سجلنا بأن كل أفراد العينة الذين سبق لهم المشاركة في الحوار قالوا بأنهم يستعملون الحجج والبراهين أثناء الحوار، طبعاً وجدنا بأن هناك اختلاف في نسبة استخدام الحجج، وهذا يرجع إلى التباين في مستوى المعرفة الدينية ودرجة الاحاطة بالموضوع المطروح للنقاش، لا حظنا أيضاً بأن الإناث أقل استعمالاً للحجج والبراهين من الذكور لأنهم لم يسجلوا أي نسبة عند الإجابة بدائماً، كما لا حظنا بأن المسيحيين هم الأكثر استخداماً للحجج والبراهين من المسلمين لأنهم لم يسجلوا أي نسبة عند الإجابة التي تنفي عدم استخدامهم.

الجدول رقم(86) يبين مصادر الحجج والبراهين المستعملة في الحوار داخل المجموعة الناطقة

باللغة الانجليزية

الاجابات		الكتب الفكرية		الكتب السماوية		أقوال رجال الدين	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
المتغيرات	من 16 إلى 20	01	0,76%	04	3,07%	04	3,07%
	من 21 إلى 35	01	0,76%	76	58,46%	66	50,76%
	من 36 إلى 50	01	0,76%	37	28,46%	36	27,69%
	من 51 فأكثر	00	00%	10	07,69%	10	7,69%
السن	ذكر	03	2,3%	105	80,76%	97	74,61%
	أنثى	00	00%	22	16,92%	19	14,61%
الديانة	الإسلام	01	0,76%	76	58,46%	70	53,84%
	المسيحية	02	1,53%	51	39,23%	46	35,38%

يتبين من خلال الجدول رقم (86) بأن أفراد عينة الدراسة يفضلون الاعتماد على الكتب السماوية كمصدر للحجاج بالدرجة الأولى أكثر من المصادر الأخرى بنسبة قدرت ب 97,69%، يليها أقوال رجال الدين كمصدر في الدرجة الثانية بنسبة 89,23%، ثم الكتب الفكرية في المرتبة الأخيرة بنسبة 2,3%.

ومن حيث متغير الجنس لا حظنا بأن جميع الفئات العمرية سجلت أعلى نسبة إجابة بقول الاعتماد على الكتب السماوية كمصدر، كما لا حظنا بأن الفئة العمرية من 51 سنة فأكثر لم تسجل أي نسبة إجابة عند الكتب الفكرية، وفي ما يخص متغير الجنس لا حظنا بأن أعلى نسبة إجابة بالنسبة للجنسين كانت عند الاعتماد على الكتب السماوية بالدرجة الأولى، في حين لاحظنا بأن الإناث لم يسجلن أي نسبة عند الإجابة التي تقول بالكتب الفكرية، أما في ما يخص متغير الديانة فلاحظنا بأن أعلى نسبة إجابة بالنسبة لأتباع الديانتين كانت بالاعتماد على الكتب السماوية كمصادر رئيسية للحجج.

نستخلص من خلال هذه النسب بأن الكتب السماوية (القرآن، الإنجيل...) هي أكثر المصادر اعتماداً عند أفراد عينة الدراسة وهذا أمر طبيعي جداً لأنه الحوار الديني تعتبر الحجج المقتبسة من النصوص الدينية هي أكثر الحجج التي تمتلك قوة إقناعية للطرف المخاور، في حين لا حظنا بأن الكتب الفكرية هي أقل المصادر اعتماداً من طرف أفراد عينة الدراسة لأن هناك من أتباع الديانتين من يعتقد بأن الاستشهاد بأفكار الفلاسفة والمفكرين في الحوار الديني يعتبر ككفر أو بدعة سيئة دخيلة على الدين، كما لا حظنا بأن الكتب الفكرية هي الأقل اهتماماً عند الفئة العمرية من 51 سنة فأكثر وعند فئة الإناث أيضاً.

الجدول رقم (87) يبين تقييم الحجج والبراهين المستعملة في الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية

الاجابات	واضحة	واضحة أحياناً	غامضة أحياناً	غامضة	المجموع	
					النسبة	التكرار
من 16 إلى 20	02	1,53%	00	00	00%	130
	58	44,68%	00	00	00%	
	28	21,53%	01	07	5,38%	
	07	5,38%	00	03	2,3%	
ذكر	79	60,80%	01	25	19,23%	130
	16	12,3%	00	08	6,15%	
الإسلام	58	44,64%	00	20	15,38%	130
	37	28,46%	01	13	10%	

يظهر من خلال الجدول رقم (87) بأن معظم مفردات عينة الدراسة والمقدرة ب 73,10% قالوا بأن الحجج والبراهين المستخدمة أثناء الحوار واضحة أي مفهومة، يليها نسبة 25,38% قالوا بأن الحجج غامضة أحيانا، في حين قالت نسبة 0,76% بأنها واضحة أحيانا ونفس النسبة أيضا قال من خلالها مفردات عينة الدراسة بأنها غامضة.

أما من حيث متغير السن وجدنا بأن جميع الفئات العمرية سجلت أعلى نسبة إجابة بالقول بأن الحجج المستعملة واضحة، كما لا حظنا بأن الفئة العمرية من 36 إلى 50 سنة هي الفئة العمرية الوحيدة التي سجلت نسبة إجابة بالقول أن الحجج غامضة، ونفس الشيء بالنسبة لمتغير الجنس والديانة وجدنا بأن أعلى نسبة إجابة تم تسجيلها كانت عند الإجابة واضحة، في حين لاحظنا بأن كل من فئة الإناث والمسيحيين لم يسجلا أي نسبة عند الإجابة التي تقول بغموض الحجج.

تحلينا هذه النسب إلى القول بأن أغلبية الحجج والبراهين المستخدمة أثناء الحوار واضحة ومفهومة بالنسبة لأفراد العينة وهذا عامل ايجابي يمكنه أن يدفع بعجلة الحوار إلى الجانب الايجابي، في حين نلاحظ من قال بأن الحجج واضحة أحيانا وغامضة أحيانا، ربما يرجع هذا إلى هذا إلى اعتماد الطرف المحاور على لغة غير واضحة أو إطنابه في استعماله للحجج؛ ما يمكن أن يشوش على من يتابع الحوار، وربما سوء تركيز المتابع ونقص اطلاعه هو سبب عدم فهمه بوضوح تام للحجج والبراهين، أما في يخص النسبة القليلة جدا التي قالت بأن الحجج غامضة تماما، ربما يرجع هذا إلى أن بعض المتابعين للحوار ليس لهم اطلاع ومعرفة بالنصوص الدينية للطرف المختلف عنهم دينيا، وربما ليس لهم اطلاع كافي حتى على مقدساتهم التي تخص دينهم، هذا ما يجعل الحجج المستخدمة في الحوار غامضة تماما. فمن من خلال استعمالنا للملاحظة بالمشاركة وأداة تحليل المضمون وجدنا بأن الحجج والبراهين المستعملة في الحوار واضحة في معظم الأوقات.

كما لفت انتباهنا بأن فئة الإناث و فئة المسيحيين لم يسجلوا أي حالة غموض عكس فئة الذكور وفئة المسلمين، ما يمكن أن يدل على الإناث والمسيحيين حسب أفراد العينة هم الأكثر استيعابا للحجج والبراهين المعروضة أثناء الحوار.

المطلب الثالث: حرية التفاعل داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية

سنحاول من خلال هذا العنصر أن نقيس حرية تفاعل الأعضاء داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية من خلال التركيز على مدة قبول المنشورات وتعرض الأعضاء لحذف التعليقات والحظر من عدمه، وتعرض الأعضاء لمحاولة المنع من الحوار من قبل أطراف الحوار... إلخ

الجدول رقم(88) يبين امكانية عرض المنشورات والتعليقات من طرف أفراد العينة من عدمه داخل

المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية

المجموع		غالباً		دائماً		الاجابات	
النسب	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%100	130	%3,07	04	%00	00	من 16 إلى 20	السن
		%35,42	46	%25,38	33	من 21 إلى 35	
		%6,15	08	%22,3	29	من 36 إلى 50	
		%1,53	02	%6,15	08	من 51 فأكثر	
%10	130	%41,55	54	%40	52	ذكر	الجنس
		%4,61	06	%13,84	18	أنثى	
%100	130	%43,86	57	%16,92	22	الإسلام	الديانة
		%2,3	03	%36,92	48	المسيحية	

نلاحظ من خلال الجدول رقم (88) بأن أكثر من نصف مفردات العينة والمقدرة ب 53,85% قالوا بأنه يمكنهم دائماً عرض منشوراتهم وتعليقاتهم داخل المجموعة، في حين قالت نسبة 46,15% بأنه غالباً ما يتاح لهم عرض منشوراتهم وتعليقاتهم، أما من حيث متغير السن لا حظنا بأن الفئتين العمريتين من 36 إلى 50 سنة ومن 51 سنة فأكثر سجلا أعلى نسبة إجابة بالقول بأنهم دائماً ما يتاح لهم عرض منشوراتهم وتعليقاتهم في حين أن الفئتين من 16 إلى 20 سنة ومن 21 إلى 35 سنة سجلا أعلى نسبة إجابة بالقول بغالباً.

وفي ما يخص متغير الجنس وجدنا بأن أعلى نسبة للذكور والمقدرة ب 41,55% أجابوا بغالبا، في حين أجابت أعلى نسبة للإناث والمقدرة ب 13,84% بدائما، أما من حيث متغير الديانة وجدنا بأن أعلى نسبة للمسلمين والمقدرة ب 43,86% بغالبا، بينما أجابت أعلى نسبة بالنسبة للمسيحيين والمقدرة ب 36,92% بدائما. نستنتج من خلال هذه النسب بأن مقص الرقابة مفعّل من طرف المسؤولين عن هذه المجموعة، بحيث لا حظنا بأن هناك نسبة معتبرة من أفراد العينة من قالت بغالبا أي أنه في بعض الأحيان يمنعون من ذلك، كما سجلنا بأن الإناث أقل منعا من النشر من الذكور ربما يعود إلى أن الإناث قلما ما يسيئون إلى الآخر أثناء الحوار، وهذا ما لمسناه من خلال متابعتنا للمجموعة، كما لفت انتباهنا بأن المسلمين الأكثر منعا من المسيحيين، وهذا ما يمكن أن نرجعه إلى سببين الأول يمكن أن يكون سبب المنع موضوعي وهو عند مخالفة أعضاء المجموعة للقوانين الخاصة بالمجموعة، والسبب الثاني يرجع إلى تحيز المسؤولين في بعض الأحيان إلى اتباع ديانتهم مع العلم أن جميع المسؤولين على هذه المجموعة هم مسيحيين؛ وهذا ما تعكسه نسبة المنع المرتفعة عند المسلمين في مقابل ندرتها عند المسيحيين.

الجدول رقم(89) يبين أسباب عدم عرض بعض منشورات أفراد العينة من طرف مسؤولي المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية

الاجابات		منشورات غير دينية		مخالفة قوانين المجموعة		تحيز مسؤولي المجموعة		أخرى		المجموع	
المتغيرات		نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا
السن	من 16 إلى 20	00	00	00	00	04	3,07%	00	00	100%	130
	من 21 إلى 35	01	76,0%	22	16,99%	30	23,07%	26	20%		
	من 36 إلى 50	00	00	17	13,07%	03	2,3%	17	13,07%		
	من 51 فأكثر	00	00	03	2,3%	01	0,76%	06	4,61%		
الجنس	ذكر	01	76,0%	34	26,15%	34	26,15%	37	28,46%	10%	130
	أنثى	00	00	08	6,15%	04	3,07%	12	9,23%		
الديانة	الإسلام	01	76,0%	19	14,61%	38	29,26%	21	16,15%	100%	130
	المسيحية	00	00	23	17,69%	00	00	28	21,53%		

يشير الجدول رقم (89) إلى أن أعلى نسبة أفراد العينة والمقدرة بـ 37,69% أجابت بأخرى والتي تضمنت بأنهم لم يتعرضوا لحالة منع من طرف المسؤولين عن المجموعة، بينما أجابت نسبة 32,32% بأن سبب عدم عرض بعض منشوراتهم يعود إلى مخالفتهم لقوانين المجموعة، أما نسبة 29,23% قالوا بأن سبب عدم عرض منشوراتهم يعود إلى تحيز المسؤولين، في حين أجابت نسبة 0,76% بأن سبب عدم عرض منشوراتهم يعود إلى أن المنشورات غير دينية.

أما من حيث متغير السن وجدنا بأن أعلى نسبة إجابة بالنسبة لجميع الفئات العمرية قالوا بأن سبب عدم عرض منشوراتهم يعود إلى مخالفة القوانين، وفي ما يخص متغير الجنس وجدنا بأن هناك نسبتين عاليتين متساويتين بالنسبة للذكور النسبة الأولى بأن سبب عدم عرض بعض المنشورات يرجع إلى مخالفتهم للقوانين في حين قالت النسبة الثانية بأن السبب يرجع إلى تحيز المسؤولين، في حين سجلن الإناث أعلى نسبة بالقول أن سبب عدم العرض يعود إلى مخالفتهم لقوانين المجموعة.

أما من حيث متغير الديانة وجدنا بأن أعلى نسبة إجابة المسلمين والمقدرة بـ 29,26% قالوا بأن سبب المنع يرجع إلى تحيز مسؤولي المجموعة، في حين سجل المسيحيون أعلى نسبة والمقدرة بـ 17,69% بالقول أن سبب المنع يعود إلى مخالفتهم للقوانين.

نستنتج من خلال هذه النسب بأن هناك أسباب موضوعية معقولة ومقبولة تخدم الحوار كان وراء منع عرض بعض المنشورات مثل مخالفة القوانين الخاصة بالمجموعة أو نشر مواضيع غير دينية أي تخرج عن موضوع المجموعة، في حين وجدنا بأن هناك أسباب غير موضوعية لا تخدم الحوار وتحد من حرية الرأي والتعبير وتفضل مقص الرقابة التعسفي والمتمثلة في التحيز إلى طرف دون الآخر، وهذا ما لاحظنا من خلال عدم تسجيل أي حالة تحيز ضد المسيحيين بخلاف المسلمين الذين سجلوا عدة حالات منع بسبب التحيز ويمكن إرجاع سبب هذا إلى أن كل المسؤولين عن المجموعة هم مسيحيين.

الجدول رقم (90) يوضح المدة التي تستغرقها المنشورات كي تقبل للنشر داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية

المجموع		لم أجرب النشر		ساعات		دقائق		الاجابات	
النسب	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%100	130	%00	00	%0,76	01	%2,3	03	من 16 إلى 20	السن
		%2,3	03	%9,23	12	%49,28	64	من 21 إلى 35	
		%00	00	%1,53	02	%26,92	35	من 36 إلى 50	
		%00	00	%0,76	01	%6,92	09	من 51 فأكثر	
%100	130	%0,76	01	%10,76	14	%70	91	ذكر	الجنس
		%1,53	02	%1,53	02	%15,42	20	أنثى	
%100	130	%2,3	03	%11,53	15	%46,95	61	الإسلام	الديانة
		%00	00	%0,76	01	%38,46	50	المسيحية	

يكشف الجدول رقم (90) على أن أغلبية مفردات العينة والمقدرة ب 85,40% قالوا بأن منشوراتهم تستغرق بضع دقائق كي تقبل للنشر، أما نسبة 12,3% قالوا بأن منشوراتهم تستغرق ساعات كي تقبل للنشر، في حين قالت نسبة 2,3% بأنهم لم يجربوا النشر، أما من حيث متغير السن وجدنا بأن جميع الفئات العمرية سجلت أعلى نسبة إجابة في القول بأن مدة القبول تستغرق بضع دقائق فقط، أما من حيث متغير الجنس وجدنا بأن أعلى نسبة إجابة بالنسبة للجنسين قالت بضع دقائق أيضاً، وفي ما يخص متغير الديانة نفس الشيء وجدنا بأن أعلى نسبة إجابة لكلا الديانتين قالوا بأنها تستغرق بضع دقائق، كما لاحظنا بأن المسيحيين سجلوا عدد تكراري واحد فقد عند المدة المقدرة بساعات عكس المسلمين الذي سجلوا عدد تكراري قدر ب 15 عضو قالوا بأن المدة تصل إلى ساعات.

نستنبط من خلال هذه النسب بأن مدة القبول التي تصل إلى دقائق مقبولة باعتبار أن المسؤولين حرصين على المراقبة القبلية للمنشورات، أما المدة التي تستغرق ساعات فهي مقبولة إذا لم يكن أي مسؤول متصل بالمجموعة أثناء تسجيل طلب النشر، أما إذا كان أحد المسؤولين متصل ولم يقبل المنشور عند رؤيتهم بسبب تحيز أو تعسف ضد

عضو معين فهذا أمر غير مقبول ويضر بمصداقية الحوار داخل المجموعة، فلقد لا حظنا بأن العديد من المسلمين قالوا بأن مدة قبول منشوراتهم تصل حتى لعدة ساعات في حين سجلنا حالة واحدة لمسيحي يقول فيها بأن منشوراته تصل لنفس المدة، هذا ما يحيلنا إلى القول بأن بعض الأعضاء في هذه المجموعة متحيزون وغير موضوعيون.

الجدول رقم (91) يبين إن تعرضت منشورات وتعليقات أفراد العينة للحذف داخل المجموعة الناطقة بالغة الانجليزية

الإجابات		أحيانا		نادرا		أبدا		لم أجرب النشر		المجموعة	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
نساء	من 16 إلى 20	01	076,0%	03	3,2%	00	00%	00	00%	100%	130
	من 21 إلى 35	19	61,14%	19	61,14%	38	31,29%	03	3,2%		
	من 36 إلى 50	02	53,1%	03	3,2%	32	61,24%	00	00%		
	من 51 فأكثر	02	53,1%	02	53,1%	06	61,4%	00	00%		
رجال	ذكر	22	92,16%	25	23,19%	58	66,44%	01	76,0%	100%	130
	أنثى	02	53,1%	02	53,1%	18	84,13%	02	53,1%		
الديانة	الإسلام	23	69,17%	25	23,19%	28	53,21%	03	3,2%	100%	130
	المسيحية	01	76,0%	02	53,1%	48	96,36%	00	00%		

ينجلي من خلال هذا الجدول رقم (91) بأن أكثر من نصف العينة والمقدرة ب 58,48% قالوا بأنه لم يسبق لهم وأن تعرضت منشوراتهم أو تعليقاتهم للحذف داخل هذه المجموعة، تليها نسبة 20,76% قالوا بأنهم نادرا ما يتم حذف منشوراتهم أو تعليقاتهم، وقالت نسبة 18,46% بأن منشوراتهم وتعليقاتهم تحذف أحيانا، في حين قالت نسبة 2,3% بأنها لم تجرب النشر.

أما من حيث متغير السن وجدنا بأن جميع الفئات العمرية ماعدا الفئة من 16 إلى 20 سنة سجلوا أعلى نسبة إجابة عند أبدا، بينما وجدنا الفئة العمرية من 16 إلى 20 سنة سجلوا أعلى نسبة إجابة عند نادرا، وفي ما يخص متغير الجنس وجدنا بأن كلا الجنسين أيضا سجلا أعلى نسبة إجابة عند أبدا، ونفس الشيء بالنسبة لمتغير الديانة.

نلاحظ من خلال هذه النسب بأن المسؤولين عن المجموعة يقومون بالرقابة البعدية على المنشورات والتعليقات، حيث يعتبر هذا السلوك إيجابيا إذا كان الغرض منه الحفاظ على الحوار المحترم وعدم السماح بالتعدي على حريات الآخرين داخل المجموعة، في حين يعتبر سلوك سلبي إذا كان تعسفا وغير موضوعي وتحيزا وخدمة لطرف معين على حساب الطرف الآخر.

الجدول رقم(92) يبين طريقة تصرف مسؤولي المجموعة مع من يخالف القوانين داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية

المجموعة		يحذفون منشورك		يحذرونك		الإجابات	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%100	130	%2,3	03	%0,76	01	من 16 إلى 20	السن
		%15,38	20	%45,43	59	من 21 إلى 35	
		%1,53	02	%26,92	35	من 36 إلى 50	
		%0,76	01	%6,92	09	من 51 فأكثر	
%100	130	%17,69	23	%63,86	83	ذكر	الجنس
		%2,3	03	%16,15	21	أنثى	
%100	130	%20	26	%40,77	53	الإسلام	الديانة
		%00	00	%39,23	51	المسيحية	

يظهر من خلال الجدول رقم (92) بأن أغلبية مفردات عينة الدراسة والمقدرة ب 80% قالوا بأن المسؤولين يقومون بتحذيرهم عند مخالفتهم لقوانين المجموعة، في حين قالت نسبة 20% بأن المسؤولين يحذفون منشوراتهم، وبالنسبة لمتغير السن وجدنا جميع الفئات العمرية (ماعداء الفئة من 16 إلى 20 سنة التي سجلت أعلى نسبة إجابة بالقول بأن المسؤولين يحذفون منشوراتهم) سجلوا أعلى نسبة لهم بالقول أن المسؤولين يحذرونهم، أما بالنسبة لمتغير الجنس وجدنا بأن أعلى نسبة إجابة لكلا الجنسين كانت من نصيب الإجابة التي تقول بتحذير المسؤولين، وفي ما يخص متغير الديانة وجدنا بأن كلا أتباع الديانتين سجلوا أعلى نسبة لهم بالقول أن المسؤولين يحذرونهم عند مخالفة القوانين، لكن الشيء الملفت للانتباه أن المسيحيين لم يسجلوا أي إجابة تخص تعرضهم للحذف عكس المسلمين الذين بلغت نسبة الحذف عندهم 20%.

تفسر هذه النسب على أن تحذير المخالفين للقوانين من أعضاء المجموعة عند تجاوزهم للقوانين وفي حالة تكرار التجاوز يقوم المسؤولون بعملية الحذف يعتبر هذا سلوك إيجابي يعمل على تنظيم الحوار والحفاظ عليه لكن حذف المنشور أو التعليق دون إنذار سابق، هذا يمكن أن يحدث خلافاً تنظيمياً داخل المجموعة ويترك انطباع سلبي لدى الأعضاء، كما لا حظنا بأن هناك نسبة من المسلمين تعرضوا لحذف منشوراتهم دون تحذير مسبق بخلاف المسيحيين الذين لا يعاملون بالمثل والذين لم يسجلوا أي حالة حذف، هذا يؤكد على ما توصلنا إليه من خلال الجداول السابقة والتي تقول بأن هناك تحيز من طرف المسؤولين إلى من يتبعون نفس ديانتهم.

الجدول رقم (93) يبين تعرض عينة الدراسة للحظر من عدمه داخل المجموعة الناطقة باللغة

الانجليزية

الإجابات		نعم		لا		المجموع	
المتغيرات		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسب
السن	من 16 إلى 20	00	%00	04	%3,07	130	%100
	من 21 إلى 35	02	%1,53	77	%59,25		
	من 36 إلى 50	00	%00	37	%28,46		
	من 51 فأكثر	00	%00	10	%7,69		
الجنس	ذكر	02	%1,53	104	%80	130	%100
	أنثى	00	%00	24	%18,47		
الديانة	الإسلام	02	%1,53	77	%59,24	130	%100
	المسيحية	00	%00	51	%39,23		

يتبين من خلال الجدول رقم (93) بأن أغلبية أفراد عينة الدراسة والمقدرة بـ 98,47% قالوا بأنه لم يسبق لهم وأن تعرضوا للحظر، في حين قالت نسبة 1,53% بأنهم تعرضوا لعملية حظر، أما من حيث متغير السن وجدنا بأن جميع الفئات العمرية سجلوا أعلى نسب إجابات بالقول أنهم لم يتعرضوا للحظر، في حين لاحظنا بأن الفئة العمرية من 21 إلى 36 سنة هي الفئة العمرية الوحيدة التي تعرضت لعملية الحظر، وفي ما يخص متغير الجنس وجدنا بأن أعلى النسب بالنسبة للجنسين قالوا من خلالها بأنهم لم يتعرضوا للحظر، بينما لاحظنا بأن فئة الذكور هي الفئة الوحيدة التي تعرضت للحظر، أما من حيث متغير الديانة وجدنا بأن أعلى النسب بالنسبة لأتباع

الديانتين قالوا من خلالها بعد تعرضهم للحظر، لكن سجلنا بأن المسلمين هم الفئة الوحيدة الذين تعرضوا لعملية الحظر.

نستخلص من خلال هذه النسب بأن نسبة قليلة جدا من عينة الدراسة من تعرضت للحظر، لكن الملفت للانتباه هو أن الإناث لم يتعرضوا لأي حالة حظر عكس الذكور ربما يوحي هذا إلى أن الإناث أكثر احتراما أثناء الحوار من الذكور، كما لفت انتباهنا أيضا بأن المسلمين هم فقط من تعرضوا لحالات حظر عكس المسيحيين، ربما يؤكد هذا مرة أخرى على تحيز المسؤولين للطرف المسيحي في مقابل الطرف المسلم.

الجدول رقم(94) يبين تعرض عينة الدراسة للمنع من الحوار من عدمه من طرف أحد أعضاء المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية

المجموع		لا		نعم		الاجابات	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%100	130	%1,53	02	%1,53	02	من 16 إلى 20	السن
		%56,95	74	%3,84	05	من 21 إلى 35	
		%28,46	37	%00	00	من 36 إلى 50	
		%7,69	10	%00	00	من 51 فأكثر	
%100	130	%77,69	101	%3,84	05	ذكر	الجنس
		%16,94	22	%1,53	02	أنثى	
%100	130	%55,39	72	%5,38	07	الإسلام	الديانة
		%39,23	51	%00	00	المسيحية	

يشير الجدول رقم (94) إلى أن أغلبية عينة الدراسة والمقدرة بنسبة 94,61% بأنه لم يسبق وأن تعرضوا لحالة منع من الحوار من طرف أحد أعضاء المجموعة، في حين قالت نسبة 5,38% بأنه سبق لهم وأن تعرضوا لحالة منع من طرف أحد الأعضاء، أما من حيث متغير السن وجدنا بأن الفئتين من 16 إلى 20 سنة ومن 21 إلى 35 سنة هما من تعرضا لحالة منع عكس الفئات العمرية الأخرى، أما من حيث متغير الجنس وجدنا بأن كلا الجنسين سبق

وأن تعرضوا لحالة منع، أما في ما يخص متغير الديانة وجدنا بأن المسلمين هم فقط من تعرضوا لحالة منع عكس المسيحيين.

يمكن القول من خلال هذه النسب بأن حالات المنع قليلة جدا داخل المجموعة، إلا أننا سجلنا بعض الحالات والتعدي من طرف بعض الاعضاء على حرية الآخر في التعبير عن رأيه، والملفت للانتباه هو أن المسلمين هم فقط من تعرضوا لمثل هكذا موقف عكس المسيحيين، ربما يرجع هذا السلوك إلى أن الأعضاء يعرفون بأن المسؤولين عن المجموعة هم جميعهم مسيحيين ومن نفس ديانتهم لذا يمكنهم ممارسة سلطة المنع والتشويش على الحوار.

المطلب الرابع: طبيعة ثقافة الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية

سنسعى من خلال هذا العنصر إلى محاولة التعرف على مسار ثقافة الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية؛ من خلال تقييم الأعضاء لتجربة الحوار التي خاضوها داخل المجموعة، وبالتالي معرفة مدى التزام أعضاء هذه المجموعة بالحوار المحترم.

الجدول رقم(95) يوضح ان كانت عينة الدراسة قد جربت الحوار من عدمه داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية

المجموع		لا		نعم		الاجابات	
النسب	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%100	130	%00	00	%3,07	04	من 16 إلى 20	السن
		%2,3	03	%58,48	76	من 21 إلى 35	
		%00	00	%28,46	37	من 36 إلى 50	
		%00	00	%7,69	10	من 51 فأكثر	
%100	130	%0,76	01	%80,79	105	ذكر	الجنس
		%1,53	02	%16,92	22	أنثى	
%100	130	%2,3	03	%58,47	76	الإسلام	الديانة
		%00	00	%39,23	51	المسيحية	

يتبين من خلال الجدول رقم (95) بأن الأغلبية الساحقة لأفراد عينة الدراسة والمقدرة ب 97,7% سبق لها وأن جربت الحوار داخل المجموعة، في حين قالت نسبة 2,3% بأنها لم تجرب الدخول في حوار ما يؤكد على أنها متابعة فقط لما يجري من حوار داخل المجموعة، أما من حيث متغير السن وجدنا بأن الفئة العمرية من 21 إلى 35 السنة هي الفئة العمرية الوحيدة التي لم تجرب الحوار، أما من حيث متغير الجنس فأتت عدم تجربة الحوار كانت من الجنسين، وفي ما يخص متغير الديانة وجدنا بأن الفئة التي لم تجرب الحوار هم من الفئة المسلمة.

نستنتج من خلال هذه النسب بأن هناك فئة قليلة جداً ممن لم يجربوا الحوار ما يدل على أن مفردات عينة الدراسة نشطة في مجال الحوار، في حين يمكن القول بأن الفئة التي لم تجرب الحوار هي من الفئة الشابة، ربما لعدم إلمامهم بالمواضيع المطروحة للنقاش ونقص معرفتهم الدينية هي السبب في ذلك خاصة وأنهم صغار في السن، كما لاحظنا بأن نسبة مشاركة الإناث معتبرة في مقابل الذكور ما يعكس اهتمام الإناث بالمواضيع الدينية مع محاولتها للإثراء وتأنيث الخطاب الديني وبالتالي رفع احتكار الخطاب الديني الذكوري، كما لفت انتباهنا بأن كل المسحيين حسب عينة الدراسة جربوا الحوار عكس المسلمين الذين سجلوا نسبة لم تجرب ذلك ما يدل على أن مشاركة المسحيين في الحوار أكثر من المسلمين.

الجدول رقم(96) يوضح عدد المرات التي خاضت فيها عينة الدراسة تجربة الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية

الاجابات		ثلاث مرات		أكثر من ثلاث مرات		لم أجرب الحوار		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
السن	من 16 إلى 20	00	00	03,07%	04	00	00	100%	130
	من 21 إلى 35	3,07%	04	55,43%	72	2,3%	03	100%	130
	من 36 إلى 50	0,76%	01	27,69%	36	00	00	100%	130
	من 51 فأكثر	0,76%	01	6,92%	09	00	00	100%	130
الجنس	ذكر	3,84%	05	76,96%	100	0,76%	01	100%	130
	أنثى	0,76%	01	16,15%	21	1,53%	02	100%	130
الديانة	الإسلام	2,3%	03	56,15%	73	2,3%	03	100%	130
	المسيحية	2,3%	03	36,95%	48	00	00	100%	130

يتضح من خلال الجدول رقم (95) بأن أغلبية أفراد عينة الدراسة والمقدرة ب 93,08% قالوا بأنهم جربوا الحوار داخل المجموعة أكثر من ثلاث مرات، تليها نسبة 4,61% قالوا بأنهم جربوا الحوار ثلاث مرات فقط، في حين قالت نسبة 2,3% بأنه لم يسبق لها خوض أي حوار داخل هذه المجموعة، أما من حيث متغير السن وجدنا بأن أعلى نسبة إجابة بالنسبة لجميع الفئات العمرية قالوا بأنهم خاضوا تجربة الحوار لأكثر من ثلاث مرات، ونفس الشيء بالنسبة لمتغير الجنس والديانة سجلنا نفس حالة المشاركة، حيث وجدنا أعلى نسب الإجابة تقول بالمشاركة أكثر من ثلاث مرات.

يبدو من خلال هذه النسب بأن خوض تجربة الحوار من طرف عينة الدراسة داخل المجموعة مرتفعة، كما لاحظنا بأن نسبة مشاركة الإناث مرتفعة أيضا بالإضافة إلى أن كلا أتباع الديانتين سجلوا مشاركة جد معتبرة هذا يدل على أن المواضيع المطروحة والجو العام للمجموعة يحفز على الحوار.

الجدول رقم(97) يوضح تقييم الحوار من طرف عينة الدراسة داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية

الاجابات		جيدة		سيئة		لم أجرب الحوار		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسب	التكرار
السن	من 16 إلى 20	02	1,53%	02	1,53%	00	00%	130	100%
	من 21 إلى 35	51	39,28%	25	19,23%	03	2,3%		
	من 36 إلى 50	31	23,84%	06	4,61%	00	00%		
	من 51 فأكثر	08	6,15%	02	1,53%	00	00%		
الجنس	ذكر	75	57,73%	30	23,07%	01	0,76%	130	100%
	أنثى	17	13,07%	05	3,84%	02	1,53%		
الديانة	الإسلام	51	39,23%	25	19,23%	03	2,3%	130	100%
	المسيحية	41	31,55%	10	7,69%	00	00%		

يتبين من خلال الجدول رقم (97) بأن أغلبية مفردات عينة الدراسة والمقدرة ب 70,80% قالوا بأن تقييمهم للحوار يدخل في خانة المستوى الجيد، في حين قالت نسبة 26,92% بأن تقييمهم للحوار يصنف في خانة المستوى السيء، أما من حيث متغير السن والجنس والديانة وجدنا بأن أعلى نسب إجاباتهم قالت بأن الحوار يصنف في خانة الجيد.

نستنتج من خلال هذه النسب بأن أغلبية عينة الدراسة على اختلاف أعمارهم وجنسهم وديانتهم أجمعوا على أن مستوى الحوار داخل هذه المجموعة جيد، هذا ما يدعو إلى التفاؤل بأن الحوار عبر مجموعات الفيسبوك بدأ يأخذ جدية أكثر ومكانة أكبر ويمكن أن يكون البديل المتميز وذو الطبيعة الخاصة للحوار الذي كان يقام في العالم الواقعي (الندوات، المؤتمرات، اللقاءات التلفزيونية...)، والشئ الجديد في الحوار الافتراضي هو أنه لا يعترف بالحدود الجغرافيا ولا بالمستوى التعليمي والمكانة الدينية والاجتماعية ولا يعطي أولوية لجنس الذكوري ولا يقصي الجنس الأنثوي بل يتيح تساوي الفرص في الحوار، ويمنح حرية أكبر في إبداء الرأي دون أي اعتبار آخر، عكس ما كنا نلاحظه في العالم الواقعي.

الجدول رقم (98) يبين نوع النقاش الذي دار بين أعضاء المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية

الاجابات		بأسلوب محترم		ساخر		لم أجرب النشر		المجموعة	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
السن	من 16 إلى 20	02	%1,53	02	%1,53	00	%00	130	%100
	من 21 إلى 35	45	%34,66	31	%23,84	03	%2,3		
	من 36 إلى 50	26	%20	11	%8,46	00	%00		
	من 51 فأكثر	06	%4,61	04	%3,07	00	%00		
الجنس	ذكر	58	%44,65	47	%36,15	01	%0,76	130	%100
	أنثى	21	%11,53	10	%5,38	02	%1,53		
الديانة	الإسلام	39	%30	37	%28,46	03	%2,3	130	%100
	المسيحية	40	%26,94	11	%12,30	00	%00		

يتضح من خلال الجدول رقم (98) بأن أكثر من نصف مفردات عينة الدراسة والمقدرة ب 60,78% قالوا بأن الحوار داخل المجموعة يتميز بالاحترام، في حين قالت نسبة 36,92% بأن الحوار ساخر، أما نسبة 2,3% قالوا بأنهم لم يجربوا الحوار، في حين لم يتم تسجيل أي حالة عنف لفظي، أما من حيث متغير السن وجدنا بأن جميع الفئات العمرية (ماعداد الفئة العمرية من 16 إلى 20 سنة التي سجلت نسبتي عاليتين لكل من الاجابة بأن الحوار محترم والأخرى قالت بأن الحوار ساخر) سجلت أعلى نسبها في القول بأن الحوار داخل المجموعة يسوده الاحترام، وفي ما يخص متغير الجنس والديانة وجدنا نفس الشئ حيث قالت أعلى نسبها بأن الحوار محترم، لكن لا حظنا

بأن سجلت الاناث نسبة ضعيفة جدا عند القول بأن الحوار ساخر عكس الذكور، وكذلك وجدنا بأن المسلمين سجلوا نسبة مرتفعة (تكاد تتساوى مع نسبة من قالوا بأن الحوار محترم) في القول بأن الحوار ساخر عكس المسيحيين.

تشير هذه النسب إلى أن الحوار المحترم يغلب على الحوار الساخر، كما نلمس بأن هناك جدية في الحوار من طرف بعض الأعضاء في مقابل أن هناك من الأعضاء من لا يتحلى بثقافة الحوار ولا يمتلك روح تقبل الآخر، لذا لاحظنا بأن هذا النوع ما يلجأ إلى السخرية من الآخر في الكثير من الأحيان لأن العقلية الإقصائية مترسخة في ذهنه، لكن على العموم تدعوا هذه النسب إلى التفاؤل بوجود فئة تتمتع بثقافة جيدة في الحوار، وهذا ما لمسناه أيضا من خلال متابعتنا للمجموعة.

الجدول رقم(99) يبين مدى تحفيز منشورات أعضاء المجموعة على الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية

الأجائبات		غالبا		أحيانا		نادرا		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
السن	من 16 إلى 20	00	%00	03	%2,3	01	%0,76	130	%100
	من 21 إلى 35	13	%10	47	%36,21	19	%14,61		
	من 36 إلى 50	12	%9,23	20	%15,38	05	%3,84		
	من 51 فأكثر	03	%2,3	05	%3,84	02	%1,53		
الجنس	ذكر	22	%16,92	60	%46,18	24	%18,46	130	%10
	أنثى	06	%4,61	15	%11,53	03	%2,3		
الديانة	الإسلام	10	%7,69	50	%38,48	19	%14,61	130	%100
	المسيحية	18	%13,84	25	%19,23	08	%6,15		

يتبين من خلال الجدول رقم (99) بأن أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة والمقدرة ب 57,71% قالوا بأن المنشورات داخل المجموعة أحيانا ما تحفز على الحوار، تليها نسبة 21,53% قالوا بأنه غالبا ما تحفز المنشورات

المعروضة على الحوار، في حين قالت نسبة 20,76% بأنه نادرا ما تحفز المنشورات على الحوار، ومن حيث متغير السن والجنس والديانة وجدنا بأن أعلى نسب إجاباتها قالت بأحيانا.

نلاحظ من خلال هذه النسب بأن هناك تباين في اجابات المبحوثين من غالبا مروراً بأحيانا إلى نادرا مع ارتفاع نسبة من أجابوا بأحيانا، وهذا يدل على أن هناك منشورات تحفز فعلا علة الحوار في حين أن هناك أيضا منشورات لا تحفز على ذلك، ويمكن أنا نؤكد هذا فمن خلال متابعتنا للمنشورات داخل هذه المجموعة، وجدنا بأن هناك منشورات يكون هدفها الاقناع أو التساؤل عن مسألة دينية ففي هذه الحالة اغلب التفاعلات تكون إيجابية، في حين عندما يكون هدف المنشور هو الافحام او السخرية نجد بأن نسبة التفاعل قليلة وسلبية في نفس الوقت.

الجدول رقم(100) يبين روح تقبل الآخر من عدمه داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية

المجموع		أبدا		نادرا		أحيانا		الإجابات	
النسب	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%100	130	%00	00	%0,76	01	%2,3	03	من 16 إلى 20	السن
		%3,84	05	%19,23	25	%37,75	49	من 21 إلى 35	
		%00	00	%7,69	10	%20,76	27	من 36 إلى 50	
		%0,76	01	%3,07	04	%3,84	05	من 51 فأكثر	
%10	130	%4,61	06	%23,87	31	%53,07	69	ذكر	الجنس
		%00	00	%6,92	09	%11,53	15	أنثى	
%100	130	%4,61	06	%18,46	24	%37,69	49	الإسلام	الديانة
		%00	00	%12,3	16	%26,94	35	المسيحية	

يشير الجدول رقم (100) إلى أن أعلى نسبة إجابة والمقدرة ب 64,62% قالوا بأنهم أحيانا يلمسون روح تقبل الآخر أثناء الحوار، تليها نسبة 30,76% قالوا بأنه نادرا ما يلمسون ذلك، في حين قالت نسبة 4,61% بأنهم لا يلمسون هذه الروح، ومن حيث متغير السن وجدنا بأن جميع الفئات سجلوا أعلى نسب إجابات عند أحيانا، كما لاحظنا بأن الفئة العمرية من 21 إلى 35 سنة هي الفئة العمرية الوحيدة التي سجلت نسبة إجابة تنفي عدم وجود ثقافة تقبل الآخر.

وفي ما يخص متغير الجنس وجدنا بأن فئة الذكور هم الذين سجلوا نسبة إجابة تنفي عدم وجود روح تقبل الآخر، ونفس الشي بالنسبة لمتغير الديانة المسلمين هم من سجلوا نسبة تنفي ذلك عكس المسحيين. يمكن أن نعلق بأن ثقافة تقبل الآخر ليست متاحة للجميع فهي تتطلب مستوى تعليمي عالي وتربية مجتمعية سليمة تبتعد قدر الإمكان على التعصب والكراهية والإقصاء وتقرب كل الاقتراب من ثقافة الاعتراف بالآخر؛ أي بسنة الاختلاف الموجودة في الحياة وعلى جميع المستويات، لذا فنحن لا نستغرب أن تكون إجابة نسبة كبيرة جدا من عينة الدراسة تتوزع بين الاجابة بأحيانا ونادرا، لكن على العموم مدام أن عينة الدراسة تلمس روح وثقافة احترام الآخر عند البعض فهذا أمر يدعو إلى القول بأنه يمكن على المدى البعيد نشر هذه الثقافة لتشمل نسبة كبيرة من أعضاء هذه المجموعة.

الجدول رقم(101) يوضح إن سبق وتوصل أعضاء المجموعة إلى اجماع حول مسألة دينية داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية

الاجابات		نعم		لا		لم أجرب الحوار		المجموع	
المتغيرات		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
السن	من 16 إلى 20	00	%00	04	%03,07	00	%00	130	%100
	من 21 إلى 35	04	%3,07	72	%55,43	03	%2,3		
	من 36 إلى 50	04	%3,07	33	%25,38	00	%00		
	من 51 فأكثر	02	%1,53	08	%6,15	00	%00		
الجنس	ذكر	10	%7,69	95	%73,10	01	%0,76	130	%100
	أنثى	00	%00	22	%16,92	02	%1,53		
الديانة	الإسلام	06	%4,61	70	%53,87	03	%2,3	130	%100
	المسيحية	04	%3,07	47	%36,15	00	%00		

يكشف الجدول رقم (101) على أن أغلبية مفردات عينة الدراسة والمقدرة ب 90% قالوا بأنه لم يسبق لهم أن التوصل إلى اتفاق أو الإجماع حول مسألة دينية معينة، في حين قالت نسبة 7,70% بأنه سبق لهم الاجماع حول مسألة دينية اثناء الحوار، أما نسبة 2,3% قالت بأنه لم يسبق لها وأن جريت الحوار مع الآخر.

أما من حيث متغير السن وجدنا بأن الفئة العمرية من 16 إلى 20 سنة هي الفئة الوحيدة التي لم تسجل أي حالة إجماع، وفي ما يخص متغير الجنس لا حظنا بأن الإناث أيضا لم يسجلن أي حالة اتفاق أو إجماع عكس الذكور، أما من حيث متغير الديانة وجدنا بأن كلا من المسلمين والمسيحيين سجلوا حالات إجماع.

من خلال متابعتنا للعديد من ندوات ومؤتمرات الحوار واللقاءات التلفزيونية وحتى الأكاديمية بين ممثلي الديانتين من المتخصصين وغيرهم نادرا ما شهدنا حالات تفاهم حول مسألة من المسائل الدينية وحتى وإن كانت وجدنا بأن تلك النقاط المتفاهم عليها ليست كافية بالتقريب من الديانتين، فما بالك على مواقع التواصل الاجتماعي التي يوجد بداخلها المتخصص وغير المتخصص ومستويات علمية متباينة ومختلفة، لكن رغم هذا يمكن القول بأن تسجيل نسبة إجماع وتفاهم ولو كانت نسبتها ضعيفة بين أعضاء هذه المجموعة هو شيء إيجابي يدعو إلى التفاؤل، وربما ستعمم هذه الثقافة على المدى البعيد داخل هذه المجموعة، وحتى ولو فرضنا أن هذه الثقافة بقيت محصورة عند فئة قليلة على الأقل هناك حوار مفتوح بين أتباع الديانتين، وهذا في حد ذاته إنجاز بالنظر إلى الصراع الذي كان سائد في الحقب الزمنية الماضية.

الجدول رقم(102) يوضح إن كان ما يعرض من طرف الأعضاء يعمق الحوار أو يقطعه أو يدفع إلى الصراع داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية

الاجابات		يعمق		يقطع الحوار		يدفع إلى الصراع		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسب	التكرار
السن	من 16 إلى 20	2,3%	03	00%	00	0,76%	01	100%	130
	من 21 إلى 35	29,30%	38	20,76%	27	10,76%	14		
	من 36 إلى 50	20%	26	6,92%	09	1,53%	02		
	من 51 فأكثر	6,15%	08	0,76%	01	0,76%	01		
الجنس	ذكر	46,15%	60	23,88%	31	11,53%	15	100%	130
	أنثى	11,53%	15	4,61%	06	2,3%	03		
الديانة	الإسلام	33,07%	43	16,92%	22	10,76%	14	100%	130
	المسيحية	24,65%	32	11,53%	15	3,07%	04		

نلاحظ من خلال الجدول رقم (102) بأن أكثر من نصف مفردات عينة الدراسة والمقدرة بـ 57,70% قالوا بأن ما يعرض من منشورات وتعليقات داخل المجموعة يعمق الحوار، في حين قالت نسبة 28,46% بأن ما يعرض يقطع الحوار، أما نسبة 13,84% قالوا بأن ما يعرض من طرف أطراف الحوار يدفع إلى الصراع. ومن حيث متغير السن أجمعت كل الفئات العمرية على تسجيل أعلى نسبة إجابة بالقول أن ما يعرض يعمق الحوار، وكذلك نفس الشيء بالنسبة لمتغير الجنس والديانة. نستنتج من هذه النسب بأن معظم ما ينشر داخل هذه المجموعة يخدم الحوار بين المسيحيين والمسلمين ويدعمه وهذا أمر إيجابي يحسب للمجموعة، في حين وجدنا بأن هناك نسبة معتبرة من عينة الدراسة من قالت بأن ما يعرض يقطع الحوار ويدفع إلى الصراع، هذا ما يجعلنا نتساءل عن دور المسؤولين على المجموعة في ضبط الحوار وتنظيمه؛ بما أن هدف المجموعة هو تدعيم الحوار المحترم بين اتباع الديانتين، ففي هذه الحالات يعد تدخل المسؤولين سلوك إيجابي مادام هدفه فرض الحوار المحترم داخل المجموعة.

الجدول رقم (103) يبين ما يللمسه أعضاء المجموعة من الحوار الذي يجري بينهم أثناء الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية

الاجابات		عدم وجود احترام متبادل		هناك البعض ففك من		هناك البعض فقط من لا		المجموعة	
المتغيرات		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
السن	من 16 إلى 20	00	00%	04	3,07%	00	00%	130	100%
	من 21 إلى 35	20	15,38%	31	23,84%	28	21,60%		
	من 36 إلى 50	05	3,84%	17	13,07%	15	11,53%		
	من 51 فأكثر	02	1,53%	06	4,61%	02	1,53%		
الجنس	ذكر	24	18,46%	46	35,40%	36	27,69%	130	100%
	أنثى	03	2,3%	12	9,23%	09	6,92%		
الديانة	الإسلام	19	14,61%	33	25,38%	27	20,79%	130	100%
	المسيحية	08	6,15%	25	19,23%	18	13,84%		

يكشف الجدول رقم (103) على أن أعلى نسبة إجابة بالنسبة لمفردات عينة الدراسة والمقدرة ب 44,63% قالوا بأن هناك البعض فقط من يحترم الآخر من هذا من خلال متابعتهم للحوار داخل هذه المجموعة، أما نسبة 34,61% قالوا بأن هناك البعض فقط من لا يحترم الآخر، في حين قالت نسبة 20,76% بعدم وجود احترام متبادل بين طرفي الحوار.

ومن حيث متغير السن وجدنا بأن أعلى نسب جميع الفئات العمرية قالوا بأن هناك البعض فقط من يحترم الآخر أثناء الحوار، ونفس الشيء وجدنا في متغير الجنس والديانة.

نلاحظ من خلال آراء عينة الدراسة التي تتابع الحوار بأن مستوى الحوار داخل هذه متابين من عضو لآخر، حيث تدل هذه النسب على أن هناك البعض من أعضاء المجموعة من يتحلى بثقافة الحوار التي تتخذ من الاحترام أسلوباً لها وهناك البعض من لا يحترم الآخر وليس له أدنى ثقافة للحوار، ما يعطي احتمالية أن انضمامه للمجموعة ليس بهدف الحوار وإنما بهدف إبراز تطرفه وكرهه للآخر، بالإضافة إلى أن هذا النوع من مواقع التواصل الاجتماعي يضم بداخله مختلف العقليات والذهنيات والمستويات ويتيح للجميع فرصة التواصل بمجرد إنشاء حساب سواء كان حقيقي أو وهمي الانضمام إلى أي مجموعة أو صفحة؛ ما يعطي احتمالية أكبر إلى أن نجد من يتقن لغة الحوار المحترم و من يتقن العكس.

الجدول رقم(104) يوضح إن سبق وتعرض أحد أعضاء المجموعة إلى السب والشتم داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية

الاجابات		نعم		لا		لم أجرب الحوار		المجموع	
المتغيرات		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
السن	من 16 إلى 20	04	3,07%	00	00%	00	00%	130	100%
	من 21 إلى 35	27	20,76%	49	37,74%	03	2,3%		
	من 36 إلى 50	10	7,69%	27	20,76%	00	00%		
	من 51 فأكثر	04	3,07%	06	4,61%	00	00%		
الجنس	ذكر	39	30%	66	50,80%	01	0,76%	130	100%
	أنثى	6	4,61%	16	12,3%	02	1,53%		
الديانة	الإسلام	30	23,07%	46	35,38%	03	2,3%	130	100%
	المسيحية	15	11,53%	36	27,72%	00	00%		

يظهر من خلال الجدول رقم (105) بأن أكثر من نصف مفردات عينة الدراسة والمقدرة ب 63,09% بأنه لم يسبق لهم أن تعرضوا للسب والشتم، في حين قالت نسبة 34,61% بأنه سبق لهم التعرض للسب والشتم من بعض أعضاء المجموعة، أما نسبة 2,3% قالوا بأنهم لم يجربوا الحوار.

أما من حيث متغير السن وجدنا بأن الفئة العمرية من 16 إلى سنة قال جميع أفرادها بأنهم تعرضوا للسب والشتم، بخلاف الفئات العمرية التي قالت أعلى نسب إجاباتها بأنه لم يسبق لها التعرض للشتم، ومن حيث متغير الجنس والديانة لاحظنا بأن كلا الجنسين وكلا أتباع الديانتين سبق لهم وأن تعرضوا للسب والشتم أثناء إجرائهم للحوار. نستنتج من خلال هذه النسب بأن هناك من يخالف القوانين الخاصة بالمجموعة، وأن هناك من بين أعضاء المجموعة من يستعمل العنف اللفظي أثناء الحوار، وبطبيعة الحال هذا النوع من التصرفات السلبية تعكر جو الحوار المحترم داخل هذه المجموعة وربما تدفع بالعديد من الاعضاء إلى العزوف عن الدخول في حوار مع الآخر تجنبنا للتعرض للسب والشتم.

الجدول رقم (104) يبين المكان المفضل لأعضاء المجموعة لإجراء الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية

الاجابات		العالم الواقعي		الفايسبوك		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
السن	من 16 إلى 20	00%	00	04%	04	100%	130
	من 21 إلى 35	10,76%	14	50%	65		
	من 36 إلى 50	6,15%	08	22,30%	29		
	من 51 فأكثر	3,07%	04	4,61%	06		
الجنس	ذكر	16,92%	22	64,63%	84	100%	130
	أنثى	3,07%	04	15,38%	20		
الديانة	الإسلام	10%	13	50,77%	66	100%	130
	المسيحية	10%	13	29,23%	38		

يتضح من خلال الجدول رقم (105) بأن الأغلبية الساحقة لعينة الدراسة والمقدرة ب 80% قالوا بأنهم يفضلون إجراء هذا النوع من الحوار داخل مجموعات الفايسبوك، في حين قالت نسبة 20% بأنهم يفضلون إجراء الحوار في

العالم الواقعي، أما من حيث متغير السن وجدنا بأن الفئة العمرية من 16 إلى 20 سنة لم تسجل أي نسبة إجابة عند القول بالعالم الواقعي، وفي ما يخص متغير الجنس والديانة وجدنا بأن كلا الجنسين وكلا أتباع الديانتين سجلوا أعلى نسبة إجابة بقولهم أنهم يفضلون الحوار في العالم الافتراضي من خلال موقع الفيسبوك.

نلاحظ من خلال هذه النسب بأن الفئة العمرية من 16 إلى 20 سنة فضلت فقط الحوار عن طريق الفيسبوك، هذا يؤكد نتائج البحوث العلمية التي تقول بأن فئة المراهقين هم الأكثر استعمالاً وإدماناً على الفيسبوك، كما لا حظنا الاستحسان الكبير الذي أبدته أغلبية عينة الدراسة للحوار داخل الفيسبوك، هذا ما يدفعنا إلى التساؤل عن أسباب هذا الاقبال والتفضيل الكبيرين، سنتعرف على الدوافع التي تقف وراء هذا التفضيل في الجدول الموالي (106).

الجدول رقم (106) يوضح أسباب تفضيل أفراد العينة للحوار عبر موقع الفيسبوك الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية

الاجابات	التكرارات والنسب	التكرارات	النسب
وسيلة اتصال متاحة للجميع	07	6,86%	
سهولة التواصل والاستعمال	60	58,84%	
امكانية عدم اظهار الهوية الحقيقية أثناء الحوار	04	03,92%	
حرية التواصل داخل الفايسبوك أكثر من العالم الواقعي	10	9,80%	
يتيح الحوار مع مختلف الثقافات والديانات	13	12,74%	
يعطي فرصة للمحاور في التفكير قبل الاجابة	08	7,84%	
المجموع	102	100%	

يكشف الجدول رقم (105) عن أسباب تفضيل مفردات عينة الدراسة للحوار عبر منصة الفيسبوك، حيث وجدنا بأن سهولة التواصل والاستعمال التي تتيحها مجموعات الفيسبوك هي من أبرز الأسباب التي دفعت بعض من عينة الدراسة إلى تفضيلة حيث وصلت نسبة من أجابوا بهذا إلى 58,84%، تلتها نسبة 12,74% قالت بأن إمكانية الحوار مع مختلف الثقافات والديانات هي من أسباب تفضيلهم للحوار داخل مجموعات الفيسبوك، ثم نسبة 9,80% فضلت الفيسبوك لأنه يتيح حرية التواصل أكثر من العالم الواقعي، ثم النسبة 7,84% قالوا بأن الفيسبوك يعطي فرصة للمحاور في التفكير قبل الإجابة، بينما أشارت نسبة 6,86% بأن

سبب التفضيل يرجع إلى أن موقع الفايسبوك وسيلة اتصال متاحة للجميع، أما نسبة 01,92% فقالوا بأن سبب التفضيل هو أن الفايسبوك يتيح امكانية عدم إظهار الهوية الحقيقية أثناء الحوار.

نلاحظ من خلال هذه النسب من الميزات التقنية التواصلية الحديثة التي يوفرها الفايسبوك هي السبب الرئيس في تفضيل أغلب عينة الدراسة للحوار عبر الفايسوك على العالم الواقعي، فمثلا التواصل عن بعد لا يتيح العالم الواقعي الذي يستلزم الحضور الجسدي وفي نفس المكان، كذلك العالم الواقعي يفرض عليك هوية معروفة عكس موقع الفايسوك، الحوار في العالم الواقعي يعطيك مساحة ضيقة للتفكير من أجل الرد على المحاور عكس العالم الافتراضي الذي يتيح لك التفكير وحتى الدخول الى نحر ك البحث من اجل الحصول أو التحقق من معلومة معينة.

على العموم يمكننا القول بأن الحوار عن طريق الفايسبوك مكن العديد من شرائح المجتمع ومن مختلف الجنسيات والديانات والدول وبوسائل بسيطة من تعبير عن الآراء الدينية وبالتالي ساهم الفايسبوك بعوامة حوار الأديان وإتاحة الفرصة للجميع سواء كانوا متخصصين أو غير ذلك المشاركة في الحوار، ففي فترة قريبة كان حوار الأديان محصور فقط عند الفئة التي تريد وسائل الإعلام التقليدية تقديمها للجمهور.

المبحث الثالث: تحليل نتائج الاستبيان الخاص بالمجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

سنسعى في هذا العنصر إلى تحليل نتائج الاستبيان الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة الفرنسية باتباع نفس خطوات التحليل التي قمنا بها في تحليل البيانات الخاصة بالمجموعتين الناطقتين باللغة العربية والإنجليزية

المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

سنعرض في هذا العنصر أهم خصائص عينة الدراسة الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة الفرنسية من خلال التركيز على المعلومات الشخصية (الجنس، السن، المستوى الدراسي...).

الجدول رقم (107) يبين خصائص عينة جمهور مجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

الفئة	المتغير	التكرار	النسبة
الجنس	ذكر	102	% 78,5
	أنثى	28	% 21,5
السن	من 16 إلى 20	10	% 07,7
	من 21 إلى 35	90	% 69,2
	من 36 إلى 50	27	% 20,8
	من 51 فأكثر	03	% 02,3
المستوى الدراسي	ابتدائي	00	% 00
	متوسط	00	% 00
	ثانوي	40	% 30,8
	جامعي	90	% 69,2
الوظيفة	أعمل	86	% 66,2
	لا أعمل	11	% 08,5
	متقاعد	00	% 00
	لا زلت أدرس	33	% 25,4
دولة الإقامة	كوديفوار	28	% 21,5
	نيجيريا	03	% 02,3
	بوركينافاسو	15	% 11,5
	الكونغو	07	% 05,4
	البينين	08	% 06,2
	مالي	07	% 05,4
	غينيا	10	% 07,7
	السنغال	01	% 0,8
	مدغشقر	03	% 02,3
	الكاميرون	05	% 03,8
	فرنسا	18	% 13,8
	كندا	03	% 02,3
	الدانمارك	03	% 02,3
	إيطاليا	01	% 0,8
	الجزائر	11	% 08,5
	المغرب	04	% 03,1
	تونس	02	% 01,5
	لبنان	01	% 0,8
	الإسلام	84	% 64,6
	المسيحية	46	% 35,4

يشير الجدول رقم (107) على أن أغلبية جمهور الدراسة الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة الانجليزية هم ذكور والتي قدرت نسبتهم بـ %78,5 في حين قدرت نسبة الإناث بـ %21,5، أما من حيث متغير الجنس فنجد بأن أعلى نسبة ممثلة لجمهور الدراسة هي للذين يتراوح سنهم ما بين 21 إلى 35 سنة بنسبة %69,2، تليها نسبة

20,8% للجمهور الذين يتراوح سنهم ما بين 36 إلى 50 سنة، ثم نسبة 07,7% للذين يتراوح سنهم من 16 إلى 20 سنة، أما في المرتبة الأخيرة فكانت للذين يبلغ سنهم من 51 سنة فأكثر بنسبة 02,3%.

أما من حيث متغير المستوى الدراسي وجدنا بأن أغلبية جمهور هذه المجموعة لهم مستوى دراسي جامعي والذي قدر بنسبة 69,2%، تليها من وصل مستواهم إلى مرحلة الثانوية بنسبة 30,8%.

في حين وجدنا بأنه من حيث متغير الوظيفة بأن الأغلبية الساحقة لعينة الدراسة هم من الفئة العاملة بنسبة 66,2%، تليها الفئة التي لا زالت تواصل دراستها ب 25,4%، وفي الأخير الفئة غير عاملة بنسبة 08,5%.

أما من حيث متغير بلد الإقامة وجدنا بأن أعلى نسبة لجمهور عينة الدراسة داخل هذه المجموعة هم من دولة كوديفوار بنسبة 21,5%، تليها نسبة 13,8% من فرنسا، ثم بوركينا فاسو بنسبة 11,5%، ثم الجزائر بنسبة 08,5%، ثم دولة غينيا بنسبة 07,7%، ثم دولة البينين بنسبة 06,2%، ثم دولة الكونغو ومالي بنسبة 05,4% لكل واحدة منهما، ثم الكاميرون بنسبة 03,8%، ثم المغرب بنسبة 03,1%، ثم نيجيريا، مدغشقر، الدانمارك وكندا بنسبة 02,3% لكل واحدة منهم، ثم تونس بنسبة 01,5%، أما في المرتبة الأخيرة فجاءت كل من السنغال، لبنان وإيطاليا بنسبة 0,8% لكل واحدة منهم.

ومن حيث متغير الديانة وجدنا بأن حوالي ثلثي جمهور عينة الدراسة يعتقدون الدين الإسلامي والمقدرة نسبتهم ب 64,6%، أما الذين يعتقدون الدين المسيحي فقدرت نسبتهم ب 35,4%.

يمكن القول من خلال هذه البيانات بأن الجنس الذكوري هم الأكثر مبادرة إلى المشاركة في الحوار بين المسيحيين والمسلمين من الإناث وهذا يعكس اهتمام الذكور بمثل هكذا مواضيع أكثر من الإناث، لكن على العموم نسبة الإناث المشاركة في هذا النوع من الحوار معتبرة مقارنة بالماضي حيث كان الرجل هو من يحتكر فضاء السلطة الدينية ويسطر عليها، إلا أننا وجدنا بأن مواقع التواصل الاجتماعي والتواصل عن بعد أتاح للإناث اقتحام هذا الفضاء وابداء آرائهم في مثل هكذا مواضيع.

كما نلاحظ بأن أغلبية جمهور العينة هم من فئة الذين وصل تعليمهم إلى الجامعة، وهذا ربما ما يفسر إقبال عينة الدراسة على مثل هكذا حوار الذي يتطلب ثقافة ومستوى عالي من الثقافة الدينية. كما لاحظنا أيضا بأن أعلى نسبة لجمهور عينة الدراسة يقيمون بكوديفوار (ساحل العاج)، وهي من بين الدول الإفريقية التي كانت مستعمرة من طرف فرنسا لغتها الرسمية هي اللغة الفرنسية التي تشهد تنوع ديني؛ إذ يعتبر الدين الإسلامي والمسيحي أكثر

الديانات اعتناقاً والأبرز في الساحة الدينية، وعلى العموم فإن عينة الدراسة شملت 18 دولة من كل اقطار العالم، لكن لاحظنا بأن أغلب هذه الدول هي من إفريقيا ويعود هذا إلى أن أغلب الدول الإفريقية تتكلم اللغة الفرنسية لأنها كانت مستعمرات فرنسية سابقة.

كما وجدنا بأن أكثر من نصف جمهور عينة الدراسة الخاصة بهذه المجموعة هم مسلمون، ربما يرجع هذا إلى أن المسلمين هم الأكثر اهتماماً ومبادرة إلى اجراء مثل هكذا حوار على الرغم من أن المسؤولين المشرفين على هذه المجموعة خليط بين المسلمين والمسيحيين.

من خلال هذه الخصائص التي تميز عينة الدراسة يمكن القول بأن هذه العينة مناسبة للدراسة وستمكنا من الاجابة على إشكالية وتساؤلات الدراسة والوصول الى نتائج أكثر واقعية وعلمية.

المطلب الثاني: أساليب تفاعل الجمهور داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

سنحاول من خلال هذا العنصر إبراز أهم اساليب تفاعل أعضاء المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية من خلال التركيز على الوسائط المستخدمة أثناء التفاعل ومبادرات النشر والحوار، وأهم المنشورات التي تعرض والحجج والبراهين المستعملة.

الجدول رقم (108) يوضح الوسيلة المفضلة لدى أفراد عينة المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية للولوج إلى الفايسبوك

الاقتراحات		الهاتف الذكي		الحاسوب المحمول		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
السن	من 16 إلى 20	06,92%	09	0,76%	01	100%	130
	من 21 إلى 35	65,38%	85	03,88%	05		
	من 36 إلى 50	13,07%	17	07,69%	10		
	من 51 فأكثر	02,30%	03	00%	00		
الجنس	ذكر	66,95%	87	11,53%	15	10%	130
	أنثى	20,76%	27	0,76%	01		
الديانة	الإسلام	60%	78	4,61%	06	100%	130
	المسيحية	27,70%	36	07,69%	10		

يتضح من خلال الجدول رقم (108) بأن أعلى نسبة إجابة بالنسبة لأفراد العينة والمقدرة بـ 87,71% قالت بأنها تفضل الولوج الى موقع الفايسبوك عن طريق الهاتف الذكي، يليها استخدام الحاسوب المحمول بنسبة 12,29%، أما من حيث متغير السن وجدنا بأن جميع الفئات العمرية سجلت أعلى نسبها في القول بأنها تستخدم الهاتف الذكي. نفس الشيء بالنسبة لمتغير الجنس والديانة لا حظنا بأن أعلى نسبة اجابة كانت باستخدام الهاتف الذكي.

نستنبط من خلال هذه النسب بأن الهاتف الذكي هو الوسيلة المفضلة لجمهور العينة يليه استخدام الحاسوب المحمول، يعود هذا التفضيل إلى الاختلاف في الميزات الاتصالية والتكنولوجية التي تتميز بها كل وسيلة فالهاتف الذكي يحتل المرتبة الأولى لأن من ميزاته سهل الحمل أي خفيف الوزن وصغير الحجم مقارنة بالوسائل الأخرى، كما أنه يتمتع بنفس خصائص التقنية للحاسوب من برمجيات مع ارتباطه بالإنترنت بالإضافة إمكانية التواصل بالكاميرا أو غيرها، كما أنه سهل الاستخدام ويمكن استخدامه في أي مكان يتواجد في المستخدم، كل هذه الميزات جعلت من الوسيلة المفضلة للاستخدام من طرف جمهور العينة للولوج إلى الفايسبوك.

لا حظنا أيضا بأن الفئة العمرية من 51 سنة فأكثر بأنها لم تسجل أي نسبة استعمال بالنسبة للحاسوب؛ ربما يدل هذا الى ان التكنولوجيا الحديثة عملية جذبا لا تقتصر على فئة المراهقين والشباب.

الجدول رقم(109) يبين معدل استخدام عينة الدراسة للفيسبوك الناطقة باللغة الفرنسية

الإجابات		أقل من ساعتين		من 2 سا إلى 4 سا		من 5 سا إلى 7 سا		المجموع	
المتغير		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
السن	من 16 إلى 20	%00	00	%07,69	10	%00	00	%100	130
	من 21 إلى 35	%00	00	%61,57	80	%07,69	10		
	من 36 إلى 50	%0,76	01	%19,23	25	%0,76	01		
	من 51 فأكثر	%00	00	%02,30	03	%00	00		
الجنس	ذكر	%0,76	01	%72,33	94	%05,38	07	%10	130
	أنثى	%00	00	%18,46	24	%03,07	04		
الديانة	الإسلام	%00	00	%59,26	77	%05,38	07	%100	130
	المسيحية	%0,76	01	%31,53	41	%03,07	04		

يتبين من خلال الجدول رقم (109) بأن أغلبية مفردات العينة والمقدرة ب 90,79% قالوا بأنهم يستخدمون الفيسبوك من إثنان إلى أربع ساعات يوميا، تليها نسبة 8,45% قالوا بأنهم يستخدمون الفيسبوك من خمس إلى سبع ساعات يوميا، في حين قالت نسبة 0,76% بأنهم يستخدمون الفيسبوك أقل من ساعتين. ومن حيث متغير السن وجدنا بأن جميع الفئات العمرية سجلت أعلى نسبة استخدام عند الفترة الممتدة من ساعتين إلى أربع ساعات، لكن لا حظنا بأن الفئتين العمريتين من 16 إلى 20 و 51 سنة فأكثر لم يسجلا أي نسبة عند الفترة الممتدة من خمس إلى سبع ساعات، كما لاحظنا بأن الفئة العمرية من 36 إلى 50 الوحيدة التي سجلت نسبة إجابة أقل من ساعتين.

أما من حيث متغير الجنس والديانة وجدنا بأنه تم تسجيل أعلى نسبة استخدام بالنسبة للجنسين ولأتباع الديانتين ممثلة من ساعتين إلى أربع ساعات.

تحيلنا هذه النسب إلى القول بأن معدل الاستخدام اليومي لمفردات عينة الدراسة لموقع الفيسبوك متوسط ولكن في نفس الوقت يدل على أنهم نشطين من حيث الاستخدام، كما يجدر الإشارة إلى أن الفئة العمرية من 21 إلى 35 سجلت مدة استخدام من خمس إلى سبع ساعات بنسبة 07,69%، وهي نسبة معتبرة تدل على أن فئة الشباب هم الأكثر استخداما من حيث المدة الزمنية مقارنة بالفئات العمرية الأخرى.

الجدول رقم(110) يبين معدل دخول عينة الدراسة للمجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

الاجابات		باستمرار		متقطع		نادرا		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
السن	من 16 إلى 20	%03,84	05	%03,84	05	%00	00	%100	130
	من 21 إلى 35	%45,42	59	%23,84	31	%00	00		
	من 36 إلى 50	%08,46	11	%12,30	16	%00	00		
	من 51 فأكثر	%00	00	%02,30	03	%00	00		
الجنس	ذكر	%46,95	61	%31,53	41	%00	00	%100	130
	أنثى	%10,76	14	%10,76	14	%00	00		
الديانة	الإسلام	%43,10	56	%21,53	28	%00	00	%100	130
	المسيحية	%14,61	19	%20,76	27	%00	00		

يشير الجدول رقم(110) إلى أن أكثر من نصف مفردات عينة الدراسة والمقدرة ب 57,70 قالوا بأنهم يدخلون إلى المجموعة باستمرار، في حين قالت نسبة 42,30% بأنهم يدخلون للمجموعة بشكل متقطع، أما من حيث متغير السن وجدنا بأن الفئة العمرية من 16 إلى 20 سنة سجلت نسبتين متساويتين موزعة على كل من الإجابتين مستمر ومتقطع، في حين سجلت الفئة العمرية من 21 إلى 35 سنة أعلى نسبة لها في القول بأنها تدخل باستمرار، بينما سجلت كل من الفئتين من 36 إلى 50 ومن 51 سنة فأكثر أعلى نسبة إجابة في القول بأنهم يدخلون بشكل متقطع، كما لاحظنا بأن الفئة العمرية من 51 سنة فأكثر هي الفئة الوحيدة التي لم تسجل أي نسبة عند الإجابة التي تقول باستمرار.

وفي ما يخص متغير الجنس وجدنا بأن أعلى نسبة إجابة بالنسبة للذكور المقدرة ب 46,95% قالوا من خلالها بأنهم يدخلون باستمرار إلى المجموعة، في حين سجلن الإناث نسبتين متساويتين عند كل إجابة لهن والمقدرة ب 10,76% لكل إجابة، أما من حيث متغير الديانة فوجدنا بأن المسلمين سجلوا أعلى نسبة إجابة والمقدرة ب 43,10% في القول بأنهم يدخلون إلى المجموعة بشكل مستمر، في حين سجل المسيحيون أعلى نسبة إجابة والمقدرة ب 20,76% في القول بأنهم يدخلون إلى المجموعة بشكل متقطع.

تتطلب مثل هذه المجموعات التي تدعوا إلى الحوار درجة اهتمام عالية من طرف أعضائها وتستدعي منهم دخول مستمر إلى المجموعة من أجل الدخول في حوار حول المواضيع المطروحة للنقاش أو على الأقل متابعة الحوار، لذلك وجدنا بأن أكثر من نصف العينة قالت بأنها تدخل باستمرار إلى المجموعة، وغالبها كانت من فئة الشباب، في حين وجدنا نسبة معتبرة قالت بأنها تدخل بشكل متقطع، وهذا ربما يعكس بأن درجة اهتمامها أقل أو يمكن إرجاع ذلك بأن ليس لديها دائما الوقت الكافي للدخول إلى هذه المجموعة؛ لأن نوع القضايا المعروضة للحوار تتطلب وقت طويل وتركيز جيد بالنسبة للطرف المحاور.

لا حظنا بأن النسبة الأكبر الإناث صرحن بأنهن يدخلن بشكل متقطع للمجموعة عكس الذكور الذين سجلوا أكبر نسبة بالقول أنهم يدخلون باستمرار، هذا يعكس أن درجة اهتمام الذكور أكثر من الإناث، نفس الشيء وجدناه عند المسيحيين الذين سجلوا أكبر نسبة بقولهم أنهم يدخلون بشكل متقطع عكس المسلمين وهذا ما يعكس بأن المسلمين هم أكثر اهتماما بهذا النوع من الحوار.

الجدول رقم(111) يبين معدل بقاء عينة الدراسة داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

الاقتراحات		أقل من ساعتين		من 2 إلى 4سما		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
السن	من 16 إلى 20	%04,61	06	%03,07	04	%100	130
	من 21 إلى 35	%38,46	50	%30,80	40		
	من 36 إلى 50	%13,84	18	%06,92	09		
	من 51 فأكثر	%02,30	03	%00	00		
الجنس	ذكر	%43,86	57	%34,61	45	%10	130
	أنثى	%15,38	20	%06,15	08		
الديانة	الإسلام	%35,38	46	%29,25	38	%100	130
	المسيحية	%23,84	31	%11,53	15		

يكشف الجدول رقم (111) على أن أكثر من نصف أفراد العينة والمقدرة ب 59,23% قالوا بأن معدل بقائهم هو أقل من ساعتين، في حين قالت نسبة 40,77% بأن معدل بقائهم داخل المجموعة هو من ساعتين إلى أربع ساعات، أما من حيث متغير السن وجدنا بأن كل الفئات العمرية سجلت أعلى نسبها عند معدل الاستخدام أقل من ساعتين. ونفس الشيء بالنسبة لمتغير الجنس والدين.

يمكن القول بأن معدل البقاء المسجل لدى أفراد العينة سواء أقل من ساعتين أو أكثر من ساعتين يسمح لهم بإجراء حوار داخل المجموعة، لكن يجدر الإشارة إلى أن طول مدة البقاء يعكس اهتمام أعضاء بهذا النوع من المجموعات، و يدل على أن موضوع الحوار بين المسلمين والمسيحيين على مجموعة الفايسبوك يحتل أهمية كبيرة لدى فئة معتبرة من المستخدمين ما يعكس قوة الفضاء الديني في الفضاء الافتراضي.

الجدول رقم(112) يبين طريقة التفاعل داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

الإجابات		وضع علامة معجب		وضع الرموز التعبيرية		التعليق		المشاركة	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
نساء	من 16 إلى 20	7,69%	10	7,69%	10	07,69%	10	6,15%	08
	من 21 إلى 35	67,69%	88	65,38%	85	68,46%	89	58,46%	76
	من 36 إلى 50	20,76%	27	20,76%	27	20,76%	27	13,84%	18
	من 51 فأكثر	02,3%	03	02,3%	03	02,3%	03	0,76%	01
رجال	ذكر	76,92%	100	75,38%	98	77,69%	101	62,30%	81
	أنثى	21,53%	28	20,76%	27	21,53%	28	16,92%	22
الديانة	الإسلام	63,07%	82	59,23%	77	64,61%	84	53,84%	70
	المسيحية	35,38%	46	31,53%	41	34,61%	45	25,38%	33

يظهر من خلال الجدول رقم (112) بأن طرق تفاعل مفردات العينة داخل المجموعة متنوعة ومختلفة، ومن هذه الأنواع وضع علامة معجب والرموز التعبيرية والتعليقات ومشاركة المنشورات، إلا أننا وجدنا بأن هناك تباين في نسب استعمال هذه الوسائط التفاعلية، حيث احتلت التعليقات المرتبة الأولى من حيث تفضيل مفردات العينة

التفاعل بواسطتها بنسبة 99,23%، يليها وضع علامات معجب من عدمه بنسبة 98,46%، ثم وضع الرموز التعبيرية بنسبة 96,15% وفي الأخير مشاركة المنشورات بنسبة 72,23%.

وفي ما يخص متغير السن والجنس والديانة لا حظنا بأن كل النسب متقاربة إلى حد بعيد ما يعكس الاهتمام الكبير التي توليه مفردات عينة الدراسة للوسائط التفاعلية التي يتيحها موقع الفايسبوك، وبطبيعة الحال كل هذه الوسائط تخدم الحوار وتعطيه صبغة تفاعلية متميزة ومختلفة عن الحوار الذي يدار في العالم الواقعي.

الجدول رقم(113) يبين معدل المشاركة في الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

المجموع		نادرا		أحيانا		غالبا		دائما		الاجابات	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
100%	130	01,53%	02	04,64%	06	01,53%	02	00%	00	من 16 إلى 20	السن
		10%	13	40%	52	18,46%	24	0,76%	01	من 21 إلى 35	
		5,38%	07	14,65%	19	0,76%	01	00%	00	من 36 إلى 50	
		0,76%	01	01,53%	02	00%	00	00%	00	من 51 فأكثر	
10%	130	12,30%	16	46,15%	60	19,23%	25	0,76%	01	ذكر	الجنس
		05,38%	07	14,65%	19	01,53%	02	00%	00	أنثى	
100%	130	06,92%	09	41,57%	54	15,38%	20	0,76%	01	الإسلام	الديانة
		10,76%	14	19,23%	25	05,38%	07	00%	00	المسيحية	

يتضح من خلال الجدول رقم (113) بأن إجابات أعضاء العينة حول معدل مشاركتهم في الحوار كانت متنوعة، إلا أننا لاحظنا بأنه أكثر من نصف مفردات عينة الدراسة والمقدرة ب 60,79% قالوا بأنهم أحيانا ما يشاركون في الحوار، تليها نسبة 20,76% قالوا بأنه غالبا ما يشاركون في الحوار، ثم نسبة 17,68% قالوا بأن مشاركته نادرا، في حين قالت نسبة 0,76% بأنهم دوما ما يشاركون في الحوار.

أما بالرجوع إلى متغير السن من حيث نسبة المشاركة وجدنا بأن كل الفئات العمرية سجلت أعلى نسبها عند الإجابة بأحيانا، لكن لا حظنا بأن الفئة العمرية من 21 إلى 35 هي الوحيدة التي سجلت نسبة والمقدرة ب

0,76% قالت من خلالها بأنه لم يسبق لها المشاركة في الحوار أي أنها تبقى متابعة فقط، ومن حيث متغير الجنس والديانة وجدنا نفس الشيء حيث سجلت أعلى نسبة إجابة بالنسبة للجنسين وأتباع الديانتين في القول بأحيانا، لكن لاحظنا بأن كل من فئة الذكور وفئة المسلمين هما الفئتين الوحيدتين من سجلا نسبة إجابة بدائما.

من خلال هذه النسب يمكننا القول بأنه رغم التباين في معدل المشاركة في الحوار بالنسبة لمفردات العينة إلا أننا لم نسجل أي اجابة تنفي عدم مشاركتها في الحوار، ما يدل على أن كل أفراد العينة جربت الحوار هذا من جهة، ومن جهة أخرى لا حظنا بأن كل من الفئة العمرية من 21 إلى 35 سنة، وفئة الذكور وفئة المسلمين هم الفئات الأكثر مداومة على الحوار.

الجدول رقم(114) يبين مبادرة النشر داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

الإجابات		غالبا		أحيانا		نادرا		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
السن	من 16 إلى 20	01	0,76%	06	4,61%	03	2,30%	130	100%
	من 21 إلى 35	20	15,38%	45	34,65%	25	19,23%		
	من 36 إلى 50	00	00%	16	12,32%	11	8,46%		
	من 51 فأكثر	00	00%	01	0,76%	02	1,53%		
الجنس	ذكر	20	15,38%	53	40,76%	29	22,30%	130	100%
	أنثى	01	0,76%	15	11,53%	12	9,27%		
الديانة	الإسلام	16	12,30%	47	36,21%	21	16,15%	130	100%
	المسيحية	05	3,84%	21	16,15%	20	15,38%		

يتبين من خلال الجدول رقم(114) بأن أكثر من نصف مفردات العينة والمقدرة ب 52,32% قالوا بأنهم أحيانا ما يبادرون بالنشر داخل المجموعة، تليها نسبة 31,53% قالوا بأنهم نادرا ما يبادرون بطرح المواضيع، ثم نسبة 16,15% قالوا أجابوا بغالبا، ومن حيث متغير السن سجلت أيضا جميع الفئات عمرها أعلى نسب إجابات في القول بأحيانا، إلا أن كل من الفئة العمرية من 36 إلى 50 والفئة من 51 سنة فأكثر لم يسجلا أي نسبة إجابة

عند غالبا ما يدل على أنهما الفئتان العمريتان الأقل مبادرة للنشر، وفي ما يخص متغير الجنس والديانة وجدنا بأنهم سجلوا أعلى نسب إجابات بالقول بأنه أحيانا ما يبادرون بطرح المواضيع للحوار.

تحيلنا هذه النسب إلى القول بأن كل مفردات عينة الدراسة جربوا أخذ المبادرة بطرح موضوع من المواضيع للحوار داخل المجموعة، وهذا يعد إيجابيا ويدل على فعالية مفردات العينة داخل المجموعة ويبقى الاختلاف فقط في درجة النشاط الذي يختلف من عضو لآخر، كما يمكن القول بأن الفئتين العمريتين من 36 إلى 50 والفئة من 51 سنة فأكثر هما الأقل مداومة في طرح المواضيع للحوار.

الجدول رقم(115) يبين طريقة التفاعل داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

الاجابات المتغيرات		نصوص مقتبسة		صور دينية		أقوال دينية		فيديوهات دينية	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
السن	من 16 إلى 20	%06,92	09	%04,61	06	%06,92	09	%0,76	01
	من 21 إلى 35	%67,69	88	%42,30	55	%66,92	87	%13,84	18
	من 36 إلى 50	%20,76	27	%13,07	17	%19,23	25	%04,61	06
	من 51 فأكثر	%02,30	03	%0,76	01	%02,30	03	%00	00
الجنس	ذكر	%76,15	99	%48,46	63	%74,61	97	%11,53	15
	أنثى	%21,53	28	%12,30	16	%20,76	27	%07,69	10
الديانة	الإسلام	%62,30	81	%39,23	51	%62,30	81	%12,30	16
	المسيحية	%35,38	46	%21,53	28	%33,07	43	%06,92	09

يتضح من خلال الجدول رقم (385) بأن النصوص الدينية المقتبسة هي الأكثر أنواع المنشورات التي ينشرها أعضاء المجموعة بنسبة %97,69، يليها نشر أقوال رجال الدين بنسبة %95,38، ثم نشر الصور الدينية بنسبة %60,76، وفي الأخير نشر الفيديوهات بنسبة %19,23.

لا حظنا أيضا بأنه من حيث متغير السن والجنس والديانة بأن أعلى نسب إجابات كانت من نصيب نشر النصوص المقتبسة من الكتب السماوية.

نلاحظ من خلال هذه النسب بأن النصوص الدينية المقتبسة من الكتب السماوية (القرآن، الإنجيل...) هي الأكثر استخداما من طرف عينة الدراسة، وهذا يعود إلى أن الحجة الدينية القوية والتي تكون نسبة إقناعها أكبر هو عندما يكون مصدر الحجة من الكتاب المقدس، كما لا حظنا بأن هناك تنوع وثرأ في التنوع في استخدام الحجج والبراهين الدينية من طرف مفردات عينة الدراسة؛ بحيث وجدنا استعمال كبير بأقوال رجال الدين والصور الدينية وكذلك حتى الاستعانة بالفيديوهات الدينية التي تتعلق بموضوع الحوار، هذا يعكس أيضا بأن موقع الفايسبوك يتيح إمكانية استخدام وسائط متعددة لأعضاء المجموعة ما يمكنهم من التعبير عن آرائهم وافكاره بمختلف الأساليب، كما يجدر الإشارة إلى أن إدماج هذا النوع من الوسائط يدعم الحوار.

الجدول رقم(116) يبين استعمال الحجج والبراهين في الحوار من عدمه داخل المجموعة الناطقة

باللغة الفرنسية

الاجابات		غالبا		أحيانا		نادرا		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
السن	من 16 إلى 20	%01,53	02	%06,15	08	%00	00	%100	130
	من 21 إلى 35	%24,64	32	%43,88	57	%0,76	01		
	من 36 إلى 50	%05,38	07	%14,61	19	%0,76	01		
	من 51 فأكثر	%00	00	%01,53	02	%0,76	01		
الجنس	ذكر	%27,69	36	%49,23	64	%1,53	02	%10	130
	أنثى	%03,84	05	%16,95	22	%0,76	01		
الديانة	الإسلام	%20,76	27	%43,11	56	%0,76	01	%100	130
	المسيحية	%10,76	14	%23,07	30	%1,53	02		

يشير الجدول رقم (116) إلى أن أكثر من نصف مفردات العينة والمقدرة ب 66,17% قالوا بأنهم أحيانا يستعملون الحجج والبراهين أثناء الحوار، تليها نسبة 31,53% قالوا بأنهم غالبا ما يستعملون الحجج والبراهين، في حين قالت نسبة 2,3% بأنهم نادرا ما يستعملون الحجج والبراهين، إلا أننا لا حظنا بأن الفئة العمرية من 16 إلى 20 سنة لم تسجل أي إجابة بنادرا، كما لا حظنا بأن الفئة العمرية من 51 سنة فأكثر لم تسجل أي إجابة بغالبا، أما من حيث متغير الجنس والديانة سجلت أعلى نسب إجابة بالقول بأنهم أحيانا ما يستعملون الحجج.

يمكن القول بأن استعمال الحجج والبراهين أثناء الحوار هو أمر أساسي ولا بد منه لذلك لا يمكن أن نتصور أن يكون حوار بين أتباع ديانتين مختلفتين أن يتناقشا حول موضوع معين دون إدراج الحجج والبراهين ولو من حين لآخر، لذلك سجلنا بأن كل مفردات العينة الذين سبق لهم المشاركة في الحوار أنهم قالوا بأنهم يستعملون الحجج والبراهين أثناء الحوار، طبعاً وجدنا بأن هناك اختلاف في نسبة استخدام الحجج، وهذا يرجع إلى التباين في مستوى المعرفة الدينية ودرجة الإحاطة بالموضوع المطروح للنقاش.

كما لاحظنا بأن الفئة العمرية من 16 إلى 20 سنة هي أكثر الفئات مداومة من حيث استعمال الحجج والبراهين بالنظر أنها لم تسجل أي إجابة بنادراً، في حين لاحظنا بأن الفئة العمرية من 51 سنة فأكثر هي أقل الفئات مداومة بالنظر إلى أنها لم تسجل أي نسبة عند غالباً.

الجدول رقم(117) يبين مصادر الحجج والبراهين المستعملة في الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

الاجابات		الكتب الفكرية		الكتب السماوية		أقوال رجال الدين	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
السن	من 16 إلى 20	01	0,76%	09	06,92%	09	06,92%
	من 21 إلى 35	03	02,30%	68	52,30%	80	61,53%
	من 36 إلى 50	00	00%	27	20,76%	24	18,46%
	من 51 فأكثر	00	00%	03	02,30%	03	02,30%
الجنس	ذكر	04	03,07%	87	66,92%	94	72,30%
	أنثى	00	00%	20	15,38%	22	16,92%
الديانة	الإسلام	30	23,07%	80	61,53%	81	62,30%
	المسيحية	10	07,69%	45	34,61%	35	26,92%

يظهر من خلال الجدول رقم (117) بأن أفراد عينة الدراسة يفضلون الاعتماد على أقوال رجال الدين كمصدر للحجاج بالدرجة الأولى أكثر من المصادر الأخرى بنسبة قدرت ب 89,23%، يليها الكتب السماوية كمصدر في الدرجة الثانية بنسبة 82,3%، ثم الكتب الفكرية في المرتبة الأخيرة بنسبة 3,07%.

ومن حيث متغير الجنس لا حظنا بأن كل من الفئة العمرية من 36 إلى 50 سنة والفئة من 51 سنة فأكثر لم يسجلا أي نسبة إجابة بالنسبة للكتب السماوية، وفي ما يخص متغير الجنس لاحظنا بأن الإناث لم يسجلن أي

نسبة عند الإجابة التي تخص الكتب الفكرية، أما في ما يخص متغير الديانة فلاحظنا بأن أعلى نسبة إجابة بالنسبة للمسلمين كانت عند أقوال رجال الدين في حين سجل المسيحيون أعلى نسبة عند الكتب السماوية. نستخلص من خلال هذه النسب بأن عينة الدراسة تعتمد بشكل أكبر على أقوال رجال الدين والكتب السماوية الكتب السماوية (القرآن، الإنجيل...)، وهذا أمر طبيعي جداً لأنه الحوار الديني يعتمد أساساً على الحجة الدينية، وتعتبر أقوال رجال الدين والكتب السماوية من بين أقوى الحجج الدينية اقناعاً وحجة، في حين لا حظنا بأن الكتب الفكرية هي أقل المصادر اعتماداً من طرف مفردات عينة الدراسة لأن هناك من أتباع الديانتين من يعتقد بأن الاستشهاد بأفكار الفلاسفة والمفكرين في الحوار الديني يعتبر أكفراً أو بدعة سيئة دخيلة على الدين. سجلنا أيضاً بأن كل من الفئتين العمريتين من 36 إلى 50 سنة والفئة من 51 سنة فأكثر وفئة الإناث هم الأقل اهتماماً بالكتب الفكرية من الفئات الأخرى، وهذا يؤكد أولوية الحجة الدينية على الحجة الفكرية التي تتنوع مشاربها العلمية من علم الاجتماع، علم النفس، فلسفة وغيرها.

الجدول رقم(118) يبين تقييم الحجج والبراهين المستعملة في الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

الاجابات		واضحة		واضحة أحيانا		غامضة أحيانا		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسب	التكرار
السن	من 16 إلى 20	%05,38	07	%00	00	%02,30	03	%100	130
	من 21 إلى 35	%54,63	71	%0,76	01	%13,84	18		
	من 36 إلى 50	%13,88	18	%00	00	%6,92	09		
	من 51 فأكثر	%01,53	02	%00	00	%0,76	01		
الجنس	ذكر	%61,56	80	%0,76	01	%16,15	21	%10	130
	أنثى	%13,84	18	%00	00	%07,69	10		
الديانة	الإسلام	%55,40	72	%00	00	%9,23	12	%100	130
	المسيحية	%20	26	%0,76	01	%14,61	19		

يكشف الجدول رقم (118) بأن معظم أفراد عينة الدراسة والمقدرة بـ 75,4% قالوا بأن الحجج والبراهين المستخدمة أثناء الحوار واضحة أي مفهومة، يليها نسبة 23,84% قالوا بأن الحجج غامضة أحياناً، في حين قالت نسبة 0,76% بأنها واضحة.

أما من حيث متغير السن وجدنا بأن جميع الفئات العمرية سجلت أعلى نسبة إجابة بالقول بأن الحجج المستعملة واضحة، كما لا حظنا بأن الفئة العمرية من 21 إلى 35 سنة هي الفئة الوحيدة التي سجلت نسبة إجابة عند واضحة أحياناً، ونفس الشيء بالنسبة لمتغير الجنس والديانة وجدنا بأن أعلى نسبة إجابة تم تسجيلها كانت عند الإجابة واضحة، في حين لاحظنا بأن كل من فئة الإناث والمسلمين لم يسجلا أي نسبة عند الإجابة التي تقول واضحة أحياناً.

يمكن القول طبقاً لهذه النسب بأن أغلبية الحجج والبراهين والحجج المستخدمة أثناء الحوار واضحة ومفهومة بالنسبة لمفردات العينة وهذا عامل إيجابي يمكنه أن يدفع بعجلة الحوار إلى الجانب الإيجابي، في حين لاحظنا بأن من قال أن الحجج واضحة أحياناً وغامضة أحياناً ربما يرجع ذلك إلى اعتماد الطرف المحاور على لغة غير واضحة أو اطنابه في استعماله للحجج ما يمكن أن يشوش على من يتابع الحوار، وربما سوء تركيز المتابع ونقص اطلاعه هو السبب في عدم فهمه، لأنه من خلال استعمالنا للملاحظة بالمشاركة وأداة تحليل المضمون وجدنا بأن الحجج والبراهين المستعملة في الحوار واضحة في معظم الأوقات.

المطلب الثالث: حرية التفاعل داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

سنحاول من خلال هذا العنصر أن نقيس حرية تفاعل الأعضاء داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية من خلال التركيز على مدة قبول المنشورات وتعرض الأعضاء لحذف التعليقات والحظر من عدمه، وتعرض الأعضاء لمحاولة المنع من الحوار من قبل أطراف الحوار... إلخ

الجدول رقم(119) يبين امكانية عرض المنشورات والتعليقات من طرف افراد العينة من عدمه داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

المجموع		غالبا		دائما		الاجابات	
النسب	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%100	130	%00	00	%07,69	10	من 16 إلى 20	السن
		%00	00	%69,25	90	من 21 إلى 35	
		%00	00	%20,76	27	من 36 إلى 50	
		%00	00	%02,30	03	من 51 فأكثر	
%10	130	%00	00	%78,46	102	ذكر	الجنس
		%00	00	%21,54	28	أنثى	
%100	130	%00	00	%64,62	84	الإسلام	الديانة
		%00	00	%35,38	46	المسيحية	

نلاحظ من خلال الجدول رقم (119) بأن كل أفراد العينة أجمعوا بنسبة 100% على القول بأنه يمكنهم دائما عرض منشوراتهم وتعليقاتهم داخل المجموعة.

يتضح من خلال هذه النسب بأن مقص الرقابة غير مفعّل من طرف المسؤولين عن هذه المجموعة، بحيث لم نسجل أي إجابة تنفي ذلك، كما سجلنا من خلال تجربتنا بالنشر داخل المجموعة بأنه لا توجد أي رقابة قبلية على المنشورات؛ لأن المسؤولين لم يفعلوا خاصية الموافقة على المنشورات قبل نشرها، هذا ما يتيح حرية أكبر للنشر والمبادرة بطرح مختلف المواضيع من طرف أعضاء المجموعة.

الجدول رقم(120) يبين أسباب عدم عرض بعض منشورات أفراد العينة من طرف مسؤولي المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

يشير الجدول رقم (120) على أن كل مفردات العينة وبنسبة 100% قالوا بأنهم لم يتعرضوا من قبل لحالة منع من النشر من طرف المسؤولين داخل هذه المجموعة أي أن جميع منشوراتهم مقبولة للنشر.

الإجابات		منشورات غير دينية		مخالفة قوانين		تحيز مسؤولي		المنشورات تعرض		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسب	التكرار
السن	من 16 إلى 20	00	00	00	00	00	10	07,69%	130	100%	130
	من 21 إلى 35	00	00	00	00	00	90	69,25%	130	100%	130
	من 36 إلى 50	00	00	00	00	00	27	20,76%	130	100%	130
	من 51 فأكثر	00	00	00	00	00	03	02,30%	130	100%	130
الجنس	ذكر	00	00	00	00	00	102	78,46%	130	10%	130
	أنثى	00	00	00	00	00	28	21,54%	130	10%	130
الديانة	الإسلام	00	00	00	00	00	84	64,62%	130	100%	130
	المسيحية	00	03	00	00	00	46	35,38%	130	100%	130

نستنتج من خلال هذه النسبة بأن أعضاء هذه المجموعة يتمتعون بحرية كبيرة في النشر وهذا يرجع كما قلنا سابقا في الجدول رقم (119) الى أن المسؤولين على المجموعة قاموا بتفعيل خاصية القبول التلقائي للمنشورات دون المراقبة القبلية.

الجدول رقم (121) يوضح المدة التي تستغرقها المنشورات كي تقبل للنشر داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

الإجابات		ثواني		دقائق		المجموع	
المتغيرات		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
السن	من 16 إلى 20	10	%07,69	00	%00	130	%100
	من 21 إلى 35	90	%69,25	00	%00		
	من 36 إلى 50	27	%20,76	00	%00		
	من 51 فأكثر	03	%02,30	00	%00		
الجنس	ذكر	102	%78,46	00	%00	130	%100
	أنثى	28	%21,54	00	%00		
الديانة	الإسلام	84	%64,62	00	%00	130	%100
	المسيحية	46	%35,38	00	%00		

خلال الجدول
(112120)
مفردات العينة

يظهر من
رقم
بأن كل

وبنسبة 100% قالوا بأن منشوراتهم لا تسغرق سوى ثواني كي تنشر داخل المجموعة، وهذا يعود إلى نفس السبب الذي ذكرناها في الجدول رقم (118) و (119).

تساهم هذه المرونة في النشر في زيادة التفاعل داخل المجموعة وتعمل على إشباع رغبات الأعضاء من خلال نشر كل المواضيع التي يرغبون في طرحها للحوار وفي مدة زمنية قصيرة جداً، وبالتالي يمكن الدخول في الحوار مع الأعضاء حول المنشور دون انتظار مدة زمنية طويلة، هذه الأخيرة (طول المدة الزمنية) التي ربما تجعل العضو الذي طرح موضوع النقاش يغادر المجموعة بسبب ارتباطات أخرى (عمل، دراسة...) وبالتالي يجري الحوار حول الموضوع المطروح دون حضور صاحب المنشور بسبب عدم قبول المنشور أثناء حضور صاحب المنشور.

الجدول رقم(122) يبين إن تعرضت منشورات وتعليقات أفراد العينة للحذف داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

المجموعة		أبدا		نادرا		الاجابات	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%100	130	%07,69	10	%00	00	من 16 إلى 20	السن
		%66,95	87	%02,30	03	من 21 إلى 35	
		%20	26	%0,76	01	من 36 إلى 50	
		%02,30	03	%00	00	من 51 فأكثر	
%100	130	%76,18	99	%02,30	03	ذكر	الجنس
		%20,76	27	%0,76	01	أنثى	
%100	130	%63,10	82	%01,53	02	الإسلام	الديانة
		%33,84	44	%01,53	02	المسيحية	

يتبين من خلال هذا الجدول رقم (122) بأن أغلبية أفراد العينة والمقدرة ب 96,93% قالوا بأنه لم يسبق لهم وأن تعرضت منشوراتهم أو تعليقاتهم للحذف داخل هذه المجموعة، تليها نسبة 3,07% قالوا بأن بانهم نادرا ما يتم حذف منشوراتهم أو تعليقاتهم.

أما من حيث متغير السن وجدنا بأن الفئة العمرية من 21 إلى 35 سنة والفئة من 36 إلى 50 سنة هما الفئتين العمريتين الوحيدتين اللتين سجلتا حالة حذف لمنشوراتهما وتعليقاتهما داخل هذه المجموعة، وفي ما يخص متغير الجنس وجدنا بأن كلا الجنسين أيضا سجلا أعلى نسبة إجابة عند أبدا، ونفس الشيء بالنسبة لمتغير الديانة. نلاحظ من خلال هذه النسب بأن المسؤولين عن المجموعة يقومون بالرقابة البعدية على المنشورات والتعليقات، حيث يعتبر هذا السلوك إيجابيا إذا كان الغرض منه الحفاظ على الحوار المحترم وعدم السماح بالتعدي على حريات الآخرين داخل المجموعة، في حين يعتبر سلوك سلبي إذا كان تعسفا وغير موضوعي وتحيزا وخدمة لطرف معين على حساب الطرف الآخر. لكن الش الملفت للانتباه من خلال هذه النسب هو أن الرقابة القبلية داخل هذه المجموعة قليلة وهذا ما أكدته أيضا نتائج أداة الملاحظة بالمشاركة الخاصة بهذه المجموعة.

الجدول رقم(123) يبين طريقة تصرف مسؤولي المجموعة مع من يخالف القوانين داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

الاجابات	المتغيرات		يحذرونك		يحذفون منشورك		يحذفونك من المجموعة		المجموعة	
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
السن	من 16 إلى 20	10	%07,69	00	%00	00	%00	00	%100	130
	من 21 إلى 35	87	%66,95	03	%02,30	00	%00	00	%100	130
	من 36 إلى 50	26	%20	01	%0,76	00	%00	00	%100	130
	من 51 فأكثر	03	%02,30	00	%00	00	%00	00	%100	130
الجنس	ذكر	99	%76,18	03	%02,30	00	%00	00	%100	130
	أنثى	27	%20,76	01	%0,76	00	%00	00	%100	130
الديانة	الإسلام	82	%63,10	02	%01,53	00	%00	00	%100	130
	المسيحية	44	%33,84	02	%01,53	00	%00	00	%100	130

يتضح من خلال الجدول رقم (123) بأن أغلبية مفردات عينة الدراسة والمقدرة ب 96,93% قالوا بأن المسؤولين يقومون بتحذيرهم عند مخالفتهم لقوانين المجموعة، في حين قالت نسبة 3,07% بأن المسؤولين يحذفون منشوراتهم، وبالنسبة لمتغير السن وجدنا الفئة العمرية من 21 إلى 35 سنة ومن 36 إلى 50 سنة هما الفئتين العمريتين الوحيدتين اللتين سجلتا حالة حذف للمنشور عند مخالفتهم للقوانين الخاصة بالمجموعة، أما بالنسبة لمتغير الجنس وجدنا بأن أعلى نسبة إجابة لكلا الجنسين كانت من نصيب الاجابة التي تقول بتحذير المسؤولين، وفي نفس الشيء بالنسبة لمتغير الديانة وجدنا بأن كلا أتباع الديانتين سجلوا أعلى نسبة لهم بالقول أن المسؤولين يحذرونهم عند مخالفة القوانين.

تفسر هذه النسب على أن تحذير المخالفين للقوانين من أعضاء المجموعة عند تجاوزهم للقوانين وفي حالة تكرار التجاوز يقوم المسؤولون بعملية الحذف، يعتبر هذا سلوك إيجابي يعمل على تنظيم الحوار والحفاظ عليه، لكن حذف المنشور أو التعليق دون إنذار سابق يمكن أن يحدث خللا تنظيميا داخل المجموعة ويترك انطباع سلبي لدى الأعضاء، لكن على العموم لاحظنا بأن هناك نسبة ضعيفة جدا من تعرضت لحالات الحذف ما يدل على أن تدخلات مسؤولي المجموعة قليلة جدا.

الجدول رقم(124) يبين تعرض عينة الدراسة للحظر من عدمه داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

الاجابات		نعم		لا		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسب	التكرار
السن	من 16 إلى 20	%00	00	%07,69	10	%100	130
	من 21 إلى 35	%00	00	%69,25	90		
	من 36 إلى 50	%00	00	%20,76	27		
	من 51 فأكثر	%00	00	%02,30	03		
الجنس	ذكر	%00	00	%78,46	102	%100	130
	أنثى	%00	00	%21,54	28		
الديانة	الإسلام	%00	00	%64,62	84	%100	130
	المسيحية	%00	00	%35,38	46		

توصلنا من خلال الجدول رقم (124) إلى أن جميع أفراد العينة والمقدرة نسبتهم 100% قالوا بأنهم لم يتعرضوا لحالات حظر داخل هذه المجموعة. هذا ما يدل على وجود ثلاث تفسيرات يا بحيث يقول التفسير الأول بأن مفردات عينة الدراسة لم تقم بأي تجاوز للقوانين التي يمكن أن تدفع بالمسؤولين القيام بحظرهم، بينما يقول التفسير الثاني بأن المسؤولين داخل المجموعة متسامحين، في حين يقول التفسير الثالث بأن المسؤولين عن المجموعة لا يتابعون كثيرا الحوارات التي تجري داخل المجموعة، لكن من خلال متابعتنا للمجموعة ومن خلال مؤشر عدم تفعيل الرقابة القبلية على النشر وجدنا بأن التفسير الثالث هو الأرجح.

الجدول رقم(125) يبين تعرض عينة الدراسة للمنع من الحوار من عدمه من طرف أحد أعضاء المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

الإجابات		نعم		لا		المجموع	
المتغيرات		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسب
السن	من 16 إلى 20	00	%00	10	%07,69	130	%100
	من 21 إلى 35	04	%03,07	86	%66,18		
	من 36 إلى 50	01	%0,76	26	%20		
	من 51 فأكثر	00	%00	3	%02,30		
الجنس	ذكر	04	%03,07	98	%75,41	130	%100
	أنثى	01	%0,76	27	%20,76		
الديانة	الإسلام	02	%01,53	82	%63,07	130	%100
	المسيحية	03	%2,30	43	%33,07		

يكشف الجدول رقم (125) على أن أغلبية عينة الدراسة والمقدرة بنسبة 96,17% بأنه لم يسبق وأن تعرضوا لحالة منع من الحوار من طرف أحد أعضاء المجموعة، في حين قالت نسبة 3,83% بأنه سبق لهم وأن تعرضوا لحالة منع من طرف أحد الأعضاء، أما من حيث متغير السن وجدنا بأن الفئتين من 21 إلى 35 سنة ومن 36 إلى 50 سنة هما الفئتين الوحيدتين من تعرضتا لحالة منع عكس الفئات العمرية الأخرى، أما من حيث متغير الجنس والديانة وجدنا بأنهم جميعهم تعرضوا لحالة.

نستنتج من خلال هذه النسب بأن حالات المنع قليلة جدا داخل المجموعة، إلا أننا سجلنا بعض الحالات والتعدي من طرف بعض الأعضاء على حرية الآخر في التعبير عن رأيه، هذا ما يستدعي من المسؤولين على المجموعة التدخل من أجل ضبط الحوار وتنظيمه.

المطلب الرابع: طبيعة ثقافة الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

سنسعى من خلال هذا العنصر إلى محاولة التعرف على مسار ثقافة الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية؛ من خلال تقييم الأعضاء لتجربة الحوار التي خاضوها داخل المجموعة، وبالتالي معرفة مدى التزام أعضاء هذه المجموعة بالحوار المحترم.

الجدول رقم(126) يوضح ان كانت عينة الدراسة قد جربت الحوار من عدمه داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

المجموع		لا		نعم		الإجابات	
النسب	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%100	130	%00	00	%07,69	10	من 16 إلى 20	السن
		%00	00	%69,25	90	من 21 إلى 35	
		%00	00	%20,76	27	من 36 إلى 50	
		%00	00	%02,30	03	من 51 فأكثر	
%100	130	%00	00	%78,46	102	ذكر	الجنس
		%00	00	%21,54	28	أنثى	
%100	130	%00	00	%64,62	84	الإسلام	الديانة
		%00	00	%35,38	46	المسيحية	

يظهر من خلال الجدول رقم (126) بأن كل مفردات عينة الدراسة والمقدرة نسبتهم ب 100% قالوا بأنه سبق لهم تجربة الحوار داخل هذه المجموعة، هذا يدل على الاهتمام الكبير من طرف مفردات العينة بالمواضيع المطروحة داخل المجموعة، كما يدل على القابلية الكبير لدى أعضاء المجموعة في التعبير عن آرائهم الدينية. يمكن أن نرجع هذا الإقبال على الحوار إلى أن المسؤولين قاموا بتهيئة فضاء حر للحوار بين الديانتين والذي لمسناه من خلال التدخلات القليلة للمسؤولين أثناء الحوار ومن خلال أيضا القبول التلقائي للمنشورات وعدم تفعيلهم لمقص الرقابة القبلية.

الجدول رقم(127) يوضح عدد المرات التي خاضت فيها عينة الدراسة تجربة الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

الإجابات		مرة		مرتين		ثلاث مرات		أكثر من ثلاث مرات		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
السن	من 16 إلى 20	00	%00	00	%00	00	%00	10	%07,69	130	%100
	من 21 إلى 35	02	%01,53	03	%02,30	02	%01,53	83	%63,89		
	من 36 إلى 50	00	%00	00	%00	01	%0,76	26	%20		
	من 51 فأكثر	00	%00	00	%00	00	%00	03	%02,30		
الجنس	ذكر	01	%0,76	03	%02,30	01	%0,76	97	%74,66	130	%10
	أنثى	01	%0,76	00	%00	02	%01,53	25	%19,23		
الديانة	الإسلام	02	%01,53	03	%02,30	02	%01,53	77	%59,23	130	%100
	المسيحية	00	%00	00	%00	01	%0,76	45	%34,65		

يتضح من خلال الجدول رقم (127) بأن أغلبية مفردات عينة الدراسة والمقدرة ب 93,87% قالوا بأنهم جربوا الحوار داخل المجموعة أكثر من ثلاث مرات، فيما تساوت نسبة من قالوا بأنهم جربوا الحوار مرتين وثلاث مرات بنسبة 2,3% لكل واحدة منهما، في حين قالت نسبة 1,53% بأنهم جربوا الحوار مرة واحدة فقط، أما من حيث متغير السن وجدنا بأن أعلى نسبة إجابة بالنسبة لجميع الفئات العمرية قالوا بأنهم خاضوا تجربة الحوار لأكثر من ثلاث مرات، ونفس الشيء بالنسبة لمتغير الجنس والديانة. يبدو من خلال هذه النسب بأن خوض تجربة الحوار من طرف عينة الدراسة داخل المجموعة مرتفعة، كما لاحظنا بأن نسبة مشاركة الإناث مرتفعة أيضا بالإضافة إلى أن كلا أتباع الديانتين سجلوا مشاركة جد معتبرة هذا يدل على أن المواضيع المطروحة والجو العام للمجموعة يحفز على الحوار كما يعكس الاهتمام الكبير لمفردات عينة الدراسة بهذا النوع من المجموعات.

الجدول رقم (128) يوضح تقييم الحوار من طرف عينة الدراسة الناطقة باللغة الفرنسية

الاجابات		جيدة		حسنة		سيئة		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسب	المتغير
السن	من 16 إلى 20	%00	00	%03,84	05	%03,84	05	%100	130
	من 21 إلى 35	%00	00	%43,89	57	%25,38	33		
	من 36 إلى 50	%0,76	01	%09,23	12	%10,76	14		
	من 51 فأكثر	%00	00	%00	00	%02,30	03		
الجنس	ذكر	%0,76	01	%43,07	56	%35,38	46	%100	130
	أنثى	%00	00	%13,84	18	%06,95	09		
الديانة	الإسلام	%00	00	%38,48	50	%26,15	34	%100	130
	المسيحية	%0,76	01	%18,46	24	%16,15	21		

يشير الجدول رقم (128) إلى أن أكثر من نصف مفردات عينة الدراسة والمقدرة ب 56,94% قالوا بأن تقييمهم للحوار يدخل في خانة حسن، في حين قالت نسبة 42,3% بأن تقييمهم للحوار يصنف في خانة المستوى السيء، بينما قالت نسبة 0,76%،

أما من حيث متغير السن وجدنا بأن الفئة العمرية من 21 إلى 35 سنة سجلت أعلى نسبة إجابة حسن، بينما تساوت أعلى نسب الفئة العمرية من 16 إلى 20 سنة والمقدرة ب 3,84% لكل من الإجابة بحسن والاجابة بسيء، في حين سجلت كل من الفئة العمرية من 36 إلى 50 سنة ومن 51 سنة فأكثر أعلى نسبة بالإجابة بأن الحوار داخل المجموعة يصنف في خانة السيء، وفي ما يخص متغير الجنس والديانة وجدنا بأن الإناث والمسلمين لم يسجلا أي نسبة عند الإجابة بجيد.

نستنتج من خلال هذه النسب بأن هناك نسبة تقارب كبيرة بين من أجابوا بأن الحوار داخل المجموعة يدخل في خانة أحسن ومن قالوا بأن يصنف في خانة السيء، كما لا حظنا أما هناك مفردة واحدة فقط من قالت بأن الحوار يصنف في خانة الجيد، هذا يشير إلى أن الحوار داخل المجموعة لا يسوده الاحترام، هذا ما سنتعرف عليه أكثر في الجدول الموالي.

الجدول رقم (129) يبين نوع النقاش الذي دار بين أعضاء المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

المجموعة		بأسلوب غنيف		ساخر		بأسلوب محترم		الاجابات	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%100	130	%00	00	%5,38	07	%2,3	03	من 16 إلى 20	السن
		%03,84	05	%40	52	%25,43	33	من 21 إلى 35	
		%00	00	%13,84	18	%6,92	09	من 36 إلى 50	
		%0,76	01	%01,53	02	%00	00	من 51 فأكثر	
%100	130	%03,84	05	%53,84	70	%20,76	27	ذكر	الجنس
		%0,76	01	%6,92	09	%13,88	18	أنثى	
%100	130	%03,07	04	%38,46	50	%23,11	30	الإسلام	الديانة
		%1,53	02	%22,30	29	%11,53	15	المسيحية	

يكشف الجدول رقم (129) بأن أكثر من مفردات عينة الدراسة والمقدرة ب 60,78% قالوا بأن الحوار داخل المجموعة ساخر، في حين قالت نسبة 34,61% بأن الحوار محترم، أما نسبة 4,61% قالوا بأنهم لم يجربوا الحوار، أما من حيث متغير السن وجدنا بأن جميع الفئات العمرية سجلت أعلى نسبها في القول بأن الحوار داخل المجموعة تسوده السخرية،

وفي ما يخص متغير الجنس وجدنا بأن فئة الذكور سجلت أعلى نسبة اجابة والمقدرة ب 53,84% بالقول بأن الحوار يتميز بالسخرية، في حين سجلت فئة الإناث أعلى نسبة والمقدرة ب 13,88% بقولهن أن الحوار محترم، ومن حيث متغير الديانة وجدنا بأن كلا أتباع الديانتين سجلا أعلى نسبة لهما بالقول أن الحوار ساخر.

نفهم من خلال هذه النسب بأن جو الحوار داخل هذه المجموعة يسوده السخرية وهذا الأمر كان متوقع من خلال الجداول التي عرضناها سابقا، حيث سجلنا بأن المسؤولين عن المجموعة لم يفعلوا خاصية الرقابة القبلية على المنشورات، كما سجلنا بأن حضور المسؤولين أثناء الحوار من أجل تنظيمه وضبطه هو حضور محتشم جدا، هذا ما أتاح حرية أكبر لمفردات العينة في الحوار داخل المجموعة ما دفع البعض إلى انتهاج أسلوب السخرية كأسلوب حوار بدل الأسلوب المحترم.

الجدول رقم (130) يبين مدى تحفيز منشورات أعضاء المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية على الحوار على الحوار

الاجابات		غالبا		أحيانا		نادرا		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
السن	من 16 إلى 20	00	%00	07	%05,38	03	%02,30	130	%100
	من 21 إلى 35	04	%03,07	64	%49,29	22	%16,92		
	من 36 إلى 50	03	%02,30	15	%11,53	09	%06,92		
	من 51 فأكثر	00	%00	01	%0,76	02	%1,53		
الجنس	ذكر	04	%03,07	70	%53,88	28	%21,53	130	%10
	أنثى	03	%02,30	17	%13,07	08	%06,15		
الديانة	الإسلام	03	%02,30	61	%46,95	20	%15,38	130	%100
	المسيحية	04	%03,07	26	%20	16	%12,30		

يتضح من خلال الجدول رقم (130) بأن أكثر من نصف مفردات عينة الدراسة والمقدرة ب 66,93% قالوا بأن المنشورات داخل المجموعة أحيانا ما تحفز على الحوار، تليها نسبة 27,69% قالوا بأنه نادرا ما تحفز المنشورات المعروضة على الحوار، في حين أجابت نسبة 5,38% بنادرا، ومن حيث متغير السن والجنس والديانة وجدنا بأن أعلى نسب اجاباتها قالت بأحيانا ما عدا الفئة العمرية من 51 سنة فأكثر التي سجلت أعلى نسبة اجابة بنادرا.

يبدو من خلال هذه النسب بأن المنشورات داخل هذه المجموعة مقبولة من حيث مدى تحفيزها على التفاعل وهذا يتضح من خلال التفاعلات الكبيرة مع المنشورات التي سجلناها داخل المجموعة، إلا اننا نلاحظ بأن هناك نسبة معتبرة قالت بأنه نادرا متحفز المنشورات في المجموعة على الحوار، هذا يدل على أن مضمون بعض المنشورات المعروضة للنقاش فيها إساءة لأحد الأطراف أو سخرية، وهذا ما لمسناه فعلا من عندما استعملنا أداة تحليل المضمون، ويمكن إرجاع هذا إلى عدم تفعيل الرقابية القبلية وضعف المتابعة والرقابة البعدية دفع البعض من الأعضاء المجموعة نشر منشورات لا ترقى الى مستوى الحوار المحترم.

الجدول رقم (131) يبين روح تقبل الآخر من عدمه داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

الإجابات		غالباً		أحياناً		نادراً		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
السن	من 16 إلى 20	00%	00	07,03%	04	61,04%	06	100%	130
	من 21 إلى 35	76,0%	01	76,30%	40	75,37%	49		
	من 36 إلى 50	00%	00	76,10%	14	10%	13		
	من 51 فأكثر	00%	00	76,0%	01	53,01%	02		
الجنس	ذكر	76,0%	01	33,07%	43	64,44%	58	10%	130
	أنثى	00%	00	30,12%	16	23,09%	12		
الديانة	الإسلام	76,0%	01	30,3%	39	86,33%	44	100%	130
	المسيحية	00%	00	38,15%	20	20%	26		

يتبين من خلال الجدول رقم (131) إلى أن أعلى نسبة إجابة والمقدرة ب 53,86% قالوا بأنهم نادراً ما يلمسون روح تقبل الآخر اثناء الحوار، تليها نسبة 45,38% قالوا بأنه أحياناً يلمسون ذلك، في حين قالت نسبة 0,76% بأنهم غالباً ما يلمسون هذه الروح، ومن حيث متغير السن وجدنا بأن جميع الفئات سجلوا أعلى نسب إجابات عند نادراً، كما أن الفئة العمرية من 21 إلى 35 سنة هي الفئة العمرية الوحيدة التي سجلت نسبة إجابة عند غالباً.

وفي ما يخص متغير الجنس وجدنا بأن فئة الذكور هم الذين سجلوا أعلى نسبة إجابة والمقدرة ب 44,64% بالقول نادراً، في حين سجلت فئة الإناث أعلى نسبة والمقدرة ب 12,30% بالقول أحياناً، وبالنسبة لمتغير الديانة وجدنا بأن كلا أتباع الديانتين سجلا أعلى نسبة إجابة عند نادراً، كما لاحظنا بأن المسيحيين لم يسجلوا أي نسبة إجابة عند غالباً.

نلاحظ من خلال هذه النسب بأن الإناث هم الأكثر التماساً لروح تقبل الآخر من الذكور بما يرجع إلى أن معاملة الذكور مع الإناث تكون أكثر لباقة عكس الحوار الذكور مع بعضهم البعض، كما سجلنا بأن المسلمين هم الأكثر التماساً لروح تقبل الآخر من المسيحيين، ربما يعود هذا إلى أن المسلمين هم الأكثر مبادرة للحوار وبالتالي احتمال مصادفتهم للأعضاء المعتدلين تكون أكثر.

على العموم يمكن أن نقول بأن ثقافة تقبل الآخر ليست متاحة للجميع فهي تتطلب مستوى تعليمي عالي وتربية مجتمعية سليمة تبتعد قدر الإمكان على التعصب والكراهية والاقصاء وتقترب كل الاقتراب من ثقافة الاعتراف بالآخر أي بسنة الاختلاف الموجودة في الحياة وعلى جميع المستويات، لذا فنحن لا نستغرب أن تكون إجابة نسبة كبيرة من عينة أجابت بنادرا، هذا بالإضافة إلى عدم تفعيل الرقابة القبلية والبعدية للمنشورات والتعليقات من طرف المسؤولين على المجموعة الذي يعد أيضا من بين الاسباب التي رسخت عقلية نبذ الآخر عند البعض من أعضاء المجموعة.

الجدول رقم(132) يوضح إن سبق وتوصل أعضاء المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية إلى إجماع حول مسألة دينية

الاجابات		نعم		لا		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
السن	من 16 إلى 20	00	%00	10	%07,69	130	%100
	من 21 إلى 35	11	%08,46	79	%60,79		
	من 36 إلى 50	01	%0,76	26	%20		
	من 51 فأكثر	00	%00	03	%02,30		
الجنس	ذكر	11	%08,46	91	%70	130	%100
	أنثى	01	%0,76	27	%20,78		
الديانة	الإسلام	10	%07,69	74	%56,94	130	%100
	المسيحية	02	%01,53	44	%33,84		

يشير الجدول رقم (132) إلى أن أغلبية مفردات عينة الدراسة والمقدرة ب 90,77% قالوا بأنه لم يسبق لهم أن التوصل إلى اتفاق أو الإجماع حول مسألة دينية معينة، في حين قالت نسبة 9,23% بأنه سبق لهم الإجماع حول مسألة دينية اثناء الحوار، أما من حيث متغير السن وجدنا بأن كل الفئة العمرية سجلت أعلى نسبة إجابة بأنها تسجل أي حالة إجماع، ونفس الشيء بالنسبة لأتباع الديانتين.

من خلال متابعتنا للعديد من ندوات ومؤتمرات الحوار واللقاءات التلفزيونية وحتى الأكاديمية بين ممثلي الديانتين من المتخصصين وغيرهم نادرا ما شهدنا حالات تفاهم حول مسألة من المسائل الدينية وحتى وإن كانت وجدنا بأن

تلك النقاط المتفاهم عليها ليست كفيلا بالتقريب من الديانتين، فما بالك على مواقع التواصل الاجتماعي التي يوجد بداخلها المتخصص وغير المتخصص ومستويات علمية متباينة ومختلفة، لكن رغم هذا يمكن القول بأن تسجيل نسبة إجماع وتفاهم ولو كانت نسبتها ضعيفة بين أعضاء هذه المجموعة هو شيء إيجابي يدعو إلى التفاؤل، وربما ستعمم هذه الثقافة على المدى البعيد داخل هذه المجموعة، وحتى ولو فرضنا أن هذه الثقافة بقيت محصورة عند فئة قليلة على الأقل هناك حوار مفتوح بين أتباع الديانتين وهذا في حد ذاته انجاز بالنظر إلى الصراع الذي كان سائد في الحقب الزمنية الماضية.

الجدول رقم(133) يوضح إن كان ما يعرض من طرف الأعضاء يعمق الحوار أو يقطعه أو يدفع إلى الصراع داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

الإجابات		يعمق		يقطع الحوار		يدفع إلى الصراع		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسب	التكرار
السن	من 16 إلى 20	01,53%	02	%05,38	07	%0,76	01	%100	130
	من 21 إلى 35	%16,15	21	%42,37	55	%10,76	14		
	من 36 إلى 50	%05,38	07	%12,30	16	%03,07	04		
	من 51 فأكثر	%00	00	%02,30	03	%00	00		
الجنس	ذكر	%21,53	28	%44,65	58	%12,30	16	%100	130
	أنثى	%3,84	05	%15,38	20	%02,30	03		
الديانة	الإسلام	%14,63	19	%40	52	%10	13	%100	130
	المسيحية	%10,76	14	%20	26	%04,61	06		

نلاحظ من خلال الجدول رقم (133) بأن أكثر من نصف مفردات عينة الدراسة والمقدرة ب 60% قالوا بأن ما يعرض من منشورات وتعليقات داخل المجموعة يقطع الحوار، في حين قالت نسبة 25,39% بأن ما يعرض يعمق الحوار، أما نسبة 14,61% قالوا بأن ما يعرض من طرف أطراف الحوار يدفع إلى الصراع. ومن حيث متغير السن أجمعت كل الفئات العمرية على تسجيل أعلى نسبة إجابة بالقول أن ما يعرض يقطع الحوار، وكذلك نفس الشيء بالنسبة لمتغير الجنس والديانة.

نستنتج من هذه النسب بأن معظم ما ينشر داخل هذه المجموعة لا يخدم الحوار بين المسيحيين والمسلمين ولا يدعمه وهذا أمر سلبي يحسب ضد قوانين المجموعة التي تدعوا إلى ضرورة احترام الخصوصيات الدينية، فمن بين أسباب عدم استمرار الحوار وانقطاعه هو التعدي اللفظي من بعض الأعضاء على الطرف الآخر وإهائته وعدم احترامهم لقوانين المجموعة هذا من جهة، وبسبب عدم حرص أعضاء المجموعة على تنظيم الحوار وضبطه من جهة أخرى.

الجدول رقم(134) يبين ما يلمسه أعضاء المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية من الحوار الذي يجري بينهم أثناء الحوار

الاجابات		عدم وجود احترام متبادل		هناك البعض فقك من يحترم		هناك البعض فقط من لا يحترم		المجموعة	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
السن	من 16 إلى 20	00	00	05	05	03,84	05	03,84	130
	من 21 إلى 35	03	03	49	49	29,27	38	29,27	130
	من 36 إلى 50	00	00	15	15	09,23	12	09,23	130
	من 51 فأكثر	00	00	03	03	00	00	00	130
الجنس	ذكر	01	01	62	62	30	39	30	130
	أنثى	02	02	10	10	12,30	16	12,30	130
الديانة	الإسلام	01	01	46	46	28,49	37	28,49	130
	المسيحية	02	02	26	26	13,84	18	13,84	130

يكشف الجدول رقم (134) على أن أكثر من نصف مفردات عينة الدراسة والمقدرة ب 55,40% قالوا بأن هناك البعض فقط من يحترم الآخر، وهذا من خلال متابعتهم للحوار داخل هذه المجموعة، أما نسبة 42,3% قالوا بأن هناك البعض فقط من لا يحترم الآخر، في حين قالت نسبة 2,3% بعدم وجود احترام متبادل بين طرفي الحوار.

ومن حيث متغير السن وجدنا بأن الفئة العمرية من 21 إلى 35 سنة هي الفئة الوحيدة التي سجلت نسبة إجابة التي تقول بعدم وجود احترام متبادل، بينما وجدنا بأن أعلى نسب جميع الفئات العمرية قالوا بأن هناك البعض فقط من يحترم الآخر أثناء الحوار، ونفس الشيء وجدنا في متغير الجنس والديانة.

نلاحظ من خلال آراء عينة الدراسة التي تتابع الحوار بأن مستوى الحوار داخل هذه متباين من عضو لآخر، حيث تدل هذه النسب على أن هناك البعض من أعضاء المجموعة من يتحلى بثقافة الحوار التي تتخذ من الاحترام أسلوباً لها، وهناك البعض من لا يحترم الآخر وليس له أدنى ثقافة للحوار، ما يعطي احتمالية أن انضمامه للمجموعة ليس بهدف الحوار، وإنما بهدف إبراز تطرفه وكرهه للآخر، بالإضافة إلى أن هذا النوع من مواقع التواصل الاجتماعي يضم بداخله مختلف العقلية والذهنيات والمستويات ويتيح للجميع فرصة التواصل بمجرد إنشاء حساب سواء كان حقيقي أو وهمي الانضمام إلى أي مجموعة أو صفحة، ما يعطي احتمالية أكبر إلى أن نجد من يتقن لغة الحوار المحترم ومن يتقن العكس. هذا بالإضافة إلى الأسباب التي ذكرناها في الجداول السابقة والتي قلنا بأن عدم حرص المسؤولين على تنظيم الحوار وضبطه هو أيضاً من بين أسباب قلة الاحترام المسجلة داخل هذه المجموعة.

الجدول رقم (135) يوضح إن سبق وتعرض أحد أعضاء المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية إلى

السب والشتم

الإجابات		نعم		لا		المجموع	
المتغيرات		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
السن	من 16 إلى 20	10	7,69%	00	00%	130	100%
	من 21 إلى 35	79	60,79%	11	8,46%		
	من 36 إلى 50	24	18,46%	03	2,30%		
	من 51 فأكثر	03	2,30%	00	00%		
الجنس	ذكر	93	71,55%	09	6,92%	130	100%
	أنثى	23	17,69%	05	3,84%		
الديانة	الإسلام	75	57,69%	09	6,94%	130	100%
	المسيحية	41	31,53%	05	3,84%		

يتضح من خلال الجدول رقم(135) بأن أغلبية أفراد عينة الدراسة والمقدرة ب 89,24% قالوا بأنه سبق لهم التعرض للسب والشتم، في حين قالت نسبة 10,76% بأنه لم يسبق لهم التعرض للسب والشتم، ومن حيث متغير السن وجدنا بأن أعلى نسب إجابات جميع الفئات العمرية قالت بأنه سبق لها التعرض للسب ولشتم داخل هذه المجموعة، كما لا حظنا بأن كل من الفئة العمرية من 16 إلى 20 سنة ومن 51 سنة فأكثر لم تسجلا أي نسبة التي تنفي عدم تعرضهم للسب، ومن حيث متغير الجنس والديانة لاحظنا بأن كلا الجنسين وكلا أتباع الديانتين سبق لأغلبهم التعرض للسب والشتم أثناء إجرائهم للحوار.

نستنتج من خلال هذه النسب بأن هناك من يخالف القوانين الخاصة بالمجموعة، وأن هناك من بين أعضاء المجموعة من يستعمل العنف اللفظي أثناء الحوار، وبطبيعة الحال هذا النوع من التصرفات السلبية تعكر جو الحوار المحترم داخل هذه المجموعة، وربما تدفع بالعديد من الأعضاء إلى العزوف عن الدخول في حوار مع الآخر تجنبنا للتعرض للسب والشتم، كما يعكس هذا انعدام ثقافة الحوار وتقبل الاختلاف عند بعض أعضاء المجموعة.

الجدول رقم(136) يبين المكان المفضل لأعضاء المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية لإجراء الحوار

الإجابات		العالم الواقعي		الفايسبوك		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
السن	من 16 إلى 20	00	00	07,69%	10	100%	130
	من 21 إلى 35	18	13,84%	55,41%	72		
	من 36 إلى 50	08	6,15%	14,61%	19		
	من 51 فأكثر	03	2,30%	00%	00		
الجنس	ذكر	25	19,23%	59,24%	77	100%	130
	أنثى	04	03,07%	18,46%	24		
الديانة	الإسلام	18	13,84%	50,76%	66	100%	130
	المسيحية	11	08,46%	26,94%	35		

يكشف الجدول رقم (136) على أن أغلبية أفراد عينة الدراسة والمقدرة ب 89,24% قالوا بأنهم يفضلون إجراء هذا النوع من الحوار داخل مجموعات الفايسبوك، في حين قالت نسبة 10,76% بأنهم يفضلون إجراء الحوار في العالم الواقعي، أما من حيث متغير السن وجدنا بأن الفئة العمرية من 16 إلى 20 سنة لم تسجل أي نسبة إجابة عند القول بالعالم الواقعي، وفي ما يخص متغير

الجنس والديانة وجدنا بأن كلا الجنسين وكلا أتباع الديانتين سجلوا أعلى نسبة إجابة بقولهم أنهم يفضلون الحوار في العالم الافتراضي من خلال موقع الفايسبوك.

نلاحظ من خلال هذه النسب بأن الفئة العمرية من 16 إلى 20 سنة فضلت فقط الحوار عن طريق الفايسبوك هذا يؤكد نتائج البحوث العلمية التي تقول بأن فئة المراهقين هم الأكثر استعمالاً وإدماً على الفايسبوك، كما لا حظنا الاستحسان الكبير الذي أبدته أغلبية عينة الدراسة للحوار داخل الفايسبوك، هذا ما يدفعنا إلى التساؤل عن أسباب هذا الاقبال والتفضيل الكبيرين، سنتعرف على الدوافع التي تقف وراء هذا التفضيل في الجدول الموالي (رقم 137).

الجدول رقم (137) يوضح أسباب تفضيل أفراد العينة الناطقة باللغة الفرنسية للحوار عبر موقع الفايسبوك

الاجابات	التكرارات والنسب	التكرارات	النسب
سهولة التواصل	26	25,74%	
الوسيلة المفضلة لدى أغلب المستخدمين وبالتالي إمكانية التواصل مع مختلف الأفراد	12	11,88%	
ليس لدي وقت للتواصل في العالم الواقعي في مثل هذه المواضيع	02	01,98%	
وسائط الفايسبوك تدعم الحوار	39	38,61%	
الشعور بحرية أكبر في التواصل	19	18,81%	
يمكن من المحافظة على الخصوصية	03	02,98%	
المجموع	101	100%	

يشير الجدول رقم (137) إلى أسباب تفضيل مفردات عينة الدراسة للحوار عبر موقع الفايسبوك، حيث وجدنا بأن دعم وسائط الفايسبوك للحوار هي من أبرز الأسباب التي دفعت بعض من عينة الدراسة الى تفضيله حيث وصلت نسبة من أجابوا بهذا إلى 38,61%، تلتها نسبة 25,74% قالت بأن سهولة التواصل عن طريق الفايسبوك هي من أسباب التفضيل، ثم نسبة 18,81% فضلت الفايسبوك لأنهم يشعرون بحرية أكبر في التواصل ممزوجة بالراحة ، ثم النسبة 11,88% قالوا بأن الفايسبوك الوسيلة المفضلة لدى أغلب المستخدمين وبالتالي إمكانية التواصل مع مختلف الأفراد، بينما اشارت نسبة 02,98% بأن سبب التفضيل يرجع إلى أن موقع الفايسبوك يتيح إمكانية المحافظة على الخصوصية، أما نسبة 01,98% فقالوا بأنه ليس لدي الوقت للتواصل في العالم الواقعي في مثل هذه المواضيع.

نلاحظ من خلال هذه النسب من الميزات التقنية التواصلية الحديثة التي يوفرها الفايسبوك هي السبب الرئيس في تفضيل أغلب عينة الدراسة للحوار عبر الفايسبوك على العالم الواقعي، فثلا التواصل عن بعد لا يتيح العالم الواقعي الذي يستلزم الحضور الجسدي وفي نفس المكان، كذلك العالم الواقعي يفرض عليك هوية معروفة عكس موقع

الفايسبوك، الحوار في العالم الواقعي يعطيك مساحة ضيقة للتفكير من أجل الرد على المحاور عكس العالم الافتراضي الذي يتيح لك التفكير وحتى الدخول إلى محرك البحث من أجل الحصول أو التحقق من معلومة معينة.

على العموم يمكننا القول بأن الحوار عن طريق الفايسبوك مكن العديد من شرائح المجتمع ومن مختلف الجنسيات والديانات والدول وبوسائل بسيطة من تعبير عن الآراء الدينية، وبالتالي ساهم الفايسبوك بعوامة حوار الأديان وأتاح الفرصة للجميع سواء كانوا متخصصين أو غير ذلك المشاركة في الحوار، ففي فترة قريبة كان حوار الأديان محصور فقط عند الفئة التي تريد وسائل الإعلام التقليدية تقديمها للجمهور.

المبحث الرابع: المقارنة بين إجابات أفراد عينة المجموعات الثلاث

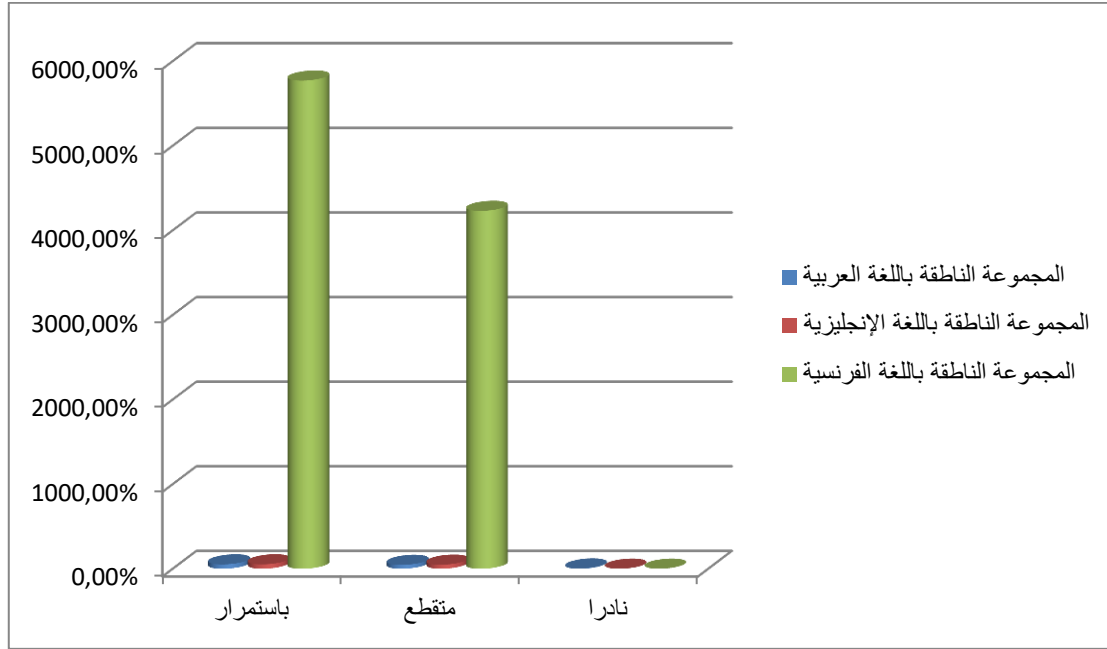
سنخصص هذا المبحث للمقارنة بين إجابات أفراد عينة المجموعات الثلاث، من أجل معرفة أوجه الاختلاف والتشابه؛ خاصة أن المجموعات تختلف من حيث اللغة ومن حيث الهوية الدينية للمسؤولين والمشرفين على هذه المجموعات، وبالتالي معرفة أي المجموعات الأكثر احتراماً لحرية الرأي والتعبير والأكثر التزاماً بأخلاقيات الحوار.

المطلب الأول: مقارنة النتائج المتعلقة بأساليب تفاعل الجمهور داخل المجموعات الثلاث

سنخصص هذا المطلب للمقارنة بين النتائج المتعلقة بتفاعل الجمهور داخل المجموعات الثلاث من أجل معرفة إن كانت هناك اختلافات في كيفية التفاعل بين أعضاء المجموعات والوسائط الأكثر تفضيلاً.

الجدول رقم(138) يبين معدل دخول عينة الدراسة إلى المجموعات الثلاث

المجموعات الإجابات		المجموعة الناطقة باللغة العربية		المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية		المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	
		النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار
باستمرار		67	51,55%	68	52,3%	75	57,70
متقطع		59	45,38%	62	47,70%	55	42,30
نادرًا		04	3,07%	00	00	00	00
المجموع		130	100%	130	100%	130	100%



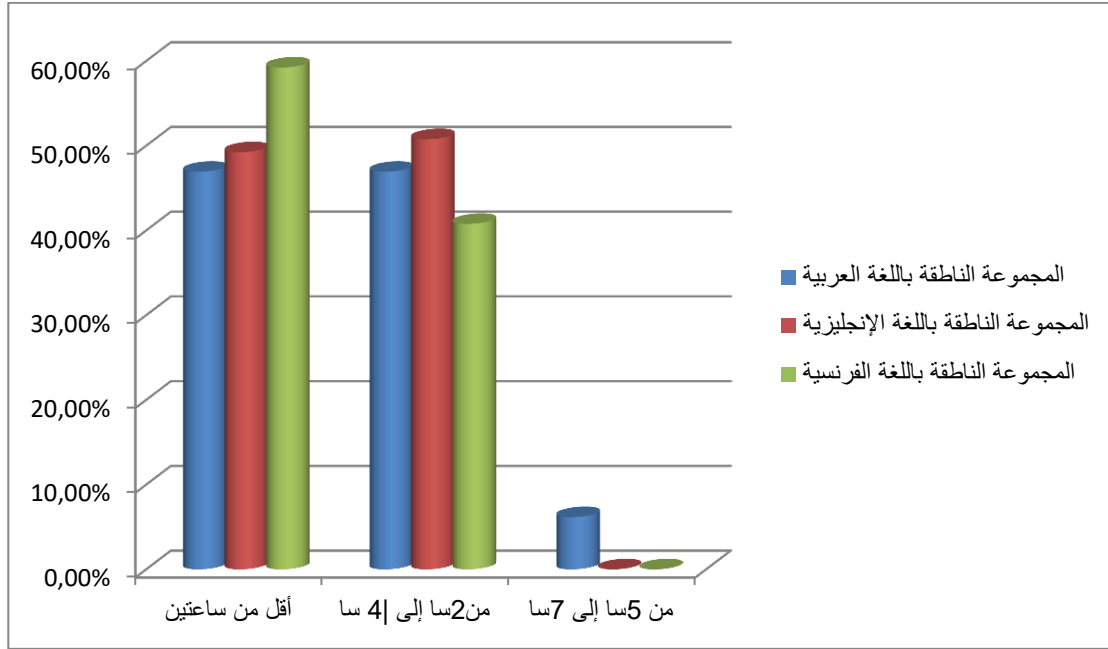
الشكل رقم (11) يبين معدل دخول عينة الدراسة إلى المجموعات الثلاث

يتضح من خلال الجدول رقم (138) والشكل رقم (11) بأن أكثر من نصف مفردات عينة المجموعات الثلاث قالوا بأنهم يدخلون باستمرار إلى المجموعات محل الدراسة، كما نلاحظ بأن نسب من قالوا بأنهم يدخلون باستمرار متقاربة جدا فكانت بين 40 و 45% بالنسبة للمجموعات الثلاث، في حين لاحظنا بأن المجموعة الناطقة باللغة العربية هي المجموعة الوحيدة التي سجلت نسبة إجابة تقدر ب 3,07% قالت من خلالها بأنها نادرا ما تدخل إلى المجموعة.

نستخلص من خلال هذه النسب بأن أغلب مفردات المجموعات الثلاث نشطة داخل مجموعاتها من حيث زيارة المجموعات التي هم أعضاء فيها، كما يمكن القول بأن هناك درجة اهتمام عالية بهذا النوع من المجموعات التي تدعوا إلى الحوار بين المسلمين والمسيحيين.

الجدول رقم (139) يبين معدل بقاء عينة الدراسة داخل المجموعات الثلاث

المجموعات الإجابات		المجموعة الناطقة باللغة العربية		المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية		المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	
		النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار
أقل من ساعتين		61	46,92%	64	49,23%	77	59,23%
من 2 سا إلى 4 سا		61	46,92%	66	50,77%	53	40,77%
من 5 سا إلى 7 سا		08	6,16%	00	00%	00	00%
المجموع		130	100%	130	100%	130	100%



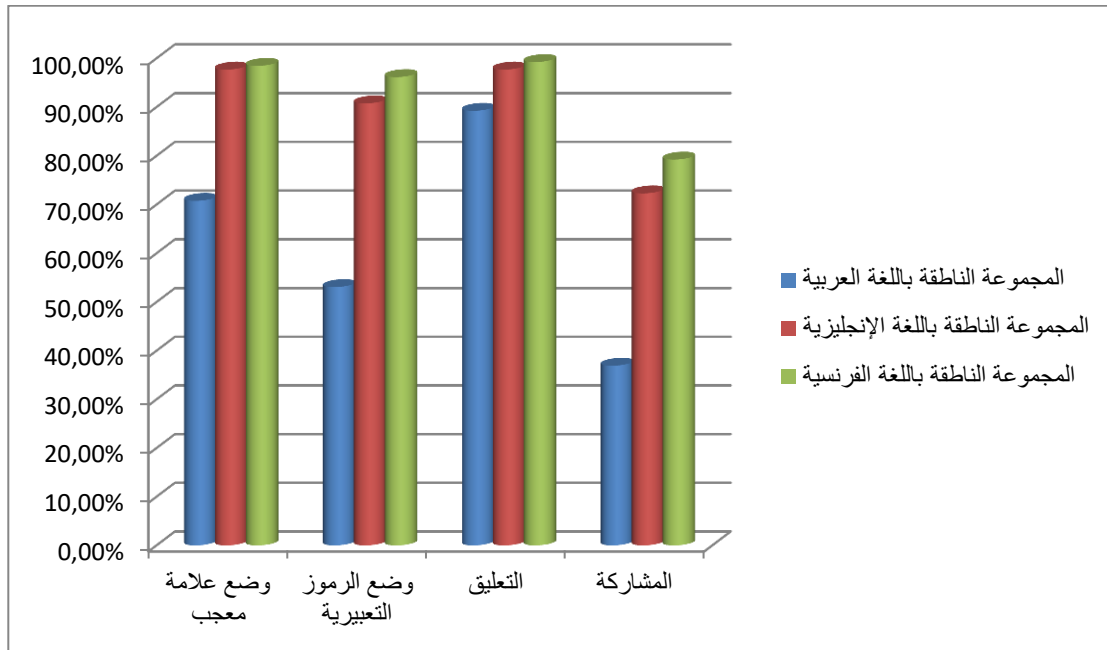
الشكل رقم (12) يبين معدل بقاء عينة الدراسة داخل المجموعات الثلاث

يكشف الجدول رقم (139) والشكل رقم (12) بأن مفردات عينة المجموعة الناطقة باللغة العربية سجلت نسبتي عاليتين متساويتين والمقدرة ب 46,92% لكل من الإجابة بأقل من ساعتين وإجابة من ساعتين إلى أربع ساعات، بينما سجلت المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية أعلى نسبة إجابة والمقدرة ب 50,77% بالقول أن معدل بقائها داخل المجموعة من ساعتين إلى أربع ساعات، في حين سجلت مفردات عينة المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية أعلى نسبة إجابة والمقدرة ب 59,23% بالقول بأنها تبقى داخل المجموعة أقل من ساعتين، كما لاحظنا بأن مفردات المجموعة الناطقة باللغة العربية هي الوحيدة التي سجلت نسبة إجابة والمقدرة ب 6,16% بالقول بأنها تبقى داخل المجموعة من خمس ساعات فأكثر.

يمكن القول من خلال هذه النسب بأن مفردات المجموعة الناطقة باللغة العربية هي الأكثر بقاء داخل المجموعة تليها المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية ثم المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية في المرتبة الأخيرة، كما يمكن القول بأن معدل البقاء داخل المجموعة من ساعتين إلى أربع ساعات هو معدل كافٍ من أجل إجراء حوار داخل المجموعة نظراً إلى طبيعة هذا النوع من المواضيع الخاصة بحوار الأديان تتطلب وقت طويل من أجل انهاء الحوار.

الجدول رقم(140) يبين طريقة التفاعل داخل المجموعات الثلاث

المجموعات الإجابات	المجموعة الناطقة باللغة العربية		المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية		المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	
	النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار
وضع علامة معجب	92	70,76%	127	97,69%	128	98,46%
وضع الرموز التعبيرية	69	53,07%	118	90,76%	125	96,15%
التعليق	116	89,23%	127	97,69%	129	99,23%
المشاركة	48	36,92%	94	72,30%	103	79,23%
المجموع						



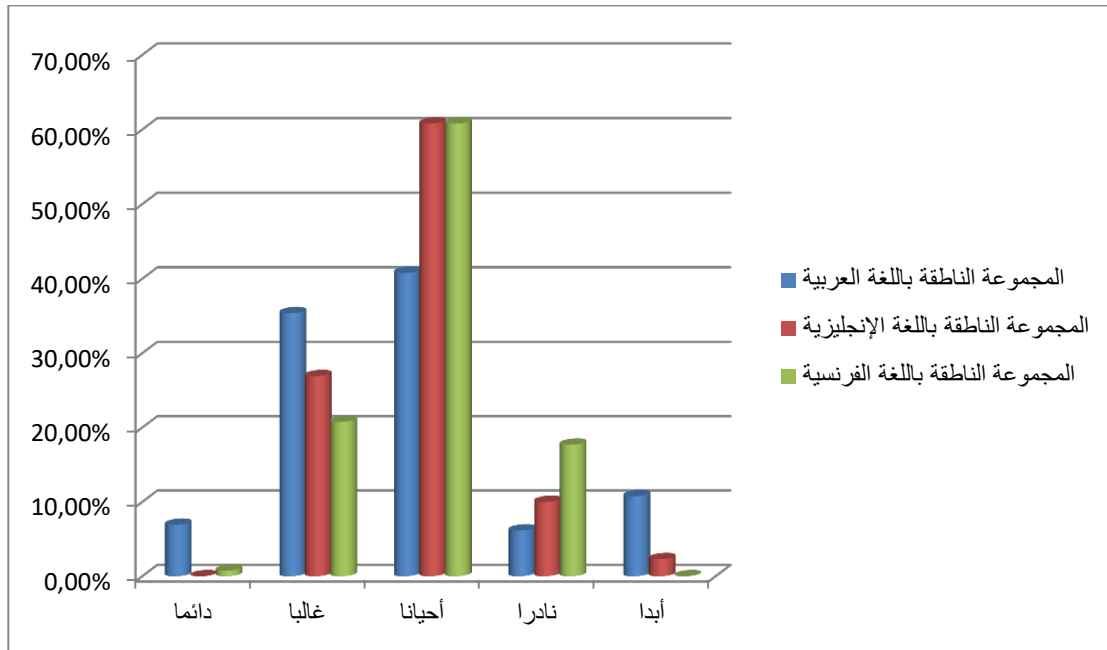
الشكل رقم(13) يبين طريقة التفاعل داخل المجموعات الثلاث

يشير الجدول رقم (140) والشكل رقم(13) إلى أن كل مفردات عينة المجموعات سجلت أعلى نسب تفاعل وينسب مقارنة جدا التفاعل عبر التعليقات يليها التفاعل عن طريق وضع علامة معجب ثم إدراج الرموز التعبيرية، ثم مشاركة المنشورات في المرتبة الأخيرة.

يمكن القول بأن طريقة تفاعل مفردات عينة المجموعات الثلاث متنوعة وتتميز بالثراء وتدل على أنهم نشطين داخل المجموعة، كما يعكس أيضا درجة الاهتمام العالية بالقضايا المعروضة للحوار داخل هذه المجموعات.

الجدول رقم(141) يبين معدل المشاركة في الحوار داخل المجموعات الثلاث

المجموعات الإجابات	المجموعة الناطقة باللغة العربية		المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية		المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	
	التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب
دائما	09	%6,92	00	%00	01	%0,76
غالبا	46	%35,38	35	%26,92	27	%20,76
أحيانا	53	%40,79	79	%60,78	79	%60,79
نادرا	08	%6,15	13	%10	23	%17,69
أبدا	14	%10,76	03	%2,3	00	%00
المجموع	130	%100	130	%100	130	%100



الشكل رقم (14) يبين معدل المشاركة في الحوار داخل المجموعات الثلاث

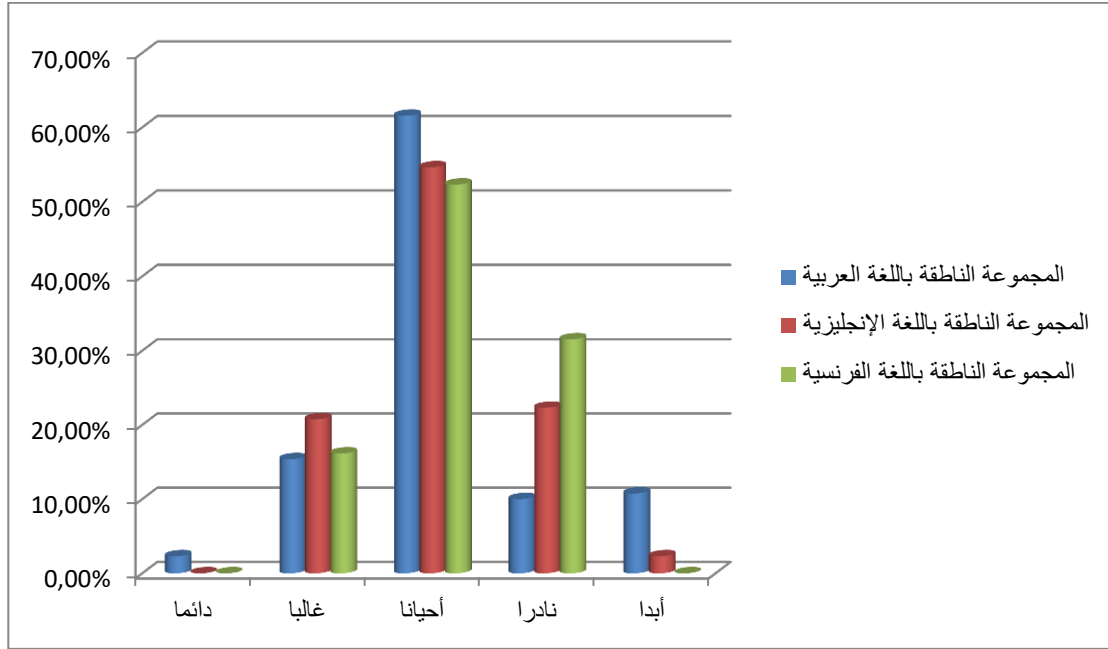
يتبين من خلال الجدول رقم (141) والشكل رقم(14) بأن كل مفردات عينة المجموعات الثلاث سجلوا أعلى نسب إجابات بالقول بأنهم أحيانا ما يشاركون في الحوار، بينما وجدنا بأن المجموعة الناطقة باللغة العربية هي المجموعة التي سجلت أعلى نسبة إجابة عند غالبا مقارنة بالمجموعتين الناطقتين باللغة الفرنسية والإنجليزية بنسبة 35,38%، تليها المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية بنسبة 26,92%، ثم المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية بنسبة

20,76%، بينما وجدنا بأن المجموعة الناطقة باللغة العربية سجلت نسبة عالية مقارنة بالمجموعتين الأخريتين عند الإجابة بدائما بنسبة 6,92%، تليها المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية بنسبة 0,76%، في حين لم تسجل المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية أي نسبة إجابة عند دائما، وجدنا كذلك بأن أعلى نسبة قالت بأنها لم تشارك في الحوار أي تكتفي بدور المتابعة فكانت من نصيب المجموعة الناطقة باللغة العربية بنسبة 10,76%، تليها المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية بنسبة 2,3%، في حين لم تسجل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية أي إجابة تنفي المشاركة في الحوار.

نستخلص من هذه النسب بأن المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية هي الأكثر تسجيلا من حيث العدد في المشارك الحوار الذي يجري داخل المجموعة، هذا بالنظر إلى عدم تسجيل أي اجابة من طرف العينة داخل هذه المجموعة تنفي عدم مشاركتها، تليها المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية، ثم المجموعة الناطقة باللغة العربية في المرتبة الأخيرة، في حين مكن القول بأنه من حيث الفاعلية في المشاركة وجدنا بأن المجموعة الناطقة باللغة العربية أكثر فاعلية من خلال تسجيلها نسبة أعلى من المجموعتين الناطقتين باللغة الإنجليزية والفرنسية عند الإجابة بغالبا ودائما ونسبة أقل عند الإجابة بنادرا، تليها المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية، ثم المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية في المرتبة الأخيرة.

الجدول رقم(142) يبين مبادرة النشر داخل المجموعات الثلاث

المجموعات الإجابات		المجموعة الناطقة باللغة العربية		المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية		المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	
		النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار
دائما	03	2,3%	00	00%	00	00%	00
غالبا	20	15,38%	27	20,76%	21	16,15%	21
أحيانا	80	61,56%	71	54,64%	68	52,32%	68
نادرا	13	10%	29	22,3%	41	31,53%	41
أبدا	14	10,76%	03	2,3%	00	00%	00
المجموع	130	100%	130	100%	130	100%	130



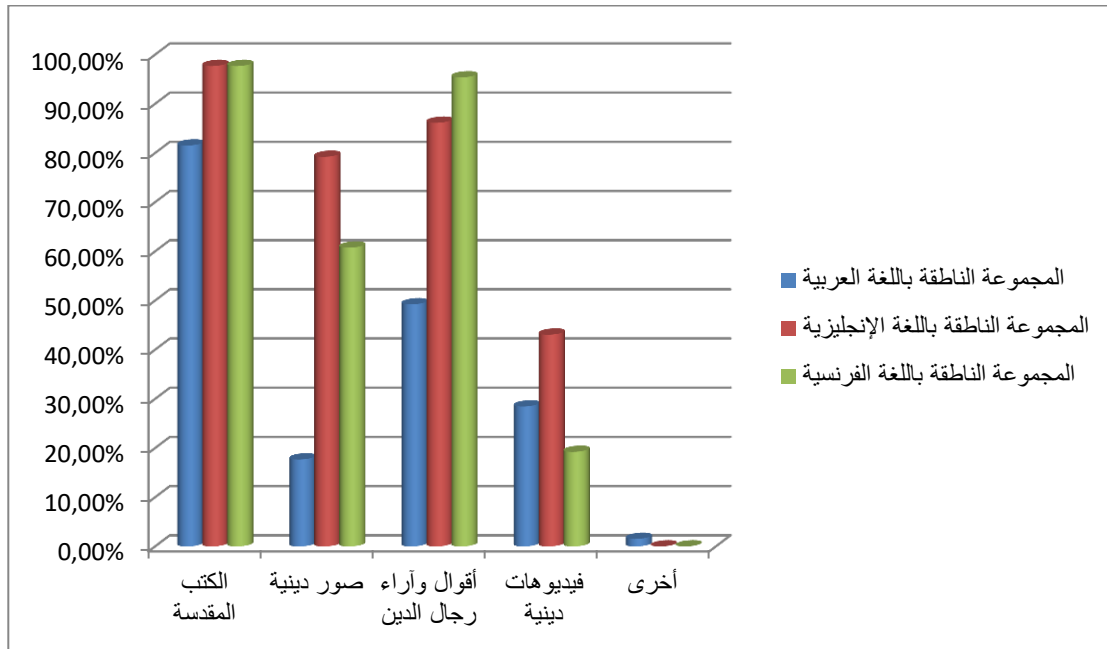
الشكل رقم (15) يبين مبادرة النشر داخل المجموعات الثلاث

يظهر من خلال الجدول رقم (142) والشكل رقم (15) بأن كل مفردات عينة المجموعات الثلاث سجلوا أعلى نسب إجابة بالقول بأنها أحيانا ما يبادرون إلى طرح المواضيع للحوار، وهي نسب متقاربة تنحصر ما بين 52 إلى 61%، سجلنا أيضا بأن عينة المجموعة الناطقة باللغة العربية هي الوحيدة التي سجلت نسبة إجابة والمقدرة ب 2,3% بالقول بأنهم دائما ما يبادرون إلى طرح المواضيع للحوار، بينما سجلت المجموعة الناطقة باللغة العربية عند الإجابة 10,76% يقولون من خلالها بأن بأنهم لا يبادرون للنشر أي يكتبون بالمتابعة، تليها المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية بنسبة 2,3%، في حين لم تسجل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية أي إجابة تنفي مبادرة عينة المجموعة بطرح المواضيع للحوار.

نستنبط من خلال هذه النسب نفس ما خلصنا اليه في الجدول رقم (140)، فمن حيث عدد مبادرات النشر بصفة عامة تحتل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية المرتبة الأولى والناطقة باللغة العربية المرتبة الثانية، أما من حيث الفاعلية في مبادرات النشر فتعود المرتبة الأولى للمجموعة الناطقة باللغة العربية والمرتبة الأخيرة للمجموعة الناطقة باللغة الفرنسية.

الجدول رقم(143) يبين أنواع المنشورات التي ينشرها اعضاء المجموعات الثلاث

المجموعات الإجابات	المجموعة الناطقة باللغة العربية		المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية		المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	
	النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار
نصوص مقتبسة من الكتب الدينية المقدسة	81,53%	106	97,69%	127	97,69%	127
صور دينية	17,69%	23	79,23%	103	60,76%	79
أقوال وآراء رجال الدين	49,23%	64	86,15%	112	95,38%	124
فيديوهات دينية	28,46%	37	43,07%	56	19,23%	25
أخرى	1,53%	02	00%	00	00%	00



الشكل رقم(16) يبين أنواع المنشورات التي ينشرها اعضاء المجموعات الثلاث

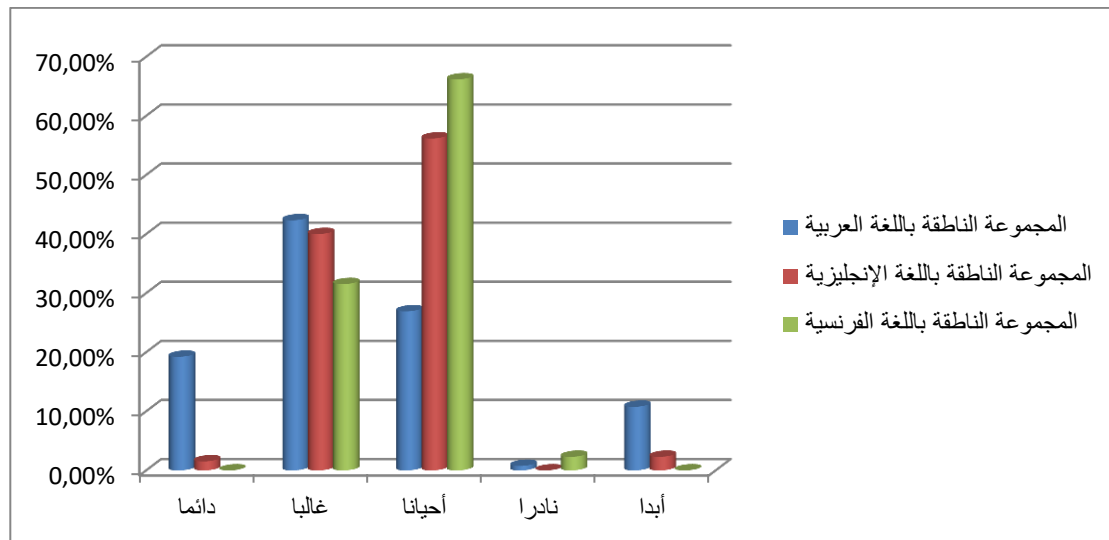
يتضح من خلال الجدول رقم(143) والشكل رقم(16) بأن مفردات عينة المجموعات الثلاث سجلوا أعلى نسبة اجابة بالقول بأن النصوص الدينية المقتبسة من الكتب المقدسة(الانجيل، القرآن...) هي الأكثر تفضيلاً عندهم، تليها اقوال واره رجال الدين، ثم الصور الدينية ، ثم الفيديوهات الدينية، في حين وجدنا بأن المجموعة الناطقة باللغة

العربية هي المجموعة الوحيدة التي أجابت بأنها تنشر أنواع أخرى من المنشورات داخل المجموعة والمتمثلة في نتائج البحوث العلمية بنسبة 1,53%.

يبدو من خلال هذه النسب بان هناك اجماع بين عينة المجموعات الثلاث وبنسب متقاربة على القول بأنهم يفضلون نشر النصوص الدينية المقتبسة من المقدسات الدينية ، كما سجلنا نفس الترتيب من حيث الأهمية بالنسبة للمجموعات محل الدراسة مع اختلاف في نسب التفضيل لكل مجموعة، سجلنا أيضا بأن المجموعة الناطقة باللغة العربية هي المجموعة الوحيدة التي أبدت اهتمام بنشر نتائج البحوث العلمية التي تدعم وجهة نظرها الدينية، نلاحظ على العموم بأن هناك تنوع في المنشورات الدينية بالنسبة لعينة المجموعات الثلاث.

الجدول رقم(144) يبين استعمال الحجج والبراهين في الحوار من عدمه في المجموعات الثلاث

المجموعات الإجابات	المجموعة الناطقة باللغة العربية		المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية		المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	
	التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب
دائما	25	%19,23	02	%1,53	00	%00
غالبا	55	%42,33	52	%40	41	%31,53
أحيانا	35	%26,92	73	%56,17	86	%66,17
نادرا	01	%0,76	00	%00	03	%2,3
أبدا	14	%10,76	03	%2,3	00	%00
المجموع	130	%100	130	%100	130	%100



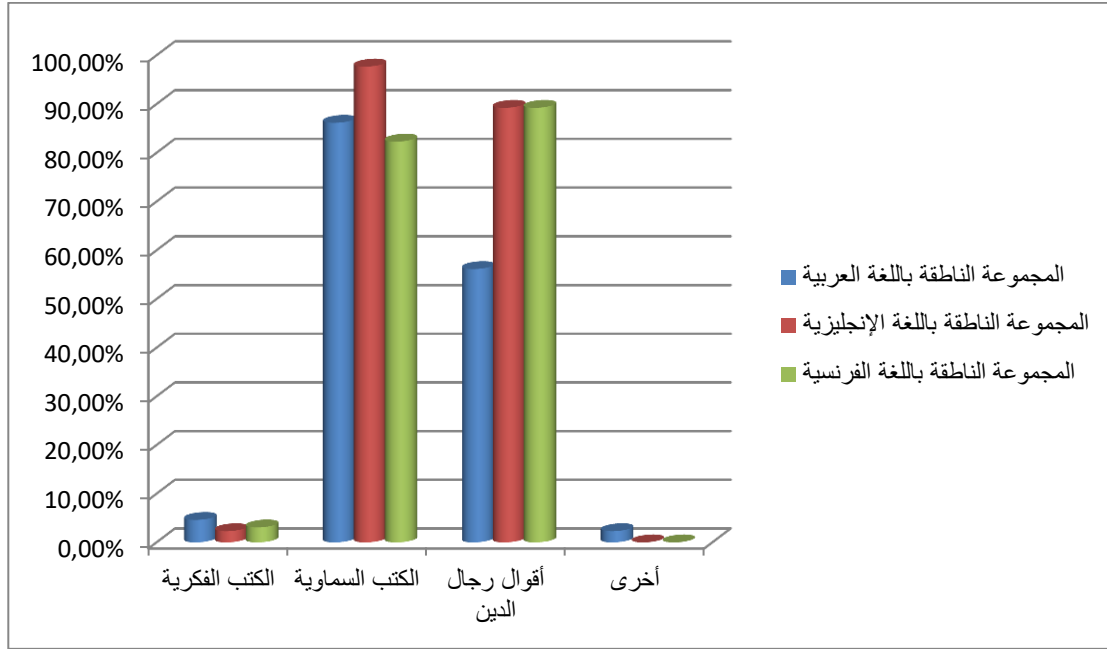
الشكل رقم(17) يبين استعمال الحجج والبراهين في الحوار من عدمه في المجموعات الثلاث

يشير الجدول رقم(144) والشكل رقم(17) إلى أن المجموعة الناطقة باللغة العربية سجلت أعلى نسبة والمقدرة ب 42,33% إجابة بالقول بأنها غالبا ما تستعمل الحجج والبراهين أثناء الحوار، بينما سجلت كل من المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية والفرنسية أعلى نسبة إجابة والمقدرة ب 66,17% بالنسبة للمجموعة الناطقة بالفرنسية و 56,17% للناطق بالإنجليزية بالقول بأنهما أحيانا ما يستعملون الحجج والبراهين أثناء الحوار، كما لاحظنا بأن المجموعة الناطقة باللغة العربية سجلت نسبة معتبرة مقارنة بالمجموعتين الناطقتين باللغة الإنجليزية والفرنسية قدرت ب 19,23% عند الاجابة بأنهما دائما ما يستعملان الحجج والبراهين أثناء الحوار، كما سجلت المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية نسبة 1,53% عند الإجابة بدائما، في حين لم تسجل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية أي نسبة إجابة عند دائما، وفيما يخص الإجابة بنادرا تم تسجيل نسبة 10,76% بالنسبة للمجموعة الناطقة باللغة العربية ونسبة 2,3% بالنسبة للمجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية، حيث اكتفت هذه النسبة بالمتابعة ولا تشارك في الحوار، وهذه النسبة أشرنا إليها في الجداول السابقة وهي النسبة التي تستثنى في المشاركة في الحوار في بقية الجداول اللاحقة.

نستنتج من خلال هذه النسب بأن المجموعة الناطقة باللغة العربية هي الأكثر فاعلية في استعمال الحجج والبراهين أثناء الحوار؛ بالنظر إلى نسبة العالية المسجلة عند الإجابة بدائما وغالبا مقارنة بالمجموعتين الأخريتين، تليها المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية، ثم المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية في المرتبة الأخيرة من حيث الفاعلية في استعمال الحجج.

الجدول رقم(145) يبين مصادر الحجج والبراهين المستعملة في الحوار داخل المجموعات الثلاث

المجموعات الإجابات		المجموعة الناطقة باللغة العربية		المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية		المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	
		النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار
الكتب الفكرية		4,61%	06	2,3%	03	3,07%	04
الكتب السماوية		86,15%	112	97,69%	127	82,3%	107
أقوال رجال الدين		56,15%	73	89,23%	116	89,23%	116
أخرى		2,3%	03	00%	00	00%	00



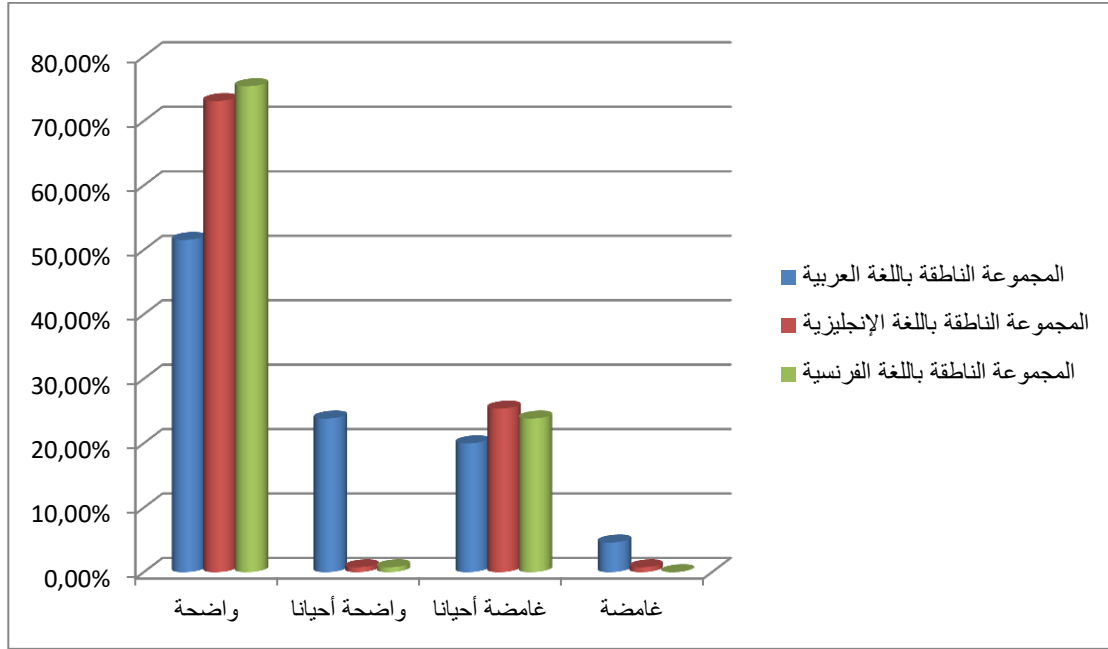
الشكل رقم(18) يبين مصادر الحجج والبراهين المستعملة في الحوار داخل المجموعات الثلاث

يكشف الجدول رقم (145) والشكل رقم(18) بأن الكتب السماوية هي أكثر المصادر تفضيلاً واستعمالاً في الحاجة أثناء الحوار لدى جميع عينة المجموعات الثلاث، يليها أقوال رجال الدين ثم الكتب الفكرية، في حين لاحظنا بأن المجموعة الناطقة باللغة العربية هي المجموعة الوحيدة التي أدرجت مصادر أخرى تمثلت في نتائج البحوث العلمية والاستدلال والتفسير الشخصي.

نلاحظ من خلال هذه النسب بأن المجموعة الناطقة باللغة العربية هي المجموعة الأكثر تنوعاً في استعمال مختلف المصادر التي تستمد منها الحجج والبراهين مقارنة بالمجموعتين الناطقتين باللغة الإنجليزية والفرنسية، كما لاحظنا بأن المجموعات الثلاث سجلوا نسبة اهتمام ضعيفة جداً في الاعتماد على الكتب الفكرية كمصادر للحجج.

الجدول رقم(146) يبين تقييم الحجج والبراهين المستعملة في الحوار داخل المجموعات الثلاث

المجموعات الإجابات		المجموعة الناطقة باللغة العربية		المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية		المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	
		النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار
واضحة		67	51,55%	95	73,10%	98	75,40%
واضحة أحياناً		31	23,84%	01	0,76%	01	0,76%
غامضة أحياناً		26	20%	33	25,38%	31	23,84%
غامضة		06	4,61%	01	0,76%	00	00%
المجموع		130	100%	130	100%	130	100%



الشكل رقم (19) يبين تقييم الحجج والبراهين المستعملة في الحوار داخل المجموعات الثلاث

نلاحظ من خلال الجدول رقم (146) والشكل رقم (19) بأن أعلى نسب إجابات المجموعات الثلاث أجمعت على القول بأن الحجج والبراهين المستعملة واضحة، أما بالنسبة للغموض فلقد سجلت مفردات عينة المجموعة الناطقة باللغة العربية أكبر نسبة غموض والمقدرة ب 4,61%، في مقابل 0,76% بالنسبة للمجموعة الناطقة باللغة الانجليزية، في حين لم تسجل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية أي غموض.

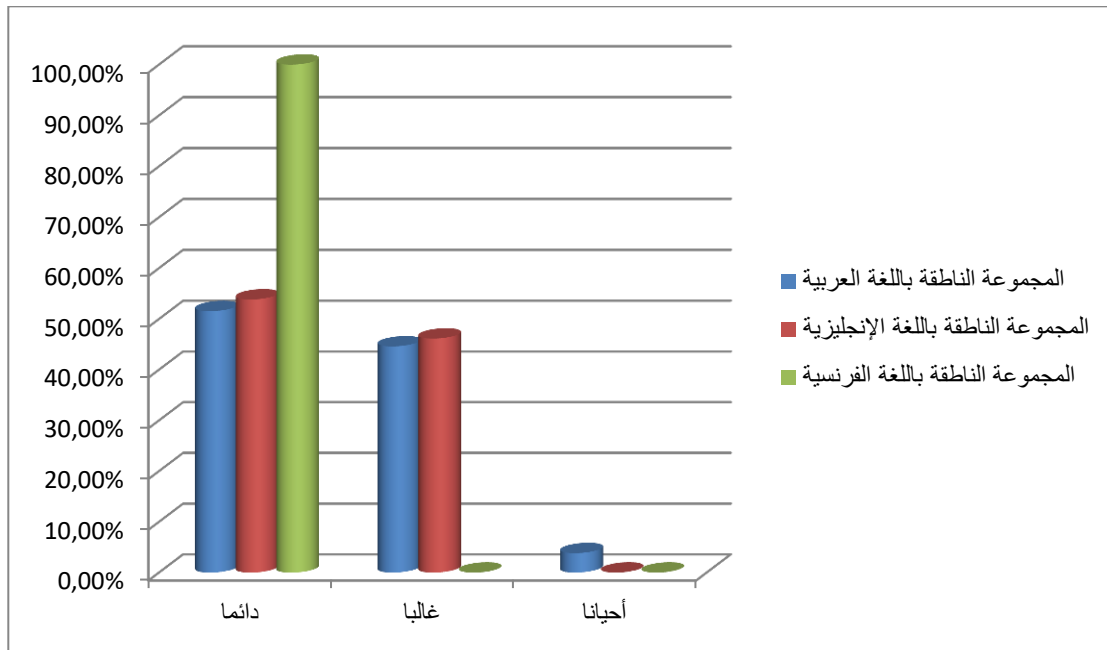
يمكن القول من خلال هذه النسب بأن المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية هي المجموعة الأكثر فهما واستيعابا للحجج والبراهين التي تنشر داخل المجموعة، تليها المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية، ثم المجموعة الناطقة باللغة العربية في المرتبة الأخيرة.

المطلب الثاني: مقارنة النتائج المتعلقة بحرية تفاعل الجمهور داخل المجموعات الثلاث

سنسعى من خلال هذه المطلب إلى معرفة أي المجموعات تتيح حرية أكبر للأعضاء في التفاعل والتعبير عن آرائهم.

الجدول رقم(147) يبين امكانية عرض المنشورات والتعليقات من طرف افراد العينة من عدمه داخل المجموعات الثلاث

المجموعات الإجابات		المجموعة الناطقة باللغة العربية		المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية		المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	
		النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار
دائما		%51,55	67	%53,85	70	%100	130
غالبا		%44,61	58	%46,15	60	%00	00
أحيانا		%3,84	05	%00	00	%00	00
المجموع		%100	130	%100	130	%100	130



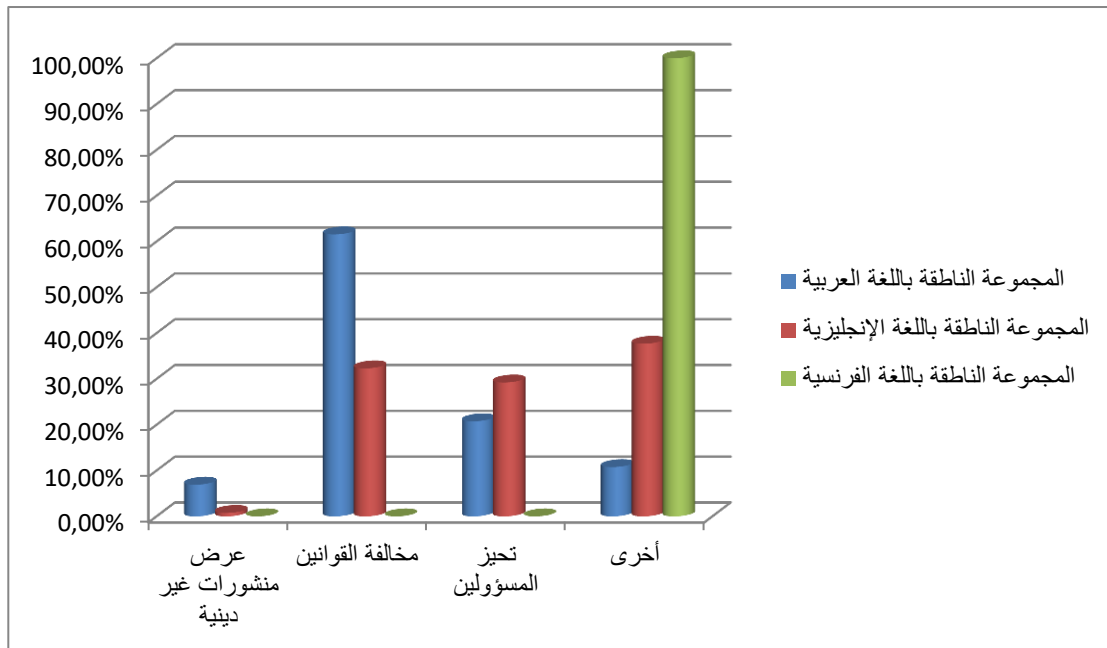
الشكل رقم(20) يبين إمكانية عرض المنشورات والتعليقات من طرف افراد العينة من عدمه داخل المجموعات الثلاث

يظهر من خلال الجدول رقم (147) والشكل رقم(20) بأن أكثر من نصف مفردات عينة المجموعتين الناطقة باللغة العربية واللغة الإنجليزية قالوا بأنه دائما ما يسمح لهم بعرض منشوراتهم وتعليقاتهم، في حين سجلنا بأن جميع مفردات عينة المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية بنسبة 100% أجابوا بأنه يمكن لهم دوما عرض منشوراتهم وتعليقاتهم داخل المجموعة.

نستنتج من خلال هذه البيانات بأن عينة المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية الأكثر حرية في عرض منشوراتهم وتعليقاتهم، تليها المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية، ثم المجموعة الناطقة باللغة العربية في المرتبة الأخيرة.

الجدول رقم(148) يبين أسباب عدم عرض بعض منشورات أفراد العينة من طرف مسؤولي المجموعة

المجموعات الإجابات	المجموعة الناطقة باللغة العربية		المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية		المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	
	التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب
عرض منشورات غير دينية	09	%6,92	01	%0,76	00	%00
مخالفة القوانين	80	%61,56	42	%32,32	00	%00
تحيز المسؤولين	27	%20,76	38	%29,23	00	%00
أخرى	14	%10,76	49	%37,69	130	%100
المجموع	130	%100	130	%100	130	%100



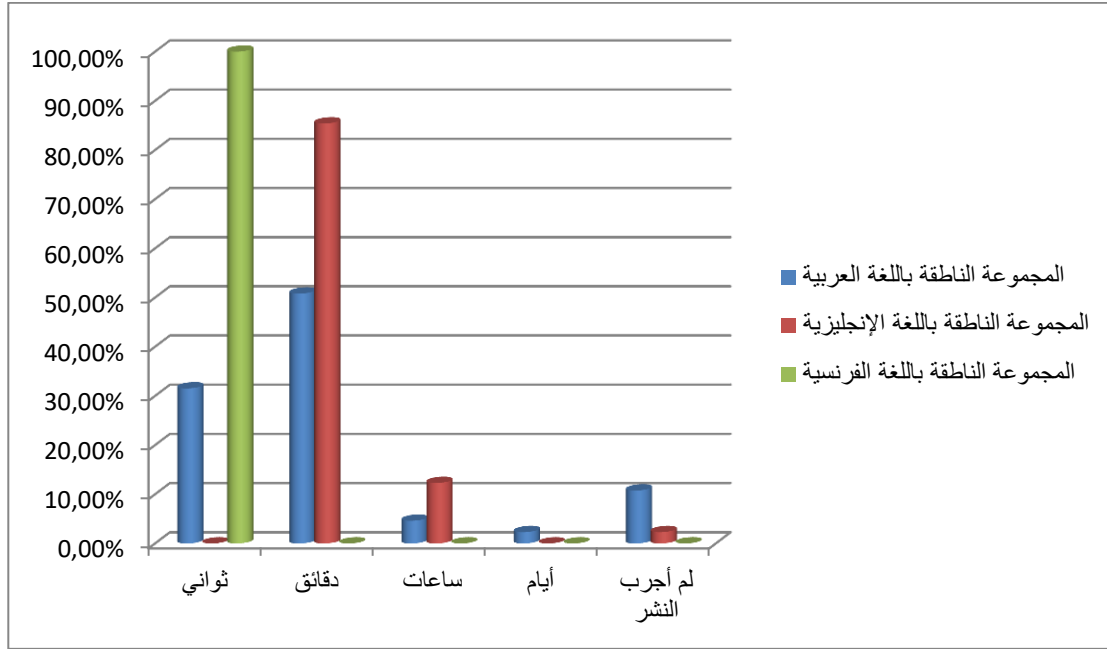
الشكل رقم(21) يبين أسباب عدم عرض بعض منشورات أفراد العينة من طرف مسؤولي المجموعة

يكشف الجدول رقم (148) والشكل رقم (21) على أن أعلى نسبة بالنسبة لمفردات عينة المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والإنجليزية قالت بأن سبب عدم عرض منشوراتهم يعود بالدرجة الأولى إلى مخالفتهم لقوانين المجموعة، ويأتي في الدرجة الثانية تحيز المسؤولين إلى أحد الأطراف أي تعسفا، أما نسب إجاباتهم بأخرى فقالوا من خلالها بأنهم لم يتعرضوا لحالات منع، في حين قالت جميع مفردات عينة المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية بنسبة 100% بأنهم لم يتعرضوا أبدا لحالات منع منشوراتهم المطروحة للحوار من النشر.

نستنتج من خلال هذه النسب بأن المسؤولين عن المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية هم الأكثر احتراما لحرية طرح المواضيع للحوار داخل المجموعة، يليها المسؤولين عن المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية، ثم المجموعة الناطقة باللغة العربية في المرتبة الأخيرة.

الجدول رقم (149) يوضح المدة التي تستغرقها المنشورات كي تقبل للنشر داخل المجموعات

المجموعات الإجابات		المجموعة الناطقة باللغة العربية		المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية		المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	
		التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب
ثواني	41	31,53%	00	00	00%	130	100%
دقائق	66	50,80%	111	85,40%	00	00	00%
ساعات	06	4,61%	16	12,3%	00	00	00%
أيام	03	2,3%	00	00	00%	00	00%
لم أجرب النشر	14	10,76%	03	2,3%	00	00	00%
المجموع	130	100%	130	100%	130	100%	100%



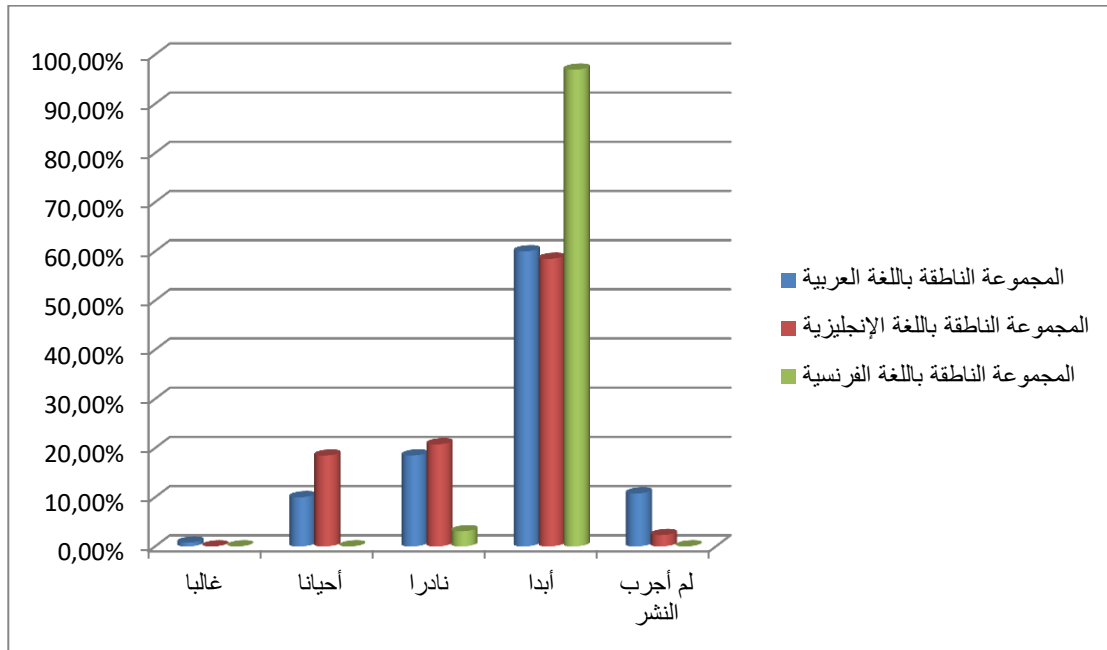
الشكل رقم (22) يوضح المدة التي تستغرقها المنشورات كي تقبل للنشر داخل المجموعات

يظهر من خلال الجدول رقم (149) والشكل رقم (23) بأن أعلى نسبة إجابة بالنسبة لمفردات عينة المجموعتين الناطقة باللغة العربية والانجليزية كانت عند الإجابة بأن منشوراتهم تستغرق دقائق كي تقبل للنشر، في حين سجلت المجموعة الناطقة باللغة العربية نسبة 31,53% تقول من خلالها بأن منشوراتها تستغرق ثواني فقط كي تقبل النشر بينما لم تسجل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية أي نسبة إجابة تقول بأن مدة منشوراتها تستغرق ثواني فقط، أما مفردات عينة المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية فقد قال جميع مفرداتها أي بنسبة 100% بأن منشوراتهم تستغرق ثواني فقط كي تقبل.

تدل هذه النسب على أن منشورات الخاصة بعينة المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية تقبل بسرعة أكبر للنشر، تليها المجموعة الناطقة باللغة العربية، ثم المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية، وكما تدل هذه النسب على أن الرقابة القبلية على المنشورات من طرف مسؤولي المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية غائبة تماماً، عكس المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والانجليزية لاحظنا بأن الرقابة القبلية لمسؤولي المجموعتين مفعلة.

الجدول رقم(150) يوضح إن سبق حذف منشورات أو تعليقات أحد الأعضاء داخل المجموعات الثلاث

المجموعات الإجابات	المجموعة الناطقة باللغة العربية		المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية		المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	
	التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب
غالباً	01	%0,76	00	%00	00	%00
أحياناً	13	%10	24	%18,46	00	%00
نادراً	24	%18,48	27	%20,76	04	%3,07
أبداً	78	%60	76	%58,48	126	%96,93
لم أجرب النشر	14	%10,76	03	%2,3	00	%00
المجموع	130	%100	130	%100	130	%100



الشكل رقم(23) يوضح إن سبق حذف منشورات أو تعليقات أحد الأعضاء داخل المجموعات الثلاث

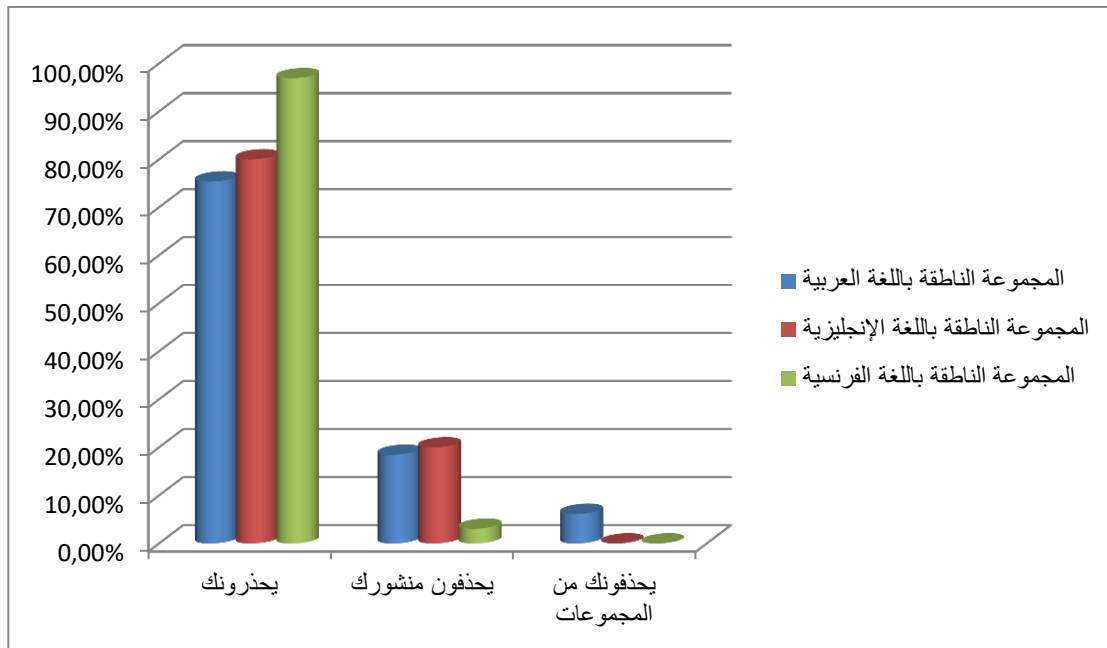
يتبين من خلال الجدول رقم (150) والشكل رقم(23) بأن أعلى نسب إجابة بالنسبة لمفردات عينة المجموعات الثلاث قالت بأنها لم يسبق لها حذف منشوراتها أو تعليقاتها، في حين لاحظنا تسجيل المجموعات الثلاث لنسب متفاوتة أعلاه تخص المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية وأقلها تخص المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية قالو من خلالها بأنه نادراً ما تتعرض منشوراتهم وتعليقاتهم للحذف، كما لا حظنا تسجيل نسبة إجابة عند أحياناً بالنسبة للمجموعتين الناطقتين باللغة العربية والانجليزية، بينما لم تسجل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية أي نسبة إجابة

عند أحيانا، كما لاحظنا تسجيل نسبة إجابة عند غالبا بالنسبة للمجموعة الناطقة باللغة العربية، في حين لم يتم تسجيل أي نسبة إجابة عند المجموعتين المتبقيتين.

نستنتج من خلال هذه النسب بأن عينة المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية هي المجموعة الأقل تعرضا للرقابة البعدية التي يقوم بها المسؤولين والمشرفين على المنشورات والتعليقات داخل المجموعة، تليها المجموعة الناطقة باللغة العربية، ثم المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية في المرتبة الأخيرة.

الجدول رقم(151) يبين طريقة تصرف مسؤولي المجموعات الثلاث مع من يخالف القوانين

المجموعات الإجابات	المجموعة الناطقة باللغة العربية		المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية		المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	
	التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب
يحذرونك	98	%75,39	104	%80	126	%96,93
يحذفون منشورك	24	%18,46	26	%20	04	%3,07
يحذفونك من المجموعات	08	%6,15	00	%00	00	%00
المجموع	130	%100	130	%100	130	%100



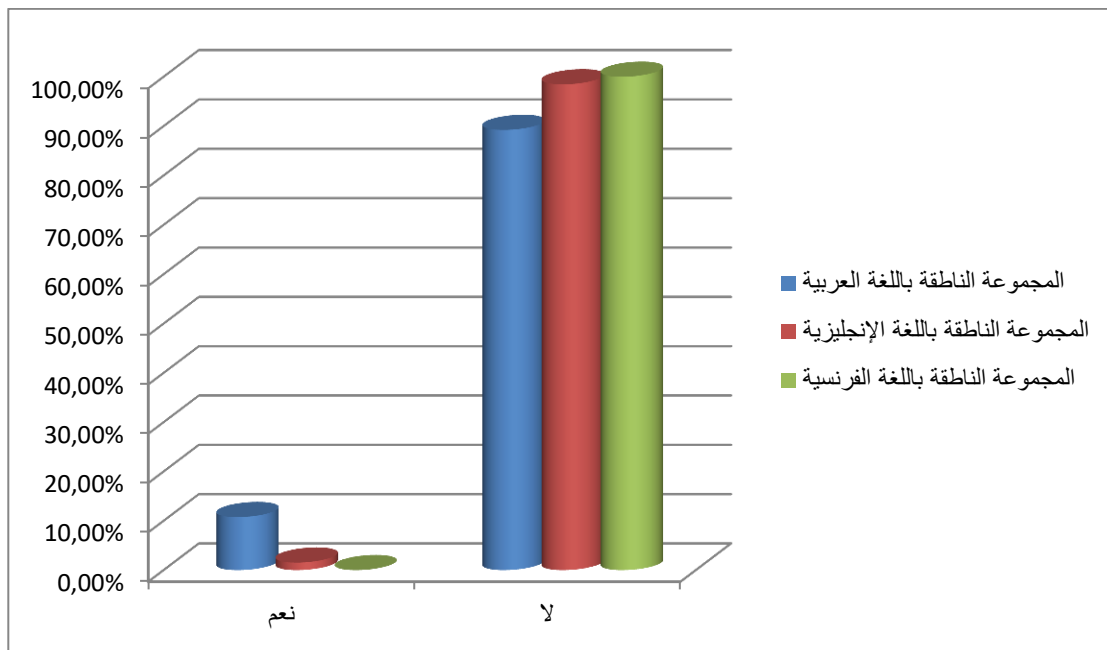
الشكل رقم(24) يبين طريقة تصرف مسؤولي المجموعات الثلاث مع من يخالف القوانين

يتضح من خلال الجدول رقم (151) والشكل رقم (24) بأن مفردات عينة المجموعات الثلاث سجلوا أعلى نسبة إجابة بالقول أنه عند مخالفتهم للقوانين الخاصة بالمجموعة يقوم المسؤولون بتحذيرهم، تليها الإجابة بأقل نسبة قالوا بأن المسؤولين يقومون بحذف منشوراتهم عند مخالفة القوانين، في حين لاحظنا بأن عينة المجموعة هي المجموعة الوحيدة التي سجلت نسبة إجابة بالقول بأنه عند مخالفتهم للقوانين الخاصة بالمجموعة يقوم المسؤولون عن المجموعة بحظرهم.

يمكن القول من خلال هذه النسب بأن المسؤولين عن المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية هم الأكثر لباقة في التعامل مع الأعضاء المخالفين لقوانين المجموعة، تليها المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية بنسبة أقل، ثم المجموعة الناطقة باللغة العربية في المرتبة الأخيرة.

الجدول رقم (152) يبين تعرض عينة الدراسة للحظر من عدمه داخل المجموعات الثلاث

المجموعات الإجابات	المجموعة الناطقة باللغة العربية		المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية		المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	
	التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب
نعم	14	%10,76	02	%1,53	00	%00
لا	116	%89,24	128	%98,47	130	%100
المجموع	130	%100	130	%100	130	%100



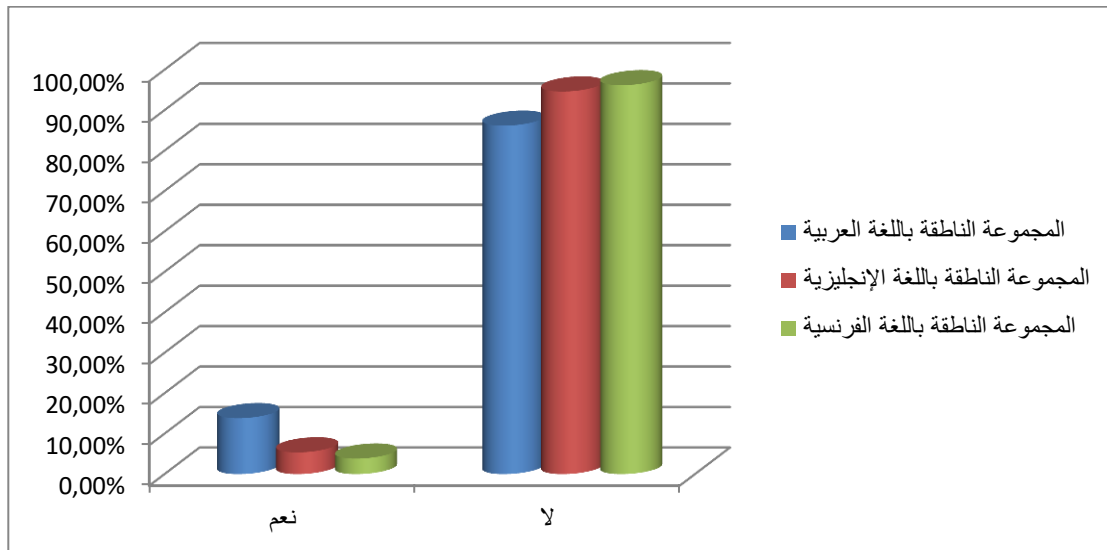
الشكل رقم (25) يبين تعرض عينة الدراسة للحظر من عدمه داخل المجموعات الثلاث

يشير الجدول رقم (152) والشكل رقم (25) إلى أن بعض مفردات عينة المجموعتين الناطقة باللغة العربية والإنجليزية سبق لها التعرض للحظر حيث سجلت عينة المجموعة الناطقة باللغة العربية نسبة حظر أعلى قدرت ب 10,76%، تليها عينة المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية بنسبة 1,53% في حين لم تسجل عينة المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية أي نسبة حظر.

نلاحظ من خلال هذه النسب بأن المسؤولين عن المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية الأقل تضيقاً على حرية الرأي والتعبير داخل المجموعة، تليها المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية بنسبة أقل، ثم المجموعة الناطقة باللغة العربية في المرتبة الأخيرة.

الجدول رقم (153) يبين تعرض عينة الدراسة للمنع من الحوار من عدمه من طرف أحد أعضاء المجموعات الثلاث

المجموعات الإجابات	المجموعة الناطقة باللغة العربية		المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية		المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	
	النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار
نعم	13,84%	18	5,38%	07	3,84%	05
لا	86,16%	112	94,61%	123	96,16%	125
المجموع	100%	130	100%	130	100%	130



الشكل رقم (26) يبين تعرض عينة الدراسة للمنع من الحوار من عدمه من طرف أحد أعضاء المجموعات الثلاث

يظهر من خلال الجدول رقم (153) والشكل رقم (26) بأن أغلبية مفردات عينة المجموعات الثلاث قالوا بأنهم لم يسبق لهم التعرض لحالات منع من الحوار من طرف أحد أعضاء المجموعة التي ينتمون إليها، في حين لاحظنا بأن عينة المجموعة الناطق باللغة العربية هم الأكثر تعرضا لمحاولات المنع بنسبة 13,84%، تليها عينة المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية بنسبة 5,38%، ثم المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية بنسبة 3,84%.

نستخلص من خلال هذه النسب بأن أعضاء المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية هم الأكثر احتراما لحرية الرأي والتعبير، تليها المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية بنسبة أقل، ثم المجموعة الناطقة باللغة العربية في المرتبة الأخيرة من حيث احترام أعضائها لحرية الرأي والتعبير.

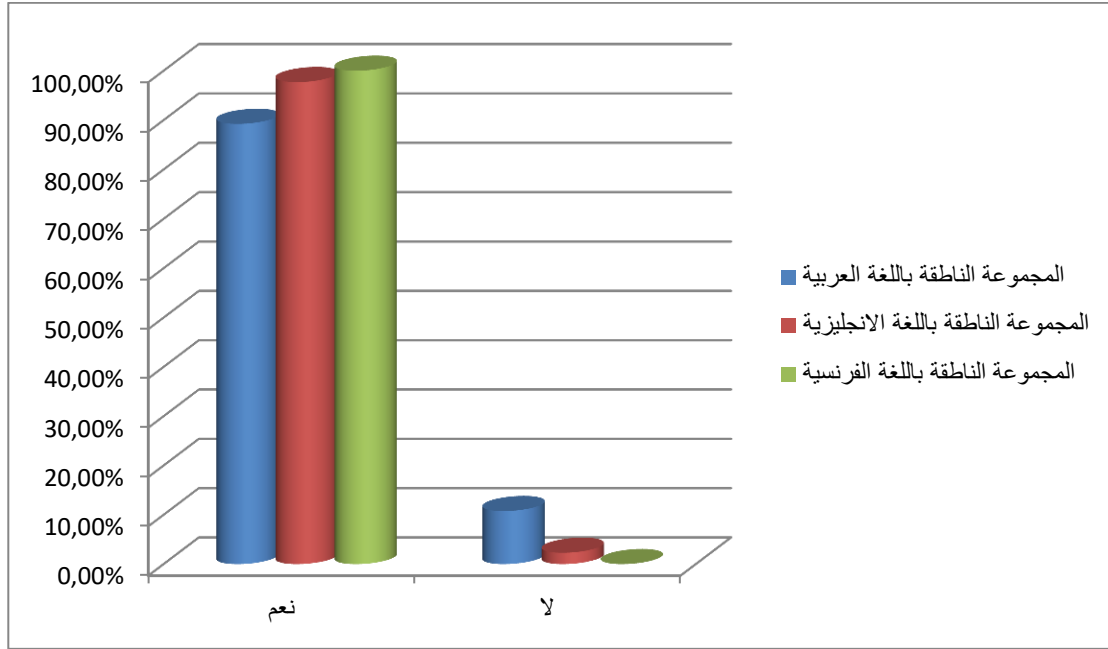
المطلب الثالث: مقارنة النتائج المتعلقة بطبيعة ثقافة الحوار داخل المجموعات الثلاث

سنحاول من خلال هذا المطلب مقارنة النتائج المتعلقة بمسار ثقافة الحوار داخل المجموعات الثلاث بهدف معرفة أي أعضاء المجموعات الثلاث التزاما بالحوار المحترم المبني على ثقافة الحوار وتقبل الآخر وبالتالي معرفة أي المجموعات احتراما للفضاء العمومي الافتراضي.

الجدول رقم (154) يوضح ان كانت عينة الدراسة قد جربت الحوار من عدمه داخل المجموعات

الثلاث

المجموعات الإجابات		المجموعة الناطقة باللغة العربية		المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية		المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	
		النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار
نعم		89,24%	116	97,70%	127	100%	130
لا		10,76%	14	2,3%	03	00%	00
المجموع		100%	130	100%	130	100%	130



الشكل رقم(27) يوضح إن كانت عينة الدراسة قد جربت الحوار من عدمه داخل المجموعات

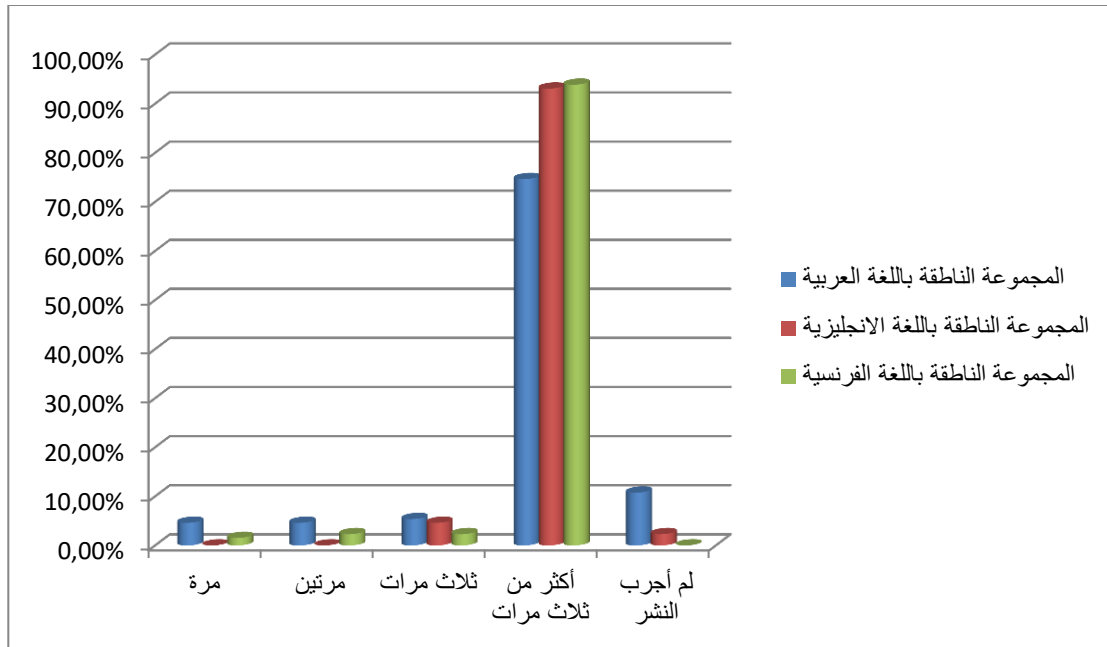
النتائج

يكشف الجدول رقم (154) والشكل رقم(27) بأن أغلبية مفردات العينة للمجموعتين الناطقتين باللغة العربية واللغة الإنجليزية قالوا بأنهم جربوا الحوار، في حين قال جميع أفراد العينة الناطقة باللغة الفرنسية بأنهم قاموا بتجربة الحوار.

نستنتج من خلال هذه النسب بأن عينة المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية هم الأكثر مبادرة للحوار، تليها المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية بأقل نسبة، ثم المجموعة الناطقة باللغة العربية في المرتبة الأخيرة.

الجدول رقم(155) يوضح عدد المرات التي خاضت فيها عينة الدراسة تجربة الحوار داخل المجموعات الثلاث

المجموعات الإجابات		المجموعة الناطقة باللغة العربية		المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية		المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	
		التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب
مرة		06	%4,61	00	%00	02	%1,53
مرتين		06	%4,61	00	%00	03	%2,3
ثلاث مرات		07	%5,38	06	%4,61	03	%2,3
أكثر من ثلاث مرات		97	%74,64	121	%93,08	122	%93,87
لم أجرب النشر		14	%10,76	03	%2,3	00	%00
المجموع		130	%100	130	%100	130	%100



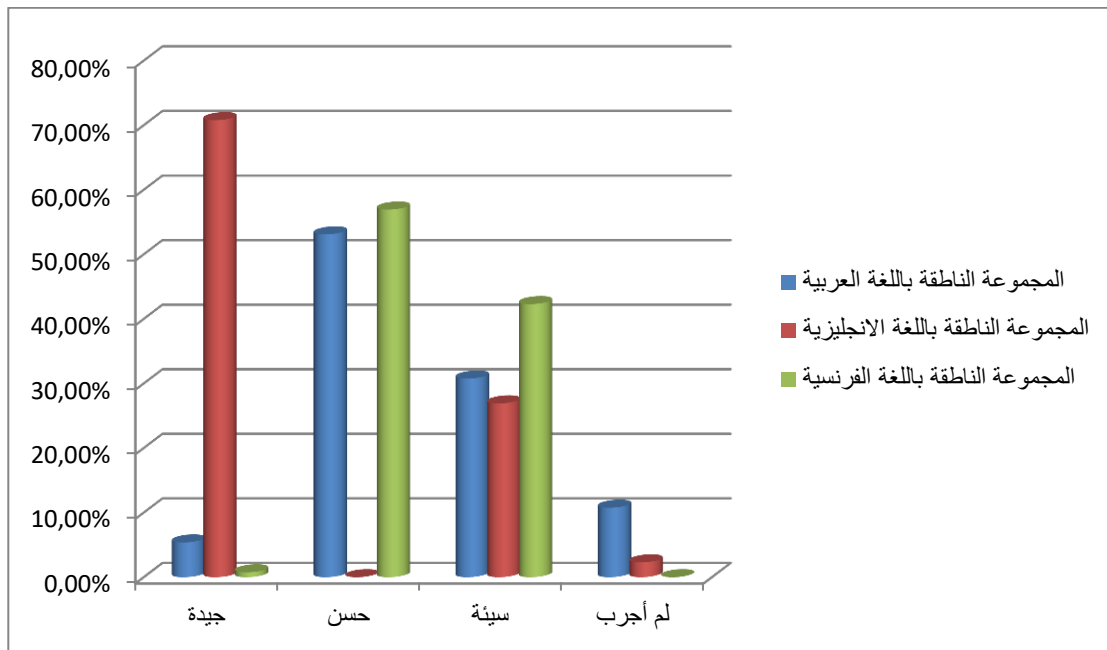
الشكل رقم(28) يوضح عدد المرات التي خاضت فيها عينة الدراسة تجربة الحوار داخل المجموعات الثلاث

يتضح من خلال الجدول رقم (155) والشكل رقم(28) بأن أغلبية مفردات عينة المجموعات قالوا بأنهم خاضوا تجربة الحوار لأكثر من ثلاث مرات، بينما سجلت عينة المجموعة الناطقة باللغة العربية نسبة إجابة عند كل من مرة ومرتين، في حين لم تسجل أي من المجموعتين المتبقيتين نسبة إجابة عند مرة أو مرتين.

نستنتج من خلال هذه النسب بأن مفردات عينة المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية هم الأكثر تجربة للحوار، تليها المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية بأقل نسبة، ثم المجموعة الناطقة باللغة العربية في المرتبة الأخيرة.

الجدول رقم(156) يوضح تقييم الحوار من طرف عينة الدراسة داخل المجموعات الثلاث

المجموعات الإجابات	المجموعة الناطقة باللغة العربية		المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية		المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	
	النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار
جيدة	5,38%	07	70,78%	92	0,76%	01
حسن	53,10%	69	00%	00	56,94%	74
سيئة	30,76%	40	26,92%	35	42,3%	55
لم أجرب	10,76%	14	2,3%	03	00%	00
المجموع	100%	130	100%	130	100%	130



الشكل رقم(29) يوضح تقييم الحوار من طرف عينة الدراسة داخل المجموعات الثلاث

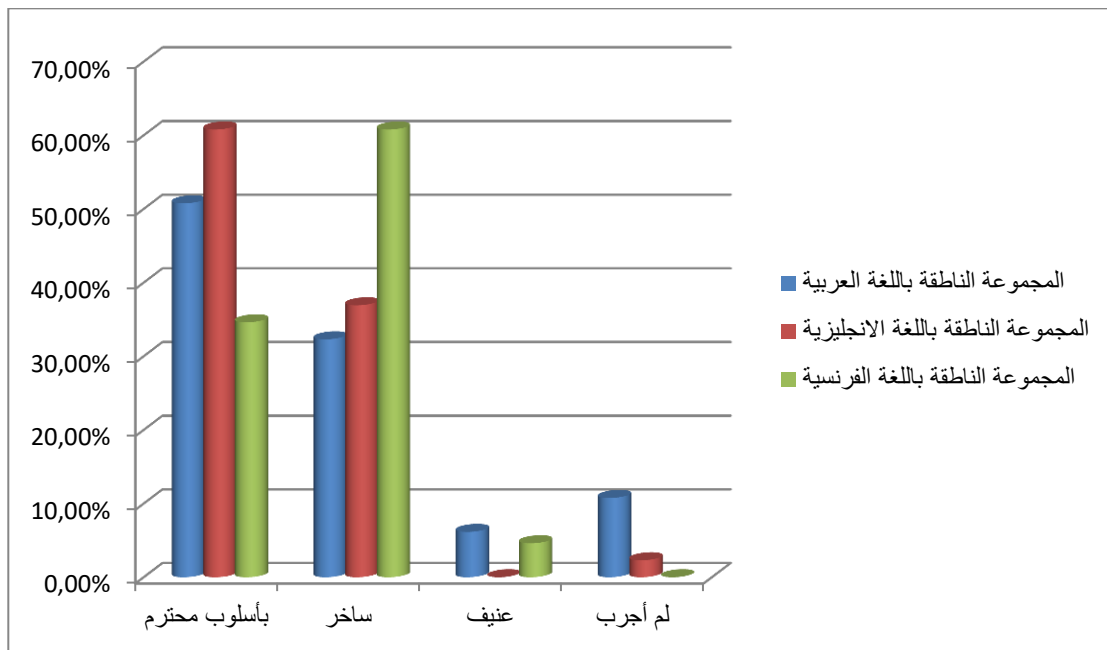
يتبين من خلال الجدول رقم (156) والشكل رقم(29) بأن المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والفرنسية سجلت أعلى نسبة عند الإجابة بأن تقييمهم للحوار داخل مجموعتهم يصنف في خانة الحسن، بينما سجلت مفردات عينة المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية أعلى نسبة إجابة بالقول أن تقييمهم للحوار يصنف في خانة الجيد، كما نلاحظ بأن المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية سجلت نسبة 42,3% تقل فيها ان الحوار يصنف في خانة السيئ وهي نسبة قريبة جيد من الإجابة بخانة الجدي في نفس المجموعة، نلاحظ أيضا بأن كل من المجموعة الناطقة باللغة العربية

والانجليزية سجلا نسبة معتبرة التي تقول بأن تقييمهم للحوار يصنف في خانة السيء، في حين سجلا نفس المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والفرنسية نسبة ضعيفة جدا عند الإجابة التي تقول بأن الحوار يصنف في خانة الجيد.

نستنبط من خلال هذه النسب بأن مستوى رضا عينة المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية على الحوار الذي يجري داخل المجموعة أكبر من مستوى الرضا لدى عينة المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والفرنسية اللتان سجلتا نسبة متساوية إلى حد بعيد.

الجدول رقم(157) يبين نوع النقاش الذي دار بين أعضاء المجموعات الثلاث

المجموعات الإجابات	المجموعة الناطقة باللغة العربية		المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية		المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	
	التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب
بأسلوب محترم	66	%50,76	79	%60,78	45	%34,61
ساخر	42	%32,3	48	%36,92	79	%60,78
عنيف	08	%6,15	00	%00	06	%4,61
لم أجرب	14	%10,76	03	%2,3	00	%00
المجموع	130	%100	130	%100	130	%100



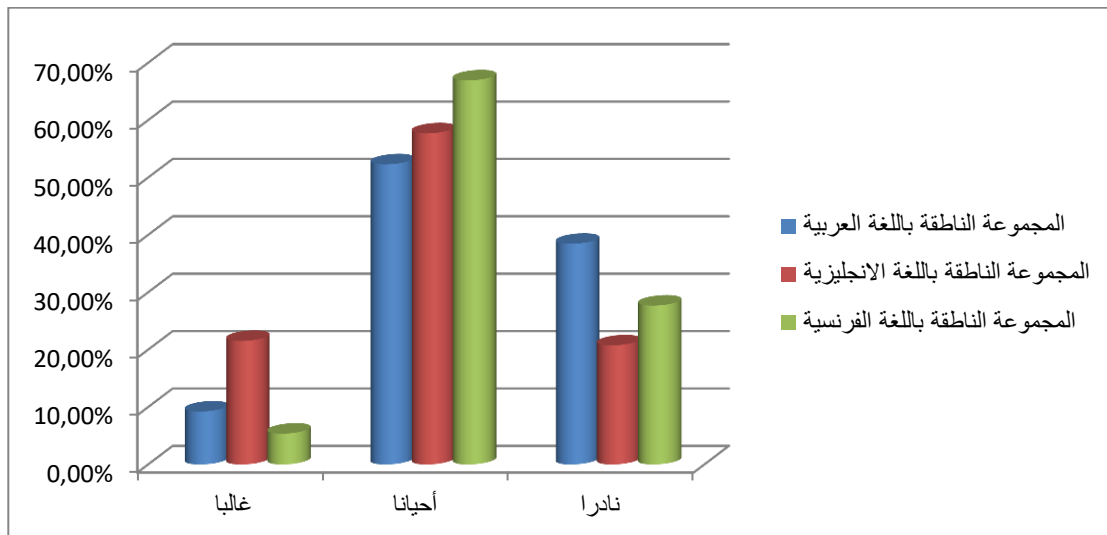
الشكل رقم(30) يبين نوع النقاش الذي دار بين أعضاء المجموعات الثلاث

يشير الجدول رقم (157) والشكل رقم (30) إلى أن أكثر من نصف مفردات عينة المجموعتين الناطقتين باللغة العربية واللغة قالوا بأن الحوار الذي يجري داخل المجموعتين كان بأسلوب محترم، في حين قال أكثر من نصف مفردات عينة المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية بأن الحوار الذي يجري داخل المجموعة يتميز بالسخرية، كما لاحظنا تسجيل من المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والانجليزية نسبة إجابة القول بأن هناك عنف لفظي داخل المجموعتين.

خلصنا من خلال هذه النسب إلى أن عينة المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية هي المجموعة التي يعتبر أعضاؤها الأكثر احتراماً للآخر أثناء الحوار، تليها المجموعة الناطقة باللغة العربية في المرتبة الثانية، ثم المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية في المرتبة الثالثة والأخيرة.

الجدول رقم (158) يبين مدى تحفيز منشورات أعضاء المجموعات الثلاث على الحوار

المجموعات الإجابات	المجموعة الناطقة باللغة العربية		المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية		المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	
	التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب
غالباً	12	%9,23	28	%21,53	07	%5,38
أحياناً	68	%52,31	75	%57,71	87	%66,93
نادراً	50	%38,46	27	%20,76	36	%27,69
المجموع	130	%100	130	%100	130	%100



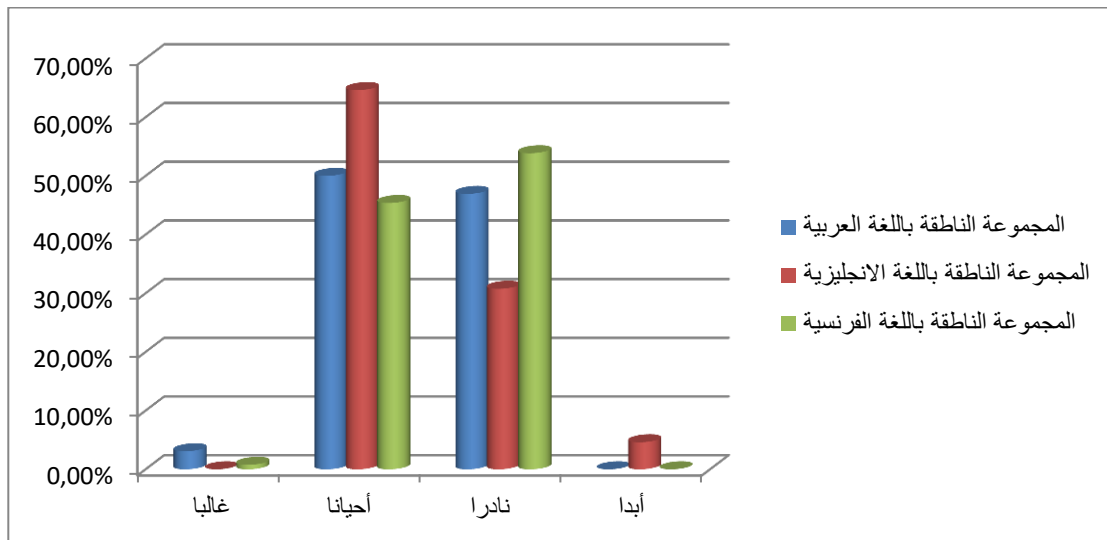
الشكل رقم (31) يبين مدى تحفيز منشورات أعضاء المجموعات الثلاث على الحوار

يكشف الجدول رقم (158) والشكل رقم (31) على أن أكثر من نصف مفردات عينة المجموعات الثلاث قالوا بأنه أحيانا ما تحفز المنشورات داخل مجموعاتهم على الحوار، في حين سجلت كل من المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والفرنسية نسبة اجابة تحتل المرتبة الثانية من حيث النسبة بالقول أنه نادرا ما تحفز المنشورات المعروضة على الحوار. في حين سجلت المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية نسبتها التي تحتل المرتبة الثانية بالقول بأنه غالبا ما تحفز المنشورات المعروضة داخل المجموعة على الحوار.

يتضح من خلال هذه النسب بأن المنشورات المعروضة داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية هي الأكثر تحفيزا على الحوار، تليها المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية في المرتبة الثانية، ثم المجموعة الناطقة باللغة العربية في المرتبة الأخيرة.

الجدول رقم (159) يبين روح تقبل الآخر من عدمه داخل المجموعات الثلاث

المجموعات الإجابات	المجموعة الناطقة باللغة العربية		المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية		المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	
	التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب
غالبا	04	%3,07	00	%00	01	%0,76
أحيانا	65	%50	84	%64,62	59	%45,38
نادرا	61	%46,93	40	%30,76	70	%53,86
أبدا	00	%00	06	%4,61	00	%00
المجموع	130	%100	130	%100	130	%100



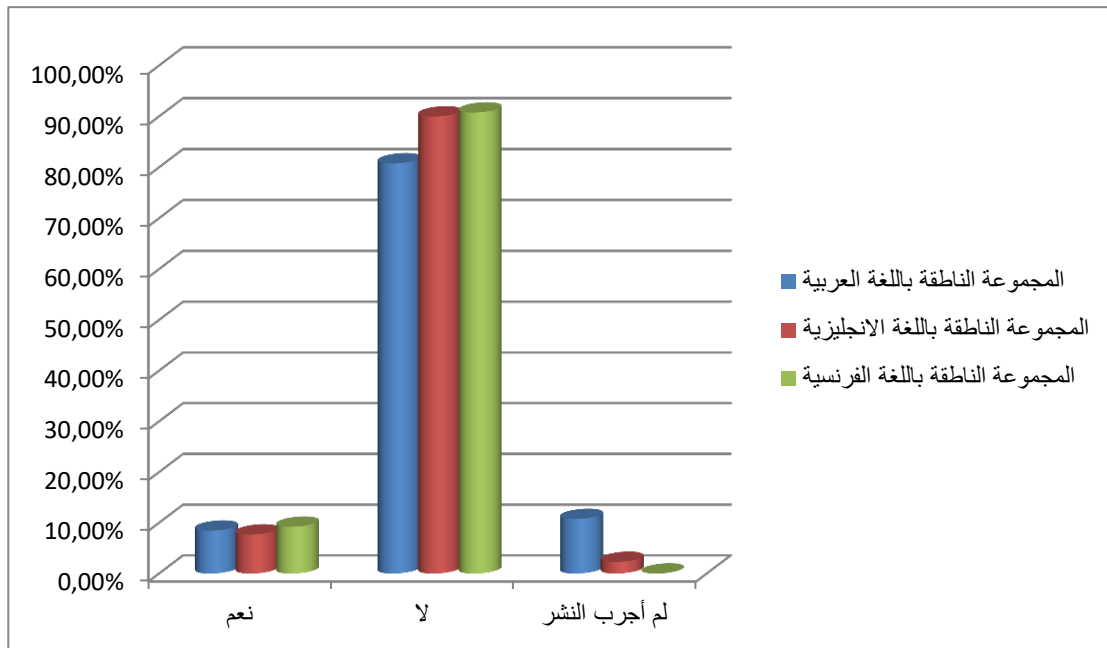
الشكل رقم (32) يبين روح تقبل الآخر من عدمه داخل المجموعات الثلاث

يظهر من خلال الجدول رقم (159) والشكل رقم (32) بأن أعلى نسبة إجابة بالنسبة لمفردات عينة المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والإنجليزية سجلت عند الإجابة التي تقول بأنه أحيانا ما يلمس روح تقبل الآخر داخل المجموعتين، في حين سجلت المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية أعلى نسبة إجابة بالقول أنه نادرا ما يلمس روح تقبل الآخر داخل المجموعة، كما لاحظنا بأن المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية هي المجموعة الوحيدة التي سجلت نسبة إجابة تقول فيها بانعدام روح تقبل الآخر داخل المجموعة.

نستنتج من خلال هذه النسب بأن أعضاء المجموعة الناطقة باللغة العربية هم الأكثر تقبلا للآخر، تليها المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية، ثم المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية في المرتبة الأخيرة.

الجدول رقم (160) يوضح إن سبق وتوصل أعضاء المجموع إلى إجماع حول مسألة دينية

المجموعات الإجابات	المجموعة الناطقة باللغة العربية		المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية		المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	
	التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب
نعم	11	8,46%	10	7,70%	12	9,23%
لا	105	80,78%	117	90%	118	90,77%
لم أجرب النشر	14	10,76%	03	2,3%	00	00%
المجموع	130	100%	130	100%	130	100%



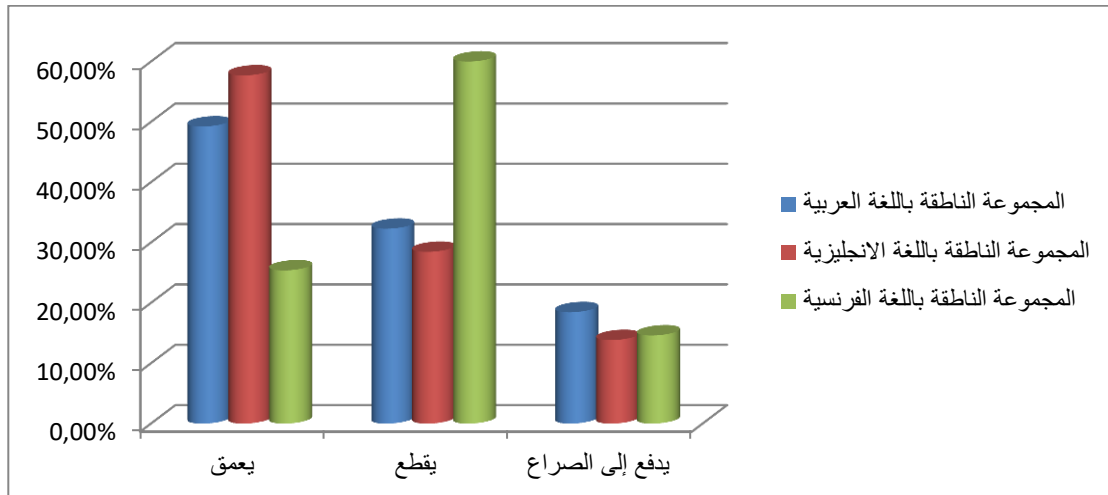
الشكل رقم (33) يوضح إن سبق وتوصل أعضاء المجموع إلى إجماع حول مسألة دينية

يشير الجدول رقم (160) والشكل رقم (33) إلى أن معظم مفردات عينة المجموعات الثلاث قالوا بأنهم لم يسبق لهم التوصل إلى إجماع حول مسألة دينية أثناء الحوار، في حين لاحظنا بأن عينة المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية هي المجموعة التي سجلت أعلى نسبة عند الإجابة بأنه سبق لهم التوصل إلى الإجماع حول مسألة دينية أثناء الحوار، تليها المجموعة الناطقة باللغة العربية، ثم المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية في المرتبة الأخيرة.

يمكن القول من خلال هذه النسب بأن أعضاء المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية هي أكثر المجموعات التي سجلت حالات تفاهم بين أطراف الحوار حول مسألة من المسائل الدينية التي كانت معروضة للحوار، بينما احتلت المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية المرتبة الأخيرة.

الجدول رقم (161) يوضح إن كان ما يعرض من طرف الأعضاء داخل المجموعات الثلاث يعمق الحوار أو يقطعه أو يدفع إلى الصراع

المجموعات الإجابات	المجموعة الناطقة باللغة العربية		المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية		المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	
	التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب
يعمق	64	%49,24	75	%57,70	33	%25,39
يقطع	42	%32,3	37	%28,46	78	%60
يدفع إلى الصراع	24	%18,46	18	%13,84	19	%14,61
المجموع	130	%100	130	%100	130	%100



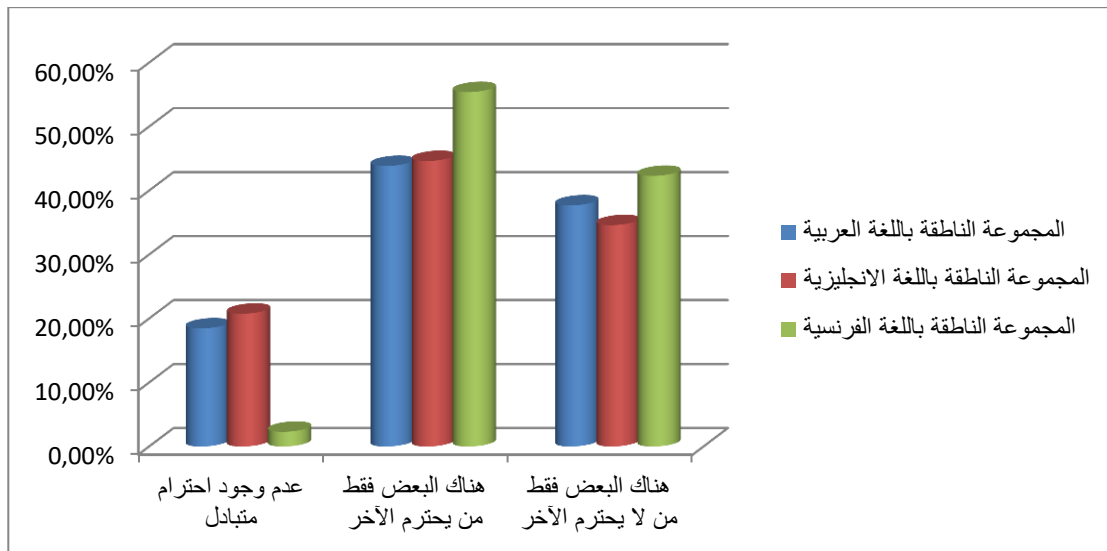
الشكل رقم (34) يوضح إن كان ما يعرض من طرف الأعضاء داخل المجموعات الثلاث يعمق الحوار أو يقطعه أو يدفع إلى الصراع

يتبين من خلال الجدول رقم(161) والشكل رقم(34) بأن مفردات عينة المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والإنجليزية سجلت أعلى نسبة عند الإجابة التي تقول بأن ما يعرض من طرف الأعضاء يعمق الحوار داخل المجموعتين، في قال أكثر من نصف مفردات عينة المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية بأن ما يعرض من طرف أعضاء الحوار يقطع الحوار، كما لاحظنا بأن عينة المجموعات الثلاث سجلوا نسب إجابة التي تقول بأن بعض ما يعرض داخل المجموعات الثلاث يدفع إلى الصراع.

تحيلنا هذه النسب إلى القول بأن المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية هي أكثر المجموعات التي تشجع منشوراتها على الحوار وتقوم بإثرائه، تليها المجموعة الناطقة باللغة العربية، ثم المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية في المرتبة الأخيرة.

الجدول رقم(162) يبين ما يلمسه أعضاء المجموعات الثلاث من الحوار الذي يجري بينهم أثناء الحوار

المجموعات الإجابات	المجموعة الناطقة باللغة العربية		المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية		المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	
	التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب
عدم وجود احترام متبادل	24	%18,46	27	%20,76	03	%2,3
هناك البعض فقط من يحترم الآخر	57	%43,85	58	%44,63	72	%55,40
هناك البعض فقط من لا يحترم الآخر	49	%37,69	45	%34,61	55	%42,3
المجموع	130	%100	130	%100	130	%100

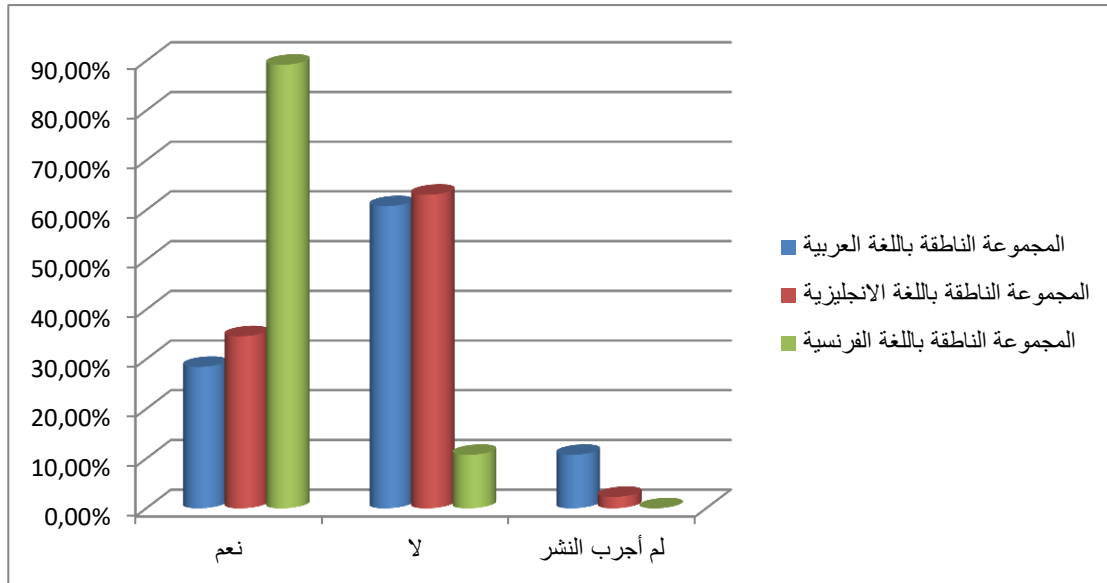


الشكل رقم(35) يبين ما يلمسه أعضاء المجموعات الثلاث من الحوار الذي يجري بينهم أثناء الحوار

يتضح من خلال الجدول رقم (162) والشكل رقم (35) بأن أعلى نسب إجابة بالنسبة لمفردات عينة المجموعات الثلاث قالوا بأن هناك البعض فقط من يحترم الآخر، أما في ما يخص الإجابة التي احتلت المرتبة الثانية بالنسبة للمجموعات الثلاث هي الإجابة التي تقول بأن هناك البعض فقط من لا يحترم الآخر، بنما احتلت الإجابة التي تقول بعدم وجود احترام متبادل بالنسبة لكل المجموعات الثلاث. خلصنا من خلال هذه النسب إلى القول بأن المجموعات الثلاث تضم أعضاء يتمتعون بثقافة عالية أثناء الحوار، كما تضم أيضا أعضاء ليس لهم أدنى دراية بأساسيات الحوار الفعال الذي يقوم على الاحترام المتبادل.

الجدول رقم(163) يوضح إن سبق وتعرض أحد أعضاء المجموعات الثلاث إلى السب والشتم

المجموعات الإجابات	المجموعة الناطقة باللغة العربية		المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية		المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	
	التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب
نعم	37	%28,46	45	%34,61	116	%89,24
لا	79	%60,78	82	%63,09	14	%10,76
لم أجرب النشر	14	%10,76	03	%2,3	00	%00
المجموع	130	%100	130	%100	130	%100



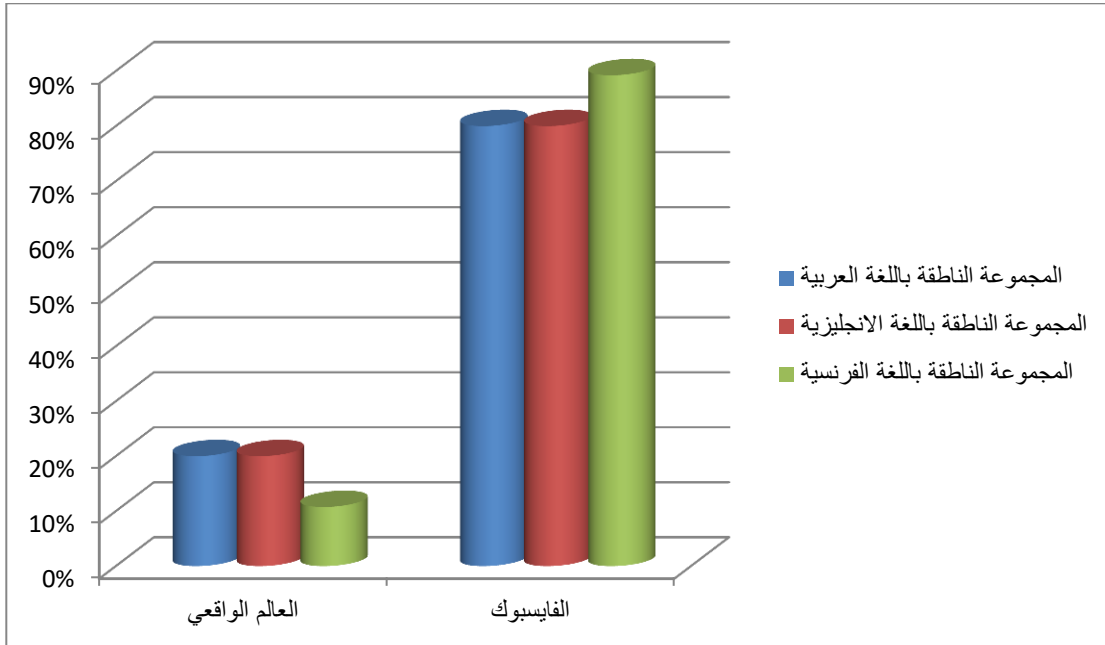
الشكل رقم(36) يوضح إن سبق وتعرض أحد أعضاء المجموعات الثلاث إلى السب والشتم

يبدو من خلال الجدول رقم (163) والشكل رقم (36) بأن أكثر من نصف أفراد عينة المجموعتين الناطقتين باللغة العربية واللغة الإنجليزية قالوا بأنه لم يسبق لهم التعرض للسب والشتم من طرف أحد الأعضاء، بينما قال أغلبية مفردات عينة المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية بأنهم تعرضوا للسب والشتم.

نستنتج من خلال هذه النسب بأن عينة المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية هي الأقل تعرضا للسب والشتم أثناء الحوار، تليها المجموعة الناطقة باللغة العربية، ثم المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية في المرتبة الأخيرة

الجدول رقم (164) يبين مكان المفضل لأعضاء المجموعات الثلاث لإجراء الحوار

المجموعات الإجابات	المجموعة الناطقة باللغة العربية		المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية		المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	
	التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب
العالم الواقعي	26	%20	26	%20	14	%10,76
الفايسبوك	104	%80	104	%80	116	%89,24
المجموع	130	%100	130	%100	130	%100

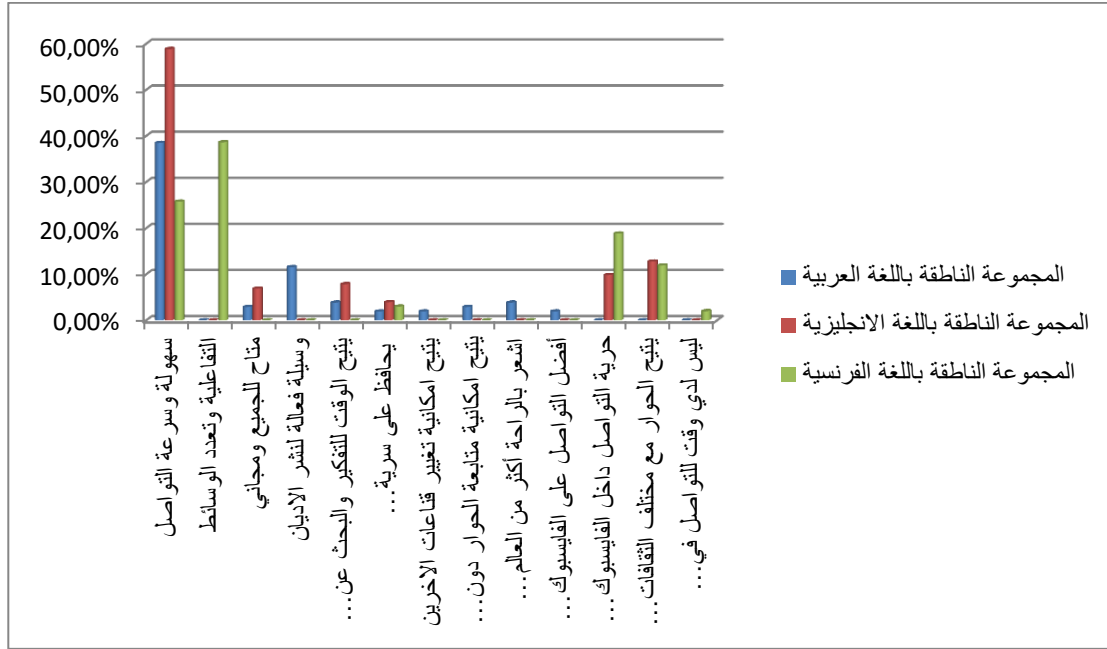


الشكل رقم (37) يبين مكان المفضل لأعضاء المجموعات الثلاث لإجراء الحوار

يكشف الجدول رقم (164) والشكل رقم (37) على أن أغلبية أعضاء المجموعات الثلاث قالوا بأنهم يفضلون إجراء هذا النوع من الحوار داخل موقع الفايسبوك أكثر من العالم الواقعي، يدل هذا على أن هناك عدة اسباب دفعت بتفضيل أغلب أعضاء المجموعات الحوار داخل المجموعة سنتعرف عليها بالتفصيل في الجدول الموالي رقم (164).

الجدول رقم (165) يوضح أسباب تفضيل أفراد عينة المجموعات الثلاث للحوار عبر موقع الفايسبوك

المجموعات الإجابات		المجموعة الناطقة باللغة العربية		المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية		المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	
		النسب	التكرار	النسب	التكرار	النسب	التكرار
سهولة وسرعة التواصل		40	%38,46	60	%58,84	26	%25,74
التفاعلية وتعدد الوسائط		32	%30,81	00	%00	39	%38,61
متاح للجميع ومجاني		03	%2,88	07	%6,86	00	%00
وسيلة فعالة لنشر الاديان		12	%11,53	00	%00	00	%00
يتيح الوقت للتفكير والبحث عن المعلومة قبل الاجابة على المحاور		04	%3,84	08	%7,84	00	%00
يحافظ على سرية الهوية(الخصوصية)		02	%01,92	04	%03,92	03	%02,98
يتيح إمكانية تغيير قنوات الآخرين		02	%01,92	00	%00	00	%00
يتيح إمكانية متابعة الحوار دون المشاركة فيه		03	%02,88	00	%00	00	%00
اشعر بالراحة أكثر من العالم الواقعي		04	%03,84	00	%00	00	%00
أفضل التواصل على الفايسبوك لأنني أصم		02	%01,92	00	%00	00	%00
حرية التواصل داخل الفايسبوك أكثر من العالم الواقعي		00	%00	10	%9,80	19	%18,81
يتيح الحوار مع مختلف الثقافات والديانات		00	%00	13	%12,74	12	%11,88
ليس لدي وقت للتواصل في العالم الواقعي في مثل هذه المواضيع		00	%00	00	%00	02	%01,98
المجموع		104	%100	102	%100	101	%100



الجدول رقم (38) يوضح أسباب تفضيل أفراد عينة المجموعات الثلاث للحوار عبر موقع الفيسبوك

يتضح من خلال الجدول رقم (165) والشكل رقم (38) بأن أسباب تفضيل المجموعات الثلاث في استعمال موقع الفيسبوك كمنصة جديدة للحوار متنوعة ومختلفة، حيث وجدنا بأن مفردات عينة المجموعتين الناطقة باللغة العربية واللغة الانجليزية سجلوا أعلى نسبة عند الإجابة التي تقول سهولة وسرعة التواصل هي من بين أهم الأسباب بنسبة 58,84% بالنسبة للناطقين بالإنجليزية و 38,46% للناطقين بالعربية، بينما سجلت مفردات عينة المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية أعلى نسبة والمقدرة ب 38,61% عند الإجابة التي تقول بأن سبب التفضيل هو التفاعلية والوسائط المتعددة التي يتيحها موقع الفيسبوك.

نلاحظ أيضا بأن هناك أسباب تفضيل عديدة مشتركة بين مجموعتين أو أكثر مثل أن موقع الفيسبوك متاح للجميع يتيح الوقت للتفكير والبحث عن المعلومة أثناء إجراء الحوار، يحافظ على الخصوصية، حرية التواصل داخل الفيسبوك أكثر من التواصل في العالم الواقعي، يتيح التواصل مع مختلف الثقافات والديانات، وأسباب تفضيل تخص إحدى المجموعات فقط فمثلا وجدنا بأن المجموعة الناطقة باللغة العربية انفردت بالقول أن من بين أسباب التفضيل هو أن الحوار داخل الفيسبوك يتيح إمكانية تغيير قناعات الآخرين، بالإضافة إلى أنه يمكن متابعة الحوار داخل الفيسبوك دون المشاركة فيه، الشعور بالارتياح أكثر أثناء التواصل عبر الفيسبوك أكثر من العالم الواقعي، وسيلة فعالة لنشر الأديان، موقع الفيسبوك يتيح للذين يعانون من الصمم فرصة للتواصل والدخول في حوار مع الآخرين، أما بالنسبة للمجموعة الناطقة باللغة الفرنسية فوجدنا بأن هناك من قال بأن من بين أسباب التفضيل

هو عدم وجدود الوقت الكافي من أجل إجراء هذا الحوار في العالم الواقعي هو ما دفع البعض إلى استخدام موقع الفايسبوك.

على العموم يمكن القول بأن أسباب التفضيل المذكورة من طرف المجموعات الثلاث تعبر عن الخصائص التقنية التي يتيحها موقع الفايسبوك للمستخدمين، هذه الخصائص هي التي شكلت عنصر جذب بالنسبة للمستخدمين ومكنتهم من اشباع حاجات ورغبات اتصالية لم تكن متاحة في العالم الواقعي.

المطلب الرابع: النتائج العامة الخاصة بجمهور المجموعات الثلاث

لقد كشفت أداة الاستبيان عن نتائج متعددة ومتنوعة منها ما يتعلق بخصائص عينة الدراسة ومنها ما يتعلق بأساليب تفاعل الجمهور داخل المجموعات وحرية التفاعل، ومنها ما يتعلق بطبيعة ثقافة الحوار داخل المجموعات الثلاث، ومن بين أهم هذه النتائج ما يلي:

1- النتائج المتعلقة بخصائص عينة الدراسة:

- أغلبية المشاركون في الإجابة عن الاستبيان هم ذكور
- أكثر من نصف العينة في المجموعات الثلاث يتراوح أعمارهم ما بين 21 إلى 36 سنة.
- الأغلبية الساحقة من أفراد العينة لهم مستوى جامعي.
- الأغلبية الساحقة من أفراد العينة لهم وظيفة.
- رغم تنوع الدول التي يقيم بها أفراد عينة الدراسة إلا أن أغلبية المشاركين ينحدرون من الدول الإفريقية والعربية.
- أغلبية عينة الدراسة هم من المسلمين.

2- النتائج المتعلقة بأساليب تفاعل الجمهور داخل المجموعات الثلاث:

- الهاتف الذكي هو الوسيلة الأكثر استعمالا لدى عينة الدراسة للتولوج إلى موقع الفايسبوك.
- أغلبية عينة الدراسة يتراوح معدل استخدامهم للفايسبوك من ساعتين إلى أربع ساعات.
- أكثر من نصف عينة الدراسة يدخلون بشكل مستمر إلى المجموعات الثلاث.
- حوالي نصف عينة الدراسة معدل بقائهم في المجموعة يقدر بأقل من ساعتين.
- التعليقات هي من أكثر الطرق التي يتفاعل عن طريقها أفراد العينة أثناء الحوار يليها استخدام رمز الاعجاب من عدمه والرموز التعبيرية ومشاركة المنشورات في المرتبة الأخيرة.

- أغلبية عينة الدراسة أحيانا ما يشاركون في الحوار.
- أكثر من نصف عينة الدراسة قالوا بأنهم أحيانا ما يبادرون بطرح المواضيع الرئيسية للحوار.
- النصوص الدينية المقتبسة من الكتب المقدسة (الانجيل، القرآن...) هي أكثر أنواع المنشورات التي ينشرها أعضاء المجموعات الثلاث.
- أعضاء المجموعة الناطقة باللغة العربية هم الأكثر استعمالا للحجج من أعضاء المجموعتين الناطقتين باللغة الفرنسية والإنجليزية.
- الكتب السماوية هي أكثر المصادر التي يعتمد عليها أفراد عينة الدراسة.
- أغلبية عينة الدراسة قالوا بأن الحجج والبراهين المستعملة في الحوار واضحة.

3- النتائج المتعلقة بحرية التفاعل داخل المجموعات الثلاث:

- أعضاء المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية هم الأكثر تمتعا بحرية النشر من أعضاء المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والإنجليزية.
- مخالفة قوانين المجموعة هي من أبرز أسباب عدم قبول بعض منشورات أعضاء المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والإنجليزية، أما أعضاء المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية لم يسجلوا أي حالة منع لان مسؤولي المجموعة برمجوا الاعدادات على القبول التلقائي للمنشورات.
- أكثر من نصف أعضاء المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والإنجليزية يستغرق قبول منشوراتهم بضع دقائق، في حين تقبل منشورات أعضاء المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية تلقائيا.
- أعضاء المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية هم الأقل تعرضا لحذف منشوراتهم وتعليقاتهم مقارنة بأعضاء المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والإنجليزية.
- الأغلبية الساحقة لعينة الدراسة قالوا بأنه عند مخالفتهم لقوانين المجموعة يقوم المسؤولون والمشرفون عن المجموعات الثلاث بتحذيرهم كإجراء أولي.
- نادرا ما يتعرض أعضاء المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والإنجليزية للحظر عكس أعضاء المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية التي لم تسجل أي حالة حظر حسب ما صرحت به عينة الدراسة.
- هناك نسبة قليلة جدا من عينة الدراسة الخاصة بالمجموعات الثلاث من قالت بأنه سبق لها التعرض لمحاولة منع من الحوار من طرف بعض أعضاء المجموعات.

4- النتائج المتعلقة بطبيعة ثقافة الحوار داخل المجموعات الثلاث:

- أعضاء المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية هم الأكثر تجربة للحوار من أعضاء المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والإنجليزية.
- الأغلبية الساحقة لعينة الدراسة خاضت تجربة الحوار أكثر من ثلاث مرات.
- أكثر من نصف عينة المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والفرنسية قالوا بأن تقييمهم للحوار يصنف في خانة الحسن، بينما قال أغلب عينة المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية بأن تقييمهم للحوار يصنف في خانة الجيد.
- الحوار الذي يجري داخل المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والإنجليزية أكثر احتراما من الحوار الذي يجري في المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية بسبب قلة مراقبة المسؤولين والمشرفين للحوار داخل هذه المجموعة.
- أكثر من نصف عينة الدراسة قالوا بأن المنشورات داخل المجموعات الثلاث أحيانا ما تحفز على الحوار.
- يتمتع أفراد عينة المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والإنجليزية بثقافة روح تقبل الآخر أكثر من المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية.
- نسبة قليلة جدا من أفراد العينة من قالوا بأنه سبق وأن توصل أعضاء المجموعات الثلاث إلى إجماع وتفاهم حول مسألة دينية معينة أثناء الحوار.
- أكثر من نصف عينة المجموعتين الناطقتين باللغة الإنجليزية والعربية قالوا بأنه ما ينشر داخل المجموعة يعمق الحوار، في حين قال أكثر من نصف عينة المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية يقطع الحوار.
- نسبة الاجابة الأعلى بالنسبة لعينة الدراسة في المجموعات الثلاث قالوا بأن هناك البعض فقط من يحترم الآخر أثناء الحوار.
- أكثر من نصف عينة المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والإنجليزية قالوا بأنهم لم يتعرضوا لحالات سب وشتم، في حين قال أغلبية أعضاء المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية بأنهم تعرضوا لسب والشتم.
- أغلبية عينة الدراسة قالوا بأنهم يفضلون إجراء مثل هكذا حوار على موقع الفيسبوك.
- سهولة وسرعة وحرية ومجانية وفعالية التواصل وتعدد الوسائط على موقع الفيسبوك، بالإضافة إلى وجود مساحة للتفكير والبحث وإمكانية الحفاظ على سرية الهوية وزيادة احتمال اقناع الآخر هي من بين أبرز الأسباب التي دفعت بأفراد العينة تفضيل موقع الفيسبوك كمنبر للحوار بين أتباع الديانتين.

خلاصة:

لقد ساعدتنا أداة الاستبيان على الحصول على معلومات جديدة لم نتمكن من التوصل إليها من خلال الأدوات الأخرى، كما ساعدتنا أداة الاستبيان على تأكيد صحة بعض نتائج الأدوات السابقة، من بين أبرز ما توصلنا إليه فيما يخص خصائص أفراد العينة هو أن الأغلبية الساحقة من أفراد العينة لهم مستوى جامعي، وبأن أغلب أفراد العينة ينحدرون من الدول الإفريقية والعربية هذا يبرهن على أن المجال الدين في البلدان الإفريقية والعربية لا زال يحافظ على قوته.

أما فيما يخص أهم النتائج المتعلقة بأساليب تفاعل الجمهور توصلنا إلى أن الكتب السماوية هي أكثر المصادر الدينية اعتمادا من طرف عينة الدراسة وهذا يعود إلى أن هذه النوع من المصادر يصنف ضمن الحجج القوية بنسبة لأتباع الديانتين، كما لأن أغلبية عينة الدراسة قالوا بأن الحجج المستعملة في الحوار واضحة، وتوصلنا إلى أن وسيط الكتابة هو أكثر الوسائط استخداما في التفاعل.

أما من حيث حرية التفاعل توصلنا إلى أن أعضاء المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية هم الأكثر تمتعا بحرية النشر والتفاعل من المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والإنجليزية، وهذا يعود إلى انعدام الرقابة القبلية وقلة الرقابة البعدية على المنشورات والتعليقات من طرف المسؤولين والمشرفين على المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية، كما أن أعضاء المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية لم يسجلوا أي حالة حظر مقارنة بالمجموعتين الناطقتين باللغة العربية والإنجليزية، تسم تسجيل قليلة من أفراد العينة من تعرضوا لمحاولة منع من الحوار من طرف أحد أعضاء المجموعات الثلاث.

أما فيما يتعلق بثقافة الحوار توصلنا إلى أن حرص المسؤولين والمشرفون على تفعيل الرقابة البعدية والقبلية وتنظيم الحوار الذي يدار في المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والإنجليزية هو سبب تسجيل هذين المجموعتين لأعلى نسبة احترام، وأعلى نسبة ثقافة للحوار مقارنة بالمجموعة الناطقة باللغة الفرنسية التي لا يقوم المسؤولون والمشرفون عليها بعدم تفعيل الرقابة القبلية على المنشورات مع ضعف الرقابة البعدية، وعدم الحرص على تنظيم وإدارة الحوار دفع بالكثير من أعضاء هذه المجموعة إلى الإساءة للآخرين وتعنيفهم لفظيا.

كما توصلنا إلى أن سهولة وسرعة وحرية ومجانية وفعالية التواصل وتعدد الوسائط على موقع الفايسبوك، بالإضافة إلى وجود مساحة للتفكير والبحث وإمكانية الحفاظ على سرية الهوية، وزيادة احتمال إقناع الآخر هي من بين أبرز الأسباب التي دفعت بأفراد العينة تفضيل موقع الفايسبوك كمساحة للحوار بين أتباع الديانتين.

النتائج العامة ومناقشتها على ضوء التساؤلات الفرعية للدراسة:

من أجل تفكيك أفضل للإشكالية والاجابة المفصلة عن التساؤلات الفرعية للدراسة؛ تم الاستعانة بأربع أدوات هي: أداة الاستبيان، أداة تحليل المضمون، أداة المقابلة وأداة الملاحظة بالمشاركة، ولقد كشفت كل أداة من هذه الأدوات عن مجموعة من النتائج كانت إما عبارة عن معلومات جديدة أو تأكيداً لبعض المعلومات التي تم الوصول إليها في أداة من الأدوات، وكل هذه النتائج في مجملها تفسر وتجييب عن التساؤلات الدارسة، لذلك سنعمد في هذه النقطة على عرض النتائج الخاصة بكل تساؤل على حدى مع مناقشتها:

1- النتائج المتعلقة بأهم المواضيع المعروضة للحوار في المجموعات التي تدعوا إلى الحوار بين المسلمين والمسيحيين:

- توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى أن أنواع المواضيع المعروضة للحوار في مجملها يمكن حصرها في ثلاثة أبواب، الباب الأول يخص باب العقيدة حيث وجدنا بأن أغلب المواضيع المطروحة تصب في هذا الإطار، يليه الباب الثاني وهو باب مقارنة الأديان والباب الثالث هو باب فقه العبادات، حيث وجدنا بأن الحوار بين المسلمين والمسيحيين من خلال المجموعات الثلاث غالباً ما يكون حول العقيدة أو مقارنة بين الديانتين (قضية التثليث عند المسيحيين، صحة الدين المسيحي أو الاسلامي من عدمه، الوهية المسيح عيسى من عدمه، تحريف الانجيل او القران من عدمه، صحة الدين الاسلامي واحقيقته مقابل الدين المسيحي أو العكس...).

هذا أمر طبيعي اذا أخذنا في الحسبان أن غرض الطرفين المتحاورين من مثل هكذا مواضيع هو إقناع أحد الطرفين بصحة دينه وبطلان الدين الآخر، وبالتالي دعوته إلى اعتناق أحد الديانتين، وحتى إن كان غرض أحد الطرفين الإفحام أو السخرية فإنه المجال المناسب لذلك، وتأتي المواضيع التي تخص فقه العبادات في المرتبة الأخيرة نظراً إلى الاعتقاد المسبق للطرفين بأنه دين طرف الآخر ليس على حق وبالتالي ستكون أولوية الحوار في المجال العقائدي أكثر من المجال فقه العبادات (طريقة الصلاة، مسائل الحرام والحلال، قضايا الزواج والطلاق...) لأن القضايا الفقهية تتفرع عن القضايا العقائدية وثانوية مقارنة مع هذه الأخيرة.

2- النتائج المتعلقة بكيفية تفاعل الأعضاء داخل المجموعات التي تدعوا إلى الحوار بين المسلمين والمسيحيين:

- قبل أن نفصل في كيفية تفاعل الأعضاء داخل المجموعات الثلاث يجب الإشارة إلى أن هذه الدراسة كشفت على أن الأغلبية الساحقة لأعضاء المجموعات الثلاث حسب عينة الدراسة المستجوبة لهم مستوى جامعي، وهذا أمر طبيعي لأن الدخول في مثل هذا النوع من الحوارات يتطلب مستوى ثقافي مرتفع وإطلاع واسع على الديانتين حتى يتمكن أطراف الحوار الدخول في نقاش، كما كشفت الدراسة على أن أغلبية المشاركون والمبادرون في الحوار ينحدرون من الدول الإفريقية والعربية وهذا يعود إلى أن المجال الديني في هذه الدول قوي مقارنة بالقارات الأخرى.
- كما كشفت هذه الدراسة على أن الهاتف الذكي هو الوسيلة الأكثر استعمالاً لدى عينة الدراسة للتولوج إلى موقع الفيسبوك، وهذا يعود إلى سهولة حمله والتنقل به وإمكانية استعماله في أي مكان (الحافلة، أماكن العمل، الشارع، المقاهي...)، وبالتالي إمكانية الاتصال بالمجموعات من أي مكان، كما توصلت الدراسة إلى أن أكثر من نصف العينة يدخلون بشكل مستمر إلى المجموعات الثلاث وأن حوالي نصف العينة معدل بقائهم في المجموعة يقدر بأقل من ساعتين، وهذه المدة كافية إلى حد بعيد لإجراء حوار أو على الأقل متابعة ما يدور من نقاشات داخل هذه المجموعات.
- كشفت هذه الدراسة أيضاً على أن سهولة، سرعة، حرية، مجانية وفعالية التواصل وتعدد الوسائط على موقع الفيسبوك؛ بالإضافة إلى وجود مساحة للتفكير والبحث وإمكانية الحفاظ على سرية الهوية وزيادة احتمال إقناع الآخر، وإمكانية تواصل ذوي الاحتياجات الخاصة (مثل الذين يعانون من الصمم) هي من بين أبرز الأسباب التي دفعت بأفراد العينة تفضيل موقع الفيسبوك كمنبر للحوار بين أتباع الديانتين.
- أما فيما يخص كيفية تفاعل عينة الدراسة داخل المجموعات الثلاث؛ كشفت الدراسة على أن وسيط الكتابة هو أكثر الوسائط تفضيلاً في التفاعل من الوسائط الأخرى، لأن الحوار الديني يستلزم الحجة والدليل من أجل الإقناع أو إثبات وجهة نظر معينة، وتعتبر هنا الكتابة الوسيط الأكثر ملائمة من الوسائط الأخرى. لكن في بعض الأحيان يفضل الطرف المحاور استعمال وسائط متعددة من كتابة وصور ورموز تعبيرية وروابط وفيديوهات في نفس الوقت؛ عندما لا يرى بأن وسيط الكتابة لا يكفي لإثبات وجهة نظره أو إقناع الطرف المحاور، إلا أن إدراج كل هذه الوسائط يتطلب من الطرف المحاور أخذ وقت أطول من وسيط الكتابة ويبدل جهد فكري أكبر لذلك نجد بأنها احتلت المرتبة الثانية، وفي أحيان أخرى

يفضل أطراف الحوار استخدام الصور لأنها تتيح للطرف المحاور أن يلخص وجهة نظره بطريقة أسرع وأسهل ومعبرة أكثر عن طريق إدراج صورة، فالصورة أبلغ أكثر من 1000 كلمة، كما يفضل في بعض الأحيان الطرف المحاور التعبير عن اتجاهاته ومواقفه حول رأي الآخر من رضاه من عدمه عن طريق إدراج الرموز التعبيرية كبديل لوسيط الكتابة، لأنه ربما يرى فيها بأنها الأنسب للتعبير عن الموقف المعروض.

في حين يرى بعض من أطراف الحوار بأنه في موقف معين يستوجب إدراج رابط أو فيديو معين يحل الطرف المحاور له إلى موقع أو صفحة أو فيديو معين من أجل إقناعه أو إثبات وجهة نظره أو نفي موقف معين؛ إلا أن هذين الوسيطين قد لا يكونا فعالين باعتبار أن مستخدمي الفيسبوك يبحثون عن المعلومات الجاهزة والمختصر وسهلة الوصول، ففي بعض الأحيان قد تكون شبكة الأنترنت ضعيف لدى الطرف الآخر وبالتالي لا يمكنه الوصول إلى الرابط أو مشاهدة الفيديو خاصة إذا كان طويل، كما يمكن أن الطرف المحاور ليس لديه الوقت الكافي للإطلاع عليه، وبالتالي يمكن أن يتجاوزه لذلك نجد بأن هذين الوسيطين احتلا المرتبة الأخير من حيث الاستخدام من طرف الأعضاء المشاركين في الحوار.

- توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى أن الرمز التعبيري الذي يعبر عن الإعجاب هو الرمز الأكثر استعمالاً في تفاعل أعضاء المجموعات، يليه استخدام مختلف الرموز التعبيرية الأخرى (رمز ضحك، غضب، دهشة، خجل، حزن).

- توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى أن الذكور هم الأكثر مشاركة في الحوار من الإناث داخل المجموعات الثلاث، وربما يعود هذا إلى أن الفضاء الديني منذ القدم إلى يومنا هذا هو تحت سيطرة الذكور؛ فرجال الدين على مرور العصور وجدنا بأنهم ذكور وحتى في دعوات الحوار بين الأديان التي كانت تعقد عبر الإعلام التقليدي (ملتقيات، مؤتمرات، ندوات، حصص تلفزيونية...) كانت نادراً ما تضم الإناث. لكن على العموم يمكن القول بأن مواقع التواصل الاجتماعي قد أتاحت الفرصة للجميع في المشاركة في حوار الأديان مهما كان مستواهم وجنسهم وانتماءاتهم؛ لذلك عند مقارنة مشاركة المرأة في الحوار بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد؛ وجدنا بأن مشاركة المرأة من خلال مواقع التواصل أكثر بكثير من مشاركتها في الإعلام التقليدي، وربما يعود هذا إلى عدة أسباب والتي من بينها حرية التواصل وإمكانية الحفاظ على خصوصية الهوية وإخفاء الملامح الشخصية، وعدم وجود قيود سياسية أو مجتمعية تعيب على ذلك، دفعت المرأة إلى اقتحام وبقوة فضاء حوار الأديان مقارنة بالإعلام التقليدي الذي كان يحتكر هذه

السلطة في الحوار للممثلي الأديان فقط وللذكور على حساب الإناث اللواتي كن غالبا ما يهمل من المشهد الديني.

- كشفت هذه الدراسة على أن الإناث هم الأكثر احتراما للحوار من الذكور داخل المجموعات الثلاث، وربما يعود هذا إلى طبيعة المرأة التي تعد أقل ميولا للعنف اللفظي من الرجال.

- كشفت هذه الدراسة على أن المسلمون هم الأكثر مشاركة في الحوار من المسيحيين في المجموعات الثلاث، ويرجع هذا حسب رأينا إلى أن نسبة المسلمين في المجموعات الثلاث أكثر من نسبة المسيحيين، وربما يرجع أيضا إلى أن المسلمين هم الأكثر اهتماما من المسيحيين بمثل هذا النوع من الحوار.

- يغلب الحوار الجماعي على الحوار الثنائي داخل المجموعات الثلاث، فالطبيعة التقنية للمجموعات التي تتيح الفرصة التفاعل للجميع تجعل من الحوار الجماعي هو الغالب رغم محاولات بعض المسؤولين والأعضاء تنظيم حوار ثنائي لكن هذا لم ينجح لأنه سرعان ما تتدخل أطراف أخرى بغية التعبير عن آرائهم اتجاه القضية المعروضة للحوار.

3- النتائج المتعلقة بعقلنة الحوار من عدمه داخل المجموعات التي تدعوا إلى الحوار بين المسلمين والمسيحيين:

- كشفت هذه الدراسة أيضا على أن الإقناع هو من بين أهم الأهداف التي يسعى أطراف الحوار لتحقيقها، والاقناع يتطلب الحجج العقلية والبرهنة من مختلف المصادر سواء كانت دينية كالكتب المقدسة وأقوال الرسل ورجال الدين أو ومن وسائل الاعلام وجمع المعلومات أو من نتائج البحوث العلمية أو من خلال الآراء الشخصية المبنية على التحليل العقلي الموضوعي، وهذه هي فعلا أبرز المصادر التي كانت تعتمد عليها عينة الدراسة.

- كما كشفت هذه الدراسة على أنه إلى جانب هدف الإقناع وجدنا أن هناك من يهدف إلى الافحام والسخرية من الطرف الآخر، ووجدنا أيضا بأن هناك من هدفه المشاركة في الحوار هو التساؤل بغرض معرفة المزيد عن الآخر، أما هدف التفاهم فيحتل المرتبة الأخيرة فنادرا ما تم الوقوف على حالات اتفاق أو إجماع حول مسألة دينية معينة.

- كشفت هذه الدراسة على أن أفراد عينة الدراسة يعتمدون على التحليل والتفسير الشخصي والعمليات الذهنية الفردية من أجل إقناع الآخر أو نفي حجة معينة، وبطبيعة الحال هذه القراءة الشخصية تظهر

المجهود العقلي الذي يبذله بعض أطراف الحوار كما يظهر في المقابل العواطف وذاتية المتحاورين ورأيهم الشخصي ونظرتهم للآخر، لكن ما يعاب على هذا النوع من المصادر أنه غالباً ما تتدخل الذاتية ما يهدد استمرار الحوار بين الطرفين بأسلوب محترم وجاد.

في المقابل وجدنا بأن هناك نسبة معتبرة من أفراد العينة من تستعين بالنص الصريح والاقتباس من الكتب المقدسة وحتى من أقوال الرسل ورجال الدين والبحوث العلمية من أجل بناء أدلة وعرض حجج أقوى أثناء الحوار، طبعاً هذا النوع من المصادر يكون أكثر إقناعاً من الاعتماد على الآراء الشخصية، ويخدم هذا النوع من الحوار، لكن الاعتماد على هذا النوع من المصادر يتطلب إطلاع واسع وفهم جيد للديانتين ورصيد معرفي ذو مستوى عالي، وهذا مالا يتقنه جميع أطراف الحوار؛ لذلك وجدنا بأن الرأي الشخصي هو الغالب لكن يجب الإشارة إلى أن الرأي الشخصي المبني على التحليل المنطقي الموضوعي يدخل ضمن المصادر العقلية، لذلك كشفت نتائج تحليل المضمون بأن أكثر من نصف عينة الدراسة يستخدمون الأساليب العاطفية، فيما تفوق نسبة من يستخدمون الأساليب العقلية 40%.

4- النتائج المتعلقة بالاتجاهات التي تغلب على الحوار داخل المجموعات التي تدعوا إلى الحوار بين المسلمين والمسيحيين:

- توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى أن حوالي 40% العينة يحملون اتجاهات تبعث على الحوار في حين يظهر أكثر من 50% اتجاهات تبعث على الصراع، حيث وجدنا بأن هناك من أفراد العينة من يحمل اتجاه إيجابي ونظرة إيجابية إلى الحوار مع الطرف المخالف محاولاً بناء جسور للحوار الديني سواء بغية إقناعه أو فهم أفضل له أو وصولاً إلى التفاهم حول نقاط معينة، في حين وجدنا بأن هناك نسبة أكبر من أفراد العينة من تحمل قيماً سلبياً نحو الحوار تحمل في طياتها اتجاه يبعث على الصراع مع المخالف دينياً والذي يعتبر في نظرهم دائماً عدو وخصم يجب عليه يا إما اعتناقه لديانتهم أو سيتعرض للإقصاء والتهميش من الخارطة الدينية.

5- النتائج المتعلقة باحترام المسؤولين والمشفرون لحرية الرأي والتعبير من عدمه داخل المجموعات التي تدعوا إلى الحوار بين المسلمين والمسيحيين:

- قبل أن نعرض أهم النتائج التي تدل على احترام المسؤولين والمشفرون لحرية الرأي والتعبير من عدمه سنعرض بعض النتائج التي تعبر عن خصائص بعض المسؤولين والمشفرين، حيث كشفت هذه الدراسة على أن الأغلبية الساحقة للمسؤولين والمشفرين الذين أجريت معهم المقابلة يتراوح أعمارهم من 40 سنة حتى 74 سنة، أي أنهم في مرحلة الكهولة التي تتميز بالنضج العقلي والجسدي الكامل، كما أن الأغلبية الساحقة للمسؤولين والمشفرين الذين أجريت معهم المقابلة لهم مستوى جامعي ووظيفتهم بعيدة عن المجال الديني؛ هذا يعكس بأن حوار الأديان عبر مواقع التواصل أفرز لنا فاعلين جدد في مجال الحوار، فاعلين غير متخصصين لكن مهتمين وباحثين أحرار غير مقيدون ببرنامج دراسية ديني معين، عكس الفاعلين الذين كانوا يظهرون عبر الاعلام التقليدي (ملتقيات، مؤتمرات، لقاءات تلفزيونية...) والذين كانوا فاعلين متخصصين في دين من الأديان أو في مقارنة الأديان، وغالبا ما كانوا من ممثلي الأديان من رهبان وقساوسة وكهنة ودعاة وأئمة وباحثين أكاديميين في مجال مقارنة الأديان وغيرهم، وهنا تكمن أهمية مواقع التواصل التي أتاحت فرصة خوض حوار الأديان للجميع سواء المتخصصين أو غير المتخصصين، وكذلك أتاحت فرصة تكوين فاعلين نشطين في هذا المجال، عكس التأطير الإعلامي والتعظيم الذي كانت تمارسه وسائل الإعلام التقليدية ولا تسمح سوى لفئة معينة من الخوض في مثل هكذا مواضيع.

- كشفت هذه الدراسة على أن المسؤولين والمشفرون عن المجموعة الناطقة باللغة العربية يدينون جميعهم بالإسلام، بينما يدين المسؤولون عن المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية بالمسيحية، في حين يتنوع المسؤولون والمشفرون عن المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية بين من يعتنق الدين الاسلامي ومن يعتنق المسيحية.

- توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى أن أغلب المسؤولين والمشفرين على المجموعات الثلاث يحترمون حرية الرأي والتعبير داخل مجموعاتهم، وهذا من خلال عدة مؤشرات كشفت عنها نتائج هذه الدراسة والتي من بينها: أن عينة الدراسة التي قمنا باستجوابها قال أغلبهم بأن مخالفة القوانين هي من أبرز أسباب عدم قبول منشوراتهم، كما قالوا بأنه عند مخالفتهم لقوانين المجموعة يقوم المسؤولون والمشفرون عن المجموعات الثلاث بتحذيرهم كإجراء أولي، كما قالوا أيضا بأنهم نادرا ما يتعرضون للحظر.

أكدت أيضا بعض من نتائج تحليل المضمون بأن أكثر من 90% من المسؤولين والمشفرين على المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والإنجليزية تدخلاتهم كانت على شكل اثناء من خلال مشاركتهم في الحوار، يليه تدخلات

تخص تنظيم الحوار، ثم تم تسجيل نسبة قليلة جدا من التدخلات التي تخص قطع الحوار، أما في ما يخص المسؤولين والمشرفون عن المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية لم يتم تسجيل أي شكل من أشكال التدخل. هذه المؤشرات كلها تدل على أن أغلب المسؤولين والمشرفون يدعمون على حرية التعبير داخل المجموعة ويعملون على تعزيز الحوار وتفعيله.

لكن يجدر الإشارة إلى أنه تم تسجيل بعض النتائج السلبية والتي تدل على أن هناك بعض المسؤولين والمشرفون على هذه المجموعات لا يحترمون حرية الرأي والتعبير ولا يلتزمون بالحيادية والموضوعية ومن بين هذه المؤشرات: تعرض بعض الأعضاء إلى الحظر وحذف تعليقاتهم دون إنذارهم بسبب ذلك أو طبيعة المخالفة، كما لا حظنا بأن المنشورات لا تقبل في المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والانجليزية إلا بعد مراقبتها، رغم أن هذا السلوك يخدم الحوار إذا كان الغرض منه منع المنشورات المخالفة والمسيئة، لكن كشف بعض الأعضاء المستجوبين بأنه قد سبق لهم عدم قبول بعض المنشورات رغم عدم مخالفتها للقوانين، وهذا يحد من حرية الرأي والتعبير، كما سجلنا بعض التجاوزات من طرف بعض المسؤولين والمشرفين والمتمثلة في عدم معاقبتهم للعضو الذي يدن بنفس ديانتهم رغم إساءته للطرف الآخر في حين يتعاملون بكل صرامة مع الطرف المخالف عند تجاوزه للقواعد التي تنظم المجموعة.

- يجدر الإشارة أيضا إلى أن أعضاء المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية هم الأكثر حرية في إبداء آرائهم من أعضاء المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والانجليزية لأن قبول المنشورات يكون بصفة تلقائية دون مراقبة من طرف المسؤولين والمشرفون وهذا يعدل على عدم وجود رقابة قبلية على المنشورات، كما أن قلة متابعة المسؤولين والمشرفون على المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية للحوار الذي يدار يعطي حرية أكبر للأعضاء في التعبير عن أفكارهم اتجاه القضايا المطروحة للحوار، وهذا يؤكد أيضا على ضعف الرقابة البعدية على التعليقات والتفاعلات.

لكن منح الحرية كبيرة للأعضاء بعدم تفعيل الرقابة القبليّة والبعدية كما له إيجابيات له أيضا سلبيا، حيث لاحظنا بأن أعضاء المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية هم الأكثر إساءة من أعضاء المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والانجليزية. لذلك فإن تفعيل الرقابة البعدية والقبليّة الموضوعية والالتزام بالحيادية من طرف المسؤولين والمشرفون وعدم إعطاء حرية مطلقة للأعضاء سيخدم الحوار بين أتباع الديانتين.

- التبشير عند المسيحيين والدعوة عند المسلمين هي من أبرز الأهداف التي تقف وراء إنشاء هذا النوع من المجموعات، وهذا ما لمسناه من خلال المقابلة.

- المسؤولون والمشفرون عن المجموعة الناطقة باللغة العربية يركزون على إعطاء أولوية الدفاع عن الدين الإسلامي ونشره مع محاولة فرض ثقافتهم الدينية على الآخر أكثر من التركيز على هدف الوصول إلى حوار محترم، في حين وجدنا بأن المسؤولين عن المجموعتين الناطقتين باللغة الإنجليزية والفرنسية يعطون الأولوية إلى هدف الوصول إلى حوار محترم ونشر ثقافة تقبل الآخر.

6- النتائج المتعلقة بتحلي أعضاء المجموعات التي تدعوا إلى الحوار بين المسلمين والمسيحيين بثقافة الحوار وروح تقبل الآخر رغم الاختلافات الدينية من عدمه:

كشفت هذه الدراسة على أن مسألة ثقافة الحوار وتقبل الآخر متباينة داخل المجموعات الثلاث، حيث وجدنا بأن هناك البعض من الأعضاء من يتحلى بثقافة الحوار وروح تقبل الآخر والبعض الآخر وهو الغالب لا يتحلون بهذه الثقافة ولا بهذه الروح، والشيء الملفت للانتباه هو أن هناك حتى البعض من المسؤولين والمشفرين على هذه المجموعات من لا يتحلى بهذه الثقافة، كما أن متغير اللغة (العربية، الإنجليزية والفرنسية) لم يؤثر في قوة أو ضعف ثقافة الحوار وروح تقبل الآخر، ومن بين المؤشرات التي تدعم صحة هذا الطرح والتي توصلنا إليها من خلال بعض نتائج أدوات الدراسة ما يلي:

- يلتزم جميع المسؤولون عن المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية بالحوار المحترم أثناء مشاركتهم في الحوار؛ عكس المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والفرنسية التي سجل بعض من مسؤوليها ومشفريها استعمال الأسلوب الساخر مع المخالف دينيا.

- هناك نسبة قليلة جدا من عينة الدراسة الخاصة بالمجموعات الثلاث من قالت بأنه سبق لها التعرض لمحاولة منع من الحوار من طرف بعض أعضاء المجموعات.

- الحوار الذي يجري داخل المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والإنجليزية أكثر احتراما من الحوار الذي يجري في المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية بسبب قلة مراقبة المسؤولين والمشفرين للحوار داخل هذه المجموعة.

- نسبة الاجابة الأعلى بالنسبة لعينة الدراسة في المجموعات الثلاث قالوا بأن هناك البعض فقط من يحترم الآخر أثناء الحوار.

- هناك البعض فقط من يتحلى بثقافة الحوار داخل المجموعات الثلاث.

- هناك الكثير من الأعضاء من يخالفون قوانين المجموعات.

- هناك الكثير من أتباع الديانتين من المسلمين والمسيحيين لا يلتزمون بأداب الحوار في المجموعات الثلاث.

لكن على العموم يمكن القول بأن ثقافة الحوار تبنى وتستغرق وقت طويل، لذلك فهذا النوع من المجموعات يمكنه على البعيد أن ينشر ثقافة الحوار ويرسخ روح تقبل الآخر، ويساهم في في التعايش ونشر قيم التسامح، ويقلل من الكراهية والتعصب اتجاه الآخر؛ خاصة وأننا لاحظنا بأن هذه المجموعات تشهد تفاعلا كبير ونسبة أعضائها كبيرة يتعدى بعضها 120 ألف عضوا، كما سجلنا بأن هناك من المسؤولين والمشرفين والأعضاء من يتحلى بهذه الثقافة وبهذه الروح.

– أغلبية عينة الدراسة بالنسبة للمجموعات الثلاث ينحدرون من الدول الإفريقية (بما فيها الدول العربية).

خاتمة:

خلصنا من خلال هذه الدراسة إلى أن موقع الفاييسبوك يلعب دورا كبيرا في إحياء الحوار بين الأديان وبأنه ساهم في إعادة بعث مبادرات الحوار بين المسلمين والمسيحيين في حلة جديدة، فبعدما كان الحوار في البداية بين ممثلي الديانتين (رهبان، قسيسين، مشايخ، دعاة) والمتخصصين (طلبة وباحثين أكاديميين) في علوم اللاهوت - وهذا أمر طبيعي في بداية هذه المبادرات لأنه يجب أن يكون تفاهم بين ممثلي الديانتين أولا كي يسهل إقناع العامة بجدوى هذا النوع من الحوارات - أصبح الحوار بين عامة الناس؛ حيث أتاحت مجموعات الفاييسبوك بفضل خصائصها للذين لم يكن لديهم صوت مسموع أن يوصلوا آرائهم وأفكارهم، كما سمحت للمتخصصين وغير المتخصصين وعلى اختلاف مستوياتهم ونوع جنسهم خوض غمار الحوار في المجال الديني، كم أتاحت الفرصة للمرأة في المشاركة في هذا الفضاء الذي كان منذ زمن حكرًا على الرجال فقط والتي لا طالما همشت وأقصيت المرأة من هذا النوع من الفضاءات، مما أدى إلى ظهور الخطاب الديني الأنثوي الافتراضي، كل هذا لم يكن متاح في وسائل الإعلام التقليدية، إذ ساهم الفاييسبوك بصفة عامة في تحرير احتكار سلطة الحوار من المتخصصين في علم اللاهوت (كهنة، أئمة، دعاة...) إلى عامة المواطنين المتدينين أو من لديهم اطلاع على دينهم أو دين من الأديان الأخرى عن طريقة خاصية المجموعات التي تشجع على مشاركة الاهتمامات وتعزيز الحوار والتفاعل بين مختلف الأطراف.

لاحظنا من خلال نتائج هذه الدراسة بأن جميع أفراد العينة التي شاركت في الحوار تستخدم الحجاج والبراهين؛ ولو أنها تبقى متفاوتة من حيث الاستعمال الدائم من ندرته، كما توصلنا إلى أن التحليل والتفسير الشخصي يعتبر من بين أكثر الآليات التي يعتمد عليها أعضاء هذه المجموعات في الحوار، بالإضافة إلى أن الكتب السماوية مثل الانجيل والقرآن هي المصادر الدينية الرئيسية التي يستقي منها أطراف الحوار حججهم، سجلنا بأن حوالي 40% لهم اتجاهات إيجابية نحو الحوار، في حين وجدنا بأن أكثر من نصف العينة يحملون اتجاهات تبعث على الصراع، سجلنا أيضا بأن هناك البعض فقط من يتمتع بثقافة حوار عالية و يملك روح قوية متفتحة على تقبل الآخر المختلف دينيا، كما سجلنا بأن الإقناع هو من أبرز الأهداف التي يسعى أفراد العينة إلى بلوغها وهو أمر مطلوب في أي حوار ومهما كان مجاله، في المقابل وجدنا بأن هناك نسبة معتبرة تهدف من خلال المشاركة في الحوار إلى السخرية وافحام الآخر والخط من معنوياته، سجلنا أيضا بأن هناك من المسؤولين من يلتزم بالموضوعية والحيادية في إدارة الحوار وتنظيمه، كما لاحظنا بأن هناك البعض منهم تغلب عليه الذاتية والعاطفة ولا يتحلى بثقافة الحوار، سجلنا أيضا بأن هناك مراقبة قبلية وبعدية على المنشورات خاصة في المجموعتين الناطقتين باللغة العربية والانجليزية؛ بخلاف المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية التي تمنح حرية أكبر في النشر والتفاعل، سجلنا أيضا بأن منح حرية أكبر للأعضاء في النشر والتعليق قد يتيح للبعض فرصة للإساءة للآخرين وإظهار تعصبه وكرهه، كما لاحظنا بأن الرقابة غير الموضوعية يمكن أن تحد من حرية الرأي والتعبير وتشوه من عمومية هذا الفضاء

الافتراضي، وسجلنا بأن المراقبة القبلية والبعدية المسلحة بالموضوعية والحيادية تخدم الحوار وترسخ قيم روح تقبل الآخر وتنشر ثقافة الحوار.

سجلنا أيضا بأن الدعوة والتبشير هي من أبرز الأهداف التي تقف وراء إنشاء هذا النوع من المجموعات، توصلنا أيضا إلى أن المسؤولين والمشرفين عن المجموعة الناطقة باللغة العربية يركزون على إعطاء أولوية الدفاع عن الدين الإسلامي ونشره مع محاولة فرض ثقافتهم الدينية على الآخر أكثر من التركيز على هدف الوصول إلى حوار محترم، في حين وجدنا بأن المسؤولين عن المجموعتين الناطقتين باللغة الإنجليزية والفرنسية يعطون الأولوية إلى هدف الوصول إلى حوار محترم ونشر ثقافة تقبل الآخر. سجلنا أيضا بأنه من أسباب تفضيل بعض أفراد العينة لمجموعات الفاييسوك يعود إلى أنهم من ذوي الاحتياجات الخاصة (يعانون من الصمم)، كما توصلنا إلى أن أغلبية أفراد العينة من المجموعات الثلاث ينحدرون من قارة أفريقيا.

انطلاقا من هذه النتائج يمكن القول بأن هناك بعض ملامح تشكل الفضاء العمومي الديني داخل البيئة الافتراضية مثلما نظر له الفيلسوف يورغن هابرماس، وهذا يظهر من خلال بعض المؤشرات مثل إلزام بعض أطراف الحوار بأخلاقية النقاش المحترم وإظهار استعدادها لتقبل الآخر، بالإضافة إلى ثراء الحوار بالحجج والبراهين أثناء النقاش، والإدارة الجيدة والتنظيم للحوار من طرف بعض المسؤولين والمشرفين، لكن رغم ذلك يبقى هذا الفضاء العمومي على موقع الفاييسوك غير مكتمل التشكل، ولا يخضع كلية لمثالية هابرماس؛ إلا أنه يبعث على التفاؤل خاصة في مثل هذه المواضيع الحساسة، والتي تعتبر من المحركات الأساسية للصراعات التي تحدث في العالم منذ القدم إلى يومنا الحالي، بحيث يمكن أن نرى في المستقبل تغلب الحوار والتفاهم والتعايش المشترك على الصراع والانغلاق على الذات بفضل التطور المستمر للتكنولوجيا الاتصال.

كما يمكن القول بأن البعض من فروض نظرية حارس البواب قد تحققت حيث وجدنا بأن هناك رقابة قبلية وبعدية على المنشورات والتعليقات، وقلنا بأن هذه الرقابة كما يمكن لها أن تؤثر سلبا على الفضاء العمومي الديني الافتراضي؛ يمكنها أن تؤثر إيجابيا فكلما التزم المسؤولون والمشرفون بالرقابة الموضوعية كلما كان ذلك إيجابية والعكس، كما أن عدم تفعيل الرقابة قد سوف يؤثر سلبا على مستقبل الحوار بين أتباع الديانتين.

وفي الأخير يمكن أن نقول بأن الحوار بين الأديان أصبح ضرورة حضارية مطلوبة في هذا العصر الذي يشهد العديد من الصراعات والنزاعات التي تهدد الأمن العالمي، وخاصة الصراعات التي يعود سبب وقوعها إلى الفهم الخاطئ للدين؛ الذي لا ينجم عنه سوى التعصب والتطرف، لهذا يعد الحوار الوسيلة الأمثل لمواجهة هذا النوع من التعصب من خلال نشر ثقافة التعايش وتقبل الآخر وترسيخ ضرورة الاختلاف وتقبله والتكيف معه باستعمال مختلف وسائل الإعلام والاتصال وخاصة إعلام الوسائل الجديدة.

التوصيات:

من خلال دراستنا هاته التي دامت حوالي خمس سنوات ومن خلال النتائج التي تحصلنا عليها يمكن أن نقترح بعض التوصيات التي يمكن من خلالها لفت انتباه المختصين في مجال الحوار الأديان إلى أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر هذه الثقافة، والتي لا شك أنها ستقدم الإضافة لهذا المسعى في المستقبل، من خلال فتح أبواب بحث بالنسبة للبحوث القادمة التي يمكنها أن تضع نتائج دراستنا هذه كقاعدة بحث تنطلق منها من أجل الوصول إلى نتائج أعمق ومن بين أهم هذه التوصيات ما يلي:

- ضرورة الاستفادة من مجموعات الفيسبوك من طرف ممثلي الأديان المعتدلين من خلال إنشاء مجموعات يكون فيها الإشراف مشترك من أجل ضمان تنظيم محكم للحوار وادارة موضوعية وحيادية للحوار.
- يجب على المراكز والمنظمات والجمعيات الدولية والإقليمية والمحلية التي تدعو إلى الحوار بين أتباع الأديان أن لا تكتفي بإنشاء صفحات على الفيسبوك؛ وإنما تسعى إلى إنشاء مجموعات على الفيسبوك لأن هذه الأخيرة تسمح بالتفاعل وتتيح فرصة الحوار والمبادرة بالنشر من جميع الأعضاء وهي أكثر فعالية من الصفحات.
- ضرورة النقل المباشر للندوات والملتقيات والمؤتمرات التي تخص حوار الأديان عبر مواقع التواصل من خلال خاصية النقل المباشر كما في اليوتيوب والفيسبوك باعتبارهما أكثر المواقع استعمالا في العالم.
- نوصي الباحثين في مختلف ميادين العلوم الإنسانية والاجتماعية البحث في هذا المجال من خلال الربط بين حوار الأديان ومواقع التواصل الاجتماعي من أجل الوصول إلى نتائج أعمق ومن جميع الجوانب إعلاميا نفسيا اجتماعيا ثقافيا سياسيا...
- يرجى من مراكز البحث والجامعات التي تُدرس الدين أن تستحدث مقاييس ترسخ من خلالها ثقافة الاختلاف والحوار ورح تقبل الآخر، بالإضافة إلى فتح تخصصات بحثية مستقلة بذاتها تبحث في سبل الحوار الفعال بين مختلف أتباع الديانات من أجل نشر المحبة والتسامح ودعم التعايش السلمي.
- يرجى من المنظمات العالمية إقامة جائزة دولية سنوية لأفضل مجموعة أو صفحة على الفيسبوك أو قناة على اليوتيوب تدعوا إلى الحوار والتعايش السلمي بين الأديان.

المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

الكتب:

أ/ الكتب باللغة العربية:

- أنجوس موريس (2006)، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، (ط2)، الجزائر، دارالقصبة.
- تمار يوسف (2017)، مناهج وتقنيات البحث في الدراسات الإعلامية الاتصالية، (د.ط)، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.
- العنكي طه حميد حسن و نرجس حسين زاير العقابي، (2015)، أصول البحث العلمي في العلوم السياسية، (ط1)، الرباط، منشورات الاختلاف.
- عبد الحميد محمد، (2004)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (ط1)، القاهرة، عالم الكتب.
- آيت أمجوض عبد الحليم، (2012)، حوار الأديان نشأته وأصوله وتطوره، (ط1)، المغرب، دار الأمان.
- خالد غسان يوسف المقدادي، (2013)، ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية الاجتماعية الاقتصادية الدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم، (ط1)، عمان، دار النفائس.
- نهما السيد عبد المعطي، (2015)، صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد، (ط1)، لبنان، دارالكتاب الجامعي.
- مصطفى يوسف، (2015)، هندسة الحوار والإقناع، (ط1)، عمان، دارالحامد، عمان.
- محمد بنتاجه، (2015)، نظرية التقريب بين الأديان رؤية إسلامية نحو فهم أفضل للآخر، (ط1)، المغرب، المركز الثقافي العربي.
- سهام حسن الشجيري، (2015)، أنسنة الإعلام جدلية التأثير والتغير، (ط1)، الجزائر، دار ألفا للوثائق.
- ميشيل إمالكلو وآخرون، (2015)، ترجمة عبير محمد أنور، التسامح النظرية والبحث والممارسة، (ط1)، القاهرة، المركز القومي.
- عامر عبد زيد الوائلي وآخرون، (2016)، التعددية الدينية وآليات الحوار، (ط1)، الجزائر، ابن النديم، الجزائر.
- بيار بونت وآخرون، (2011)، ترجمة مصباح الصمد، معجم الأثنولوجيا والأنثروبولوجيا، (ط2)، (د.ب)، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر.
- حسين علي المصطفى، (2013)، أدبيات التعايش بين المذاهب، (ط2)، لبنان، دار بيسان.
- ماجد الغرابوي، (2008)، التسامح ومنابع اللاتسامح فرص التعايش بين الأديان والثقافات، (ط1)، دار الحضارية.
- يورغن هابرماس، (2001)، ترجمة حسن صقر، المعرفة والمصلحة، (د.ط)، ألمانيا، منشورات الأمل.

- حسن عماد مكاوي، (2012)، نظريات الإعلام، (ط2)، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة.
- عبد الباسط أحمد هاشم شاهين، (2014)، التفاعلية على مواقع الصحف الالكترونية، (ط1)، القاهرة، دارالعلوم.
- مُحمَّد علي أبو العلا، (2013)، الإعلام الدولي وتكنولوجيا الاتصال، (ط1)، القاهرة، دار العلم والإيمان للنشر.
- مجد هاشم الهاشمي، (2001)، الإعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل، ط1، عمان، دار المستقبل.
- عامر ابراهيم قندلجي و آخرون، (2000)، مصادر المعلومات من عصر المخطوطات إلى عصر المعلومات، (ط1)، دار الفكر.
- فيصل أبو عيشة، (2014)، الإعلام الإلكتروني، (د.ط)، عمان، دار اسامة للنشر.
- مُحمَّد سيد فهمي، (2006)، تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية، (د.ط)، مصر، دار المكتب الجامعي الحديث.
- عبد الرزاق مُحمَّد الدليمي، (2011)، الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، (ط1)، عمان، دار وائل للنشر.
- عباس مصطفى صادق، (2008)، الإعلام الجديد المفاهيم الوسائل والتطبيقات، (ط1)، عمان، دار الشروق.
- ابراهيم بعزيز، (2012)، الصحافة الالكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة، (ط1)، القاهرة، دار الكتاب الحديث.
- مُحمَّد علم الدين، (2005)، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، (ط1)، القاهرة، دار السحاب للنشر.
- علي عبد الفتاح كنعان، (2014)، الإعلام الدولي والعولمة الجديدة، (د.ط)، عمان، دار البازوري العلمية.
- عزام مُحمَّد الجويلي، (2015)، الإعلام الاجتماعي، (ط1)، عمان، دار غيداء للنشر.
- حسن عماد مكاوي و ليلي حسين السيد، (2006)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (ط6)، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
- فضيل دليو، (2015)، تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة، (د.ط)، الجزائر، دار هومة.
- حلمي عصر ساري، (2005)، ثقافة الأنترنت دراسة في التواصل الاجتماعي، (ط1)، عمان، دار مجدلاوي.
- حسنين شفيق، (2010)، الإعلام الجديد الاعلام البديل تكنولوجيا جديدة في عصر مابعد التفاعلية، (ط1)، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة.
- علي خليل شقرة، (2014)، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، (ط1)، عمان، دار أسامة للنشر.
- مُحمَّد سيد ريان، (2012)، الإعلام الجديد، (ط1)، القاهرة، مركز الأهرام للنشر.

- فوزي شريط، (د.س)، التدوين الإلكتروني والإعلام الجديد، (د.ط)، عمان، دار أسامة للنشر.
- فرانسيس براك، (2010)، ترجمة المركز الثقافي للتعريب والترجمة، الإعلام الجديد والإعلام البديل، (ط1)، القاهرة، دار الكتاب الحديث.
- بول ليفينسون، (2015)، ترجمة هبة ربيع، أحدث وسائل الاعلام الجديدة، (ط1)، القاهرة، دار الفجر.
- حسنين شفيق، (2013)، سيكولوجيا الإعلام الجديد، (ط1)، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة.
- أمين سعيد عبد الغاني، (2008)، وسائل الإعلام الجديدة والموجة الرقمية الثانية، (ط1)، القاهرة، إيتراك للنشر.
- مُجّد هاشم الهاشمي، (2012)، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري مدخل إلى الاتصال وتقنياته الحديثة، (ط1)، عمان، دار أسامة للنشر.
- عبد الباسط مُجّد عبد الوهاب الحطامي، (2010)، تكنولوجيا الاتصال وتطبيقاتها، (ط1)، الامارات العربية المتحدة، دار الأفاق المشرقة.
- ماهر عودة الشمالية وآخرون، (2015)، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، (ط1)، عمان، دار الاعصار العلمي.
- رمزي أحمد عبد الحي، (2011)، الإعلام التربوي في ظل ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، (ط1)، عمان، مؤسسة الوراق.
- منال هلال المزاهرة، (2014)، تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، (ط1)، عمان، دار المسيرة.
- نديم منصوري، (2014)، سوسيولوجيا الأنترنت، (ط1)، بيروت، منتدى المعارف.
- عبد الباسط أحمد هاشم شاهين، (2014)، التفاعلية على مواقع الصحف الإلكترونية، ط1، القاهرة، دار العلوم.
- ياسين خضير البياتي، (2014)، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، (ط1)، عمان، دار البداية.
- حسين محمود هتيمي، (2015)، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، (ط1)، عمان، دار أسامة.
- مُجّد سيد ريان، (2012)، الإعلام الجديد، (ط1)، القاهرة، مركز الأهرام.
- عبد الأمير الفيصل، (2014)، دراسات في الإعلام الإلكتروني، (ط1)، الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي.
- علاء الدين مُجّد عفيفي المليجي، (2015)، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، (ط1)، الإسكندرية، دار التعليم الجامعي.
- جمال سند السويدي، (2013)، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفيسبوك، (ط1)، أبوظبي، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية.

- ثريا السنوسي، (2016)، تكنولوجيا الاتصال ومسألة الاستعمالات المقاربات النظرية والتغلغل الاجتماعي، (ط1)، دولة الامارات العربية والجمهورية اللبنانية، دار الكتاب الجامعي.
- علي عبد الفتاح، (2014)، الإعلام الاجتماعي، عمان، داراليازوري العلمية.
- علياء سامي عبد الفتاح، (2009)، الأنترنت والشباب دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي، (ط1)، القاهرة، دار العالم العربي.
- السيد علي شتا، (2000)، التفاعل الاجتماعي والمنظور الظاهري، (ط1)، مصر، دار منشأة المعارف.
- بشير العلاق، (2010)، نظريات الاتصال مدخل متكامل، (د.ط)، عمان، دار اليازوري، عمان.
- بسام عبد الرحمن المشاقبة، (2011)، نظريات الإعلام، (ط1)، عمان، دار أسامة للنشر.
- مصطفى يوسف كافي، (2015)، الرأي العام ونظريات الاتصال، (ط1)، عمان، دار ومكتبة حامد للنشر والتوزيع.
- خزعل الماجدي، (2016)، علم الأديان تاريخه مكوناته مناهجه أعلامه حاضره مستقبله، (ط1)، المغرب، مؤمنون بلا حدود.
- مُحمَّد بنتاجه، (2015)، نظرية التقريب بين الأديان رؤية إسلامية نحو فهم أفضل لآخر، (ط1)، المغرب، مؤمنون بلا حدود.
- مُحمَّد البهي، (1974)، الدين والحضارة الإنسانية، (ط2)، لبنان، دار الفكر.
- السعيد مبروك ابراهيم، (2015)، التعايش الثقافي وتحديات العصر رؤية لدور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الثقافات في العصر الرقمي، (ط1)، مصر، مكتبة الوفاء القانونية.
- عامر عبد زيد الوائلي وآخرون، (2016)، التعددية الدينية وآليات الحوار، (ط1)، الجزائر، دار ابن النديم.
- منير مُحمَّد البياتي، (1986)، وقحطان عبد الرحمن الدوري، المدخل إلى الدين الإسلامي، (ط1)، العراق دار الحرية، بغداد.
- مُحمَّد بن صالح العثيمين، (2004)، شرح ثلاثة الأصول، (ط4، ج1)، السعودية، دار الثريا.
- مديرية الدراسات والتوثيق، (د.س)، الاثنيات العرقية والطوائف اليهودية في اسرائيل، (ط1)، بيروت، مركز باحث للدراسات.
- مُحمَّد فاروق فارس الزين، (2002)، المسيحية والإسلام والاستشراق، ط2، دمشق، دار الفكر.
- نهي النجار، (1995)، الديانة المسيحية، (ط1)، لبنان، دار الفكر.
- وحدة البحث العلمي بإدارة الافتاء، (2015)، مراجعة أحمد الحجي الكردي وآخرون، المذاهب الفقهية الأربعة أئمتها أطوارها أصولها آثارها، (ط1)، الكويت، دار الافتاء.
- الامام مُحمَّد أبوزهرة، (د.س)، الديانات القديمة مقارنة الأديان، (د.ط)، القاهرة، دار الفكر العربي، القاهرة.
- أحمد شلبي، (2000)، أديان الهند الكبرى، (ط11)، القاهرة، مكتبة النهضة المصرية.

- عباس محبوب، (2006)، الحكمة والحوار علاقة تبادلية، (ط1)، عمان، عالم الكتاب الحديث.
- منصور الحلو، (2007)، حوار الحضارات، (د.ط)، مصر، منشأة المعارف.
- مُحمَّد علي جعلوك، (1999)، الحوار لغة الضعفاء أم الأقوياء، (ط1)، لبنان، دار الراتب الجامعية.
- طه عبد الرحمن، (2000)، في أصول الحوار وتحديد علم الكلام، (ط2)، المغرب، المركز الثقافي العربي.
- ريم أحمد عبد العظيم، (2010)، الحوار الإعلامي برنامج تدريبي لتنمية مهاراته، (ط1)، عمان، دار الميسرة.
- حمد عبد الله السيف، (2015)، صناعة الحوار، (ط1)، بيروت، مركز نماء للبحوث والدراسات.
- حسان الباهي، (2013)، الحوار ومنهجية التفكير النقدي، (ط2)، المغرب، إفريقيا الشرق.
- طه عبد الرحمن، (2014)، الحوار أفقا للفكر، (ط2)، بيروت، الشبكة العربية للأبحاث والنشر.
- مُحمَّد عابد الجابري، (2001)، تهاوت التهاوت انتصار الروح العلمية وتأسيس أخلاقيات الحوار، (ط2)، مركز دراسات الوحدة العربية.
- مصطفى يوسف كافي، (2015)، هندسة الحوار والإقناع، (ط1)، عمان، دار الحامد.
- أحميدة النفير وموريس بورمانس، (2005)، مستقبل الحوار الإسلامي المسيحي، دمشق، دار الفكر.
- أليكسي جورافيسكي، (2000)، ترجمة خلف مُحمَّد الجراد، الإسلام والمسيحية من التنافس والتصادم إلى أفق الحوار والتفاهم، (ط2)، دمشق، دار الفكر.
- عطية مسوح وآخرون، (2009)، حوار الحضارات، ط1، سوريا، دار ينباع.
- ابتسام علي وآخرون، (2011)، حوار الأديان، (ط1)، القاهرة، دار السلام.
- مصطفى شريف، (2015)، الإعلام الاتصال والحوار، (د.ط)، الجزائر، دار هومة للطباعة.
- سومية حجاج، (2016)، المشترك الديني بين الأديان الساموية، (د.ط)، لبنان، دار الكتب العلمية.
- عبد الفتاح حسين الزيات، (2001)، المسيحية، (ط3)، مصر، مركز الراية للنشر.
- أبي الفتح مُحمَّد بن عبد الكريم أبي بكر أحمد الشهرستاني، (1975)، تحقيق مُحمَّد سيد كيلاني، الملل والنحل، (الجزء 1، ط2)، لبنان، دار المعرفة.
- صابر عبده أبا زيد، (2011)، دراسات فلسفية في الحوار والاستشراق، (ط1)، مصر، دار الوفاء لنديا الطباعة، الاسكندرية.
- مُحمَّد سعيد رمضان البوطي وآخرون، (1995)، الحوار سبيل للتعايش مع التعدد والاختلاف، (ط1)، دمشق، دار الفكر.
- نجيب عقيق، (1964)، المستشرقون، (ج، ط2)، مصر، دار المعارف.
- عبد الرحمن بدوي، (1965)، شخصيات قلقة في الإسلام، (ط2)، القاهرة، دار النهضة العربية.
- مُحمَّد علي الفراء، (2002)، الإسلام والغرب مواجهة أم حوار، (ط1)، عمان، دار مجدلاوي.

- مُجّد أركون، (1996)، ترجمة هاشم صلاح، العلمنة والدين الإسلام المسيحية الغرب، بيروت، (ط3)، دار الساقى.
- مُجّد أركون، (2011)، ترجمة هاشم صلاح، نحو تاريخ مقارن للأديان التوحيدية، (ط1)، بيروت، دار الساقى.
- صموئيل هنتغتون، (1999)، ترجمة طلعت الشايب، صدام الحضارات إعادة صنع النظام العالمى، (ط2). العراق، درا سطور.

ب/ الكتب باللغة الأجنبية:

- Jurgen Habermas, (1991) , Translated by Tomas Burger with the assistance Frederick Laurence, The Structural Transformation of Public Sphere An Inquiry into a Category of Bourgeois Society, MIT Press, Cambridge, Massachusetts.
- Yannick Lejeune, (2010), Tic 2025 les grandes mutations, France, FYP Edition.
- Gilles Rouet (2010)• Usages Politiques Des Nouveaux Médias Paris, L'Harmattan.
- Dominique Gany, (s.d), Nouveaux Médias-Mode d'emploi-• Belgique, Edi pro• Belgique.
- Elhajjami Abdelkrim et des autres, (2009) , Les Technologies de L'Information et de la Communication en Education Afrique Orient , Maroc.
- Thomas Stenger et Alexandre Coutant, (2011) , « Ces réseaux numériques dits sociaux », Revue de Hermès, Paris , ÉDITIONS GNRS.
- Romain Risoan, (2012), Réseaux sociaux comprendre et maîtriser ces nouveaux outils de communication, (3 Éditions), France, ENI.
- Bladier Cyril, (s.d), la boîte à outils des Réseaux sociaux,
- Paris, Ed Dunod.
- Marouf Ziryab, (2011), les réseaux sociaux numériques d'entreprise Etat des lieux et réseaux d'agir, Paris, L'harmattan.
- Dominic Arpin et Patrick Dion, (2010), Comment devenir une star des médias sociaux maîtriser facebook... twitter comme des pros, Canada, Éditions Quebecor.
- Romain Risoan, (2011), Les réseaux sociaux facebook twitter l'inkedin viadeo google+ : comprendre et maîtriser les nouveaux outils de communication, (2 Édition), France, ENI.
- Ludovic Pailler, (s.d), Les réseaux sociaux sur internet et le droit au respect de la vie privée, Belgique, Éditions Larcier, Belgique.
- Mark Briggs, (2014), Traduit par Charles Robert, Manuel de journalisme web Blogs Réseaux Sociaux MultiMedia Info mobile, Paris, Eyrolles Edition.
- Mounir Bensaleh, (2012), Réseaux Sociaux et Révolutions Arabes, Paris, Michalon Editeur.
- Howard Rheingold (n.d), The virtual community: homesteading on the electronic frontier, Harper Collins..

الأطروحات:

- بوعبد الله بن عجائمة، (2015)، استخدامات الأنترنت و تأثيراتها السوسيوولوجية على الشباب الجزائري الظاهرة الدينية الالكترونية نموذجا، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر3.

- بن غربية فلة، (2009)، سيرورة المنظومة الاتصالية والفضاء العمومي دراسة مقاربتية لآليات التشكل في المجتمعين الغربي والعربي الإسلامي، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر3.
- زنداقي صالح، (2014)، عملية الاتصال الدعوي من خلال شبكة المعلومات الدولية الشبكة الإسلامية نموذجاً، أطروحة دكتوراه، جامعة باتنة.
- موقاي بلال، (2017)، سؤال التواصل ومنطلقات الحوار الديني في الخطاب الفلسفي المعاصر يورغن هابرماس نموذجاً، أطروحة دكتوراه، جامعة معسكر.
- صونية عديش، (2015)، الشبكات الاجتماعية دراسة مسحية لمستخدمي الفايسبوك من طلبة جامعات الجزائر، جامعة الجزائر، أطروحة دكتوراه.
- أودينة سليم، (د.س)، فلسفة التداولية الصورية وأخلاقيات النقاش عند يورغن هابرماس، جامعة قسنطينة، رسالة ماجستير.
- طيب أحمد محمد، (2014) الهاتف النقال في الجزائر بين التطور والتحديات، جامعة الجزائر3، أطروحة دكتوراه.
- بن كيجل شهرزاد، (2015)، الممارسة اللغوية في مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك"، رسالة ماجستير، جامعة وهران، الجزائر.
- بوحدة درويش، (2017)، دور المضامين الوافدة عبر الأجهزة الالكترونية في التنشئة الاجتماعية داخل الأسرة، أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.

الموسوعات المعاجم والقواميس:

أ/ الموسوعات المعاجم والقواميس باللغة العربية:

- المنجد في اللغة العربية المعاصرة، (2008)، (ط 3)، بيروت، دار الشرق .
- جان فرونسوا دونتيه، ترجمة جورج كتورة، (د.س)، معجم العلوم الانسانية.
- مصطفى حسيبة، (2009)، المعجم الفلسفي، (ط1)، عمان، درا أسامة للنشر.
- ابن منظور، (د.س)، لسان العرب، القاهرة، دار المعارف.
- عامر إبراهيم قنديلجي، (د.س)، المعجم الموسوعي لتكنولوجيا المعلومات والانترنت، (ط1)، عمان، دار المسيرة.
- بيار بونت و ميشال إيزارو وآخرون، (2011)، ترجمة مصباح الصمد، معجم الأثنولوجيا والأنثروبولوجيا، (ط2)، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر.

ب/ الموسوعات المعاجم والقواميس باللغة الأجنبية:

- Paul Robert Le Petit Robert, (2013), paris.

- Andre Akoun et Pierre Ansart , (1999), Dictionnaire de Sociologie Paris, collection le Robert seuil.
- Larousse, (2012), Dictionnaire de français, France, Maury à Malesherbes, France.

المجلات العلمية:

ب/المجلات باللغة العربية:

- بوبكر الصديق بن شويخ، (د.س)، "الفضاء العمومي الافتراضي ساحة للتعبير وتعزيز الحريات"، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 4، العدد 7.
- بن بوزيان عبد الرحيم، (2017)، "الفضاء العمومي الافتراضي عبر الصفحات الإخبارية لموقع الفايسبوك"، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 24.
- مصطفى ثابت، (2019)، "الفضاء العمومي الافتراضي مجال جديد لحرية التعبير والممارسة الديمقراطية"، مجلة الحوار المتوسطي، المجلد 10، العدد 1.
- حسين غفاري ومعصومة بهرام، (2017)، "دور الدين في الفضاء العمومي دراسة في تطور رؤية هابرماس الفلسفية"، مجلة الاستغراب.
- طالة لامية، (2016)، "الفضاء العمومي الاتصالي عندما تثور شبكة الانترنت"، مجلة الحكمة للدراسات السياسية، الجزائر، العدد 07.
- عزام أبو الحمام، (2017)، "نظرية حارس البوابة الإعلامية في ظل البيئة الجديدة لتكنولوجيا الاتصال، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الانسانية"، المجلد 01، العدد 04.
- السيد صلاح الصاوي، (2012)، "سمات الويب 02 على مواقع الأرشيفات و المكتبات الرئاسية على الانترنت"، مجلة مكتلة الملك فهد الوطنية، العدد 2.
- ماهر عبد العال الضب، (2014)، "العلاقات الافتراضية في المجتمع السعودي دراسة في الخصائص والمحددات، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 37.
- ييمون كلثوم، (2015)، "تصور وممارسة الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري بين الفضاء الالكتروني والممارسة الواقعية"، مجلة دراسات في التنمية والمجتمع، جامعة الشلف، الجزائر، المجلد 2، العدد 2.
- بادي لونيس، (2015)، "الهوية المحلية والهوية الافتراضية في ظل الاعلام الجديد: حدود التلاقي والتلاقي"، جامعة الجلفة، مجلة دراسات وأبحاث، المجلد 7، العدد 19.
- فوزي شريط، (2013)، "الدين والإعلام الجديد دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، الجزائر، العدد 3.
- أحمد عارف أرحيل الكفارنة، (2015)، "معوقات الحوار بين الشرق والغرب، العدد 13، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 13.

أ/المجلات العلمية باللغة الأجنبية:

- Paul K. McClure, (2016), « Faith and facebook in pluralistic age the effects of social networking sites on the religious beliefs of emerging Adults », Sociological Perspectives, SAGE ,Vol 59, No 04.
- Erlis Cela, (2015) « Social Media a s a New Form of Public Sphere », European Journal of Social Sciences Education and Research, Vol2, Issue3.
- Liza Shahnaz, (2011), Religious Motives for Using Facebook among University Muslim Students », Seminar Kebangsaan Media dan Dakwah (SMED), International Islamic University Malaysia.
- Heidi A.Campbell, (2012), « Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society », Journal of the American Academy of Religion.
- VERSCHOORKIRSS Alex & COLLEGE Williams, (2012). « The dynamicinterplay of religion and technology in online social networks ». Journal of religion & society, Kripke Center, Vo 14.
- Romain Lecomte, (2009), « Internet et la reconfiguration de l'espace public tunisien le rôle de la diaspora », Tic & Société, Vol3, N1-2.
- Ghulman Shabir and others, (2015), « Process of Gate Keeping in Media Form Old Trend To New », Mediteranean Journal of Social Science MCSER Publishing, Rome, Italy,Vol6, No1
- Karishma Mehrotra,(2016), « The Crossroads and Companies Facebook The Lates Media GateKeeper », The SOAS Journal of Post Graduate Research, Vol10.
- Kristy young, (2013), « Managing online identity and oliverse social network on facebook, webology », vol10, N 02.
- Smeet Gupta & Hee-Wong Kim, (2004), « Virtual community concepts, implications and future », Research directions proceeding of the tenth Americas conference on information system, New york.
- G.H.Buhrmann, (2013), « Virtual communities implication for companies »", South of African journal, 2003
- Joseph B.Walther & Ulla Bunz, (2005), « The rules of virtual groups: trust, liking and performance in computer mediated communication », International communication Association.
- Neder Ale Ebrahim and others, (2009), « Virtual teams a literature review », Australian journal of basic and applied sciences.
- Myriam Mantagut et des autre, (s.d), « Lien social et identités dans les réseaux sociaux numériques le cas diasporas africaines » , Global media journal, Edition canadienne, vol 2, N 1.
- Arnold Brown, (2011), « Relationdhips community and identity in the new virtual society ».
- Krither N.Hampton and others, (2011), « Social networking sites and our lives », Pew Research Center, Washington.
- Jan.A.G.M.& Van Dijk, (1997), « The reality of virtual communities », Trends in Communication, Vol1, N1.
- Ilire Zajmi,(2015), « Online identit », Tesis, no 2.
- Nosiba Ali-Mosa,(2015), « Role of social networks in developing religious and social values of the student of the world Islamic Sciences & Education University », International Education Studies, Canacdian Center of Science and Education, Vol 08, No 09.

- Heidi Campbell, (2006), « Religion and the Internet », Center for the study of communion and culture, vol25, N01.
- Christopher Helland,(2005), « Online Religion As Lived Religion », Heidelberg Journal of Religions on the Internet, Vol 01, N 01.
- Gaurav Shah, (2016), « Interreligious Dialogue Through Social Media in Purview of UNESCO'S Declaration on Religion Peace Works », Vol 06, N01.
- Mookgo S.Kgatlhe, (2018), Social Media and Religion Missiological Perspective on the Link between Facebook and Emergent Churches in Southern Africa, AOSIS, pp1-6.
- Karen J.Jansen and others, (2007), « E-survey Methodology », Idea Group, USA.pp1-8.

الملتقيات والمؤتمرات والمحاضرات:

- خمائل شاكر الجمالي، ترسيخ ثقافة الاعتدال في المنظومة المجتمعية بين الواقع والطموح، بحث مقدم الى المؤتمر الوطني حول الاعتدال في الدين والسياسة، الذي عقد من قبل مؤسسة النبأ للثقافة والاعلام ومركز الدراسات الاستراتيجية في جامعة كربلاء ومركز الفرات للتنمية والدراسات الاستراتيجية، يومي 22 و23 مارس 2017، تم معانيته يوم 2018/11/12، نشر في 26 جانفي 2019 على موقع شبكة النبأ، على الرابط <https://annabaa.org/arabic/studies/18060>
- الصادق الحمادي، (2015)، مواقع الشبكات الاجتماعية ورهانات دراستها في السياق العربي، ورقة مقدمة في ملتقى دولي بعنوان شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة، تونس.
- زينب هاشم، (2014)، محاضرات عن دراسات في المجتمع العراقي، الجامعة المستنصرية.
- وجدي بركات وتوفيق عبد المنعم توفيق، (2009)، الأطفال والعوامل الافتراضية آمال وأخطار، البحرين، مؤتمر الطفولة في عالم متغير، الجمعية البحرينية لتنمية الطفولة.

الكتب الإلكترونية :

- Clement Pellerin,(2012), Promouvoir votre marque sur les medias sociaux en toute serenite avec YouSeeMii Conseil, Ebook, <https://fr.slideshare.net/youseemii/e-book-youseemii2012socialmedias>
- Francois Fillietaz, (2011), Comprendre l'identite numerique, Belgique, Direction des systemes d'information et service ecoles-medias, Version 1.0. https://edu.ge.ch/sem/system/files/ressources/telecharger/pdf_dsi_sem_identite_numerique_v10.pdf
- Elie Attouche, (2014), L'identite numerique,Ebook. <https://www.hellowork.com/wp-content/uploads/2012/02/ebook20ddm20Idnum.pdf>
- Officiel site of parliament of religions, see in :20/ 12/2018, at 22 :30 <https://parliamentofreligions.org/parliament/new-chicago-1893/new-chicago-1893>
- Aamir Hussai, (2014), « The Challenges of Interfaith Dialogue », Berkley Center for Religion Peace & World Affair. Published at January 10, 2014
- <https://berkeleycenter.georgetown.edu/posts/the-challenges-of-interfaith-dialogue>

Rebecca Cohen & Daniel La Magna,(2010), New Soial Media and Interreligious and Intercultural Understanding, Barkley Center of Religion Peace and World.
<https://s3.amazonaws.com/berkley-center/100430BridgingBabelNewSocialMediaInterreligiousInterculturalUnderstanding.pdf>

الموسوعات والقواميس الالكترونية:

أ/بالغة العربية:

موسوعة الجزيرة،(د،ت) صامويل هنتنغتون.. منظر صراع الحضارات، على الرابط:

<https://www.aljazeera.net/encyclopedia/icons/2016/1/21/%D8%B5%D8%A7%D9%85%D9%88%D9%8A%D9%84-%D9%87%D9%86%D8%AA%D9%86%D8%BA%D8%AA%D9%88%D9%86-%D9%85%D9%86%D8%B8%D8%B1-%D8%B5%D8%B1%D8%A7%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%B6%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA>

الشيخ العلوي بن عبد القادر السقاف وآخرون،(د،ت)، موسوعة الفرق المنتسبة للإسلام، ، الجزء 1 ص 196،
الجزء 2 ص 203، الجزء 3 ص 11،120، الجزء 4 ص 326، الجزء 5 ص 144، الجزء 6 ص 417، الجزء 8 ص 445،
موقع الدرة السني على الأنترنت، على الرابط: dorar.net

ب/بالغة الأجنبية:

CollinsDictionary,(n.d), on the link :

<https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/society> -

Cambridge Dictionary, (n.d), on the link :

<https://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire /anglais /society>

المواقع الالكترونية:

أ/المواقع الكترونية باللغة العربية:

- حسن الشافعي،(د،ت)، التعددية الدينية من وجهة نظر اسلامية، على الرابط:

<http://www.qatarconferences.org/new-dialogue/ta3dodyha.pdf>

- عادل الصويري،(د،ت)، ثقافة الاعتدال واستثمار ثقبو التعصب، موقع شبكة النبأ المعلوماتية، على الرابط:

<https://annabaa.org/arabic/authorsarticles/10494>

- موقع مركز مساعدة الفايستوك،(2019)، على الرابط:

https://web.facebook.com/help/1686671141596230/?helpref=hc_fnav

- علوي بن عبد القادر السقاف وآخرون ،(د،ت)، موسوعة الأديان، على الرابط:

<https://dorar.net/adyan/169/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%A8%D8%AD%D8%AB-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%88%D9%84:->

[%D8%BA%D9%8A%D8%A7%D8%A8-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%88%D8%A7%D8%B1-%D8%B3%D8%A8%D8%A8-%](#)

- موقع بوابة الشرق الإلكترونية،(د.ت)، على الرابط:

<https://www.al-sharq.com/article>

- موقع صباحة نيوز، (د.ت)، على الرابط:

<http://www.assabahnews.tn/article/197134/%D8%A7%D9%81%D8%AA%D8%AA%D%A7%D8%AD-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%84%D8%AA%D9%82%D9%89-%D8%A7%D9%84%D9%83%D8%B4%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%8A-%D8%B3%D9%81%D8%B1%D8%A7%D8%A1-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%88%D8%A7%D8%B1-%D8%A8%D9%8A%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AF%D9%8A%D8%A7%D9%86-%D8%A8%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%85%D8%A7%D9%85%D8%A7%D8%A>
A

- مركز الأديان العالمي للحوار بين أتباع الأديان والثقافات،(2010)، على الرابط:

<https://www.kaiciid.org/ar/news-events/news/%D8%A7%D8%AE%D8%AA%D8%AA%D8%A7%D9%85-%D9%81%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D9%85%D9%84%D8%AA%D9%82%D9%89-%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A-%D9%83%D9%85%D8%B3%D8%A7%D8%AD%D8%A9-%D9%84%D9%84%D8%AD%D9%88%D8%A7%D8%B1-%D8%A8%D8%A8%D9%8A%D8%B1%D9%88%D8%AA>

- البوابة الوطنية للمجلات العلمية،(2019)، على الرابط:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/87>

- موقع مركز حوار الأديان،(د.ت)، على الرابط:

<https://www.kaiciid.org/ar/who-we-are>

- موقع الشبكة العالمية للأديان من أجل الأطفال،(د.ت)، على الرابط:

<https://gnrc.net/ar/what-we-do-ar/gnrc-forums-ar>

- موقع مركز الدوحة الدولي لحوار الأديان،(د.ت)، على الرابط:

<https://www.dicid.org/aboutus.php>

- موقع أسبوع الوثام العالمي بين الأديان،(د.ت)، على الرابط:

<http://www.un.org/ar/events/interfaithharmonyweek>

- اليوم العالمي للتنوع الثقافي، (د.ت)، على الرابط:

- [/http://www.un.org/ar/events/culturaldiversityday](http://www.un.org/ar/events/culturaldiversityday)
- اليوم الدولي للتسامح، (د.ت)، على الرابط:
- [/http://www.un.org/ar/events/toleranceday](http://www.un.org/ar/events/toleranceday)
- السنة الدولية لتقارب الثقافات، (د.ت)، على الرابط:
- [/http://www.un.org/ar/events/iyc2010](http://www.un.org/ar/events/iyc2010)
- قناة cbc +2 المصرية 1، (د.ت)، حصة آمنت بالله، على الرابط:
- <https://www.youtube.com/watch?v=OhFXa8Oj5iw>
- قناة الجزيرة على اليوتيوب، (2010)، حصة حوار مفتوح، على الرابط:
- <https://www.youtube.com/watch?v=YFo98hxIS7U>
- موقع أبونا، (د.ت)، على الرابط:
- <http://www.abouna.org/node/66> :
- موقع قنطرة للحوار مع العالم الإسلامي، (2003)، على الرابط:
- <https://ar.qantara.de/page/about-us> :
- قناة الشيخ أحمد ديدات (د.ت)، على الرابط:
- <https://www.youtube.com/watch?v=86v9ymkBJi4>
- قناة دكتور ذاكر نايف مترجم (د.ت)، هل المسيحي يدخل الجنة أم النار، على الرابط:
- <https://www.youtube.com/watch?v=958TQpJQ1pc>
- قناة SCDawah MidEast (د.ت)، كيف للمسلم أن يعلمني ديني، على الموقع:
- <https://www.youtube.com/watch?v=7pQlZKTVDc>
- قناة SCDawah Channel، (2017)، منصور وفتاة مسيحية، على الرابط:
- <https://www.youtube.com/watch?v=ji8SuWKhZ8>
- قناة NextGeneration، (2016)، حوار مع امرأة مسيحية تسأل عن الإسلام وتعدد الزوجات، على الرابط:
- <https://www.youtube.com/watch?v=mdw-IMwndiY>
- مركز الدوحة الدولي لحوار الأديان، (2010)، على الرابط:
- <https://www.facebook.com/home.php#!/pages/Doha-International-Center-for-Interfaith-Dialogue/162809243770712>
- الشبكة العالمية للأديان (2009)، على الرابط:
- <https://www.facebook.com/kaiciid>
- مجموعة نقاش إسلامي مسيحي محترم، (د.ت) على الرابط:
- [/https://www.facebook.com/groups/1423829107849534](https://www.facebook.com/groups/1423829107849534)
- مجموعة المسيحية تسأل والإسلام يجيب، (د.ت)، على الرابط:
- <https://www.facebook.com/groups/1677646985787988/?ref=bookmarks>
- مهري سهيلة و بلال بن جامع، (د.ت)، تطبيقات الويب 2.0 بالمكتبات - خدمة الملخص الوافي للموقع
- RSS نموذجاً، موقع فايس لايرري facelibrary ، على الرابط:
- <http://facelibrary.eb2a.com/index.php/2016/04/11/web2-0/?i=1>

- موقع بلوج سبوت، blogspot،(د،ت)، تقنية الويب 3.0 مفهومها وأدواتها ومكوناتها، على الرابط :
<http://techtweb3.blogspot.com/2015/03/0.html>

-

ب/مواقع الكترونية باللغة الأجنبية

- Julian Wallace, (2017) , Modelling Conterporary GateKeeping The Rise of Individuals Algorithms and Platforms in Digital News Dissemination, Digital Journalism, Advance Online Publication, on the link :
<http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2017.1343648>
- Groupe Débat Chrétiens Musulmans, (s .d), sur le lien
<https://www.facebook.com/groups/571511629565525/>
- Meaningful Christian-Muslim Dialogue Group (s.d), sur le lien :
<https://www.facebook.com/groups/1420502991517980/?ref=bookmarks>
- Vatican Archive,(s.d), sur le lien :
http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decl_19651028_nostra-aetate_fr.html
- Groupe de Facebook, Dialogue Chrétien& musulman, (s.d), sur le lien :
<https://www.facebook.com/groups/1652112215057335/about/>
- Christopher Helland, (2015), Virtual Religion case study of virtual Tibet, Oxford Hanbook Online, on the link :
<https://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199935420.001.0001/oxfordhb-9780199935420-e-43>
- Official site of copemist,(2019), on the link
<https://knowyourmeme.com/memes/cultures/kopimism>

الملحق رقم (01)

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام

دليل شبكة الملاحظة بالمشاركة

أُنجز هذا الدليل في إطار إعداد أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، الموسومة بـ "مواقع التواصل الاجتماعي والحوار بين الأديان-دراسة وصفية تحليلية لعينة من المجموعات التي تدعوا إلى الحوار بين المسلمين والمسيحيين على الفيسبوك-" وهذا من أجل الإجابة عن السؤال الرئيسي: هل أسس الفيسبوك كأحد مواقع التواصل الاجتماعي فضاء عمومي افتراضي يكرس مبدأ الحوار والنقاش المبني على العقلانية والحرية بين المسيحيين والمسلمين من خلال مضامين المجموعات التي تدعوا إلى الحوار بين أتباع الديانتين؟. ولقد اعتمدنا في هذه الدراسة على نظريتين هما: نظرية الفضاء العمومي لهبرماس لمعرفة إن كانت شروط الفضاء العمومي محترمة بين الأطراف المتحاور، ونظرية حارس البوابة من أجل معرفة إن كان المسؤولين والمشرفين على المجموعة يقومون بغربة المنشورات ومراقبتها سواء قبل أو بعد النشر.

أما فيما يخص أدوات التحليل فقد اعتمدنا على عدة أدوات والتي من بينها أداة الملاحظة بالمشاركة، حيث قمنا بمتابعة 24 حوار داخل كل مجموعة حول مواضيع مختلفة؛ أي بمجموع 72 حوار على مدار سنة كاملة، بمعدل مشاركة في موضوعين معروضين للحوار في كل شهر وفي كل مجموعة أي 6 مواضيع في كل شهر بالنسبة للمجموعات الثلاث.

قسمنا شبكة الملاحظات إلى محورين، محور حاولنا من خلاله رصد طريقة تفاعل وتسيير المسؤولون والمشرفون للمجموعات الثلاث من خلال التركيز على عدة مؤشرات والتي من بينها: تنظيم الحوار، المشاركة في الحوار، قطع الحوار من عدمه ودرجة حيادية المسؤولون والمشرفون.

أما المحور الثاني فقد حاولنا من خلاله رصد سلوكيات وتفاعلات الجمهور داخل المجموعات الثلاث من خلال التركيز على عدة مؤشرات من بينها: نوع الجنس الأكثر مشاركة، نوع الجنس الأكثر احتراما أثناء الحوار، أتباع الديانة الأكثر مشاركة في الحوار، أتباع الديانة الأكثر احتراما أثناء الحوار وأشكال الحوار.

يمكنكم الاطلاع على محتوى المجموعات محل الدراسة وهي :

- مجموعة المسيحية تسأل والإسلام يجب حوار إسلامي مسيحي محترم: وهي مجموعة باللغة العربية عامة مخصصة للحوار الديني بين المسيحيين والمسلمين يستطيع أي مستخدم متابعة منشوراتها. على الرابط:

https://www.facebook.com/groups/1677646985787988/?ref=group_browse

- مجموعة Débat Chrétiens Musulmans : وهي مجموعة باللغة الفرنسية وعامة يستطيع أي مستخدم أن يرى ويتابع منشوراتها وهي مخصصة للحوار المسيحي إسلامي على الرابط: <https://www.facebook.com/groups/571511629565525/>

- مجموعة Meaningful Christian-Muslim Dialogue: وهي عبارة عن مجموعة باللغة الانجليزية مغلقة لا تستطيع متابعة منشوراتها إلى إذا كنت عضوا فيها، مخصصة للحوار بين المسلمين والمسيحيين على الرابط:

<https://www.facebook.com/groups/1420502991517980>

بعد الاطلاع على مضمون المجموعات الثلاث؛ يمكنكم إبداء آرائكم وتصويباتكم حول فعالية مؤشرات شبكة الملاحظة بالمشاركة ومدى خدمتها لإشكالية دراستنا.

ملاحظات :

- يمكنكم وضع علامة (X) أمام المؤشر الذي توافقون عليه في الخانة المناسبة على جدول شبكة الملاحظات.

- وضع علامة (-) أمام المؤشر الذي لا توافقون عليه في الخانة المناسبة على جدول شبكة الملاحظات.

- يمكنكم كتابة ملاحظاتكم حول المؤشرات أسفل الجدول شبكة الملاحظات.

من إعداد الطالب: بوسيف جمال
تحت إشراف: أ.د بوعجيمي جمال
الشكر المسبق موصول على تعاونكم

المحور الأول: كيفية إدارة المسؤولين والمشرفون وتفاعلاتهم داخل المجموعة

تهدف من خلال هذا المحور إلى محاولة معرفة كيفية إدارة المسؤولين والمشرفون للمجموعة وتفاعلاتهم داخلها؛ من خلال محاولة معرفة كيفية تنظيم الحوار؟ ومدى مشاركتهم فيه؟ ومدى تحليهم بثقافة الحوار؟ بالإضافة إلى محاولة قياس درجة حيادتهم، وبالتالي سنختبر فرضيات نظرية حارس البوابة، وسنتعرف على مدى تحكم المسؤولين والمشرفون في مضامين التي تنشر داخل المجموعة؟

1-تنظيم الحوار:

يتيح موقع الفايسبوك للمسؤولين والمشرفين على المجموعات عدة خصائص تقنية تمكنهم من إدارة محتوى الذي ينشر داخل المجموعة وإمكانية تنظيمه والتحكم فيه، وبما أن المجموعات محل الدراسة خاصة بالحوار فإن المسؤولين والمشرفون يمكنهم إدارة الحوار داخل المجموعة وتنظيمه من خلال عدة خيارات تقنية يمكنهم من خلالها ردع المخالفين للقوانين والتي من أهمها:

الإنذار: يمكن للمسؤولين والمشرفين على المجموعة أن يقوموا بإنذار المخالفين للقوانين كإجراء أولي، ويدل احترام هذا الإجراء من طرف المسؤولين والمشرفين على حسن تسييرهم للمجموعة.

حذف التعليقات: إن لم يستجيب العضو المخالف للإنذار واستمراره في مخالفة القوانين، يمكن للمسؤولين والمشرفين حذف تعليقاته المسيئة، ويمكن لهم أيضا إنذار المخالف وحذف التعليق المخالف في نفس الوقت، وفي كلتا الحالتين يعتبر هذا الإجراء إيجابيا يخدم حرية الرأي والتعبير ويحافظ في نفس الوقت على الحوار المحترم داخل هذه المجموعة.

الحظر: بعد الإنذار وحذف التعليقات يلجأ المسؤولون والمشرفون إلى حظر العضو الذي يصر على مخالفة قوانين المجموعة كآخر حل، وبالتالي إقصائه من المجموعة.

يجدر الإشارة إلا أننا ربطنا حسن تسيير المجموعة بمدى احترام المسؤولين والمشرفون التدرج في استعمال إجراءات تنظيم الحوار، فمثلا إذا قام المسؤولون والمشرفون بحظر العضو المخالف بعد إنذاره وحذف تعليقاته يعتبر هذا سلوك إيجابي يعبر عن حرص المشرفون والمسؤولون على الحفاظ على الحوار المحترم، ويعبر أيضا على احترامهم لحرية الرأي والتعبير، أما إذا قام أحد المسؤولين أو المشرفون بحظر المخالف مباشرة دون سابق إنذار يعتبر هذا سلوك سلبي.

2-المشاركة في الحوار:

يمكن للمسؤولين والمشرفون أن لا يكتفوا بتنظيم الحوار ومتابعته، ويعملون على المشاركة في الحوار وإبداء آرائهم حول القضايا المطروحة للحوار، خاصة وأنهم ينتمون إلى أحد الديانتين، لذلك سنحاول من خلال هذا المؤشر معرفة مدى التزام المسؤولين والمشرفون المشاركون في الحوار بالأسلوب المحترم؟ ومدى ابتعادهم عن الأسلوب الساخر؟

3- قطع الحوار:

يلجأ أحيانا المسؤولون والمشرفون على المجموعة إلى قطع الحوار حول موضوع معين عن طريق خاصية إيقاف التعليقات التي يتيحها موقع الفيسبوك، وبالتالي لا يمكن لأي عضو أن يعلق على المنشور.

يعتبر هذا الإجراء إيجابيا إذا كان الغرض منه هو إجراء تنظيمي كأن يتم مثلا إبلاغ الأعضاء بأنه سيتم مواصلة الحوار في وقت آخر مع تحديد موعد إعادة فتح الحوار، ويعتبر إجراء سلبي عندما يتم إغلاقه نهائيا لأنه يمنع الأعضاء من مواصلة الحوار وإبداء آرائهم.

4- درجة الحيادية:

المسؤولون والمشرفون على المجموعات الثلاث محل الدراسة كلهم يعتقدون أحد الديانتين، وبالتالي يمكن أن تظهر ذاتيتهم وموضوعيتهم أثناء تنظيمهم للحوار أو أثناء مشاركتهم في الحوار، فمثلا يمكن أن يتغاضى أحد المسؤولين أو المشرفون على بعض المخالفات التي يرتكبها العضو الذي ينتمي إلى نفس ديانته، في حين يتعامل بإجراءات صارمة تصل لحد الحظر مع المخالفين للقوانين من الديانة الأخرى. لذلك سنحاول من خلال هذا المؤشر قياس مدى التزام المسؤولين والمشرفون بالحيادية والموضوعية أثناء إدارة الحوار داخل المجموعة.

المحور الثاني: سلوكيات وتفاعلات الجمهور داخل المجموعة أثناء الحوار

سنحاول من خلال هذا المحور رصد سلوكيات وتفاعلات أعضاء المجموعات الثلاث من أجل معرفة أي الجنسين أكثر مشاركة والأكثر احتراما للآخر أثناء الحوار، ومعرفة أيضا أي أتباع الديانتين أكثر مشاركة واحتراما لقوانين المجموعات، بالإضافة إلى أهم أشكال الحوار الأكثر استعمالا هذا النوع من المجموعات، وبالتالي يمكن هنا اختبار بعض من فرضيات نظرية الفضاء العمومي لهيرماس.

5- نوع الجنس الأكثر مشاركة في الحوار:

عرف حوار الأديان الذي كان يدار عبر إعلام الوسائل التقليدية هيمنة الذكور على المشهد الديني والذي كان على مر العصور، في ظل تهميش الإناث وتغييبهم من هذا النوع من المشاهد الإعلامية حتى أصبح مفهوم ممثلي الأديان يرتبط بالذكور كمنعكس شرطي دون الإناث، إلا أنه بعد ظهور إعلام الوسائل الجديدة أصبح بإمكان المستخدمين التعبير عن آرائهم بكل حرية وفي مختلف المجالات وعلى اختلاف أعمارهم وأجناسهم وانتماءاتهم الدينية والايديولوجية، لذلك سنحاول من خلال هذا المؤشر التعرف على مدى مشاركة المرأة في حوار الذي يدار بين المسلمين والمسيحيين؟ وبمعنى آخر التعرف على أي الجنسين أكثر مشاركة الذكور أم الإناث؟

2- نوع الجنس الأكثر احتراماً أثناء الحوار:

سنحاول من خلال هذه المؤشر معرفة إن كان الإناث أكثر احتراماً من الذكور أثناء الحوار أم العكس، لأن متغير الجنس يمكن أن يكون له فروق ذات دلالة، نظراً للاختلاف في الطبيعة البيولوجية والنفسية، والتي يمكن أن تؤثر على سلوكيات واتجاهات ومواقف الجنسين.

3- أتباع الديانة الأكثر مشاركة في الحوار:

نهدف من خلال هذا المؤشر إلى معرفة من أتباع الديانتين الأكثر مبادرة ومشاركة في الحوار، لأن نسبة المشاركة غالباً تعكس درجة الاهتمام بالمواضيع المطروحة للحوار، كما أنه كلما ارتفعت نسبة المشاركة في هذا النوع من المواضيع الدينية كلما دل على قوة المجال الديني في الفضاء الافتراضي.

4- أتباع الديانة الأكثر احتراماً أثناء الحوار:

تختلف ثقافة الحوار من شخص لآخر؛ وهذا يعود إلى التباين في الفروقات الفردية وإلى طبيعة المجتمع والعلاقات الاجتماعية وإلى الفئات الاجتماعية التي ينتمي إليها الأفراد، لذلك نهدف من خلال هذا المؤشر إلى محاولة معرفة أي الفئتين (المسلمين أم المسيحيين) الأكثر التزاماً بأداب الحوار والأكثر تشبعا بثقافة الحوار مع الآخر؟

5- أشكال الحوار:

يؤثر شكل الحوار على فعالية الحوار؛ فكلما كان الحوار ثنائي كلما كان الحوار أكثر تنظيماً مع إمكانية الوصول إلى تفاهم، وكلما كان الحوار يضم عدداً أكبر من المتحاورين كلما كان صعب تنظيم الحوار مع إمكانية وقوع تشويش على العملية الاتصالية فليس الجميع يتمتع بثقافة الحوار، بالإضافة إلى الفرق في المستوى التعليمي ودرجة المعرفة الدينية. لذا نهدف من خلال هذا المؤشر إلى التعرف على أي شكل من أشكال الحوار الأكثر حضوراً في المجموعات الثلاثة: الحوار الثنائي أم الحوار الجماعي؟

جدول يوضح شبكة الملاحظات بالمشاركة الخاصة بالمجموعات الثلاث

المؤشرات الرئيسية	المؤشرات الفرعية		درجة حضور المؤشر					رأي المحكمين
			دائما	غالبا	أحيانا	نادرا	أبدا	
رصد كيفية إدارة المسؤولون والمشرفون وتفاعلاتهم داخل المجموعة	تنظيم الحوار	الإنذار						
		حذف التعليقات						
		الحظر						
	المشاركة في الحوار	باحترام						
		بسخرية						
	قطع الحوار	إيقاف التعليقات						
		الموضوعية						
	درجة الحيادية	الذاتية						
		الذكور						
		الإناث						
رصد سلوكيات وتفاعلات الجمهور داخل المجموعة أثناء الحوار	نوع الجنس الأكثر مشاركة في الحوار	الذكور						
		الإناث						
	نوع الجنس الأكثر احتراما أثناء الحوار	الذكور						
		الإناث						
	أتباع الديانة الأكثر مشاركة في الحوار	المسلمين						
		المسيحيين						
	أتباع الديانة الأكثر احتراما أثناء الحوار	المسلمين						
		المسيحيين						
	أشكال الحوار	حوار ثنائي						
		حوار جماعي						

ملاحظات إضافية للمحكمين:

.....

.....

.....

الملحق رقم(02)

القضايا التي تم مشاركتها بالملاحظة بالمشاركة في المجموعة الناطقة باللغة العربية

الرقم	موضوع المنشور	صاحب المنشور	تاريخ النشر	مدة الملاحظة
01	سؤال من مسلم الى المسيحيين حول قضية ألوهية المسيح والتوحيد	محمد ساري Mohamed Serry	2017/08/09	من 18:07 إلى 20:10
02	سؤال من مسلم إلى المسيحيين حول ألوهية المسيح ومسألة التثليث	جمال خميس	2017/08/18	16:03 إلى 17:41
03	سؤال من مسلمة إلى المسيحيين حول عن مسألة ألوهية المسيح والتثليث	سارة دويدار Sara Dwidar	2017/09/02	20:08 إلى 21:30
04	سؤال من مسيحية إلى المسلمين حول مصدر معجزات المسيح	أشتار البابلية العراقية Ashtar Albabilia Aliraqia	2017/09/04	19:02 إلى 19:53
05	مسلم يدعو أحد المسيحيين إلى الحوار حول ألوهية المسيح بين النفي والإثبات	لوي أحمد Louai Ahmed	2017/10/04	21:09 إلى 22:16
06	سؤال من مسلم حول ألوهية المسيح	ناجي محمد	2017/10/28	من 21:45 إلى 10:53
07	مسلم يطرح قضية صحة الإنجيل من عدمه	محمد بن اليزيد	2017/11/05	20:12 إلى 21:16
08	مسلم يطرح قضية زواج المثليين عند المسيحيين	حكيم محمد Hakim Mohammedi	2017/11/29	13:00 إلى 14:12
09	مسلم يطرح قضية الله عند المسيحيين	أحمد عبد المنعم Ahmed Abdul Moneim	2017/12/15	19:17 إلى 20:36
10	مسيحية تطرح قضية الله عند المسلمين	رشا عسرات	2017/12/31	20:07 إلى 21:23
11	مسيحي عن من هو عزيز ابن الله المذكور في القرآن عند المسلمين	بيبو بيبو Bebo Bebo	2018/01/08	21:05 إلى 22:07
12	مسلم يتساءل عن ما يعتقده المسيحيون في المسيح	سعد سعد	2018/01/16	20:23 إلى 21:03
13	سؤال من مسلم حول مسألة الثلاث عند المسيحيين	ناجي محمد	2018/02/01	21:03 إلى 22:11
14	مسلم يتناول قضية التثليث عند المسيحيين	محمد خلف Mohamd Kalf	2018/02/17	19:08 إلى 20:03
15	تناول مسلم لقضية الزواج والطلاق عند المسيحيين	عادل أبو حمزه حمزه	2018/03/13	21:06 إلى 22:30
16	مسلم يتناول مسألة صلب المسيح من	أسامة نادي Osama	2018/03/29	21:32 إلى 22:36

		Nady	عدمه	
18:00 إلى 19:11	2018/04/14	هشام هاشم مُجَد	مسلم يتناول مسألة صلب المسيح من عدمه	17
21:00 إلى 22:23	2018/04/30	Louai أحمد Ahmed	مسلم يتناول مسألة الثالث عند المسيحيين	18
22:03 إلى 23:17	2018/05/09	دنيا العابدي	مسلمة تعرض مسألة ألوهية المسيح من عدمه	19
18:11 إلى 19:16	2018/05/16	مُجَد موسى Mohammed Mosa	أحد المسلمين يشكك في ألوهية المسيح	20
16:00 إلى 17:15	2018/06/01	النمر فؤاد	مسلم يتناول مسألة صلب المسيح من عدمه	21
19:03 إلى 20:21	2018/06/17	رشا الخطاب	مسلمة تتناول مسألة اباحة شرب الخمر والزنا عند المسيحيين	22
20:04 إلى 21:55	2018/07/11	يوسف مُجَد	مسلم يعرض قضية العنصرية عند المسحيين	23
22:07 إلى 23:01	2018/07/27	سفيان سفيان Soufiane Soufiane	مسيحي يتساءل عن مسألة ألوهية المسيح في القرآن عند المسلمين	24

ترميز شبكة الملاحظة بالمشاركة الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة العربية

درجة حضور المؤشر					المؤشرات الفرعية		المؤشرات الرئيسية
أبدا	نادرا	أحيانا	غالبا	دائما			
		نعم			الإنذار	تنظيم الحوار	رصد كيفية إدارة المسؤولين والمشرفون وتفاعلاتهم داخل المجموعة
		نعم			حذف التعليقات		
		نعم			الحظر		
			نعم		باحترام	المشاركة في الحوار	
		نعم			بسخرية		
نعم					ايقاف التعليقات	قطع الحوار	
			نعم		الموضوعية	درجة الحيادية	
		نعم			الذاتية		
				نعم	الذكور	نوع الجنس الأكثر مشاركة في الحوار	رصد سلوكيات وتفاعلات الجمهور داخل المجموعة أثناء الحوار
		نعم			الإناث		
	نعم				الذكور	نوع الجنس الأكثر احتراما أثناء الحوار	
			نعم		الإناث		
				نعم	المسلمين	الديانة الأكثر مشاركة في الحوار	
			نعم		المسيحيين		
		نعم			المسلمين	الديانة الأكثر احتراما اثناء الحوار	
		نعم			المسيحيين		
نعم					حوار ثنائي	أشكال الحوار	
				نعم	حوار جماعي		

الملحق رقم (03)

القضايا التي تم مشاركتها بالملاحظة بالمشاركة في المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية

الرقم	موضوع المنشور	صاحب المنشور	تاريخ النشر	مدة الملاحظة
01	مسلم يطرح قضية اباحة العهد القديم رجم المرأة إذا وجدها زوجها غير عذراء	سنتك فؤاد Sounatic Fuad	2017/08/17	09:013 إلى 10:35
02	مسيحي يطرح مسألة الألوهية عند المسلمين	ألول سوغان مورديكال Oluwole Segun Mordecal	2017/08/25	06:10 إلى 08:07
03	مسلم يتساءل عن صحة إعادة بعث المسيح مرتين من عدمه	علي لوان مغاجي Aliyu Lawan Magaji	2017/09/02	00:30 إلى 13:23
04	مسيحي يتساءل إن كان المسلمون يؤمنون بأن المسيح سيحكم العالم	جون سيمون John Simon	2017/09/18	06:13 إلى 07:30
05	مسيحي يتساءل عن حجج المسلمين حول موت المسيح وعدم دفنه وإعادة بعثه	جيم هايس Jim Hayes	2017/10/12	16:17 إلى 17:32
06	مسلم يبرهن مما ورد في الانجيل عن عدم صحة صلب المسيح	راوحيتم عبد الوكيل Rawheemat Abdulwakeel	2017/10/28	00:25 إلى 01:45
07	مسلم يتساءل ان كان هناك فرق بين الله والرب عند المسيحيين	بابانغيدا ابراهيم Babangida Ibrahim	2017/11/21	07:11 إلى 08:20
08	مسلم يتساءل ان كان المسيح مات على الصليب هل يعني هذا بأن الله قد مات	حسن صاني Hassan Sanni	2017/11/29	23:10 إلى 00:19
09	مسلم يشكك في عقيدة المسحيين	منهاج صحاك Minhaj Sahak	2017/12/07	00:35 إلى 01:47
10	مسلم يطرح مسألة التثليث	آدم زنا اسكيراما Adam Zanna Askirama	2017/12/23	08:05 إلى 09:11
11	مسيحي يشكك في عقيدة المسلمين ويصفهم بأنهم على ظلال وأن المسيحية هي الدين الحقيقي	أزكيل إينيوبونغ Ezekiel Iniobong	2018/01/08	00:11 إلى 01:13
12	مسلم يشكك في الوهية المسيح ويصف الدين المسيحي بأنه محرف وباطل والاسلام هي الدين الأصح	علي لوان مغاجي Aliyu Lawan Magaji	2018/01/24	06:02 إلى 07:16
13	مسيحي يتساءل لماذا لم يذكر اسم نبي الاسلام(عليه الصلاة والسلام) في	بيكي أداور Becky Odabor	2018/02/17	09:00 إلى 10:02

			القرآن لكن تم ذكر اسم عيسى (عليه السلام)	
14	مسحي يتناول مسألة الجهاد في الإسلام	ريغوال تيتي أديسون Rigwell Tettey Addison	2018/02/25	07:013 إلى 08:19
15	مسلم يشكك في عقيدة المسيحية ويصفها بأنها محرفة	وف دري WF Dree	2018/03/21	23:51 إلى 23:00
16	مسيحي يقول بأن التشكيك في الكتب السماوية يعد تشكيا في قدرة الله وهظمته	توني بيزولو Tony Pezzulo	2018/03/29	00:30 إلى 23:17
17	مسلم يشكك في ألوهية المسيح	عبدالله شيتو أديجي Abdullah Shittu Adedeji	2018/04/06	23:10 إلى 22:00
18	مسيحي ينفي تحريف المسيحية ويطالب المسلمين بالدليل عن بول هو من أتى بالمسيحية	توني بيزولو Tony Pezzulo	2018/04/22	00:41 إلى 23:30
19	مسلم يطرح مسألة التثليث	غاجونغ بانكيلونغ أحمد Gajong Bankilong Ahmed	2018/05/08	08:17 إلى 07:02
20	مسلم يبرز دموية المسيحية اتجاه الدين المخالف عكس سماحة الإسلام مع الآخر.	أنيسال جليس موحد Anisal Allah Jalis Mohd Abdullah	2018/05/16	17:03 إلى 16:00
21	مسلم يشكك في عقيدة المسيحيين من خلال عرض مسألة العقاب والخطيئة	رفيد أفنان Rafeed Afnan	2018/06/01	13:37 إلى 12:30
22	مسيحي يشكك في عقيدة المسلمين فيما يخص مسألة العقاب والمغفرة من الله	توني بيزولو Tony Pezzulo	2018/06/09	09:13 إلى 08:05
23	مسيحي يقول بأنه يمكن له أن يثبت ألوهية المسيح من القرآن	أوغاجي إيمانويل Ogaji Emmanuel	2018/07/19	02:12 إلى 01:00
24	مسيحي يقول بأن الإسلام سينضم قريبا إلى المسيحية وسيؤمنون بالمسيح	آدمس مارن باتريك Adams Meren Patric	2018/07/27	01:30 إلى 00:39

شبكة الملاحظة بالمشاركة الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية

درجة حضور المؤشر					المؤشرات الفرعية		المؤشرات الرئيسية
أبدا	نادرا	أحيانا	غالبا	دائما			
			نعم		الإنذار	تنظيم الحوار	رصد تصرفات المسؤولين والمشرفون وتفاعلاتهم داخل المجموعة
		نعم			حذف التعليقات		
		نعم			الحظر		
				نعم	باحترام	المشاركة في الحوار	
نعم					بسخرية		
نعم					ايقاف التعليقات	قطع الحوار	
			نعم		الموضوعية	درجة الحيادية	
	نعم				الذاتية		
				نعم	الذكور	نوع الجنس الأكثر مشاركة	رصد تصرفات وتفاعلات الجمهور داخل المجموعة أثناء الحوار
		نعم			الإناث		
	نعم				الذكور	نوع الجنس الأكثر احتراما أثناء الحوار	
			نعم		الإناث		
				نعم	المسلمين	الديانة الأكثر مشاركة في الحوار	
			نعم		المسيحيين		
		نعم			المسلمين	الديانة الأكثر احتراما أثناء الحوار	
		نعم			المسيحيين		
نعم					حوار ثنائي	أشكال الحوار	
				نعم	حوار جماعي		

الملحق رقم (04)

القضايا التي تم مشاركتها بالملاحظة بالمشاركة في المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

الرقم	موضوع المنشور	صاحب المنشور	تاريخ النشر	مدة الملاحظة
01	مسلم يشكك في عقيدة المسيحيين ويقول بأن المسيح لم يمت	سوغوماوولو كانت Sougoumawolo Kante	2017/08/01	17:00 إلى 17:55
02	مسيحية تقول بأن المسيحية هي دين الخلاص	نانسي منارد Nancy Ménard	2017/08/17	15:06 إلى 16:17
03	مسلم يقول بأنه لم يصادف مسيحي يحفظ الإنجيل عكس المسلمين الذين يحفظون القرآن	عثمان با Othman Ba	2017/09/02	10:01 إلى 11:23
04	مسلم يشكك في عقيدة المسيحيين من خلال تساؤله عن قول المسيحيين بأن المسيح اله وفي نفس الوقت يقولون بأنه ارسل	لماك جاد Lamak Jad	2017/09/10	14:15 إلى 15:10
05	مسلم يدعو اي مسيحي له كفاءة لشرح آية من الإنجيل بطريقة عقلانية	لونوغابل يوزاريسيف L'honorable Yousarssif	2017/10/12	10:13 إلى 11:20
06	مسيحي يتحدى المسلمين بأن يبرهنوا من القرآن بأن الإسلام دين سلام	فريدي أتانغانا Fredy Atangana	2017/10/28	15:00 إلى 16:03
07	مسلم يشكك في عقيدة المسيحيين ويقول بأن المسيح عليه السلام نبي وأن الاسلام هو دين الحق	كساري كامارا لمار Kessery Kamara Lamar	2017/11/05	14:18 إلى 15:31
08	مسلم يقول بأن أحمد ديدات يقدم دروسا من الإنجيل للمسيحيين	بول أوبام أوبام Paul Obame Obame	2017/11/13	10:01 إلى 10:56
09	مسيحي يعرض مسألة تزييف القرآن	ردولف سيباستيا Rudolph Sebastien	2017/12/07	14:32 إلى 15:45
10	مسلم يعرض مسألة ظلال المسيحيين	كساري كامارا لمار Kessery Kamara Lamar	2017/12/31	16:02 إلى 17:04
11	مسيحي يشكك في صحة القرآن وقداسته	مارتيغنو ماندي Martigno Mendy	2018/01/08	16:00 إلى 16:57
12	مسيحي يتساءل لماذا عيسى(عليه السلام) مذكور في القرآن عكس نبي الإسلام(عليه السلام)	دزير باليم Desire Balume CK	2018/01/24	14:00 إلى 15:07

13:53 إلى 13:02	2018/02/01	هيريتي بيامبا Héritier Biamba	مسيحي يقارن بين مسائل فقهية بين الإنجيل والقرآن (حكم السرقة...)	13
18:13 إلى 17:00	2018/02/17	دوبولي غاسيون سيهو Doboly Gasyon Sehouo	مسيحي يؤكد على ألوهية المسيح	14
15:33 إلى 14:09	2018/03/21	ياؤو جوليان Yao Jolien	مسلم يقول بأنه اذا اراد المسيحيين معرفة سر الإنجيل يراجوا القرآن	15
16:27 إلى 15:03	2018/03/29	ستيفن بلي Steven Blé	مسيحي يتحدث عن عنف المسلمين	16
11:20 إلى 10:12	2018/04/14	أمانى غزانغولا Amani Gizangula	مسيحية تشكك في صحة القرآن وعقيدة المسلمين	17
14:45 إلى 13:14	2018/04/30	سوماهورو مامادو Soumahoro Mamadou	مسلم يقول بأن التعصب حالة موجودة في جميع الأديان وليس الإسلام فقط	18
17:13 إلى 16:02	2018/05/16	دوناتيا أولولد Donatien Oloulade	مسيحي يتحدث عن مسألة الصوم عند المسلمين	19
12:20 إلى 11:06	2018/05/24	آنج غابريك كايثا Ange Gabriel Keita	مسلم يعرض مسألة أن القرآن يقول بأن الإسلام هو الدين الوحيد المقبول	20
21:05 إلى 20:12	2018/06/17	ديميتري زهي Dimitry Zehi	مسيحي يتحدث المسلمين بأنه سيثبت الإنجيل بأن المسيح إله	21
16:13 إلى 15:02	2018/06/25	عبد الرحيم توغان Abdou Rahim Tougan	مسلم يقارن بين القرآن والإنجيل	22
18:27 إلى 17:05	2018/07/11	أحمد أموس Ahamed Amos	مسلم يشكك في عقيدة المسيحيين من خلال مسألة الثالوث	23
15:17 إلى 14:02	2018/07/27	جونفي فمبا Janvier Famba	مسيحي يشكك في مسألة الألوهية عند المسلمين	24

شبكة الملاحظة بالمشاركة الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

درجة حضور المؤشر					المؤشرات الفرعية		المؤشرات الرئيسية
أبدا	نادرا	أحيانا	غالبا	دائما			
	نعم				الإنذار	تنظيم الحوار	رصد تصرفات المسؤولين والمشرفون وتفاعلاتهم داخل المجموعة
	نعم				حذف التعليقات		
	نعم				الحظر		
			نعم		باحترام	المشاركة في الحوار	
	نعم				بسخرية		
نعم					ايقاف التعليقات	قطع الحوار	
			نعم		الموضوعية	درجة الحيادية	
	نعم				الذاتية		
				نعم	الذكور	نوع الجنس الأكثر مشاركة	رصد تصرفات وتفاعلات الجمهور داخل المجموعة أثناء الحوار
		نعم			الإناث		
	نعم				الذكور	نوع الجنس الأكثر احتراما أثناء الحوار	
			نعم		الإناث		
				نعم	المسلمين	الديانة الأكثر مشاركة في الحوار	
			نعم		المسيحيين		
	نعم				المسلمين	الديانة الأكثر احتراما أثناء الحوار	
	نعم				المسيحيين		
نعم					حوار ثنائي	أشكال الحوار	
				نعم	حوار جماعي		

الملحق رقم (05)

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام

دليل المقابلة

تندرج هذه المقابلة في إطار تحضير أطروحة الدكتوراه الموسومة ب: "مواقع التواصل الاجتماعي والحوار بين الأديان دراسة وصفية تحليلية لعينة من المجموعات التي تدعوا إلى الحوار بين المسلمين والمسيحيين على الفايسبوك"، لذا نرجو منك الإجابة عن الأسئلة حسب رأيك وخبرتك الخاصة، وكن على يقين بأن المعلومات المقدمة من طرفك لن تستعمل إلا لأغراض علمية.

الطالب: بوسيف جمال المشرف: أ، د بوعجيبي جمال

المحور الأول: المعلومات الشخصية:

- 1- الجنس:
- 2- السن:
- 3- الديانة:
- 4- المستوى العلمي:
- 5- الوظيفة:
- 6- بلد الإقامة:
- 7- مهنتك/ رتبتك في المجموعة:

المحور الثاني: الإعداد التقني للمجموعة

- 8- متى أنشأت هذه المجموعة؟
- 9- من لديه إمكانية قبول طلبات العضوية المسؤولين فقط، المشرفين والمسؤولين أم أي عضو من الأعضاء؟ مهما كانت إجابتك عن هذا السؤال علل لماذا؟
- 10- هل يتم قبول طلبات العضوية الجدد مباشرة دون طرح الأسئلة عليهم أم بعد طرح الأسئلة عليهم؟ إذا كانت الإجابة بعد طرح الأسئلة، أذكر هذه الأسئلة.

- 11- من يمكنه الموافقة على النشر المسؤولون فقط، المسؤولون والمشرفون أم متاح لجميع الأعضاء؟
مهما كانت إجابتك عن هذا السؤال علل لماذا؟
- 12- هل ترتبط هذه المجموعة بمجموعات أخرى؟ إذا كانت الإجابة ب نعم أذكر أسماء هذه المجموعات.
- 13- هل تقومون بإنشاء دردشات جماعية؟ إذا كانت الإجابة بنعم لماذا يتم إنشاء هذا النوع من الدردشات؟
- 14- هل يتم إنشاء مناسبات؟ إذا كانت الإجابة بنعم أذكر أهم هذه المناسبات.
- 15- هل أنت مشترك أو مسؤول عن مجموعة أخرى خاصة بالحوار بين المسلمين والمسيحيين؟ إذا أجبت بنعم لماذا؟

المحور الثاني: الأهداف التي تقف وراء إنشاء هذه المجموعة

- 16- ما هي أهداف إنشاء هذه المجموعة؟
- 17- إن كانت قد حققت هذه المجموعة البعض من أهدافها أذكر أبرزها؟
- 18- إن فشلت المجموعة في تحقيق أهدافها ما هي أسباب ذلك؟

المحور الثالث: كيفية تفاعل المسؤولون والمشرفون مع أعضاء المجموعة:

- 19- ما هي أنواع المنشورات التي لا تقبل للنشر؟
- 20- هل هناك منشورات قد سبق و أن تم الإبلاغ عنها؟ إذا كانت الإجابة ب نعم ما هي أنواع هذه المنشورات؟
- 21- هل سبق لك وان قمت بحضر أو حذف تعليقات أحد الأعضاء؟ ولماذا؟

المحور الرابع: رأي المسؤولون والمشرفون في الحوار الذي يدار داخل المجموعة

- 22- هل يلتزم الأعضاء بآداب الحوار المنصوص عليها في قوانين المجموعة؟
- 23- من هم الأكثر التزاما بآداب الحوار المسيحيين أم المسلمين؟
- 24- من خلال النقاشات التي جرت داخل المجموعة هل سبق وان تم اقتناع أحد المتحاورين ؟
- 25- في رأيك هل يتحلى أعضاء المجموعة بثقافة الحوار؟

الملحق رقم (06)

Minister of Higher Education and Scientific Research
National School of Journalism and Medias Science

Interview guide

This interview is part of the preparation of a PhD thesis on information and communication entitled « **Social Networking Sites and the Interfaith dialogue -Analytical-descriptive Study on a sample of Groups that advocate dialogue between Muslims and Christians on Facebook** ». you can answer according to your personal experience.

We assure you that your answers will only be used for strictly scientific purposes. Thank you.

Student: Djamel Boucif

Supervisor: Bouadjimi Djamel

First axis: Personal information:

1. Sex:
2. Age:
3. Religion:
4. Educational level:
5. Profession:
6. Nationality;
7. Country of residence:
8. Grade in the group:

Second axis The technical preparation of the group:

9. When was this group created?
10. Who has the right to accept group membership: the administrators, the moderators or memberships are automatically approved?
11. Are new membership applications accepted without asking questions or after asking questions? If the answer is after asking questions, mention these questions.
12. Who can approve the publication? Administrators only, administrators and moderators or automatically approved? Whatever your answer on this question, justify?
13. Is this group associated with other groups? If your answer is yes, mention the names of these groups?
14. Do you create group discussions? If you choose yes, why is this type of discussion created?
15. Are there any events created? If you choose yes, mention the most important events
16. Are you a moderator or a responsible or a member in another group of dialogue between Muslims and Christians? If yes, why?

Third axis The objectives behind the creation of this group

1. What are the objectives behind the creation of this group?
2. If this group has achieved some of its goals, mention the most important ones

3. In case the group has not achieved its goals so far, say why?

Fourth axis How do administrators and moderators deal with the group members

1. Which type of publications is prohibited?
2. Are there any publications that have already been denounced? If you answer by yes, what is the nature of these publications?
3. Have you ever blocked a member or deleted his/ her comments? If you answer by yes, say why?

Fifth axis The opinion of the asministrators and moderators regarding the dialogue within the group :

1. Are the members committed to the ethics of dialogue that are stipulated in the group's code of ethics?
2. Who are the most committed to the ethics of the dialogue, Christians or Muslims?
3. During the discussions that took place in the group, has one of the interlocutors been convinced ?
4. In your opinion, do the members of the group have a culture of dialogue?

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdCi-Y7bGiqXMMH8V329Eg2neB7PvUVPbpZO4m8j5at50jFAw/viewform>

الملحق رقم (07)

Ministre d'enseignement supérieur et la recherche scientifique

Ecole national supérieur de journalisme et science de l'information

Guide d'entretien

Cet entretien s'inscrit dans le cadre de la préparation d'une thèse de doctorat es-sciences de l'information et de la communication qui s'intitule : « **Réseaux Sociaux et Dialogue Interreligieux - Etude Descriptive et Analytique Cas de groupes appelant au dialogue Musulman-Chrétien sur facebook** ». vous pouvez répondre selon votre expérience personnelle.

Nous vous assurons que vos réponses ne seront utilisées qu'à des fins strictement scientifiques. Merci.

Préparé par : Djamel Boucif

le directeur de thèse : Bouadjimi Djamel

Première axe : Les informations personnelle :

- 1- Sex :
- 2- Age :
- 3- Religion :
- 4- Niveau éducatif :
- 5- Profession :
- 6- Pays de résidence :
- 7- Grade dans le groupe :

Deuxième axe : Préparation technique du groupe

- 08- Quand ce groupe a-t-il été crée ?
- 09- Qui a la possibilité d'accepter les demandes d'adhésion au groupe, le modérateur, le modérateur et les administrateurs où n'importe qui dans le groupe ? Quelque soit votre réponse sur la question 16 justifié pourquoi ?
- 10- Les nouvelles demandes d'adhésion sont-elles acceptées, Sans poser des questions où Après leur avoir posé des questions ? Si vous choisissez la réponse après avoir posé des questions, mentionnez ces questions.
- 11- Qui peut approuver les publications, le modérateur uniquement, le modérateur et les administrateurs où Disponible pour tous les membres ? Quelque soit votre réponse sur la question 20 justifié pourquoi ?
- 12- Ce groupe est-il associé à d'autres groupes? Si vous répondez par oui, mentionnez les noms de ces groupes ?
- 13- Est-ce que vous créez des discussions de groupe? Si vous choisissez la réponse oui, pourquoi ce type de discussion est-il créé ?

- 14- Est-ce que des événements sont créés? Si vous choisissez la réponse oui, mentionnez les événements les plus importantes
- 15- Êtes-vous un administrateur , modérateur ou membre d'un autre groupe de dialogue entre musulmans et chrétiens? pourquoi ?

Troisième axe : Objectifs de la création de ce groupe

- 16- Quels sont les objectifs de la création de ce groupe ?
- 17- Si ce groupe a atteint certains de ses objectifs, mentionnez les plus importants
- 18- Si le groupe n'arrive pas à atteindre ses objectifs, pourquoi ?

Quatrième axe : Comment réagissent les administrateurs et les modérateurs par rapport aux membres du groupe

- 19- Quel est le type de publications qu'il est interdit de publier?
- 20- Y a-t-il des publications qui ont déjà été dénoncées ? Si vous répondez par oui, quelle est la nature de ces publications ?
- 21- Avez-vous déjà bloqué ou supprimé les commentaires d'un membre ? pourquoi?

Cinquième axe : L'avis des administrateurs et des modérateurs par rapport au dialogue au sein du groupe

- 22- Est-ce que les membres sont-ils respectes l'éthique du dialogue qui sont indiqué dans les lois du groupe?
- 23- Qui sont les plus respectes l'éthique du dialogue les chrétiens ou les musulmans?
- 24- A travers les dialogues qui ont eu lieu parmi les membres du groupe, est-ce qu'il est arrivé que quelqu'un soit convaincu
- 25- A votre avis, les membres du groupe ont-ils une culture de dialogue?

الملحق رقم (08)

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام

دليل التعريفات الاجرائية (الخاص باستمارة تحليل المضمون)

أُنجز هذا الدليل في إطار إعداد أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، الموسومة بـ "مواقع التواصل الاجتماعي والحوار بين الأديان-دراسة وصفية تحليلية لعينة من المجموعات التي تدعوا إلى الحوار بين المسلمين والمسيحيين على الفايسبوك-" وهذا من أجل الاجابة عن السؤال الرئيسي: هل أسس الفايسبوك كأحد مواقع التواصل الاجتماعي فضاء عمومي افتراضي يكرس مبدأ الحوار والنقاش المبني على العقلانية والحرية بين المسيحيين والمسلمين من خلال مضامين المجموعات التي تدعوا إلى الحوار بين أتباع الديانتين؟. وقد انطلقنا في هذه الدراسة على نظريتين هما: نظرية الفضاء العمومي لهيرماس معرفة إن كانت شروط الفضاء العمومي محترمة بين الأطراف المتحاور، ونظرية حارس البوابة من أجل معرفة إن كان المسؤولين والمشرفين على المجموعة يقومون بغربة المنشورات ومراقبتها سواء قبل أو بعد النشر.

أما فيما يخص أدوات التحليل فقد اعتمدنا عدة أدوات من أهمها أداة تحليل المضمون، حيث قمنا بالاعتماد على العينة النمطية في اختيار العينات التي ستخضع للتحليل والتي قدرت بـ 36 منشور أي ما يعادل 12 منشور في كل مجموعة خلال سنة كاملة من 01 أوت 2017 إلى غاية 31 جويلية 2018 (مجموعة تنشيط باللغة العربية ومجموعة باللغة الفرنسية وأخرى باللغة الانجليزية) وكل منشور يحمل وسائط متعددة من كتابة وصور وفيديوهات ورموز تعبيرية وروابط لذلك قمنا باختيار فئات المضمون والشكل ووحدات القياس التي تناسب جميع الوسائط المستخدمة في الحوار داخل المجموعة. في هذا الإطار سنسقط كل فئات التحليل الخاصة بالمضمون على الوسيط المكتوب، في حين سنسقط بعض فئات المضمون والمتمثلة في فئة الأهداف والاتجاه على الوسائط الأخرى(الصور، الفيديوهات، الرموز التعبيرية، الروابط) أما فئات الشكل فسنسقطها على جميع الوسائط(المكتوب، المسموع، الصور، الفيديوهات، الروابط).

أما فيما يخص وحدات القياس فسنعتمد على وحدة الفكرة في ظل سياق الفقرة بالنسبة للمكتوب والفكرة المحورية للفيديو أو الصورة أو الرابط بالنسبة للوسائط الأخرى.

د استعمال الملاحظة بالمشاركة داخل المجموعات الثلاثة لطبيعة المنشورات والوسائط المستخدمة في الحوار بين أتباع الديانتين.

لذا يمكنكم الاطلاع على محتوى المجموعات محل الدراسة وهي :

- **مجموعة المسيحية تسأل والإسلام يجيب حوار إسلامي مسيحي محترم:** وهي مجموعة باللغة العربية عامة مخصصة للحوار الديني بين المسيحيين والمسلمين يستطيع أي مستخدم متابعة منشوراتها. على الرابط:

https://www.facebook.com/groups/1677646985787988/?ref=group_browse

- **مجموعة Débat Chrétiens Musulmans:** وهي مجموعة باللغة الفرنسية وعامة يستطيع أي مستخدم أن يرى ويتابع منشوراتها وهي مخصصة للحوار المسيحي إسلامي على الرابط:

[/https://www.facebook.com/groups/571511629565525](https://www.facebook.com/groups/571511629565525)

- **مجموعة Meaningful Christian-Muslim Dialogue:** وهي عبارة عن مجموعة باللغة الانجليزية مغلقة لا تستطيع متابعة منشوراتها الى اذا كنت عضوا فيها، مخصصة للحوار بين المسلمين والمسيحيين على الرابط:

[/https://www.facebook.com/groups/1420502991517980](https://www.facebook.com/groups/1420502991517980)

بعد الاطلاع على مضمون المجموعات يمكنكم مقارنة مدى مطابقة فئات التحليل ووحدات القياس مع المنشورات المراد تحليلها ومدى خدمتها لإشكاليتنا البحثية.

ملاحظات :

- يمكنكم وضع علامة (X) أمام الفئة في جدول استمارة التحليل التي توافقون عليها
 - وضع علامة (-) أمام الفئة في جدول استمارة التحليل التي لا توافقون عليها
 - يمكنكم كتابة ملاحظاتكم حول الفئات في الخانة المخصصة لذلك في جدول استمارة التحليل.
- من اعداد الطالب: بوسيف جمال تحت إشراف: أ.د. بوعجيمي جمال

الشكر المسبق موصول على تعاونكم

❖ فئات المضمون:

سنعتمد في هذه الدراسة على عدد من فئات المضمون من أجل تحليل مضمون المنشورات على مجموعات الفيسبوك محل الدراسة وهذا بهدف الإجابة عن السؤال ماذا قيل؟ أي الكشف عن المعاني والدلالات التي تحويها الرسائل المنشورة داخل هذا النوع من المجموعات الدينية.

1- فئة الموضوع:

ستمكننا هذه الفئة من محاولة رصد أهم المواضيع التي تدور حولها منشورات المجموعات التي تدعوا إلى الحوار بين المسلمين والمسيحيين، حيث وجدنا بأن مجمل المواضيع المطروحة للنقاش تدور حول ثلاث مواضيع أساسية هي:

- **العقيدة:** هي ذلك النوع من المواضيع العقائدية إما في الديانة المسيحية أو في الديانة الإسلامية، حيث نجد انه في بعض الأحيان يأخذ المسلمين مبادرة الحوار بطرح قضية للنقاش مثل قضايا صلب المسيح عليه السلام من عدمه... ألوهية المسيح من عدمه...، تحريف الكتاب المقدس من عدمه... وغيرها، وفي أحيان أخرى يأخذ في بعض الأحيان طرح مواضيع تخص العقيدة الإسلامية مثل قداسة القرآن الكريم من عدمه... التشكيك في رسالة نبوة محمد عليه الصلاة والسلام... إلخ.
- **فقه العبادات:** يقصد به ذلك النوع من المواضيع التي تتناول قضايا العبادات من حيث التشابه والاختلاف أو التناقض بين المسيحيين والمسلمين مثل قضية الصوم والصلاة عند المسلمين والمسيحيين.
- **مقارنة الأديان:** هناك بعض القضايا المطروحة للحوار تقضي بمقارنة بعض المسائل الدينية بين المسلمين والمسيحيين، وهذا بغية إثبات صحة دين عن دين آخر، أو محاولة اقناع الآخر بأن دينه هو الأصح وعلى حق.

2- فئة الاتجاه:

نسعى من خلال هذه الفئة إلى محاولة التعرف على أهم الاتجاهات التي يتخذها أطراف الحوار من خلال ما ينشرونه من تعليقات ويتبادلونه من أفكار، فوجدنا من خلال التمهيص في مضمون المنشورات بأن هناك اتجاهين هما:

- **الاتجاه الأول يبعث على الحوار:** هناك العديد من المواقف والاتجاهات التي تشجع على الحوار، وتبدي استعدادها لذلك من أجل محاولة الذي يشوب الديانتين، وبالتالي اتخاذ أسلوب الحوار وسيلة للتعريف بالديانتين، وهذا يشير إلى ايجابية هذا الاتجاه نحو الحوار.

- **الاتجاه الثاني يبعث على الصراع:** يظهر هذا من خلال بعض المنشورات من طرف معتنقي الديانتين التي تشير إلى الوقوف السلبي ضد الحوار، موقف يدعو إلى أن الصراع سيبقى مستمر بين الديانتين هذا نتيجة لتعنت كل طرف بأن دينه على حق ودين الآخر على باطل.

3- فئة الأهداف:

تهدف من خلال هذه الفئة إلى محاولة التعرف على أهم الأهداف التي يسعى من خلالها أطراف الحوار بلوغها وتحقيقها، فنجد بأن هناك العديد من الأهداف التي التمسناها من خلالها، هذا النوع من النقاشات الدينية وهي:

- **الاقناع:** يسعى بعض أطراف الحوار إلى محاولة اقناع الطرف الآخر بالحجج والبراهين بأحقية دينه وصحته ويحاول جذب الآخر إلى دينه يا إما بالتنصير من طرف المسيحيين أو الأسلمة من طرف المسلمين.

- **الافحام:** يحاول بعض أتباع الديانتين إلى افحام الطرف الآخر؛ بمعنى التركيز على أهم الثغرات في دين الآخر وإبراز سلبياته من أجل اثبات بطلان دينه وتحريفه، في حين يظهر نفس الطرف بأن دينه هو الحق وعلى الصواب.

- **التفاهم:** يهدف بعض أطراف الحوار إلى محاولة الوصول إلى نقاط مشتركة مع أتباع الدين الآخر، وبالتالي تضيق المسافات من أجل الوصول إلى تفاهم أو على الأقل اعتراف كل طرف بأن لكل دين خصوصيته وله من الحق نصيب، وهذا من أجل خلق مساحة للتعايش والتسامح.

- **السخرية:** يتخذ بعض أتباع الديانتين من الاستهزاء والتهمك أسلوب للحوار مع الطرف الآخر من خلال إبراز بعض التناقضات في دين الآخر والتركيز على بعض النقاط التي تهدف إلى استصغار الآخر باتباع أساليب مختلفة مثل إدراج صورة مضحكة أو مسيئة، أو من خلال فيديوهات ورموز تعبيرية تهكمية أو من خلال التعليقات المكتوبة التي تتضمن سخرية من الطرف الآخر.

4- فئة المصدر:

سنبين من خلال هذه الفئة أهم المصادر التي يستقي منها أطراف الحوار حججهم وبراهينهم من أجل اثبات أو نفي وجهة نظر أو قضية من القضايا الدينية المطروحة للنقاش ومن بين أهم المصادر التي وجدنا بأن أطراف الحوار يستعينون بها نذكر:

- **الكتب السماوية:** يقصد بها الكتب المقدسة لدى أتباع الديانتين، مثل الإنجيل عند المسيحيين والقرآن الكريم عند المسلمين، بالإضافة إلى كتاب التوراة الذي هو في الأصل ينسب الى اليهود إلا أنه يمثل العهد القديم بالنسبة إلى المسيحيين وله ارتباط كبير بالعهد الجديد المتمثل في الإنجيل، كما أن المسلمين يستعينون ببعض ما جاء في التوراة من أجل إثبات حججهم سواء ضد المسيحيين أو ما يخدمهم كمسلمين.
- **أقوال الرسل:** يؤمن المسيحيون بأن هناك مجموعة من الرسل يحملون رسالة المسيح عليه السلام ويعملون على التبشير بها؛ لذلك نجد بأن المسيحيين يستشهدون بأقوالهم عن كل ما يخص الديانة المسيحية من أجل اثبات أو ابطال حجة تكون محل الحوار مع المسلمين، وعلى عكس ما يعتقد المسيحيون بأن المسيح هو الرب، يعتقد المسلمين بأن المسيح هو أحد الرسل والأنبياء المرسلين وما هو إلا بشر، كما تستند حجج المسلمين إلى ما أتى به مُجدِّ عليه الصلاة والسلام كخاتم للأنبياء من أقوال وأفعال ويستشهدون بها في الحوار الذي يدور بينهم وبين المسيحيين.
- **أقوال رجال الدين:** هم الذين ينتمون إلى أحد الديانتين يتميزون بأن لديهم اطلاع واسع ومتخصصين في المجال الديني سواء كانوا كهنة أو علماء في اللاهوت عند المسيحيين أو أئمة ودعاة ومشائخ وأساتذة في الشريعة عند المسلمين.
- **البحوث العلمية:** يستند بعض أتباع الديانتين إلى نتائج البحوث العلمية؛ سواء في العلوم الطبيعية والدقيقة، أو في العلوم الإنسانية والاجتماعية في الاستشهاد وتدعيم حججهم وبراهينهم من أجل اثبات أو نفي وجهة نظر تكون محل نقاش.
- **التفسير والتحليل الشخصي:** يلجأ بعض المتحاورين إلى تحليل بعض النصوص والتعليقات؛ من أجل استخلاص أهم التناقضات أو استخراج بعض الحجج، بالاعتماد الى قدراتهم العقلية ودكائهم وسرعة بديهتهم لإثبات حجة أو نفي قضية معينة تكون محل حوار مع الآخر.
- **وسائل الإعلام وجمع المعلومات:** يستعين في بعض الأحيان أطراف الحوار بالهواتف الذكية ومحركات البحث والحاسوب الآلي والشبكة العنكبوتية إلى جمع المعلومات وبمختلف الوسائط من أجل إثراء حججهم وبراهينهم

(كنشر الصور التي تحمل نصوص، صور تحمل اشياء، صور تحمل أماكن معينة، صور لشخصيات دينية، الفيديوها، نشر روابط...))

- الحديث الجاني: في بعض الأحيان تكون بعض التعليقات خارج الموضوع المعروض الحوار مثل تعليقات الترحيب بأحد الأعضاء وتعليقات المجاملات بين أعضاء المجموعة... الخ، لذلك سنستثني هذه التعليقات من التحليل بما أنها خارج موضوع الحوار.

5- فئة طبيعة تدخلات مسؤولي المجموعات في الحوار: تتيح مجموعات الفايستوك للمسؤول للمجموعة مالا تتيحه للأعضاء المنتسبين للمجموعة لذلك يمكن لتدخلات المسؤولين أن تأخذ عدة أشكال وأنماط تختلف باختلاف ثقافة وأسلوب المسؤول، حيث يمكن للمسؤول مثلا بأن يقوم بحضر أي عضو أو أن يخذف أي تعليق أو أن يقبل أو يرفض أي منشور يود أحد الأعضاء نشره، لهذا يمكن أن نورد فئات فرعية توضح أكثر تحليل محتوى المنشورات داخل المجموعات ومن زاوية مختلفة ومن أهم هذه الفئات:

- اثراء الحوار: يمكن للمسؤول عن المجموعة أن يشارك في الحوار باعتبار أن ينتمي إلى أحد الديانتين وبالتالي هو يساهم في اثراء المواضيع محل النقاش بأرائه وأفكاره ومعلوماته، وهذا نوع من أنواع التدخلات التي تأخذ منحى إيجابي.

- تنظيم الحوار: يمتلك المسؤول صلاحية تنظيم الحوار والإشراف عليه بصفته المسؤول عن المجموعة؛ وهذا حتى يكون الحوار مثمرا وأكثر جدية، يعتبر هذا الاتجاه إيجابيا لأنه يدعم الحوار ويوفر الجو الملائم لذلك.

- قطع الحوار: تتيح اعدادات المجموعة للمسؤول من أن يقوم بمنع أحد الأطراف من الحوار سواء عن طريق حضره أو حذف تعليقاته، ولكن يعتبر هذا النوع من التدخلات سلبيا اذا سبب الحضر هو ميل المسؤول الى دين من الديانتين، ويكون ايجابيا اذا كان بسبب مخالفة العضو لقوانين المجموعة وقواعد الحوار المشار إليها مسبقا في المجموعة.

6- فئة الفاعل:

نهدف من خلال هذه الفئة إلى الكشف عن أهم الفاعلين المنتجين للمضامين والأكثر مبادرة للنشر والأكثر اقبالا ومشاركة في الحوار، بمعنى أوضح محاولة معرفة أي الفئتين أكثر تفاعلا وانتجاها للمضامين فئة المسلمين أم فئة المسيحيين.

- فئة المسلمون: هم من يعتنقون الدين الإسلامي يؤمنون بأن عيسى عليه السلام نبي وبأن مُحمَّد عليه الصلاة والسلام آخر الانبياء والرسل؛ لهم مصدرين للتشريع القرآن والاحاديث النبوية الشريفة.
- فئة المسيحيون: وهم من يعتنقون الدين المسيحي يؤمنون بأن المسيح هو إله وهو مخلصهم ويؤمنون بأن الانجيل كتاب مقدس وغير محرف وكلماته هي من عند المسيح
- الفئة غير المعروفة: وهي الفئة التي لم نستطع تحديد هويتها الدينية؛ نتيجة مشاركتهم بتعليق أو تعليقين لا يظهرون من خلالها إلى أي طراف من أطراف الحوار ينتمون، وفي الكثير من الأحيان تكون تعليقاتهم قليلة جدا وخارج الموضوع تصل إلى تعليق واحد في الكثير من الأحيان.

❖ فئات الشكل:

نحتاج في تحليل المحتوى الإلكتروني إلى معرفة كيف تم نشر المواضيع وتناولها وأهم الأساليب والوسائل المستخدمة في عرض القضايا التي تدور بين أطراف الحوار، ومن بين فئات الشكل التي اخترناها هي:

1- فئة الوسائط المستخدمة في نشر المضمون: بما أننا ندرس مضمون المنشورات داخل موقع الفيسبوك فإن الوسائط المستخدمة متعددة ويمكن تصنيفها إلى ما يلي:

- الكتابة: نقصد بالوسيط المكتوب جميع التعليقات والمنشورات المكتوبة بإحدى اللغات (العربية، الفرنسية أو الانجليزية) والتي تعبر عن وجهة نظر أحد أطراف الحوار.
- الصور: وجدنا داخل المجموعات بأن هناك بعض المتحاورين من يفضل تدعيم تعليقاته ومنشوراته بصورة معبرة تحمل رسائل ومعاني تتعلق بالموضوع محل النقاش لكن طبيعة هذه الصور تختلف (صور ثابتة، متحركة، صورة مرفقة بنص، صورة لنص)
- فيديوهات: هناك من يفضل نشر الفيديوهات في تعليقاته كإجابة مفصلة ومقنعة تعبر عن وجهة نظره في الموضوع المطروح للحوار، وهذا الفيديو يمكن أن يكون لرجل دين أو باحث في إحدى مجالات الدين أو غيرها.

- **الرموز التعبيرية:** يستخدم بعض طرفي الحوار الرموز التعبيرية التي يتيحها موقع الفايسبوك من أجل التعبير عن حالة أو اتجاه معين اتجاه القضية المطروحة، حيث تمكن هذه الرموز التعبيرية المحاور من سرعة التعليق والتعبير عن موقفه بكبسة على الايقونة فقط.
- ✓ رمز الضحك: غالبا ما يعبر عن السخرية
- ✓ رمز الغضب: يعبر عن عدم الرضا على المنشورات والتفاعلات
- ✓ رمز الحزن: يدل على الحصرة وعدم الموافقة على المنشور
- ✓ دهشة: غالبا ما يستعمل من أجل السخرية أثناء الحوار.
- ✓ خجل: يعبر غالبا عن عدم الرضا.

- **الروابط:** يتيح موقع الفايسبوك إمكانية إرفاق الروابط ضمن التعليقات يمكن أن تكون هذه الروابط ان تحيلك الى موقع معين او معلومة معينة تكون لها علاقة بموضوع النقاش يستعين بها المحاور من اجل تدعيم حججه وبراهينه.

- **الوسائط المتعددة:** يتيح موقع الفايسبوك التفاعل عن طريق استخدام مختلف الوسائط (صور، نص، فيديو) في نفس الوقت، مثلا يمكن التعليق على المنشور عن طريق ادراج نص مكتوب مرفق بصورة وروابط في نفس الوقت.

2- فئة أنماط وأشكال التفاعل:

نقصد بهذه الفئة أهم وسائل تفاعل أطراف الحوار مع المنشورات والتعليقات التابعة للمنشور، وهذا النوع من الوسائل يتحه موقع الفايسبوك من أجل اضافة تفاعلية اكبر بين المستخدمين وهي كالآتي:

- **تسجيل الإعجاب أو عدم الإعجاب:** فتسجيل الإعجاب أو عدم الاعجاب يكون بمجرد الضغط على الأيقونة التي تشير إلى ذلك، وهذه الاشارات تدل على قبول المنشور والرضا عنه أو رفضه وعدم الموافقة عليه.
- **التعليق:** وهي احدى أهم الخصائص التفاعلية التي يتيحها موقع الفايسبوك؛ تمكن المحاور من التعبير عن آرائه وأفكاره اتجاه المواضيع والقضايا محل الحوار، وهذا من خلال استعمال وسائط متعددة (كتابة، صوت، صور، فيديوهات)

- المشاركة: يمكن للمستخدم من خلال هذه الخاصية من أن يقوم بمشاركة المنشورات المعروضة للحوار على صفحته وبالتالي يتمكن أصدقاؤه الذين لا ينتمون إلى المجموعة بأن يطلعوا وتعرفوا على محتوى المنشور، تساهم خاصية المشاركة من توسيع دائرة المنشور ليتعدى اعضاء المجموعة ويصل الى مستخدمين آخرين، وبالتالي فكلما زاد عدد مشاركة المنشور كلما اتسعت دائرة انتشاره وزيادة عدد مشاهديه.

3- فئة الأساليب الإقناعية المستعملة:

يستعمل المتحاورون داخل المجموعات محل الدراسة العديد من الأساليب الإقناعية من أجل إيصال أفكارهم وقناعاتهم إلى الآخرين ومن أهمها:

- أساليب عقلية: عن طريق الاستشهاد بأهم الاقتباسات من الكتب المقدسة وآراء رجال الدين وحتى نتائج بعض البحوث العلمية، وكذا التحليل المنطقي للنصوص والتعليقات.
- أساليب عاطفية: هناك من المحاورين من تغلب عليه العاطفة في الحاجة ما يجعله يعبر عن آرائه باندفاعية ودون استعمال حجج وبراهين دامغة، وإنما يستدل الى الآراء الشخصية المتشعبة بالذاتية في مقابل عدم وجود مرجعية واضحة المعالم.

❖ وحدات القياس:

وحدات القياس هي مجموع الوحدات التي ستمكننا من قياس وحساب عدد تكرارات الفئات المختارة للتحليل، وبالتالي تساعدنا على تكميم البيانات ثم تصنيفها وتحليلها، وفي هذا الاطار اعتمدنا على :

وحدة الفكرة: يجدر الإشارة إلى أن موضوعنا هو من المواضيع الفكرية والإمبريقية في نفس الوقت، يهدف إلى معرفة الآراء والاتجاهات والمواقف ، علماً بأن طبيعة التعليقات التي تحوي وسائط متعددة والمستخدم في الحوار والتي يتميز بها موقع الفاييسوك تفرض هذا النوع من المقاييس.

وبالتالي فإن وحدة الفكرة هي الوحدة المناسبة للقياس من أجل استخراج المعاني والدلالات الكامنة سواء من التعليقات المكتوبة أو الصور أو الفيديوهات أو الروابط أو من الرموز التعبيرية.

استمارة تحليل المضمون

البيانات الخاصة بالمنشورات محل التحليل:

- نوعية الموقع: موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك
- نوعية المجموعات: مجموعات على الفيسبوك تدعوا إلى الحوار بين المسلمين والمسيحيين وهي ثلاثة مجموعات:

1- مجموعة المسيحية تسأل والاسلام يجب حوار إسلامي مسيحي محترم: وهي مجموعة باللغة العربية عامة مخصصة للحوار الديني بين المسيحيين والمسلمين يستطيع أي مستخدم متابعة منشوراتها على الرابط:

https://www.facebook.com/groups/1677646985787988/?ref=group_browse

2- مجموعة Débat Chrétiens Musulmans : وهي مجموعة باللغة الفرنسية وعامة يستطيع أي مستخدم أن يرى ويتابع منشوراتها وهي مخصصة للحوار المسيحي إسلامي على الرابط:

[/https://www.facebook.com/groups/571511629565525](https://www.facebook.com/groups/571511629565525)

3- مجموعة Meaningful Christian-Muslim Dialogue: وهي عبارة عن مجموعة باللغة الانجليزية مغلقة لا تستطيع متابعة منشوراتها الى اذا كنت عضوا فيها، وهي مجموعة مخصصة للحوار بين المسلمين والمسيحيين على الرابط:

<https://www.facebook.com/groups/1420502991517980>

نوع المنشورات: المنشورات التي تطرح مواضيع للنقاش بين أتباع الديانتين.

نوع الوسيط: وسائل متعددة (مكتوبة، مسموعة، صور، فيديوهات، رموز تعبيرية، روابط)

- فئات التحليل: (ضع علامة (x) أمام الفئة التي توافقون عليها وعلامة (-) أمام الفئة التي لا توافقون عليها، كما يمكنكم وضع ملاحظاتكم في خانة الملاحظات)
- 1- فئات المضمون:

1-1 فئة الموضوع:

1-1-1 فئة الموضوع الخاصة بالقضية المطروح للنقاش (المنشور الرئيسي)

☐

- العقيدة

☐

–فقه العبادات

☐ – مقارنة الأديان

☐ – أخرى

.....ملاحظات:

.....

.....

1-2 فئة الأهداف:

1-2-1 فئة الأهداف الخاصة بالتفاعلات مع الموضوع المطروح للنقاش

☐ – الاقناع

☐ – الافحام

☐ – التفاهم

☐ – السخرية

☐ – التساؤل

☐ – أخرى

1-3 فئة المصدر:

1-3-1 فئة المصدر الخاصة بالتفاعلات مع الموضوع المطروح للنقاش(المنشور الرئيسي)

☐ – الكتب السماوية

☐ – أقوال الرسل

☐ – أقوال رجال الدين

☐ – نتائج البحوث العلمية

-



-

-

-

,,,,,,,,,,,,,,

.....

.....

2- فئات الشكل:

1-2 فئة الوسائط المستخدمة في نشر المضمون:

1-1-2 فئة الوسائط المستخدمة في التفاعلات حول القضية المطروحة للنقاش

- الكتابة ☐
- الصور (صور ثابتة، صور متحركة، صورة ثابتة مرفقة بنص، صورة لنص) ☐
- الفيديو ☐
- الرموز التعبيرية (ضحك، غضب، حزن، خجل) ☐
- الروابط ☐
- وسائط متعددة ☐

2-2 فئة أنماط وأشكال التفاعل مع القضية المطروحة للنقاش:

- تسجيل الإعجاب أو عدم الإعجاب مع الرموز التعبيرية ☐
- التعليق ☐
- المشاركة ☐

ملاحظات:

.....

.....

.....

3-2 فئة الأساليب الاقناعية المستعملة

- ☐ - أساليب عقلية
- ☐ - أساليب عاطفية

ملاحظات:

.....

.....

.....

3- وحدات القياس:

- ☐ 3-1 وحدة الفكرة

ملاحظات:

.....

.....

.....

استبيان

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام بالجزائر
بعد التحية و التقدير...

تندرج هذه الاستمارة في إطار تحضير أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في حقل علوم الإعلام والاتصال، تحت عنوان "مواقع التواصل الاجتماعي والحوار بين الأديان دراسة وصفية تحليلية لعينة من المجموعات التي تدعوا إلى الحوار بين المسلمين والمسيحيين على الفايسبوك"، لذا نرجو منك القراءة المتأنية للأسئلة والإجابة عنها حسب رأيك وخبرتك الخاصة، وكن على يقين بأن المعلومات المقدمة من طرفك لن تستعمل إلا لأغراض علمية. والشكر المسبق موصول إليك على تعاونك

المشرف: أ.د. بوعجيمي جمال

الطالب: بوسيف جمال

*Required

المحور الأول: أساليب تفاعل الجمهور داخل المجموعة

1. ما هي الوسيلة المفضلة لديك للتولوج إلى هذه المجموعة؟ *
Mark only one oval

الهاتف الذكي ☐
الحاسوب المحمول ☐
الحاسوب المكتبي ☐
اللوحة الالكترونية (Tablette) ☐
Other: ☐

2. ما هو معدل استخدامك اليومي للفيسبوك؟ *
Mark only one oval

أقل من ساعتين ☐
من ساعتين إلى أربع ساعات ☐
- من خمس ساعات إلى سبع ساعات ☐
من ثماني ساعات فأكثر ☐

3. هل تدخل إلى المجموعة؟ *
Mark only one oval

بشكل مستمر ☐
- بشكل متقطع ☐
نادرًا ☐

4.

ما هو معدل بقائك اليومي في المجموعة؟ *

Mark only one oval

- ☐ أقل من ساعتين
- ☐ من ساعتين إلى أربع ساعات
- ☐ من خمس ساعات إلى سبع ساعات
- ☐ من ثماني ساعات فأكثر

5.

ما هي طريقة تفاعلك مع المنشورات والتعليقات داخل المجموعة؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة) *

Tick all that apply

- ☐ وضع علامة معجب
- ☐ وضع الرموز التعبيرية
- ☐ التعليق على المنشور
- ☐ - مشاركة المنشورات
- ☐ لا أفاعل (أي اكتفي بالمتابعة فقط)
- Other:

6.

هل تشارك في الحوار داخل المجموعة؟ *

Mark only one oval

- ☐ دائما
- ☐ غالبا
- ☐ أحيانا
- ☐ نادرا
- ☐ أبدا

7.

هل تأخذ مبادرة النشر على جدار المجموعة؟ *

Mark only one oval

- ☐ دائما
- ☐ غالبا
- ☐ أحيانا
- ☐ نادرا
- ☐ أبدا

8.

ما هي أنواع المنشورات التي تنشرها في المجموعة ؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة) *

Tick all that apply

- ☐ - نصوص مقتبسة من المقدسات الدينية
- ☐ صور دينية
- ☐ - أقوال وأراء رجال الدين
- ☐ فيديوهات دينية
- ☐ لا أقوم بالنشر
- Other:

9.

هل تستعمل الحجج والبراهين في النقاشات؟

.Mark only one oval

دائما ☐غالباً ☐أحياناً ☐نادراً ☐أبداً ☐

10.

ما هي مصادر الحجج والبراهين المستعملة في الحوار؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

.Tick all that apply

- من الكتب الفكرية (أقوال الفلاسفة، آراء المفكرين...) ☐- من الكتب السماوية (القرآن، الإنجيل) ☐- أقوال وآراء رجال الدين (الدعاة، الأئمة، الكهنة...) ☐Other: ☐

11.

كيف تقيم الحجج والبراهين المعروضة أثناء النقاش ؟ بالنسبة لك هي: *

.Mark only one oval

واضحة ☐واضحة أحياناً ☐غامضة أحياناً ☐غامضة ☐لا أعرف ☐

المحور الثاني: حرية التفاعل داخل المجموعة

12.

هل يسمح لك بعرض كل المنشورات والتعليقات الدينية داخل المجموعة؟

.Mark only one oval

دائماً ☐غالباً ☐أحياناً ☐نادراً ☐أبداً ☐

13.

هل من أسباب عدم عرض بعض أو كل منشوراتك يعود إلى:

.Mark only one oval

- عرضك لمنشورات غير دينية ☐- منشوراتك تخالف القوانين الخاصة بإنشاء المجموعة ☐- تحيز مسؤولي المجموعة إلى دين من الديانات ☐Other: ☐

14.

كم تدوم فترة منشوراتك لكي تقبل أن تنشر من طرف المجموعة؟
Mark only one oval

- ثواني ☐
- دقائق ☐
- ساعات ☐
- أيام ☐
- أسابيع ☐
- أشهر ☐

15.

بعد عرض منشوراتك وتعليقاتك هل يتم حذفها فيما بعد من طرف مسؤولي المجموعة؟
Mark only one oval

- دائماً ☐
- غالباً ☐
- أحياناً ☐
- نادراً ☐
- أبداً ☐

16.

كيف يتصرف معك مسؤولي المجموعة إذا خالفت قوانين المجموعة؟
Mark only one oval

- يقومون بتحذيرك ☐
- يحذفون منشورك أو تعليقك ☐
- يحذفونك مباشرة من قائمة المشاركين في المجموعة ☐
- Other: ☐

17.

هل تعرضت يوماً إلى الحظر من هذه المجموعة؟ *
Mark only one oval

- نعم ☐
- لا ☐

18.

هل سبق وأن تعرضت لمحاولة منعك من الحوار من طرف أحد الأعضاء المنتسبين إلى المجموعة؟ *
Mark only one oval

- نعم ☐
- لا ☐

: المحور الثالث: طبيعة ثقافة الحوار داخل المجموعة

19.

هل سبق وأن خضت حوار مع أحد أنصار الديانتين (المسيحية أو الإسلام) داخل هذه المجموعة؟ *
Mark only one oval

- نعم ☐
- لا ☐

20. إذا أجبت بنعم كم مرة دخلت في حوار مع أنصار إحدى الديانات (المسيحية أو الإسلام) داخل هذه المجموعة؟
Mark only one oval

- مرة ☐
- مرتين ☐
- ثلاث مرات ☐
- أكثر من ثلاث مرات ☐

21. كيف كانت هذه التجربة (أي تجربة الحوار مع الآخر)؟
Mark only one oval

- جيدة ☐
- حسنة ☐
- سيئة ☐

22. وهل النقاش الذي دار بينكم كان؟
Mark only one oval

- بأسلوب محترم ☐
- بأسلوب ساخر ☐
- بأسلوب عنيف (سب، شتم، تهديد...) ☐
- Other: ☐

23. هل المنشورات والتعليقات التي تعرض في المجموعة تحفز على التواصل والحوار؟ *
Mark only one oval

- دائما ☐
- غالبا ☐
- أحيانا ☐
- نادرا ☐
- أبدا ☐

24. من خلال المنشورات والحوارات(التعليقات) داخل المجموعة هل تلمس روح تقبل الآخر؟ *
Mark only one oval

- دائما ☐
- غالبا ☐
- أحيانا ☐
- نادرا ☐
- أبدا ☐

25. هل سبق و أن توصلت مع أحد أعضاء هذه المجموعة إلى تفاهم أو إجماع حول مسألة دينية كانت موضوع نقاشكم؟
Mark only one oval

- نعم ☐
- لا ☐

لا أعرف ☐

26. هل ما يعرض من طرف أعضاء المجموعة ؟
Mark only one oval

يعمق الحوار ☐يقطع الحوار ☐- يدفع إلى الصراع ☐

27. من خلال ما يدور من نقاشات وحوارات (تعليقات) داخل المجموعة هل تلمس أن هناك؟ *
Mark only one oval

احترام متبادل للخصوصيات الدينية ☐- عدم وجود احترام متبادل للخصوصيات الدينية ☐هناك البعض فقط من يحترم الخصوصية الدينية ☐- هناك البعض فقط من لا يحترم الخصوصية الدينية ☐- لا أعرف ☐

28. هل سبق وان تعرضت للسب والشتيم من طرف أعضاء المجموعة؟ *
Mark only one oval

نعم ☐لا ☐

29. أين تفضل إجراء الحوارات مع أنصار الديانات الأخرى (المسيحية، الإسلام)؟ *
Mark only one oval

- تفضل أن تناقش مثل هذه المواضيع وجها لوجه في العالم الواقعي ☐تفضل أن تناقش مثل هذا المواضيع في الفايسبوك ☐Other: ☐

30. إذا كنت تفضل النقاش حول هذه المواضيع (الحوار بين الاديان) في الفايسبوك ما هي أسباب ذلك؟

المحور الرابع : المعلومات الشخصية

31. الجنس *
Mark only one oval

ذكر ☐أنثى ☐

32.

* السن

.Mark only one oval

من 16 إلى 20 سنة ☐من 21 إلى 35 سنة ☐من 36 إلى 50 سنة ☐أكثر من 51 سنة فأكثر ☐

33.

* المستوى العلمي

.Mark only one oval

ابتدائي ☐متوسط (إعدادي) ☐ثانوي (الثانوية العامة) ☐جامعي ☐

34.

* المهنة/الوظيفة

35.

* دولة الإقامة

36.

* ديانتك

.Mark only one oval

الإسلام ☐المسيحية ☐:Other ☐

Powered by



Survey

Minister of Higher Education and Scientific Research
Higher National School of Journalism and Medias Sciences

Survey

This survey is part of the preparation of a PhD thesis on medias and communication science entitled « Social Networking Sites and the Interfaith dialogue -Analytical-descriptive Study on a sample of Groups that advocate dialogue between Muslims and Christians on Facebook ». Please read the questions carefully and answer them according to your personal experience. We assure you that your answers will only be used for strictly scientific purposes. Thank you.
Thank you for your cooperation.

Student: Boucif Djamel
Djamel

Supervisor: Pr Bouadjimi

*Required

The first axis: Interaction in the group

1. What is your preferred Means of accessing this group? *

Mark only one oval.

- ☐ the Smartphone
- ☐ Laptop
- ☐ Computer
- ☐ Tablets
- ☐ Other: _____

2. What is your daily usage rate on facebook? *

Mark only one oval.

- ☐ Less than two hour
- ☐ From two hours to four hours
- ☐ From five to seven hours.
- ☐ Eight hours and more

3. You connect (in the group): *

Mark only one oval.

- ☐ Regularly
- ☐ Irregularly
- ☐ Rarely

4. How much times do you stay in the group? **Mark only one oval.*

- ☐ Less than two hour
- ☐ From two hours to four hours
- ☐ From five to seven hours
- ☐ Eight hours or more

5. How do you interact to publications and comments in the group? (You can choose more than one answer) **Tick all that apply.*

- ☐ Make a like
- ☐ Comment
- ☐ Share publications
- ☐ Use emojis
- ☐ Do not interact (follow only)
- ☐ Other: _____

6. Do you participate in the debate in the group? **Mark only one oval.*

- ☐ Always
- ☐ Often
- ☐ Sometimes
- ☐ Rarely
- ☐ Never

7. Do you take the initiative to publish in the group? **Mark only one oval.*

- ☐ Always
- ☐ Often
- ☐ Sometimes
- ☐ Rarely
- ☐ Never

8. **What type of publication do you publish in the group? (you can choose more than one answer): ***

Tick all that apply.

- ☐ Quotes from religious texts
- ☐ Religious images
- ☐ The opinions of the religious
- ☐ Religious videos
- ☐ I do not publish
- ☐ Other: _____

9. **Do you use arguments and evidence in debates?**

Mark only one oval.

- ☐ Always
- ☐ Often
- ☐ Sometimes
- ☐ Rarely
- ☐ Never

10. **The arguments and evidence used in your dialogue do you bring them from :?(you can choose more than one answer): ***

Tick all that apply.

- ☐ The intellectual books (the opinions of the philosophers, the opinions of the thinkers ...)
- ☐ The sacred books (Koran, Bible)
- ☐ The opinions of religious (Imams, Priests, Missionaries ...)
- ☐ Other: _____

11. **How do you evaluate the arguments and evidence presented during the discussion? For you, they are: ***

Mark only one oval.

- ☐ Clear
- ☐ Ambiguous
- ☐ Sometimes clear
- ☐ Sometimes ambiguous
- ☐ I do not know

Second axis: freedom of interaction in the group

12. Is it permissible to publish all publications and religious comments in the group?

*

Mark only one oval.

- ☐ Always
- ☐ Often
- ☐ Sometimes
- ☐ Rarely
- ☐ Never

13. Do the ban on your publications due to:*Mark only one oval.*

- ☐ Non-religious publications
- ☐ Publications contrary to the rules of the group
- ☐ The responsible of the group lean more for a given religion.
- ☐ Other: _____

14. When you post or comment , how much time it take to be admitted ?*Mark only one oval.*

- ☐ A few: seconds
- ☐ Minutes
- ☐ Hours
- ☐ Days
- ☐ Weeks
- ☐ Months

15. After sharing your posts and comments, did the group responsible delete them?*Mark only one oval.*

- ☐ Always
- ☐ Often
- ☐ Sometimes
- ☐ Rarely
- ☐ Never

16. If you break the laws of the group, how do the responsible of the group proceed?*Mark only one oval.*

- ☐ They warn you
- ☐ They delete your post or comment
- ☐ They block you
- ☐ Other: _____

17. Have you already been blocked by the group? **Mark only one oval.*

- ☐ Yes
- ☐ No

18. Have you ever been prevented from dialoguing by a member in this group? **Mark only one oval.*

- ☐ Yes
- ☐ No

Third axis: The group dialogue nature culture

19. Have you ever discussed to a Christian or a Muslim? **Mark only one oval.*

- ☐ Yes
- ☐ No

20. If you answer by yes, how many times have you discussed?*Mark only one oval.*

- ☐ Once
- ☐ Twice
- ☐ Three times
- ☐ More than three times

21. How was this experience? (dialogue experience)*Mark only one oval.*

- ☐ Extraordinary
- ☐ Good
- ☐ Bad

22. Do the dialogue in this group: **Mark only one oval.*

- ☐ Respectful
- ☐ Mocking
- ☐ Violent
- ☐ Other: _____

23. **Do the publications and comments presented by the group encourage communication and dialogue? ***

Mark only one oval.

- ☐ Always
- ☐ Often
- ☐ Sometimes
- ☐ Rarely
- ☐ Never

24. **Through these publications and comments, do you touch the spirit of acceptance of the other? ***

Mark only one oval.

- ☐ Always
- ☐ Often
- ☐ Sometimes
- ☐ Rarely
- ☐ Never

25. **Have you ever been in agreement with one of the group members? ***

Mark only one oval.

- ☐ Yes
- ☐ No
- ☐ I do not know

26. **What do group members post : ***

Mark only one oval.

- ☐ Advances the debate
- ☐ Break the debate
- ☐ leads to controversy

27. **By attending the debates and dialogues in the group, do you see that there is: ***

Mark only one oval.

- ☐ Respect for religions
- ☐ A failure to respect religious convictions
- ☐ There are only a few who respect the religious specificities
- ☐ There are only a few who do not respect religious specificities
- ☐ I do not know

28. **Have you ever been insulted by members of the group?**

Mark only one oval.

- ☐ Yes
- ☐ No

29. Do you prefer to dialogue with people of other faiths?*Mark only one oval.*

- ☐ Face to face in the real life
- ☐ On Facebook
- ☐ Other: _____

30. If you prefer the debate of these subjects (interfaith dialogue) on the facbook, why?

Fourth axis: personal information

31. Sex: **Mark only one oval.*

- ☐ Male
- ☐ Female

32. Age: **Mark only one oval.*

- ☐ Between 16 and 20
- ☐ 21 and 35
- ☐ 36 and 50
- ☐ 51and more

33. Education level **Mark only one oval.*

- ☐ Primary
- ☐ Middle
- ☐ Secondary
- ☐ University

34. Occupation: *

35. Country of residence: *

36. **Religion:** **Mark only one oval.*☐ Islam☐ Christianity☐ Other: _____

Powered by



Questionnaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Ecol National Supérieure de Journalisme et des Sciences de l'information

Ce questionnaire s'inscrit dans le cadre de la préparation d'une thèse de doctorat es-sciences de l'information et de la communication dont le titre est : « Réseaux Sociaux et Dialogue Interreligieux - Etude Descriptive et Analytique Cas de groupes appelant au dialogue Musulman-Chrétien sur facebook ». Prière de lire avec attention les questions et d'y répondre selon votre expérience personnelle. Nous vous assurons que vos réponses ne seront utilisées qu'à des fins strictement scientifiques. Merci.

Préparé par : Djamal Boucif

la direction de : Pr Bouadjimi Djamel

*Required

Premier axe : L'interaction dans le groupe

1. Quel moyen utilisez-vous pour vous connecter au groupe ? *

Mark only one oval.

- ☐ Le smart
- ☐ Micro portable
- ☐ Micro fixe
- ☐ Tablette
- ☐ Other: _____

2. Quel est votre taux d'utilisation quotidien sur facebook ? *

Mark only one oval.

- ☐ Moins deux heure
- ☐ De deux heures à quatre heures
- ☐ De cinq heures à sept heures
- ☐ De huit heures et plus

3. Vous vous connectez(dans le groupe): *

Mark only one oval.

- ☐ Régulièrement
- ☐ Irrégulièrement
- ☐ Rarement

4. Combien de temps restez-vous dans le groupe ? **Mark only one oval.*

- ☐ Moins deux heure
- ☐ De deux heures à quatre heures
- ☐ De cinq heures à sept heures
- ☐ De huit heures et plus

5. Quelle est votre façon de réagir par rapport aux publications et commentaires dans le groupe ?(Vous pouvez choisir plus d'une réponses) **Tick all that apply.*

- ☐ Faire un j'aime
- ☐ Commenter
- ☐ Partager les publications
- ☐ Placez des emojis
- ☐ Ne pas réagir c'est- à- dire suivre uniquement
- ☐ Other: _____

6. Est-ce que vous participez au débat dans le groupe ? **Mark only one oval.*

- ☐ Toujours
- ☐ Souvent
- ☐ Parfois
- ☐ Rarement
- ☐ Jamais

7. Est-ce que vous prenez l'initiative de publier dans le groupe ? **Mark only one oval.*

- ☐ Toujours
- ☐ Souvent
- ☐ Parfois
- ☐ Rarement
- ☐ Jamais

8. **Quel type de publication vous publiez dans le groupe ? (vous pouvez choisir plus d'une réponse) ***

Tick all that apply.

- ☐ Des citations tirées de textes religieux
- ☐ Des images religieuses
- ☐ Des propos et des avis des religieux
- ☐ Des vidéos religieuses
- ☐ Je ne publie pas
- ☐ Other: _____

9. **Est-ce que vous vous appuyez sur des preuves et des arguments dans les débats?**

Mark only one oval.

- ☐ Toujours
- ☐ Souvent
- ☐ Parfois
- ☐ Rarement
- ☐ Jamais

10. **Quelles sont les sources des arguments et des preuves donnés dans le dialogue? (vous pouvez choisir plus d'une réponse)**

Tick all that apply.

- ☐ Les livres intellectuels (les opinions des philosophes, les opinions des penseurs ...)
- ☐ Les Livres sacrés (Coran, Bible)
- ☐ Les propos et les opinions des religieux (les imams, les prêtres, les missionnaires...)
- ☐ Other: _____

11. **Comment évaluez-vous les arguments et les preuves présentés au cours de la discussion? Pour vous, ils sont : ***

Mark only one oval.

- ☐ Clairs
- ☐ Parfois clairs
- ☐ Parfois ambigus
- ☐ Ambigus
- ☐ Je ne sais pas

Deuxième axe : la liberté d'interaction dans le groupe

12. **Est-ce qu'il est permis de publier toutes les publications et les commentaires religieuses dans le groupe ?**

Mark only one oval.

- ☐ Toujours
- ☐ Souvent
- ☐ Parfois
- ☐ Rarement
- ☐ Jamais

13. **Es-ce que l'interdiction de vos publications tient à :**

Mark only one oval.

- ☐ Des publications non religieuses
- ☐ Des publications contraires aux règlements du groupe
- ☐ Les responsables du groupe penchent plus pour une religion donnée
- ☐ Other: _____

14. **Après combien de temps vos publications sont admises par le groupe?**

Mark only one oval.

- ☐ Quelques : secondes
- ☐ Minutes
- ☐ Heures
- ☐ Jours
- ☐ Semaines
- ☐ Mois

15. **Après avoir partagé vos publications et vos commentaires, est-ce quelles sont supprimées par les responsables du groupe ?**

Mark only one oval.

- ☐ Toujours
- ☐ Souvent
- ☐ Parfois
- ☐ Rarement
- ☐ Jamais

16. **Si vous transgressez les lois du groupe , comment procèdent les responsables du groupe ?**

Mark only one oval.

- ☐ Ils vous avertissent
- ☐ Ils suppriment votre publication ou votre commentaire
- ☐ Ils vous bloquent
- ☐ Other: _____

17. Est-ce que vous avez déjà été bloqué par le groupe ? **Mark only one oval.*

- ☐ Oui
- ☐ Non

18. Est-ce qu'on a déjà essayé de vous empêcher de dialoguer avec un membre du groupe ? **Mark only one oval.*

- ☐ Oui
- ☐ Non

Troisième axe : La nature de culture du dialogue dans le groupe

19. Est-ce que vous avez déjà dialogué avec un chrétien ou un musulman ? **Mark only one oval.*

- ☐ Oui
- ☐ Non

20. Si vous répondez par oui, combien de fois vous avez dialogué ?*Mark only one oval.*

- ☐ Une fois
- ☐ Deux fois
- ☐ Trois fois
- ☐ Plus de trois fois

21. Comment c'était comme expérience ?(expérience de dialogue)*Mark only one oval.*

- ☐ Extraordinaire
- ☐ Bonne
- ☐ Mauvaise

22. Est-ce que le dialogue dans ce groupe était ? **Mark only one oval.*

- ☐ Respectueux
- ☐ Moqueur
- ☐ Violent
- ☐ Other: _____

23. **Est-ce que les publications et les commentaires exposées par le groupe encouragent la communication et le dialogue? ***

Mark only one oval.

- ☐ Toujours
- ☐ Souvent
- ☐ Parfois
- ☐ Rarement
- ☐ Jamais

24. **A travers ces publications et commentaires, touchez-vous l'esprit d'acceptation de l'autre? ***

Mark only one oval.

- ☐ Toujours
- ☐ Souvent
- ☐ Parfois
- ☐ Rarement
- ☐ Jamais

25. **Est-ce qu'il vous est arrivé d'être en accord avec un des membres du groupe?**

Mark only one oval.

- ☐ Oui
- ☐ Non
- ☐ Je ne sais pas

26. **Ce que les membres du groupe exposent : ***

Mark only one oval.

- ☐ Fait avancer le débat
- ☐ Rompt le débat
- ☐ Mène à la controverse

27. **En assistant aux débats et dialogues dans le groupe, est-ce que vous voyez qu'il y a ***

Mark only one oval.

- ☐ Un respect réciproque concernant les religions
- ☐ Un non respect des convictions religieuses
- ☐ Il n'y a que quelques uns qui respectent les spécificités religieuses
- ☐ Il n'y a que quelques-uns qui ne respectent pas les spécificités religieuses
- ☐ Je ne sais pas

28. Avez-vous déjà été insulté par des membres du groupe? **Mark only one oval.*

- ☐ Oui
- ☐ Non

29. Est-ce que vous préférez dialoguer avec les individus d'autres confessions ? **Mark only one oval.*

- ☐ Face à face dans le monde réel
- ☐ Sur facebook
- ☐ Other: _____

30. Si vous préférez le débat de ces sujets(dialogue interreligieuse) sur facbook , pourquoi ?

Quatrième axe : l'information personnelle

31. sex **Mark only one oval.*

- ☐ Feminin
- ☐ Masculin

32. Âge **Mark only one oval.*

- ☐ Entre 16 et 20
- ☐ 21et 35
- ☐ 36 et 50
- ☐ 51et plus

33. Niveau éducatif **Mark only one oval.*

- ☐ Primaire
- ☐ Moyen
- ☐ Secondar
- ☐ Universitaire

34. **Profession ***

35. **Pays de résidence ***

36. **Religion ****Mark only one oval.*☐ Islam☐ Christianisme☐ Other:

Powered by



الملحق رقم (12)

المجموعة الناطقة باللغة العربية



المسيحية تسأل والإسلام يجيب حوار إسلامي مسيحي محترم

تم الانضمام | الإعجابات | مشاركة | المزيد

دعوة أعضاء

أدخل الاسم أو عنوان البريد الإلكتروني

7٠,٧٨٦ عضوًا

الأعضاء



عرض الكل (٨٩)

اسمه علي

١٩٠ - ١٩٠ - ١٩٠

الساعة ١٣:٤٤ م

##الهيكل_وتريجة_موسى_وتريجة_التي_صلوات_الله_وسلامه_عليهم

عندما أذكر عيسى عليه السلام تلامذه أذكر أبا هكلا سليمان

ابحث في هذه المجموعة

الاختصارات

...DIALOGUE:CHRETI

أسئلة الإيمان والاتصال بجامع...

الملحق رقم (13)
المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية

Meaningful Christian - Muslim Dialogue



تم الإضمام

✓ الإشعارات

» مشاركة

... المزيد

دعوة أعضاء

أدخل الاسم أو عنوان البريد الإلكتروني

125,335 عضوًا

الأعضاء



عرض الكل (٨)

Christos Terzis

٢٤٠٠ يولي ٢٠١٧

PLEASE READ THE RULES BEFORE POSTING OR COMMENTING.
DON'T WONDER WHY YOUR POST WASN'T ACCEPTED IF YOU

Meaningful Christian - Muslim Dialogue

مجموعة خاصة

حول

مناقشة

الإعلامات

الأعضاء

المناسبات

مقاطع الفيديو

الصور

الملفات

ابحث في هذه المجموعة

الاختصارات

... DIALOGUE :CHRETI

أسئلة الإعلام والاتصال بجامع...

Christian - Muslim Di

الملحق رقم (14)

المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية



Debat Chrétiens et
Musulmans

مجموعة عامة

حول

مناقشة

الأعضاء

المناسبات

مقاطع الفيديو

الصور

الملفات

بحث في هذه المجموعة

الاختصارات

التشوية الوطنية لملقة الدك... 18

واد تكيس الفرارة 20+

زردنة مسيحية اسلامية 7

ملفات وطنية ودولية 20+

إضافة أعضاء

أدخل الاسم أو عنوان البريد الإلكتروني

43642 عضوًا

الأعضاء

المر

يد

إضافة صورة فيفي

كتابة منشور

اكتب شيئًا...

الصفحة	فهرس المحتويات
.....	الاهداء
.....	الشكر
.....	قائمة المحتويات.....
01	مقدمة
04	إشكالية الدراسة.....
05	تساؤلات الدراسة:.....
05	أهمية الدراسة:.....
06	أسباب اختيار الموضوع.....
07	أهداف الدراسة.....
07	مجتمع البحث عينة الدراسة.....
09	حدود الدراسة.....
09	منهج الدراسة.....
09	أدوات الدراسة.....
11	اختبارات الثبات بالنسبة للأدوات الأربع المعتمدة في الدراسة.....
12	الأدوات الاحصائية المستخدمة في تفرغ وتحليل البيانات.....
12	الدراسات السابقة.....
25	نقد الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها
27	مصطلحات الدراسة.....
36	نظرية الفضاء العمومي ليورغن هابرماس.....
41	نظرية حارس البوابة الإعلامية Gate Keeping Theory.....

الفصل الأول

مواقع التواصل الاجتماعي في بيئة الانترنت

42	المبحث الأول: بيئة الأنترنت.....
42	المطلب الأول: مفهوم ونشأة الأنترنت الانترنت Internet Concept.....
46	أولاً: من الناحية اللغوية:.....
47	ثانياً: المفهوم الاصطلاحي.....
48	ثالثاً: نشأة الانترنت وتطورها.....
51	المطلب الثاني: الخصائص الاتصالية عبر شبكة الانترنت.....
54	المطلب الثالث: 2.0 تحول تقني جديد.....
54	أولاً: تعريف الويب 2.0.....
55	ثانياً: خصائص الويب 2.0.....
56	المطلب الرابع: الأنترنت وعولمة الإعلام.....

59	المبحث الثاني: إعلام الوسائل الجديدة وإشكالية المفهوم New Media
59	المطلب الأول: مفهوم إعلام الوسائل الجديدة New Media
68	المطلب الثاني: زوايا أعمق لفهم إعلام الوسائل الجديدة.....
68	1- مدخل نيغروبونتي لفهم الإعلام الجديد(اعلام الوسائل الجديدة).....
69	2- مدخل كروسي.....
69	النموذج الأول: الاتصال الشخصي
69	النموذج الثاني: الاتصال الجمعي.....
69	النموذج الثالث: الإعلام الجديد(إعلام الوسائل الجديدة).....
70	3- مدخل مانوفيتش Manovich.....
71	4- مدخل بافليك.....
72	5- مدخل بولتر وجروسين Bolter and Grusin.....
73	6- مدخل فيدلر للإعلام الجديد(إعلام الوسائل الجديدة).....
75	المطلب الثالث: أهم الوسائل التكنولوجية الحديثة.....
75	أولاً: تكنولوجيا الحاسوب.....
77	ثانياً: تكنولوجيا الأقمار الصناعية
80	ثالثاً: الألياف البصرية أو الضوئية.....
81	رابعاً: الهاتف الذكي Smart Phone.....
84	المطلب الرابع: الفرق بين إعلام الوسائل الجديدة وإعلام الوسائل القديمة.....
85	- إعلام رأسي وإعلام أفقي.....
85	- المراسل الصحفي والصحافي المواطن.....
86	- الحرية الواسعة.....
86	- المركزية واللامركزية الإعلامية.....
87	- السرعة والسهولة.....
87	- عالمية الرسالة الاعلامية.....
87	- قابلية التحديث.....
90	المبحث الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي أحد أشكال التحول التقني الجديد.....
90	المطلب الأول: مفهوم ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي.....
90	● مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي.....
91	● نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.....
94	المطلب الثاني: خصائص ووظائف مواقع التواصل الاجتماعي.....
95	● خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.....
96	● وظائف مواقع التواصل الاجتماعي.....

101	المبحث الثالث: أهم النظريات المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي.....
101	➤ نظرية الشبكات الاجتماعية Social Networks Theory.....
102	➤ نظرية الحضور الاجتماعي Social Presence Theory.....
104	➤ نظرية ثراء وسائل الإعلام Medias Richness Theory.....
107	➤ نظرية التفاعلية الرمزية Symbolic Interaction.....
110	➤ نظرية الاستخدامات والاشباع Uses & Gratification.....
114	المطلب الرابع: الفايسبوك ومواقع التواصل الاجتماعية الأخرى.....
114	أولاً- الفايسبوك Facebook.....
123	ثانياً -تويتر Tweeter.....
123	ثالثاً- اليوتيوب Youtube.....
124	رابعاً- لينكدن LinkedIn.....
125	خامساً- المدونات Bolgs.....
128	المبحث الرابع: جدلية المجتمع الافتراضي في ظل تواجد المجتمع الواقعي بين التناغم والتنافر
128	المطلب الأول: المجتمع الافتراضي والجماعات الافتراضية أي طبيعة؟.....
128	أولاً- المجتمع الافتراضي Virtual communitie.....
132	ثانياً: الجماعات الافتراضية...أكثر حرية Virtual groups or Virtual teams.....
136	المطلب الثاني: العلاقات الافتراضية شكل من أشكال العلاقات الاجتماعية Virtual relationships.....
138	المطلب الثالث: التنشئة الالكترونية إحدى المؤسسات الاجتماعية Electronic socialization.....
139	➤ التنشئة الالكترونية للأطفال Children electronic socialization.....
140	➤ أساليب التنشئة الالكترونية The way of electronic socializatio.....
141	المطلب الرابع: الهوية الافتراضية إعادة إنتاج للهوية الواقعية Virtual Identity.....
141	➤ مفهوم الهوية الافتراضية The definition of virtual identity.....
142	➤ نشأة الهوية الافتراضية Creation of virtual identity.....
143	➤ سمات الهوية الافتراضية The features of virtual identity.....
144	خلاصة.....

الفصل الثاني

ظاهرة حوار الأديان بين إعلام الوسائل التقليدية وإعلام الوسائل الجديدة

146	المبحث الأول: ماهية الأديان والحوار.....
146	المطلب الأول: الدين مفهومه أهميته ومكوناته.....
146	أولاً - مفهوم الدين.....
148	ثانياً- أهمية الدين.....
148	ثالثاً- مكونات الدين.....

151	المطلب الثاني: أنواع الأديان.....
151	أولاً- أديان سماوية.....
164	ثانياً: الأديان الوضعية.....
168	ثالثاً- الأديان الرقمية.....
172	المطلب الثالث: الحوار مفهومه أهميته أنواعه وقواعده.....
172	أولاً- مفهوم الحوار:.....
175	ثانياً- أهمية الحوار.....
176	ثالثاً- أنواع الحوار.....
179	رابعاً- قواعد الحوار.....
179	المطلب الرابع: الأهداف العامة للحوار.....
181	المبحث الثاني: الأديان في البيئة الرقمية.....
181	المطلب الأول: تعريف الدين الرقمي ونشأته.....
182	أولاً- تعريف الدين الرقمي Definition of Online Religion.....
182	ثانياً- نشأة الدين الرقمي.....
184	المطلب الثاني: العبادات والطقوس الدينية من البيئة الواقعية إلى البيئة الرقمية.....
184	المطلب الثالث: أشكال الممارسات الدينية في البيئة الافتراضية Forms Of Online Religio.....
185	المطلب الرابع: تشكل المجتمع الديني عبر الأنترنت Online Religious Community.....
186	المبحث الثالث: طبيعة الحوار بين أتباع الأديان.....
186	المطلب الأول: الحوار بين أتباع الأديان مفهومه نشأته أهميته وأنواعه.....
186	أولاً- مفهوم الحوار بين الأديان.....
186	ثانياً- نشأة الحوار الأديان.....
188	ثالثاً- أهمية حوار الأديان.....
189	رابعاً- أنواع حوار الأديان.....
190	المطلب الثاني: أهم نقاط الالتقاء والافتراق بين الديانة المسيحية والإسلام.....
195	المطلب الثالث: حوار الأديان بين الداعمين والرافضين من المفكرين.....
201	المطلب الرابع: العوائق التي تقف في وجه الحوار بين أتباع الأديان.....
205	المبحث الرابع: أنماط الوسائل الإعلامية المستخدمة في الحوار بين المسلمين والمسيحيين...
205	المطلب الأول: أهم الوسائل التقليدية التي احتضنت الحوار بين المسلمين والمسيحيين.....
205	أولاً- الرسائل:.....
205	ثانياً- تبادل الزيارات واللقاءات بين ممثلي الديانتين.....
206	ثالثاً- تنظيم الملتقيات والمؤتمرات:.....
207	رابعاً- إصدار مجلات خاصة بالحوار بين الديانتين:.....
208	خامساً: إنشاء مراكز وهيئات خاصة تشجع على الحوار بين الأديان.....

209	سادسا: إقامة أيام إقامة احتفال سنوية عالمية من أجل تعزيز ثقافة الحوار والتعايش مع مختلف أبناء البشر على اختلاف معتقداتهم وأجناسهم.....
210	سابعا- تنظيم لقاءات حوارية تلفزيونية.....
211	المطلب الثاني: الحوار المسيحي الإسلامي عبر المواقع الالكترونية.....
212	أولا- موقع أبونا.....
212	ثانيا- موقع قنطرة للحوار مع العالم الاسلامي.....
213	المطلب الثاني: الحوار المسيحي الإسلامي عبر المدونات الالكترونية.....
213	المطلب الثالث: الحوار المسيحي الإسلامي عبر اليوتيوب.....
216	المطلب الرابع: الحوار المسيحي الإسلامي عبر الفايسبوك.....
220	خلاصة.....

الفصل الثالث

تحليل نتائج المقابلات والملاحظة بالمشاركة ومضمون المجموعات الثلاث:

222	المبحث الأول: التعريف بالمجموعات الثلاث.....
222	المطلب الأول: تعريف بالمجموعة الناطقة باللغة العربية.....
223	المطلب الثاني: التعريف بالمجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية.....
224	المطلب الثالث: التعريف بالمجموعة الناطقة باللغة الفرنسية.....
226	المبحث الثاني: تحليل نتائج المقابلات.....
226	المطلب الأول: النتائج المتعلقة بخصائص أفراد العينة الذين أجريت معهم المقابلة.....
227	المطلب الثاني: النتائج المتعلقة بالإعداد التقني للمجموعات الثلاث.....
231	المطلب الثالث: النتائج المتعلقة بالأهداف التي تقف وراء إنشاء المجموعات الثلاث.....
233	المطلب الرابع: النتائج المتعلقة بكيفية تفاعل المسؤولون والمشرفون مع أعضاء مجموعاتهم.....
238	المبحث الثالث: تحليل نتائج الملاحظة بالمشاركة.....
235	المطلب الأول: تحليل الملاحظة الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة العربية.....
239	المطلب الثاني: تحليل الملاحظة الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية.....
242	المطلب الثالث: تحليل الملاحظة الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة الفرنسية.....
246	المطلب الرابع: النتائج العامة للملاحظة الخاصة بالمجموعات الثلاث.....
248	المبحث الرابع: تحليل نتائج المضمون الخاصة بالمجموعات الثلاث.....
248	المطلب الأول: تحليل مضمون المجموعة الناطقة باللغة العربية.....
258	المطلب الثاني: تحليل مضمون المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية.....
267	المطلب الثالث: تحليل مضمون المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية.....
277	المطلب الثالث: مقارنة نتائج تحليل مضمون المجموعات الثلاث.....
292	خلاصة.....

الفصل الرابع

تحليل نتائج الاستبيان الخاص بالمجموعات الثلاث

294	المبحث الأول: تحليل نتائج الاستبيان الخاص بالمجموعة الناطقة باللغة العربية.....
294	المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة العربية.....
297	المطلب الثاني: أساليب تفاعل الجمهور داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية.....
313	المطلب الثالث: حرية التفاعل داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية.....
323	المطلب الرابع: طبيعة ثقافة الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية.....
338	المبحث الثاني: تحليل نتائج الاستبيان الخاص بالمجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية.....
338	المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية.....
340	المطلب الثاني: أساليب تفاعل الجمهور داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية.....
354	المطلب الثالث: حرية التفاعل داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية.....
362	المطلب الرابع: طبيعة ثقافة الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية.....
374	المبحث الثالث: تحليل نتائج الاستبيان الخاص بالمجموعة الناطقة باللغة الفرنسية.....
374	المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة الفرنسية.....
377	المطلب الثاني: أساليب تفاعل الجمهور داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية.....
389	المطلب الثالث: حرية التفاعل داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية.....
397	المطلب الرابع: طبيعة ثقافة الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية.....
409	المبحث الرابع: المقارنة بين إجابات أفراد عينة المجموعات الثلاث.....
40	المطلب الأول: مقارنة النتائج المتعلقة بأساليب تفاعل الجمهور داخل المجموعات الثلاث.....
420	المطلب الثاني: مقارنة النتائج المتعلقة بحرية تفاعل الجمهور داخل المجموعات الثلاث.....
429	المطلب الثالث: مقارنة النتائج المتعلقة بطبيعة ثقافة الحوار داخل المجموعات الثلاث.....
443	المطلب الرابع: النتائج العامة الخاصة بجمهور المجموعات الثلاث.....
446	خلاصة.....
447	النتائج العامة ومناقشتها على ضوء التساؤلات الفرعية للدراسة.....
456	خاتمة.....
458	التوصيات.....
	قائمة المصادر والمراجع.....
	الملاحق.....
	فهرس المحتويات.....

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	
103	الفرق بين مفهوم الحضور الاجتماعي عبر الاتصال الشخصي والحضور الاجتماعي عبر الانترنت كوسيط اتصالي	1.
106	يوضح مقارنة Lodhia للثراء بين الإعلام المطبوع وشبكة الويب العالمية.	2.
119	يقارن بين صلاحيات المسؤولين على صفحات ومجموعات الفيسبوك	3.
226	يوضح خصائص العينة التي أجريت معهم المقابلة الخاصة بالمجموعات الثلاث	4.
248	يوضح خصائص عينة الدراسة الناطقة باللغة العربية	5.
249	يوضح أنواع الوسائط المستخدمة في نشر المضمون من قِبل أطراف الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية	6.
250	يوضح أنواع الرموز التعبيرية التي يستخدمها أطراف الحوار للتعبير عن إعجابهم بالتعليقات من عدمه داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية	7.
251	يوضح أنواع الأساليب الإقناعية المعتمدة من قِبل أطراف الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية	8.
253	يوضح أنواع المواضيع الرئيسية المعروضة للحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية	9.
253	يوضح نوع ديانة الفاعلين في الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية	10.
254	يوضح أهم المصادر التي يعتمد عليها أطراف الحوار من أجل تدعيم حججهم داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية	11.
255	يوضح الأهداف التي يسعى أطراف الحوار تحقيقها داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية	12.
256	يوضح الاتجاهات التي يسعى أطراف الحوار إلى إظهارها داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية	13.
257	يوضح أشكال تدخلات المسؤولين والمشرفين على المجموعة أثناء الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية	14.
258	خصائص عينة الدراسة الناطقة باللغة الانجليزية	15.
259	يوضح أنواع الوسائط المستخدمة في نشر المضمون من قِبل أطراف الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية	16.
261	يوضح أنواع الرموز التعبيرية التي يستخدمها أطراف الحوار للتعبير عن إعجابهم بالتعليقات من عدمه داخل المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية	17.
262	يوضح أنواع الأساليب الإقناعية المعتمدة من قِبل أطراف الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية	18.
262	يوضح أنواع المواضيع المعروضة للحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية	19.
263	يوضح نوع ديانة الفاعلين في الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية	20.
264	يوضح أهم المصادر التي يعتمد عليها أطراف الحوار من أجل تدعيم حججهم داخل المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية	21.
265	يوضح الأهداف التي يسعى أطراف الحوار تحقيقها داخل المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية	22.
266	يوضح الاتجاهات التي يسعى أطراف الحوار إلى إظهارها داخل المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية	23.

24.	يوضح أشكال تدخلات المسؤولين والمشرفين على المجموعة أثناء الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية	266
25.	يوضح خصائص عينة الدراسة الناطقة باللغة الفرنسية	267
26.	يوضح أنواع الوسائط المستخدمة في نشر المضمون من قِبَل أطراف الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	268
27.	يوضح أنواع الرموز التعبيرية التي يستخدمها أطراف الحوار للتعبير عن إعجابهم بالتعليقات من عدمه داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	270
28.	يوضح أنواع الأساليب الإقناعية المعتمدة من قِبَل أطراف الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	271
29.	يوضح أنواع المواضيع المعروضة للحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	272
30.	يوضح نوع ديانة الفاعلين في الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	273
31.	يوضح أهم المصادر التي يعتمد عليها أطراف الحوار من أجل تدعيم حججهم داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	273
32.	يوضح الأهداف التي يسعى أطراف الحوار تحقيقها داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	275
33.	يوضح الاتجاهات التي يسعى أطراف الحوار إلى اظهارها داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	276
34.	رقم(34) يوضح أشكال تدخلات المسؤولين والمشرفين على المجموعة أثناء الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية	276
35.	يوضح خصائص عينة الدراسة	277
36.	يوضح أنواع الوسائط المستخدمة في نشر المضمون من قِبَل أطراف الحوار داخل المجموعات	278
37.	يوضح أنواع الرموز التعبيرية التي يستخدمها أطراف الحوار للتعبير عن اعجابهم بالتعليقات من عدمه داخل المجموعات	279
38.	يوضح أنواع الأساليب الإقناعية المعتمدة من قِبَل أطراف الحوار داخل المجموعات	281
39.	يوضح أنواع المواضيع الرئيسية المعروضة للحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية	282
40.	يوضح نوع ديانة الفاعلين في الحوار داخل المجموعات	283
41.	يوضح أهم المصادر التي يعتمد عليها أطراف الحوار من أجل تدعيم حججهم داخل المجموعات	284
42.	يوضح الأهداف التي يسعى أطراف الحوار تحقيقها داخل المجموعات	286
43.	يوضح الاتجاهات التي يسعى أطراف الحوار إلى اظهارها داخل المجموعات	287
44.	يوضح أشكال تدخلات المسؤولين والمشرفين على المجموعة أثناء الحوار داخل المجموعات	288
45.	يبين خصائص جمهور المجموعة الناطقة باللغة العربية	295
46.	يوضح الوسيلة المفضلة لدى أفراد عينة المجموعة الناطقة باللغة العربية للولوج إلى الفايسبوك	297
47.	يبين معدل استخدام عينة الدراسة للفايسبوك الناطقة باللغة العربية	299
48.	يبين معدل دخول عينة الدراسة للمجموعة الناطقة باللغة العربية	300
49.	يبين معدل بقاء عينة الدراسة داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية	302
50.	يبين طريقة التفاعل داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية:	303

304	51.	يبين معدل المشاركة في الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية
306	52.	يبين مبادرة النشر داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية
307	53.	يبين أنواع المنشورات التي ينشرها أعضاء المجموعة الناطقة باللغة العربية
309	54.	يبين استعمال الحجج والبراهين في الحوار من عدمه
310	55.	يبين مصادر الحجج والبراهين المستعملة في الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية
312	56.	يبين تقييم الحجج والبراهين المستعملة في الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية
313	57.	يبين امكانية عرض المنشورات والتعليقات من طرف افراد العينة من عدمه داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية
315	58.	يبين أسباب عدم عرض بعض منشورات أفراد العينة من طرف مسؤولي المجموعة الناطقة باللغة العربية
316	59.	يوضح المدة التي تستغرقها المنشورات كي تقبل للنشر داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية
318	60.	يوضح إن سبق حذف منشورات أو تعليقات أحد الأعضاء داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية:
319	61.	يبين طريقة تصرف مسؤولي المجموعة مع من يخالف القوانين داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية
320	62.	يبين تعرض عينة الدراسة للحظر من عدمه داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية
322	63.	يبين تعرض عينة الدراسة للمنع من الحوار من عدمه من طرف أحد أعضاء المجموعة الناطقة باللغة العربية
323	64.	يوضح ان كانت عينة الدراسة قد جربت الحوار من عدمه داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية
324	65.	يوضح عدد المرات التي خاضت فيها عينة الدراسة تجربة الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية
325	66.	يوضح تقييم الحوار من طرف عينة الدراسة داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية
326	67.	يبين نوع النقاش الذي دار بين أعضاء المجموعة الناطقة باللغة العربية
327	68.	يبين مدى تحفيز منشورات أعضاء المجموعة الناطقة باللغة العربية على الحوار
328	69.	يبين روح تقبل الآخر من عدمه داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية
329	70.	يوضح إن سبق وتوصل أعضاء المجموعة إلى اجماع حول مسألة دينية داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية
331	71.	يوضح إن كان ما يعرض من طرف الأعضاء يعمق الحوار أو يقطعه أو يدفع إلى الصراع داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية
332	72.	يبين ما يلمسه أعضاء المجموعة الناطقة باللغة العربية من الحوار الذي يجري بينهم أثناء الحوار
333	73.	يوضح إن سبق وتعرض أحد أعضاء المجموعة الناطقة باللغة العربية إلى السب والشتم
335	74.	يبين مكان المفضل لأعضاء المجموعة الناطقة باللغة العربية لإجراء الحوار
336	75.	يوضح أسباب تفضيل أعضاء المجموعة الناطقة باللغة العربية للحوار عبر موقع الفايسبوك
338	76.	يبين خصائص عينة جمهور مجموعة الناطقة باللغة الانجليزي
340	77.	يوضح الوسيلة المفضلة لدى أفراد عينة المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية للولوج إلى الفايسبوك
342	78.	يبين معدل استخدام عينة الدراسة الناطقة بالإنجليزية للفيسبوك
343	79.	يبين معدل دخول عينة الدراسة الناطقة باللغة الانجليزية للمجموعة
344	80.	يبين معدل بقاء عينة الدراسة الناطقة باللغة الانجليزية داخل المجموعة
345	81.	يبين طريقة التفاعل داخل المجموعة الناطقة باللغة الانجليزية

347	82.	يبين معدل المشاركة في الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية
348	83.	يبين مبادرة النشر داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية
349	84.	يبين أنواع المنشورات التي ينشرها أعضاء المجموعة أثناء الحوار
350	85.	يبين استعمال الحجج والبراهين في الحوار من عدمه
351	86.	يبين مصادر الحجج والبراهين المستعملة في الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية
353	87.	يبين تقييم الحجج والبراهين المستعملة في الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية
354	88.	يبين امكانية عرض المنشورات والتعليقات من طرف أفراد العينة من عدمه داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية
355	89.	يبين أسباب عدم عرض بعض منشورات أفراد العينة من طرف مسؤولي المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية
357	90.	يوضح المدة التي تستغرقها المنشورات كي تقبل للنشر داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية
358	91.	يبين إن تعرضت منشورات وتعليقات أفراد العينة للحذف داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية
359	92.	يبين طريقة تصرف مسؤولي المجموعة مع من يخالف القوانين داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية
360	93.	يبين تعرض عينة الدراسة للحظر من عدمه داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية
361	94.	يبين تعرض عينة الدراسة للمنع من الحوار من عدمه من طرف أحد أعضاء المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية
362	95.	يوضح ان كانت عينة الدراسة قد جربت الحوار من عدمه داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية
363	96.	يوضح عدد المرات التي خاضت فيها عينة الدراسة تجربة الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية
364	97.	يوضح تقييم الحوار من طرف عينة الدراسة داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية
365	98.	يبين نوع النقاش الذي دار بين أعضاء المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية
366	99.	يبين مدى تحفيز منشورات أعضاء المجموعة على الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية
367	100.	يبين روح تقبل الآخر من عدمه داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية
368	101.	يوضح إن سبق وتوصل أعضاء المجموعة إلى اجماع حول مسألة دينية داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية
369	102.	يوضح إن كان ما يعرض من طرف الأعضاء يعمق الحوار أو يقطعه أو يدفع إلى الصراع داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية
370	103.	يبين ما يلمسه أعضاء المجموعة من الحوار الذي يجري بينهم أثناء الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية
370	104.	يوضح إن سبق وتعرض أحد أعضاء المجموعة إلى السب والشتم داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية
372	105.	يبين المكان المفضل لأعضاء المجموعة لإجراء الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية
373	106.	يوضح أسباب تفضيل أفراد العينة للحوار عبر موقع الفايسبوك الخاصة بالمجموعة الناطقة باللغة الإنجليزية
375	107.	يبين خصائص عينة جمهور مجموعة الناطقة باللغة الفرنسية
377	108.	يوضح الوسيلة المفضلة لدى أفراد عينة المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية للولوج إلى الفايسبوك
379	109.	يبين معدل استخدام عينة الدراسة للفايسبوك الناطقة باللغة الفرنسية
380	110.	يبين معدل دخول عينة الدراسة للمجموعة الناطقة باللغة الفرنسية
381	111.	يبين معدل بقاء عينة الدراسة داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية

382	112.	يبين طريقة التفاعل داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية
383	113.	يبين معدل المشاركة في الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية
384	114.	يبين مبادرة النشر داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية
385	115.	يبين طريقة التفاعل داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية
386	116.	يبين استعمال الحجج والبراهين في الحوار من عدمه داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية
387	117.	يبين مصادر الحجج والبراهين المستعملة في الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية
388	118.	يبين تقييم الحجج والبراهين المستعملة في الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية
390	119.	يبين امكانية عرض المنشورات والتعليقات من طرف افراد العينة من عدمه داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية
391	120.	يبين أسباب عدم عرض بعض منشورات أفراد العينة من طرف مسؤولي المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية
392	121.	يوضح المدة التي تستغرقها المنشورات كي تقبل للنشر داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية
393	122.	يبين إن تعرضت منشورات وتعليقات أفراد العينة للحذف داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية
394	123.	يبين طريقة تصرف مسؤولي المجموعة مع من يخالف القوانين داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية
395	124.	يبين تعرض عينة الدراسة للحظر من عدمه داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية
396	125.	يبين تعرض عينة الدراسة للمنع من الحوار من عدمه من طرف أحد أعضاء المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية
397	126.	يوضح ان كانت عينة الدراسة قد جربت الحوار من عدمه داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية
398	127.	يوضح عدد المرات التي خاضت فيها عينة الدراسة تجربة الحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية
399	128.	يوضح تقييم الحوار من طرف عينة الدراسة الناطقة باللغة الفرنسية
400	129.	يبين نوع النقاش الذي دار بين أعضاء المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية
401	130.	يبين مدى تحفيز منشورات أعضاء المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية على الحوار على الحوار
402	131.	يبين روح تقبل الآخر من عدمه داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية
403	132.	يوضح إن سبق وتوصل أعضاء المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية إلى إجماع حول مسألة دينية
404	133.	يوضح إن كان ما يعرض من طرف الأعضاء يعمق الحوار أو يقطعه أو يدفع إلى الصراع داخل المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية
405	134.	يبين ما يلزمه أعضاء المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية من الحوار الذي يجري بينهم أثناء الحوار
406	135.	يوضح إن سبق وتعرض أحد أعضاء المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية إلى السب والشتم
407	136.	يبين المكان المفضل لأعضاء المجموعة الناطقة باللغة الفرنسية لإجراء الحوار
408	137.	يوضح أسباب تفضيل أفراد العينة الناطقة باللغة الفرنسية للحوار عبر موقع الفايسبوك
409	138.	يبين معدل دخول عينة الدراسة إلى المجموعات الثلاث
410	139.	يبين معدل بقاء عينة الدراسة داخل المجموعات الثلاث
412	140.	يبين طريقة التفاعل داخل المجموعات الثلاث
413	141.	يبين معدل المشاركة في الحوار داخل المجموعات الثلاث

414	142.	يبين مبادرة النشر داخل المجموعات الثلاث
416	143.	يبين أنواع المنشورات التي ينشرها أعضاء المجموعات الثلاث
417	144.	يبين استعمال الحجج والبراهين في الحوار من عدمه في المجموعات الثلاث
418	145.	يبين مصادر الحجج والبراهين المستعملة في الحوار داخل المجموعات الثلاث
419	146.	يبين تقييم الحجج والبراهين المستعملة في الحوار داخل المجموعات الثلاث
421	147.	يبين امكانية عرض المنشورات والتعليقات من طرف افراد العينة من عدمه داخل المجموعات الثلاث
422	148.	يبين أسباب عدم عرض بعض منشورات أفراد العينة من طرف مسؤولي المجموعة
423	149.	يوضح المدة التي تستغرقها المنشورات كي تقبل للنشر داخل المجموعات
425	150.	يوضح إن سبق حذف منشورات أو تعليقات أحد الأعضاء داخل المجموعات الثلاث
427	151.	يبين طريقة تصرف مسؤولي المجموعات الثلاث مع من يخالف القوانين
427	152.	يبين تعرض عينة الدراسة للحظر من عدمه داخل المجموعات الثلاث
428	153.	يبين تعرض عينة الدراسة للمنع من الحوار من عدمه من طرف أحد أعضاء المجموعات الثلاث
429	154.	يوضح ان كانت عينة الدراسة قد جريت الحوار من عدمه داخل المجموعات الثلاث
431	155.	يوضح عدد المرات التي خاضت فيها عينة الدراسة تجربة الحوار داخل المجموعات الثلاث
432	156.	يوضح تقييم الحوار من طرف عينة الدراسة داخل المجموعات الثلاث
433	157.	يبين نوع النقاش الذي دار بين أعضاء المجموعات الثلاث
434	158.	يبين مدى تحفيز منشورات أعضاء المجموعات الثلاث على الحوار
435	159.	يبين روح تقبل الآخر من عدمه داخل المجموعات الثلاث
436	160.	يوضح إن سبق وتوصل أعضاء المجموع إلى إجماع حول مسألة دينية
437	161.	يوضح إن كان ما يعرض من طرف الأعضاء داخل المجموعات الثلاث يعمق الحوار أو يقطعه أو يدفع إلى الصراع
438	162.	يبين ما يلزمه أعضاء المجموعات الثلاث من الحوار الذي يجري بينهم أثناء الحوار
439	163.	يوضح إن سبق وتعرض أحد أعضاء المجموعات الثلاث إلى السب والشتم
440	164.	يبين مكان المفضل لأعضاء المجموعات الثلاث لإجراء الحوار
441	165.	يوضح أسباب تفضيل أفراد عينة المجموعات الثلاث للحوار عبر موقع الفايسبوك

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	
113	نموذج كاتز للاستخدامات والاشباعات	01
279	يوضح أنواع الوسائط المستخدمة في نشر المضمون من قِبل أطراف الحوار داخل المجموعات	02
280	يوضح أنواع الرموز التعبيرية التي يستخدمها أطراف الحوار للتعبير عن اعجابهم بالتعليقات من عدمه داخل المجموعات	03
281	يوضح أنواع الأساليب الإقناعية المعتمدة من قِبل أطراف الحوار داخل المجموعات	04
282	يوضح أنواع المواضيع الرئيسية المعروضة للحوار داخل المجموعة الناطقة باللغة العربية	05
283	يوضح نوع ديانة الفاعلين في الحوار داخل المجموعات	06
285	الشكل رقم (07) يوضح أهم المصادر التي يعتمد عليها أطراف الحوار من أجل تدعيم حججهم داخل المجموعات	07
286	الشكل رقم (08) يوضح الأهداف التي يسعى أطراف الحوار لتحقيقها داخل المجموعات	08
288	الشكل رقم (09) يوضح الاتجاهات التي يسعى أطراف الحوار إلى إظهارها داخل المجموعات	09
289	الشكل رقم (10) يوضح أشكال تدخلات المسؤولين والمشرفين على المجموعة أثناء الحوار داخل المجموعات	10
410	يبين معدل دخول عينة الدراسة إلى المجموعات الثلاث	11
411	يبين معدل بقاء عينة الدراسة داخل المجموعات الثلاث	12
412	يبين طريقة التفاعل داخل المجموعات الثلاث	13
413	يبين معدل المشاركة في الحوار داخل المجموعات الثلاث	14
415	يبين مبادرة النشر داخل المجموعات الثلاث	15
416	يبين أنواع المنشورات التي ينشرها أعضاء المجموعات الثلاث	16
417	يبين استعمال الحجج والبراهين في الحوار من عدمه في المجموعات الثلاث	17
419	يبين مصادر الحجج والبراهين المستعملة في الحوار داخل المجموعات الثلاث	18
420	يبين تقييم الحجج والبراهين المستعملة في الحوار داخل المجموعات الثلاث	19
421	يبين إمكانية عرض المنشورات والتعليقات من طرف أفراد العينة من عدمه داخل المجموعات الثلاث	20
422	يبين أسباب عدم عرض بعض منشورات أفراد العينة من طرف مسؤولي المجموعة	21
424	يوضح المدة التي تستغرقها المنشورات كي تقبل للنشر داخل المجموعات	22
425	يوضح إن سبق حذف منشورات أو تعليقات أحد الأعضاء داخل المجموعات الثلاث	23
426	يبين طريقة تصرف مسؤولي المجموعات الثلاث مع من يخالف القوانين	24
427	يبين تعرض عينة الدراسة للحظر من عدمه داخل المجموعات الثلاث	25
428	يبين تعرض عينة الدراسة للمنع من الحوار من عدمه من طرف أحد أعضاء المجموعات الثلاث	26
430	يوضح إن كانت عينة الدراسة قد جربت الحوار من عدمه داخل المجموعات الثلاث	27
431	يوضح عدد المرات التي خاضت فيها عينة الدراسة تجربة الحوار داخل المجموعات الثلاث	28
432	يوضح تقييم الحوار من طرف عينة الدراسة داخل المجموعات الثلاث	29

433	يبين نوع النقاش الذي دار بين أعضاء المجموعات الثلاث	30
434	يبين مدى تحفيز منشورات أعضاء المجموعات الثلاث على الحوار	31
435	يبين روح تقبل الآخر من عدمه داخل المجموعات الثلاث	32
436	يوضح إن سبق وتوصل أعضاء المجموع إلى إجماع حول مسألة دينية	33
437	يوضح إن كان ما يعرض من طرف الأعضاء داخل المجموعات الثلاث يعمق الحوار أو يقطعه أو يدفع إلى الصراع	34
438	يبين ما يلمسه أعضاء المجموعات الثلاث من الحوار الذي يجري بينهم أثناء الحوار	35
439	يوضح إن سبق وتعرض أحد أعضاء المجموعات الثلاث إلى السب والشتيم	36
440	يبين مكان المفضل لأعضاء المجموعات الثلاث لإجراء الحوار	37
442	يوضح أسباب تفضيل أفراد عينة المجموعات الثلاث للحوار عبر موقع الفايسبوك	38

عنوان الأطروحة:

مواقع التواصل الاجتماعي والحوار بين الأديان

دراسة وصفية تحليلية لعيّنة من المجموعات التي تدعو إلى الحوار بين المسلمين والمسيحيين على الفايسبوك

من إعداد الطالب: بوسيف جمال

تحت إشراف: أ.دبوعجيمي جمال

الملخص:

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى الكشف عن إذ ما كان الفايسبوك قد أسس فضاءً عمومياً افتراضياً يكرس مبدأ الحوار والنقاش المبني على العقلانية والحرية بين المسلمين والمسيحيين من خلال مضامين المجموعات الثلاث (مجموعة باللغة العربية، مجموعة باللغة الإنجليزية ومجموعة باللغة الفرنسية) التي تدعو إلى الحوار بين أتباع الديانتين، وهذا من خلال الاعتماد على فروض نظريتين أساسيتين ترتكز عليهما هذه الدراسة، الأولى هي نظرية الفضاء العمومي للفيلسوف هابرماس من أجل معرفة مدى عقلانية ونوع الحوار الذي يدار داخل المجموعات محل الدراسة، والثانية هي نظرية حارس البوابة من أجل معرفة إذ ما كان المسؤولون والمشرفون على المجموعات الثلاث يقومون بالغربة البعدية والقبلية لكل ما ينشر داخل هذه المجموعات وقُدُر الحرية المتاحة، كما اعتمدنا في هذه الدراسة على أربع أدوات هي: أداة الملاحظة بالمشاركة، المقابلة، تحليل المضمون وأداة الاستبيان.

توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: اتساع دائرة سلطة الحوار لتشمل عامة الناس، تأنيث الخطاب الديني الافتراضي نتيجة مشاركة المرأة الواسعة مقارنة بإعلام الوسائل التقليدية، سجلنا بأن حوالي 40% لهم اتجاهات إيجابية نحو الحوار، في حين وجدنا بأن أكثر من نصف العينة يحملون اتجاهات تبعث على الصراع، سجلنا أيضاً بأن هناك البعض فقط من يتمتع بثقافة حوار عالية و يملك روح قوية متفتحة على تقبل الآخر المختلف دينياً، كما سجلنا بأن الإقناع هو من أبرز الأهداف التي يسعى أفراد العينة إلى بلوغها.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، الحوار بين الأديان، الاعتدال الديني، التعايش، التسامح.

Abstract :

This study aims at revealing whether Facebook has established a virtual public space that enshrines the principle of dialogue and debate based on rationality and freedom between Muslims and Christians through the contents of the three groups (Arabic, English and French) which encourage communication between the followers of the two religions, and this by relying on the assumptions of two basic theories underlying this study. First, we relied on Habermas' the public sphere theory in order to know the rationality and type of dialogue that is conducted within the groups understudy. Second, we implied the gatekeeper theory so as to find out whether the managers and supervisors of the three groups are conducting a pre and a post screening of all whatever is published within these groups and how much freedom is guaranteed. In this study, we used four tools: participant observation, interviewing, content analysis and survey tool.

A number of results have been attained through this study and the most important ones are; first, the widening of the dialogue authority circle to include the general public. Second, Facebook groups have given women the opportunity to participate in a space that had long been regarded as patriarchal which led to the feminization of the virtual religious discourse. Third, We recorded that about 40% have positive attitudes towards dialogue, while more than half of the sample promotes conflict. We also recorded that only some have a high culture of dialogue and have a strong spirit of openness to accept the 'other', and that persuasion is one of the most important objectives that the sample seeks to achieve.

Keywords: Social Networking Sites ; Interfaith dialogue ; Religious Moderation ; Coexistence ; Acculturation.