

مجلة

جامعة العلاقات العامة

الشرق الأوسط



معامل التأثير العربي = ٢٠١٦ = ١.٣٣

دورية علمية محكمة تصدرها الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الرابعة - العدد الثالث عشر - أكتوبر / ديسمبر ٢٠١٦

- التقرير الإحصائي للمجلة من أكتوبر ٢٠١٣ وحتى سبتمبر ٢٠١٦ ص ٩ ...
- معامل التأثير العربي - تقرير ٢٠١٦ ص ٢١ ...
- الانشار العالمي على منصات المعلومات الرقمية الدولية (Indexed) ص ٢٧ ...

ملخصات بحوث بلغات أجنبية:

- الخدمة العامة للتلفزيون: جذور المفهوم، وتحديات المسئولية العامة

أ.د/ رضوان بو جمعة (جامعة الجزائر ٣)
نور الهدى بزقاو عوض بوزقاو (جامعة الجزائر ٣) ... ص ٣٥

البحوث العربية:

- فاعلية الاتصال المواجهي في التأثير على قرار الناخب العراقي : دراسة ميدانية لانتخابات مجلس النواب العراقي لعام ٢٠١٤
د/ محمد عبد حسن العامری (جامعة بغداد)
علي صادق داود (جامعة بغداد) ... ص ٣٩
- تأثير المواد الإعلامية الصادرة من رئاسة شئون الحرمين وانعكاساتها على توعية الزائرين من الدول العربية - دراسة ميدانية
د/ أحمد سالم عيسوي (جامعة أم القرى) ... ص ٩٣
- عندما يصبح الإعلام شريكاً في صناعة الأزمات الإرهابية: محاولة قراءة سيميائية
د/ ثريا محمد السنوسي (جامعة الغربى بدبي) ... ص ١٥١
- تعرض الشباب العربي للموقع الإلكتروني المتطرف فكريًاً وعلاقته بإدراكيهم للمنطق الدعائي للتنظيمات الإرهابية:
دراسة ميدانية في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث
د/ غادة مصطفى البطريق (جامعة الزقازيق) ... ص ١٧٥
- موقع التواصل الاجتماعي ودورها في دعم السلوك الشرائي للجمهور المصري - دراسة ميدانية
د/ لبنى مسعود عبد العظيم (جامعة سيناء) ... ص ٢٠٩
- دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب المصري بقضايا التنمية المستدامة - دراسة ميدانية
د/ أيمن محمد إبراهيم بريك (جامعة الأزهر) ... ص ٢٥٣
- تطبيقات الإعلانات التجارية المرتبطة بدعم قضايا اجتماعية في مصر دراسة تحليلية
عواطف حسن حيدر اليافعي (جامعة صنعاء) ... ص ٢٩٣

ملخصات الرسائل الجامعية:

- حدود الحرية والمسؤولية المهنية للصحافة الليبية في نشر قضايا الجريمة واتجاهات القانونيين نحوها: دراسة تحليلية ميدانية
نوال محمد علي المهدى الشريف (جامعة الزيتونة - ليبيا) ... ص ٣٣٣

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية

(ENSTINET)

جميع الحقوق محفوظة EPRA @ ٢٠١٦

www.epra.org.eg



محله بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

(JPRR.ME)

دورية علمية محكمة

العدد الثالث عشر - السنة الرابعة - أكتوبر / ديسمبر ٢٠١٦

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د/ حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د/ علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مدير التحرير

أ.د / محمد معرض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء
والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة
رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

أ.د / محمود يوسف مصطفى عبده

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة
لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

مساعدو التحرير

أ. د/ رزق سعد عبد المعطى

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن
جامعة مصر الدولية

د/ ثريا محمد السنوسى

أستاذ مساعد ورئيس قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام
جامعة الغربى

د/ محمد حسن العامري

أستاذ مساعد ورئيس قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام
جامعة بغداد

د/ السيد عبد الرحمن على

مدرس العلاقات العامة بكلية تكنولوجيا الإعلام
جامعة سيناء

صبرى محمد سليمان

مدقق اللغة العربية

أحمد علي بدر

مدقق اللغة الإنجليزية

المراحلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية

الجيزة - الدقى

بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

Www.epra.org.eg

Jprr@epra.org.eg

الم الهيئة العلمية

أ.د علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د مني سعيد الحديدي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المتفرغ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د ياس خضرير البياتي

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عثمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د حسن عماد مكاوي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - العميد السابق لكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د نسمة يونس

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د محمد معرض إبراهيم

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام بجامعة سيناء

أ.د سامي السيد عبد العزيز

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية - العميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د عبد الرحمن بن حمود العناد

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د محمود يوسف مصطفى عبده

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د سامي عبد الرؤوف محمد طايع

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د شريف درويش مصطفى اللبناني

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د بركات عبد العزيز محمد عبد الله

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث - جامعة القاهرة

أ.د حسن علي محمد محمد على

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنيا

أ.د عابدين الدردير الشريف

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبية

أ.د محمود حسن إسماعيل

أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال - معهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس

أ.د حمدي حسن أبو العينين

أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام والألسن نائب رئيس جامعة مصر الدولية

أ.د عثمان بن محمد العربي

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د وليد فتح الله مصطفى بركات

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب - جامعة القاهرة

أ.د تحسين منصور رشيد منصور

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام بجامعة اليرموك - الأردن

أ.د محمد عبد الستار البخاري

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعائية، كلية الصحفة، جامعة ميرزا أولوغ بيك القومية الأوزبكية

أ.د علي قسايسية

أستاذ دراسات الجمهور والتشریعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د رضوان بو جمعة

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للجمعية المصرية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطى من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأي وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوغرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-8723X)

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة على العنوان التالي:

EPRA Publications
Egyptian Public Relations Association, Giza, Egypt
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: chairman@epra.org.eg - jprr@epra.org.eg

موقع ويب: www.epra.org.eg - www.jprr.epra.org.eg

الهاتف : (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20-818

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قبل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، وهي تابعة للجمعية المصرية للعلاقات العامة أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة.

- المجلة معتمدة ولها ترقيم دولي ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، ومصنفة من لجنة الترقيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يتلزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوب باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكون البحوث قد تم تقييمها من قبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكادémie المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكادémie نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعه ويراعى الكتابة بينط (١٤) Simplified Arabic . والعناوين الرئيسية والفرعية Bold .
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا طلب البحث إجراء تعديلاً بسيطاً فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلًا خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي أما إذا كان التعديل جذرًا فيرسله الباحث بعد ١٥ يوم من إرسال الملاحظات له.
- قيمة نشر البحث ٨٥٠ جنيه مصرى للمصريين من داخل مصر وللمصريين المقيمين بالخارج والأجانب . \$٤٥٠ .

- يتم رد مبلغ ٢٥٠ جنيه للباحثين من داخل مصر ورد مبلغ \$ ١٣٠ للباحثين المصريين المقيمين بالخارج والأجانب في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٥) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٢٠ جنيه مصرى للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب .٥ \$.
- يتم تقديم خصم خاص من قيمة النشر العلمي لعضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى بنسبة ١٠% ولأى عدد من المرات خلال العام.
- يرسل للباحث عدد (٣) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٣) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٢٥٠ للمصريين ولغير المصريين ١٥٠.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٨٠.
- على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات. ويتم تقديم خصم ١٠% ملن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة . ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين \$٣٠٠
- يتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع.
- ويتم تقديم خصم ١٠% ملن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة .
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه ومن خارج مصر \$٣٥٠. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ٨٥٠ جنيه ومن خارج مصر \$٤٥٠ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبّر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- ترسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الجمعية المصرية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقى - بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات، والإيميل المعتمد من الجمعية jprr@epra.org.eg ، أو إميل رئيس مجلس إدارة المجلة Chairman@epra.org.eg بعد تسديد قيمة النشر وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

في العام الرابع ومنذ بداية إصدارها في أكتوبر/ ديسمبر من العام ٢٠١٣ - تتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام ليصدر منها اثنا عشر عدداً متتابعاً تضم أبحاثاً ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - تصدر عن الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالتهم للنشر على النطاق العربي وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحصلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية العربية بمعدل = ١.٣٣ ، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences وبرعاية اتحاد الجامعات العربية.

وفي العدد الثالث عشر من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال بحوثاً ورؤى علمية لأساتذة المساعدين والمدرسين، وطلبة الدراسات العليا في مرحلة الدكتوراه. ففي البداية نجد بحث مشترك للأستاذ الدكتور رضوان بو جمعة والباحثة نور الهدى زقاو معرض بوزقاو - جامعة الجزائر ٣ - من (الجزائر)، بعنوان: "الخدمة العامة للتلفزيون: جذور المفهوم، وتحديات المسئولية العامة".

كما تضمن العدد بحوثاً مشتركة مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم لدرجة أستاذ مشارك منهم: د/ محمد عبد حسن العامري والباحث علي صادق - جامعة بغداد - من (العراق) وللذان قدما بحثهما عن: "فاعلية الاتصال المواجهي في التأثير على قرار الناخب العراقي : دراسة ميدانية لانتخابات مجلس النواب العراقي لعام ٢٠١٤ م ."

كما قدم: د/ أحمد سالم عيسوي - جامعة أم القرى- من (مصر) دراسة ميدانية عن: "تأثير المواد الإعلامية الصادرة من رئاسة شئون الحرمين وانعكاساتها على توعية الزائرين من الدول .".

بينما قدمت كل من: د/ ثريا محمد السنوسي - جامعة الغربى بدبي- من (تونس) ، دراسة عن: " عندما يصبح الإعلام شريكاً في صناعة الأزمات الإرهابية: محاولة قراءة سيميائية .".

وقدمت د/ غادة مصطفى البطريق - جامعة الزقازيق - من (مصر) دراسة ميدانية في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث عن: " تعرض الشباب العربي للموقع الإلكترونية المتطرفة فكرياً وعلاقته بإدراكيهم للمنطق الدعائي للتنظيمات الإرهابية".

أما د/ لبني مسعود عبد العظيم - جامعة سيناء- من (مصر) قدمت مشاركة بحثية عن: "موقع التواصل الاجتماعي ودورها في دعم السلوك الشرائى للجمهور المصرى- دراسة ميدانية". بينما قدم د/ أيمن محمد إبراهيم بريث - جامعة الأزهر - من (مصر) بحثاً بعنوان: "دور م الواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب المصري بقضايا التنمية المستدامة - دراسة ميدانية".

وقدمت عواطف حسن حيدر اليافعي - جامعة صنعاء - من (اليمن) بحثاً لاستكمال متطلبات مناقشة درجة الدكتوراة بعنوان: "تطبيقات الإعلانات التجارية المرتبطة بدعم قضايا اجتماعية في مصر دراسة تحليلية .".

وأخيراً من جامعة الزيتونة في (ليبيا) - قدمت الباحثة نوال علي المهدى الشريف ملخص رسالة دكتوراه بعنوان: "حدود الحرية والمسؤولية المهنية للصحافة الليبية في نشر قضايا الجريمة واتجاهات القانونيين نحوها: دراسة تحليلية ميدانية".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقاً لقواعد النشر العلمي المتتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقى للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجة الدكتوراة فتخضع جميعها للتحكيم من قبل الأساتذة المتخصصين.

وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيراً وليس آخرآ ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،،

رئيس تحرير المجلة

أ.د/ علي عجوة



أفاده

تفيد أكاديمية البحث العلمى والتكنولوجيا بأن الجمعية المصرية للعلاقات العامة

Egyptian Public Relations Association

مسجلة ضمن الجمعيات العلمية التى ترعاها أكاديمية البحث العلمى والتكنولوجيا .





التقرير الإحصائي لمجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

(سبتمبر ٢٠١٣ - أكتوبر ٢٠١٦)



التقرير الإحصائي

من أكتوبر ٢٠١٣ إلى سبتمبر ٢٠١٦

- ١٠ -

التقرير الإحصائي لمجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

(سبتمبر ٢٠١٣ - أكتوبر ٢٠١٦)

تلزم الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجماعات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) وأعضائها بميثاق الشرف الأخلاقي الذي وضعه مؤسساها، وفي إطار الشفافية التي تنتهجها دائماً الجمعية المصرية للعلاقات العامة والكيانات التابعة لها وحرصاً من هيئة تحرير أول دورية علمية محكمة في العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط؛ نستعرض في الصفحات التالية - لجميع الأساتذة والباحثين والهيئات العلمية في مختلف دول العالم - التقرير الإحصائي الأول عن مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط الصادرة عن الجمعية خلال الفترة من أكتوبر ٢٠١٣ وحتى نهاية العدد الثاني عشر من المجلة سبتمبر ٢٠١٦.

حيث أوضح التقرير عدة نتائج أهمها:

١. صدر من المجلة بانتظام (١٢) عدد منذ بداية إصدارها في أكتوبر من العام ٢٠١٣ وحتى كتابة التقرير الإحصائي لتستمر في الصدور في عامها الرابع.
٢. معدل انتشار المجلة على مستوى العالم بالجامعات والهيئات العلمية في (٤٥) جامعة وهيئة علمية من (١٤) دولة مكان عمل المشاركين بالنشر في المجلة.
٣. عدد البحوث المنشورة باللغة العربية (٧٨) والفرنسية (٥) والإنجليزية (٤).
٤. عدد البحوث المشتركة التي اشترك فيها أكثر من باحث (١٠) أبحاث.
٥. عدد المشاركين بالنشر في المجلة من الذكور (٧٠) ومن الإناث (٤٦).
٦. توزيع البحوث المنشورة وفقاً للدرجات العلمية للمشاركين بالنشر: (٢٢ أستاذ "بروفيسور" - ١٦ أستاذ مشارك - ٥٦ أستاذ مساعد - ٩ مدرس مساعد - ١ باحث).
٧. عدد (١٦) جنسية من دول العالم شاركوا بالنشر في المجلة نشروا أبحاثهم وملخصات رسائلهم العلمية كذلك عروض الكتب.

وتوضح الجداول والأشكال التالية التحليل الإحصائي للمجلة خلال الفترة من أكتوبر ٢٠١٣ وحتى سبتمبر ٢٠١٦ على النحو التالي:

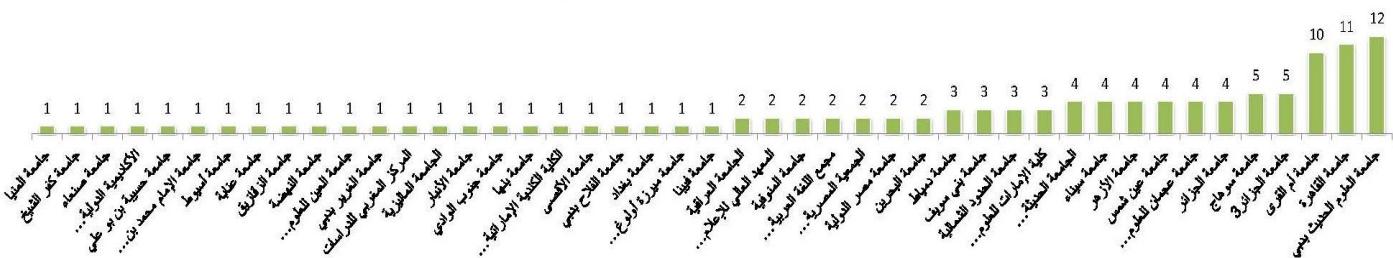
جدول رقم (١)

يوضح الوزن النسبي لانتشار المجلة في الجامعات والهيئات العلمية على مستوى دول العالم وفقاً لعدد المشاركين بالنشر

مسلسل	اسم الجامعة	الدولة	عدد الباحثين
١	جامعة العلوم الحديث بدبي	الإمارات العربية المتحدة	١٢
٢	جامعة القاهرة	مصر	١١
٣	جامعة أم القرى	السعودية	١٠
٤	جامعة الجزائر	الجزائر	٥
٥	جامعة سوهاج	مصر	٥
٦	جامعة الجزائر	الجزائر	٤
٧	جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا	الإمارات العربية المتحدة	٤
٨	جامعة عين شمس	مصر	٤
٩	جامعة الأزهر	مصر	٤
١٠	جامعة سيناء	مصر	٤
١١	جامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات MTI	مصر	٤
١٢	كلية الإمارات للعلوم والتكنولوجيا بأبو ظبي	الإمارات العربية المتحدة	٣
١٣	جامعة الحدود الشمالية	السعودية	٣
١٤	جامعة بنى سويف	مصر	٣
١٥	جامعة دمياط	مصر	٣
١٦	جامعة البحرين	البحرين	٢
١٧	جامعة مصر الدولية	مصر	٢
١٨	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	مصر	٢
١٩	مجمع اللغة العربية بالقاهرة	مصر	٢
٢٠	جامعة المنوفية	مصر	٢
٢١	المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال بـ ٦ أكتوبر	مصر	٢
٢٢	الجامعة العراقية	العراق	٢
٢٣	جامعة فيينا	النمسا	١
٢٤	جامعة ميرزا أولوغ بيك القومية	أوزبكستان	١
٢٥	جامعة بغداد	العراق	١
٢٦	جامعة الفلاح بدبي	الإمارات العربية المتحدة	١
٢٧	جامعة الأقصى	فلسطين	١
٢٨	الكلية الكندية الإماراتية بأبو ظبي	الإمارات العربية المتحدة	١
٢٩	جامعة بنها	مصر	١
٣٠	جامعة جنوب الوادي	مصر	١
٣١	جامعة الأنبار	العراق	١
٣٢	الجامعة الماليزية للتكنولوجيا UTM	مالزريا	١
٣٣	المركز المغربي للدراسات والأبحاث في وسائل الإعلام والاتصال	المغرب	١
٣٤	جامعة الغرب بدبي	الإمارات العربية المتحدة	١
٣٥	جامعة العين للعلوم والتكنولوجيا بالعين	الإمارات العربية المتحدة	١
٣٦	جامعة النهضة	مصر	١
٣٧	جامعة الزقازيق	مصر	١
٣٨	جامعة عذابة	الجزائر	١
٣٩	جامعة أسطباط	مصر	١
٤٠	جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية	السعودية	١
٤١	جامعة حسيبة بن بو على	الجزائر	١
٤٢	الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام	مصر	١
٤٣	جامعة صنعاء	اليمن	١
٤٤	جامعة كفر الشيخ	مصر	١
٤٥	جامعة المنيا	مصر	١

الوزن النسبي لمعدل انتشار المجلة في الجامعات والهيئات العلمية على مستوى العالم وفقاً لعدد المشاركين بالنشر

■ عدد البحوث + ملخصات الرسائل العلمية وعروض الكتب

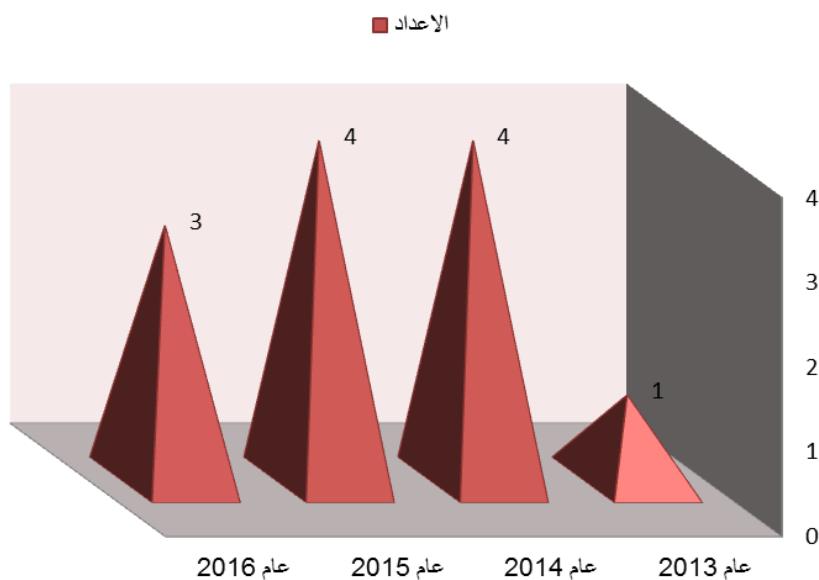


دول (٢)

يوضح توزيع الأعداد المنشورة من المجلة في الفترة من أكتوبر ٢٠١٣ وحتى سبتمبر ٢٠١٦

السنة	التاريخ	العدد
٢٠١٤	أكتوبر / ديسمبر	الأول
	يناير / مارس	الثاني
	أبريل / يونيو	الثالث
	يوليو / سبتمبر	الرابع
	أكتوبر / ديسمبر	الخامس
٢٠١٥	يناير / مارس	السادس
	أبريل / يونيو	السابع
	يوليو / سبتمبر	الثامن
	أكتوبر / ديسمبر	التاسع
	يناير / مارس	العاشر
٢٠١٦	أبريل / يونيو	الحادي عشر
	يوليو / سبتمبر	الثاني عشر
عدد السنوات	إجمالي الأعداد	
٤	١٢	

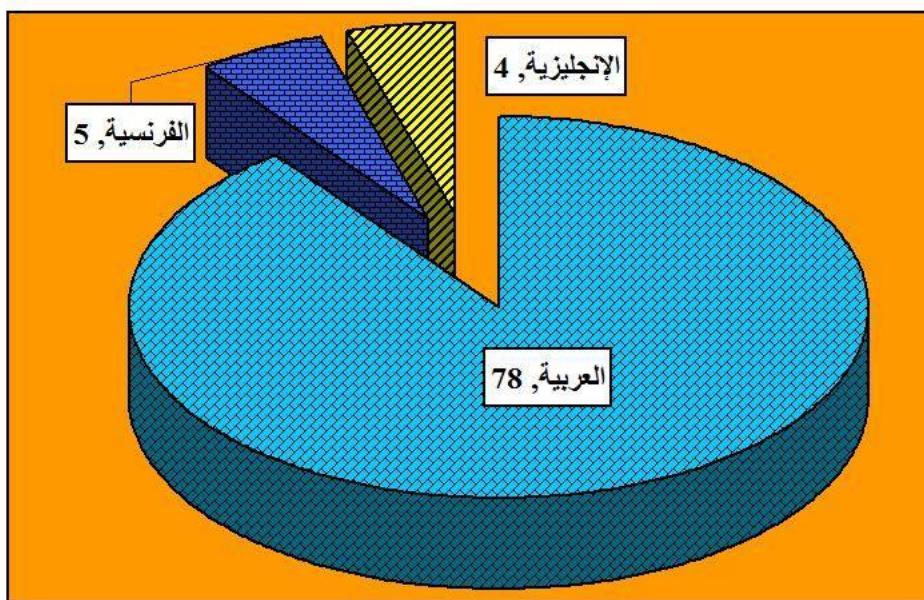
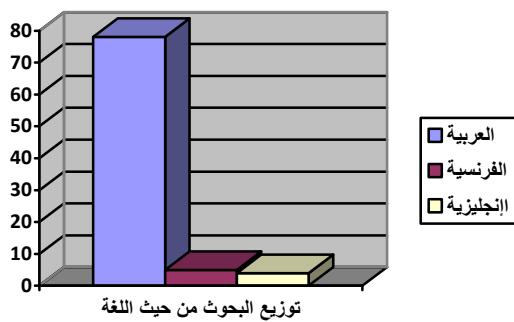
توزيع أعداد المجلة 12 المنشورة على السنوات



جدول (٣)

يوضح توزيع بحوث المجلة وفقاً لغة النشر

اللغة	عدد البحوث
العربية	٧٨
الفرنسية	٥
الإنجليزية	٤



جدول (٤)

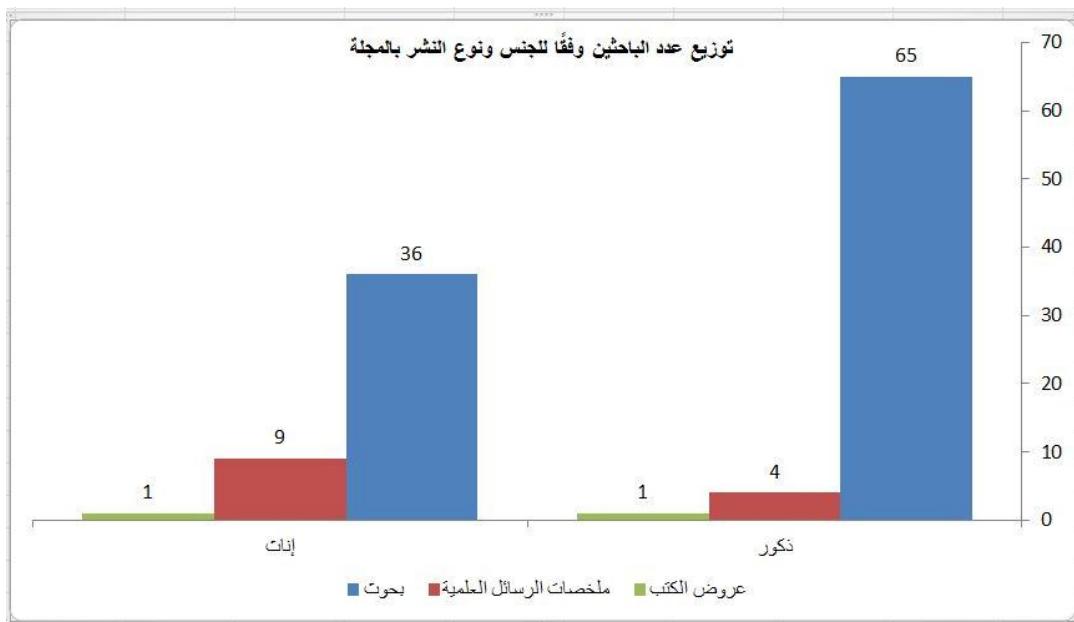
يوضح توزيع البحوث المشتركة لأكثر من باحث حسب كل عدد من المجلة

عدد المجلة	عدد البحوث المشتركة
الأول	----
الثاني	١
الثالث	١
الرابع	١
الخامس	١
ال السادس	١
السابع	---
الثامن	---
التاسع	---
العاشر	١
الحادي عشر	١
الثاني عشر	٣
المجموع	١٠ أبحاث مشتركة

جدول (٥)

توزيع عدد الباحثين وفقاً لنوع النشر بالمجلة وطبقاً لنوع

عروض الكتب	ملخصات الرسائل العلمية	بحوث	النشر	النوع
			ذكر	
١	٤	٦٥		ذكر
١	٩	٣٦		إناث

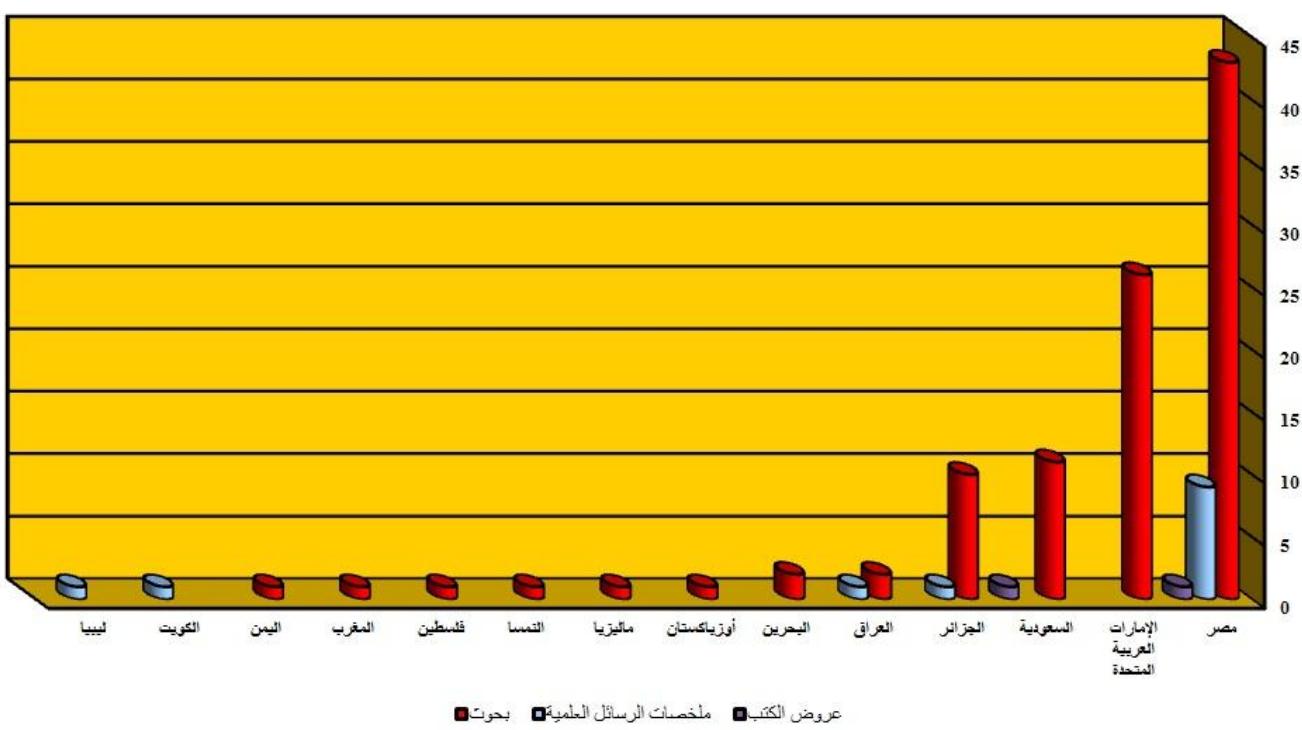


جدول (٦)

ترتيب مكان عمل الباحثين وفقاً لنوع النشر بالمجلة

مسلسل	الدولة	بحوث	ملخصات الرسائل العلمية	عروض الكتب
١	مصر	٤٣	٩	١
٢	الإمارات العربية المتحدة	٢٦		
٣	السعودية	١١		١
٤	الجزائر	١٠		١
٥	العراق	٢		١
٦	البحرين	٢		
٧	أوزبكستان	١		
٨	ماليزيا	١		
٩	النمسا	١		
١٠	فلسطين	١		
١١	المغرب	١		
١٢	اليمن	١		
١٣	الكويت		١	
١٤	ليبيا		١	٢
	إجمالي	٩٠	١٣	٢

ترتيب مكان عمل الباحثين وفقاً لنوع النشر بالمجلة



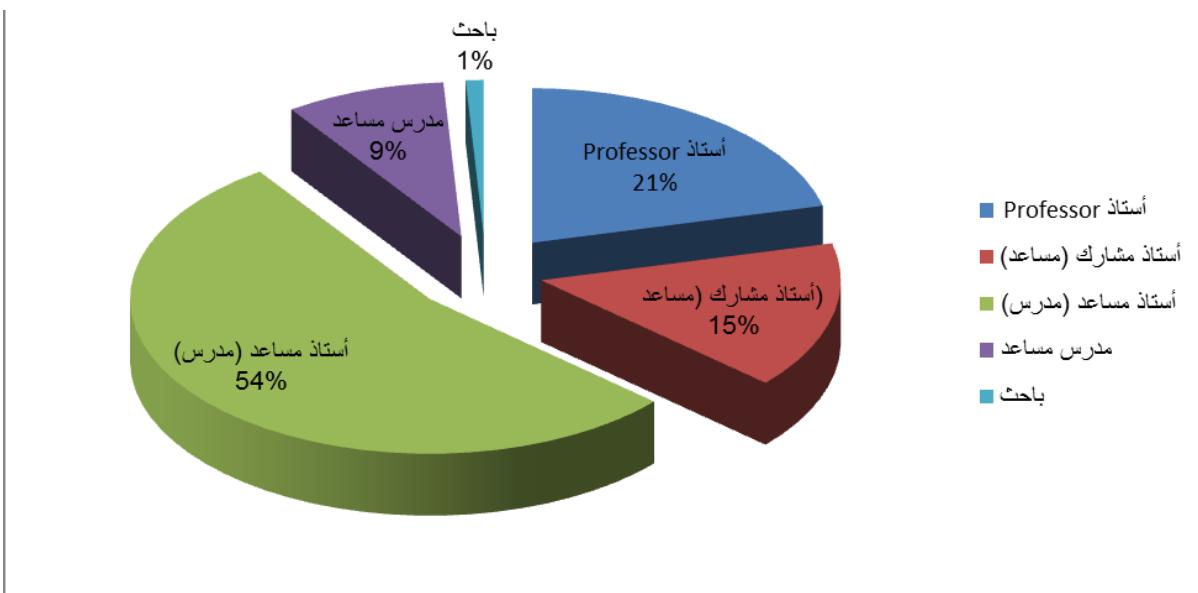
عروض الكتب ■ ملخصات الرسائل العلمية ■ بحوث ■ عروض الكتب ■ ملخصات الرسائل العلمية ■ بحوث

(جدول ٢)

توزيع البحوث بالمجلة وفقاً للدرجات العلمية

عدد البحوث	الدرجة العلمية
٢٢	أستاذ Professor
١٦	أستاذ مشارك (مساعد) Associate Professor
٥٦	أستاذ مساعد (مدرس) Assistant Professor
٩	مدرس مساعد Lecturer
١	باحث Researcher

توزيع البحوث بالمجلة وفقاً للدرجات العلمية



جدول (٨)

ترتيب جنسات الباحثين وفقاً لدرجاتهم العلمية وأبحاثهم المنشورة بالمجلة

باحث Researcher	مدرس مساعد Lecture	أستاذ مساعد Assistant Professor	أستاذ مشارك Associate Professor	أستاذ Professor	الدولة	مسلسل
٣	٣٧		١٣	١٢	مصر	١
٣	٢		١	٥	الجزائر	٢
١	٣			٢	العراق	٣
١	٥				السعودية	٤
	٢		١		تونس	٥
	٣				السودان	٦
	٢				كندا	٧
				١	النمسا	٨
				١	باكستان	٩
				١	سوريا	١٠
			١		فلسطين	١١
		١			المغرب	١٢
		١			ليبيا	١٣
١					الإمارات	١٤
		١			اليمن	١٥
١	٩	٥٦	١٦	٢٢	الإجمالي	

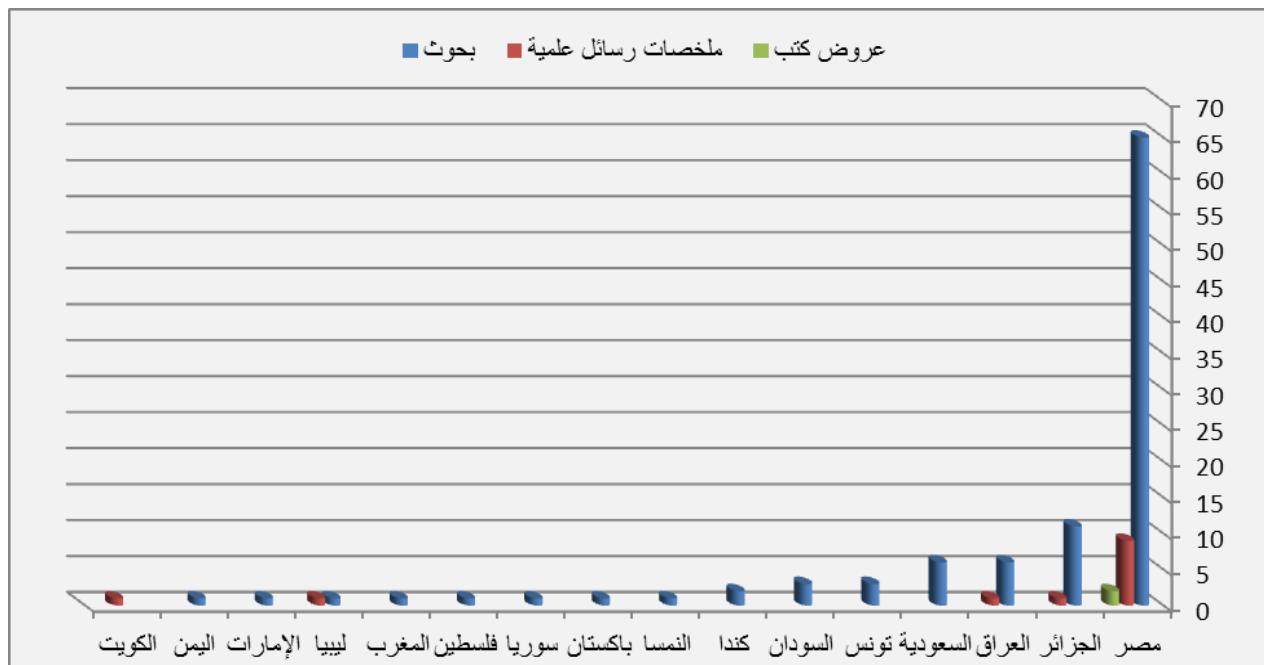
ملحوظة: أحد المشاركون في النشر بالمجلة يحمل الجنسية الكندية بجانب جنسيته التونسية.

جدول (٩)

ترتيب جنسيات الباحثين وفقاً لتكرار المشاركة ونوع النشر بالمجلة

مسلسل	الدولة	بحوث	ملخصات رسائل علمية	عروض كتب
١	مصر	٦٥	٩	٢
٢	الجزائر	١١	١	
٣	العراق	٦	١	
٤	السعودية	٦		
٥	تونس	٣		
٦	السودان	٣		
٧	كندا	٢		
٨	النمسا	١		
٩	باكستان	١		
١٠	سوريا	١		
١١	فلسطين	١		
١٢	المغرب	١		
١٣	ليبيا	١		١
١٤	الإمارات	١		
١٥	اليمن	١		
١٦	الكويت			١

ترتيب جنسيات الباحثين وفقاً للمشاركة في الأبحاث المنشورة وملخصات الرسائل وعروض الكتب



مع أطيب الأمنيات لجميع الأساتذة والباحثين في مختلف دول العالم ..

هيئة تحرير مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط ،،

القاهرة، ١٧ نوفمبر ٢٠١٦



معامل التأثير العربي لعام ٢٠١٦

Arab Impact Factor 2016

www.arabimpactfactor.com



اتحاد الجامعات العربية



معامل التأثير العربي لعام ٢٠١٦

حصلت "مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط" على أول معامل تأثير عربي (AIF) Arab Impact Factor لدوريات (الإعلام) العلمية العربية المحكمة على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط في تقرير عام ٢٠١٦ بمعامل تأثير قوي = $1.33 \cdot 100\%$ ، لتتفrd المجلة بالتميز العلمي، وتحتل المرتبة (١٣) من ضمن (٥٣) دورية علمية محكمة في جميع التخصصات العلمية والأولى في تخصص (الإعلام) التي حصلت على معامل التأثير العربي في تقرير عام ٢٠١٦ ضمن مشروع التصنيف العربي التابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) نشر العلوم الطبيعية Natural Sciences Publishing وبرعاية اتحاد الجامعات العربية.

"معامل التأثير العربي" هو مشروع للدكتور محمود عبد العاطي أستاذ ورئيس قسم الرياضيات بجامعة زويل للعلوم والتكنولوجيا يتم تنفيذه تحت إشراف اتحاد الجامعات العربية والمؤسسة الأمريكية "دار نشر العلوم الطبيعية Natural Sciences Publishing" وبالتعاون مع بعض أبرز المؤسسات العلمية والبحثية الرصينة في العالم العربي وخارجها، خدمة للمجتمع العلمي العربي ومؤسساته وباحثيه. ويهدف إلى تعريف الباحثين العرب بأبرز المجالات العلمية في تخصصاتهم الموضوعية، وفقاً لمعامل التأثير؛ بما يتيح الفرصة لهم للنشر في تلك المجالات البارزة. بالإضافة إلى تقييم أداء الباحثين والجامعات والمؤسسات البحثية والتخصصات الموضوعية وللأداء العلمي في المجتمعات العلمية على العموم.

ويوفر "Arab Impact Factor" تقييماً كميّاً ونوعياً لمدى جودة ورصانة المجالات العربية المتخصصة في جميع مجالات المعرفة البشرية، وذلك بهدف رصد النشاط العلمي العربي في أبرز فنواته التي تعد القناة الأساسية في الاتصال العلمي بين الباحثين منذ ما يقرب من ٣٥٠ عاماً وهي المجالات العلمية.

ومن الجدير بالذكر أن معامل التأثير هو مقياس لأهمية المجالات العلمية المحكمة ضمن مجال تخصصها البحثي، ويعكس معامل التأثير مدى إشارة الأبحاث الجديدة إلى الأبحاث التي نُشرت سابقاً في تلك المجلة والاستشهاد بها؛ ومعدل انتشار المجلة على مستوى العالم، من حيث جنسيات المشاركين في النشر بها، وأماكن عمل الباحثين بالجامعات والمؤسسات العلمية المختلفة، وبذلك تعد المجلة التي تحظى بمعامل التأثير المرتفع أكثر أهمية وأكثر اعتماداً عليها في المجتمع العلمي المتخصص، أكثر من غيرها.

شهادة رقم (40-2016)

معامل التأثير العربي

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط
ISSN: 2314-8721

قد حصلت على معامل التأثير العربي لعام 2016 وقدره 1.33

الاستاذ الدكتور محمد عبد العطاء



مدير مشروع معامل التأثير العربي
٢٧ نوفمبر ٢٠١٦



www.arabimpactfactor.com



تصنيف المجلة في قواعد المعلومات الرقمية الدولية

Indexed

تصنيف المجلة في قواعد المعلومات الرقمية الدولية Indexed

يهتم مؤسس المجلة وإدارة تحريرها بتصنيفها ونشرها ضمن مختلف قواعد المعلومات الرقمية الدولية لتكون مفهرسة ومصنفة Indexed ضمن قواعد البيانات الدولية، وتتفيداً لمعايير التقييم الموضوعية التي وضعتها لجنة قطاع الإعلام وللجنة الترقيات العلمية بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر، ويوضح ذلك في المادة (٤٠) من قواعد التشكيل والإجراءات المنظمة لعمل اللجان العلمية لفحص الإنتاج العلمي للمتقدمين لشغل وظائف الأساتذة والأساتذة المساعدين والمعتمدة بقرار وزير في ٢٨ فبراير ٢٠١٣، كذلك المادة رقم: (١٨) ضمن القواعد التي تم إقرارها من المجلس الأعلى للجامعات في الجلسة رقم: ٦٤٦ للدورة الثانية عشر ٢٠١٦ - ٢٠١٩ بتاريخ ٤ إبريل ٢٠١٦ والتي تشترط لإعطاء درجة تقييم أعلى للدوريات العلمية المحكمة؛ تصنيفها في أكثر من منصة إلكترونية لقواعد البيانات الرقمية.

مادة (٤٠):

(أ) يتعين على اللجنة العلمية أن تقوم بتقييم المجلات والدوريات العلمية التي قام المتقدم بالنشر فيها وكذلك المؤتمرات العالمية والمحلية التي ساهم فيها ولها في سبيل ذلك أن تستعين بآى معلومات عن الدوريات العالمية التي توفرها وحدة المكتبات الرقمية بالمجلس الأعلى للجامعات ولها أن تطلب من الوحدة عمل استطلاع على شبكة المعلومات عن دوريات بعينها وتحديد معامل التأثير لكل مجلة أو دورية في كل تخصص على حده و مدى انتشارها كما يمكنها الاستفادة من وحدة النشر العلمي بوزارة البحث العلمي لتقدير الدوريات المحلية من ناحية و مدى مطابقتها للمعايير العلمية.

(ب) يتعين على اللجنة العلمية ترتيب المجلات والدوريات العالمية طبقاً لما يتواافق لديها من معلومات عن ما يلي:

- (معامل التأثير و مدى انتشار المجلة أو الدورية - متخصصة أو عامة - محكمة - مصنفة - الناشر دولي أو محلى - السمعة في التخصص).
- كما يكون للجنة العلمية الحق في إعادة النظر في التقييم سنوياً وإضافة مجلات ومؤتمرات لم تكن مذكورة من قبل علارة على ما تقوم بتقييمه بناء على طلب الأقسام العلمية.
- ويتعين على اللجان العلمية عند تقييمها للمجلات والدوريات والمؤتمرات أن تتلزم بالمعايير الموضحة بالجدول الآتي:

٢٠	٤٣	٦٥	٧	٨	٩	١٠	الدرجة	
							الصفة	معامل تأثير / IF
IF ليس لها	IF ليس لها	IF ليس لها	IF ليس لها	IF ليس لها	واحد أو أقل	تعدد الدرجة حسب التخصص	متخصصة أو عامة	متخصصة أو عامة
غير متخصصة	غير متخصصة	غير متخصصة أو عامة	غير متخصصة أو عامة	متخصصة أو عامة	متخصصة أو عامة	متخصصة	متخصصة	متخصصة
غير محكمة	محكمة	محكمة	محكمة	محكمة	محكمة	محكمة	محكمة	محكمة
غير مصنفة	غير مصنفة	غير مصنفة	غير مصنفة	مصنفة في مصدر واحد	مصنفة في مصادرين أو أكثر	مصنفة في مصادرتين أو أكثر	مصنفة في ٣ مصادر أو أكثر	مصنفة في ٣ مصادر أو أكثر
ليس لها	ليس لها	ليس لها	ليس لها	ليس لها	لها	لها	لها	لها موقع على Internet
كلية ، قسم علمي	كلية ، قسم علمي	قومية أو هيئة علمي	جامعة أو مركز علمي	جامعة علمية أو جامعية	عالموي ذو تأثير محدود	عالموي ذو تأثير قوي	عالموي ذو تأثير قوي	الناشر
محليا فقط	إقليميا	إقليميا	إقليميا	عالما	عالما	عالما	عالما	السمعة في التخصص

قواعد ونظام عمل اللجان العلمية لفحص الإنتاج العلمي للمتقدمين لشغل وظائف الأساتذة والأساتذة المساعدين
الدورة الثانية عشر 2016 – 2019

- تحكم البحث يتضمن العديد من العناصر، ويضع المحكم التقديرات التي يراها لهذه العناصر في كل بحث، وبعد ذلك تقييمًا للبحث نفسه دون أي اعتبار لمكان النشر أو دور المتقدم فيه، أي أن التحكيم يتم على مضمون البحث في تخصص المتقدم.
- وتحسب تقديرات الأبحاث بناء على الدرجات الحاصل عليها البحث من 100 درجة، على النحو التالي: بحث ضعيف (أقل من 60)، بحث مقبول (60 - 69)، بحث جيد (70 - 79)، بحث جيد جدا (80 فأكثر)، وعلى المحكم أن يضمن تقريره الفردي حيثيات تقييم كل بحث.
- أما ما يتعلق بمكان النشر، فإنه يعد من صميم أعمال اللجنة العلمية ذاتها، التي تقترن تقييم المجالات والدوريات والمؤتمرات، وذلك في إطار مجموعة من المعايير والصوابط. ويتم مراجعة ذلك من قبل "اللجنة التخصصية"، ويعتمد من "اللجنة العليا" ،
- كذلك يتبع على اللجنة تحديد دور المتقدم في الأبحاث المشتركة بناء على معايير محددة لذلك.
- لا يعاد تقييم الأبحاث التي سبق تقييمها من اللجنة العلمية في الدورة الحالية أو أي من الدورات السابقة في ذات التخصص، ولكن يحدد دور المتقدم ويقيم مكان النشر لو لم يسبق تقييمه.
- لا يتم إعادة تقييم البحث المنشور في مجلة علمية حصلت على درجة تقييم من اللجنة العلمية بين 9 – 10 نقاط، ويحصل البحث على 15 نقطة إذا نشر في مجلة/دورية علمية حصلت على 10 نقاط، و 13.5 نقطة إذا حصلت المجلة العلمية المنشور بها على 9 نقاط، وتحسب أي باحث من المشاركون في هذا البحث على كامل النقاط بغض النظر عن عدد المشاركون حتى لو كانوا في التخصص نفسه.
- تحصل براءات الاختراع المسجلة دوليا على 20 نقطة، والبراءات المسجلة محليا على 15 نقطة، إذا لم يشتمل منها أبحاث أخذت في الاعتبار من خلال أعمال المتقدم، وتحسب له الأعلى في عدد النقاط فقط.
- البحث الحاصل على تقييم (ضعف) لا يسجل له نقاط ويستبعد من التقييم.

مادة (18): تقييم المجالات والدوريات العلمية والمؤتمرات

- * تستعين اللجنة العلمية بآلية معلومات عن الدوريات العالمية التي توفرها وحدة المكتبات الرقمية بمركز الخدمات الإلكترونية والمعرفية التابع للمجلس الأعلى الجامعات، ولها أن تطلب من الوحدة القيام باستطلاع على شبكة المعلومات عن دوريات بعينها، وتحديد معامل التأثير لكل مجلة أو دورية في كل تخصص على حدة، كذلك يمكن الاستفادة من وحدة النشر العلمي بوزارة البحث العلمي، لتقييم الدوريات المحلية من ناحية التحرير ومدى مطابقتها للمعايير العالمية.
- * يتبع على اللجنة العلمية ترتيب المجالات والدوريات العلمية طبقاً لما يتوافر لديها من معلومات عالمي: معامل التأثير (إن وجد) – متخصصة/عامة – محكمة – مصنفة – الناشر دولي/محلي – السمعة في التخصص.
- * للجنة العلمية الحق في إعادة النظر في التقييم سنوياً، وإضافة مجالات ومؤتمرات لم تكن مذكورة من قبل، وللأقسام العلمية الحق في أن تطلب من اللجنة المتخصصة تقييم مجالات ودوريات ومؤتمرات لم تقيّم من قبل. ويستعمل، كلما أمكن بما لدى المكتبة الرقمية بالجامعة على أعلى مجلس الأعلى للجامعات، من بيانات ومعلومات تقييم وترتيب المجالات والدوريات العالمية والمحليّة.

**قواعد ونظام عمل اللجان العلمية لفحص الإنتاج العلمي للمتقدمين لشغل وظائف الأساتذة والأساتذة المساعدين
الدورة الثانية عشر 2016 - 2019**

- * يعرض تقييم اللجنة العلمية لأماكن النشر على "اللجنة التخصصية" المعنية لمراجعته، ويعتمد من "اللجنة العليا" لاعتماده.
- * وعلى كل لجنة من اللجان العلمية، تحديد نقاط لكل مجلة أو دورية علمية أو مؤتمر وكذلك مراجعتها سنويًا، ويمكن الاسترشاد بما يلي:

نوع المجلة / الدورية أو المؤتمر	عدد النقاط
1. مجلة دولية متخصصة ذات معامل تأثير قوى ومحكمة ومصنفة في عدة مصادر وتنشر من خلال دار نشر عالمية لها نقل دولي.	10 - 9
2. مجلة دولية متخصصة أو غير متخصصة لها معامل تأثير معتدل ومحكمة ومصنفة وتنشر من خلال دار نشر عالمية ذات نقل معقول.	8
3. مجلة محلية متخصصة ومحكمة ولها محكم خارجي ومصنفة والناثر جامعة أو هيئة قومية ذات سمعة إقليمية ومطبعة جيدة في التخصص.	7
4. مجلة محلية متخصصة محكمة داخليا ومصنفة والناثر كلية أو قسم علمي ولها سمعة محلية جيدة.	5
5. مجلة محلية غير متخصصة والناثر كلية وغير مصنفة ولها سمعة محلية متواضعة.	2
6. مجلة غير مصنفة وغير محكمة وليس لها سمعة محلية واضحة.	1
7. مؤتمر دولي متخصص (منشور، التحكيم على البحث الكامل)	8
8. مؤتمر دولي متخصص (القى البحث والتحكيم على الملخص)	6
9. مؤتمر محلي متخصص (منشور، التحكيم على البحث الكامل)	5
10. مؤتمر محلي متخصص (القى البحث، التحكيم على ملخص البحث)	3
11. مؤتمر محلي غير متخصص (منشور، التحكيم على البحث الكامل)	2
12. مؤتمر محلي غير متخصص (القى البحث، التحكيم على ملخص البحث)	1

* يجب ملاحظة ما يلي أثناء تقييم أماكن النشر:

- عند تغيير نقاط المجلة أو الدورية العلمية أو المؤتمر، لا يسرى هذا التعديل على كافة الأبحاث التي نشرت حتى تاريخ آخر بحث قيمته اللجنة نشر بهذه المجالات.
- تضع اللجان للمحلات والدوريات الدولية التي تخصها، حداً أدنى لمعامل تأثير المجالات التي سيتم تقدير نقاطها من 9 إلى 10 نقاط.
- يعرف المؤتمر الدولي بالمؤتمر المتخصص ذو السمعة الجيدة والذي يتم عقده بشكل دوري، ويشترك في أعماله بالنشر والحضور باحثون من جهات علمية متعددة.

مادة (19): تحديد مشاركة الباحث في الأبحاث المشتركة

- * قد يرفق المتقدم، إقراراً موقعاً من كل المشتركين في البحث، عن دور كل منهم، يعتمد من عميد الكلية، ويعتبر وثيقة تعتمد بها اللجنة لهذا المتقدم ولمن شاركه في البحث لو تقدم بهذا البحث عند تقدمه، ويكون على اللجنة تقييم الدور الذي قام به المؤلف في البحث.

وبالفعل قام مؤسس المجلة بالتعاقد على نشر المجلة إلكترونياً على منصات قواعد البيانات الرقمية الدولية بالإضافة إلى نشرها في موقعها الإلكتروني على شبكة الإنترنت www.jprr.epra.org.eg ومن ضمن قواعد المعلومات الرقمية التي قامت بتصنيف وفهرسة المجلة ومنتشرة على منصاتها الإلكترونية:

- قاعدة المعلومات الرقمية الدولية EBSCO ومقرها: (الولايات المتحدة الأمريكية)
- قاعدة معلومات العلوم الإنسانية بدار المنظومة ومقرها: (المملكة العربية السعودية)



الرواد في قواعد المعلومات العربية



www.jprr.epra.org.eg



INFORMATION
SERVICES



December 22, 2016

Mari Bergeron
EBSCO Information Services
10 Estes Street
Ipswich MA 01938 USA

Prof, Dr. Hatem Mohamed Atef,
Chairman of Egyptian Public Relation Association
Ahmed El-Zayat St, Ben Elsayat.
Dokki, Giza
Egypt

Dear Professor Hatem

It is our pleasure to confirm that *Journal of Public Relations Research Middle East* has been licensed for indexing in EBSCOhost.

EBSCO is the leading provider of databases to thousands of universities, business schools, medical institutions, schools and other libraries worldwide. Indexed content is available only through institutional subscription. Libraries in nearly every country subscribe to one or more EBSCO databases, and in more than 70 countries, all libraries subscribe. EBSCO hosts both peer reviewed and non-peer reviewed titles on our databases. The content serves educational needs of the researchers around the world as well the economic interest of the US.

You are welcome to announce your partnership with EBSCO on your website or in the front matter of your journal as soon as you like

Thank you for contributing your content to our databases.

Sincerely,

Mari Bergeron
Director of International Content Licensing Manager
EBSCO Information Services
mbergeron@ebsco.com



www.mandumah.com

بسم الله الرحمن الرحيم

الرقم: م/ع 895

سعادة الأستاذ الدكتور / رئيس مجلس ادارة مجلة بحوث العلاقات العامة
المحترم
الشرق الاوسط

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

تفيد نحن شركة دار المنظومة لتقنية المعلومات بأن مجلة بحوث العلاقات العامة
الشرق الاوسط مفهرسة ومتحدة بالتصنف الكامل ضمن قواعد معلومات شركة
دار المنظومة

وتقبلوا فائق الاحترام والتقدير،،،،

مدير التسويق
أ/ صلاح عبد الرحمن إبراهيم



دور موقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب المصري بقضايا التنمية المستدامة دراسة ميدانية

إعداد

د/ أيمن محمد إبراهيم بريك (*)

(*) المدرس بكلية الإعلام - جامعة الأزهر

دور موقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب المصري بقضايا التنمية المستدامة

دراسة ميدانية

د/ أيمن محمد إبراهيم بريك

drborik@yahoo.com

جامعة الأزهر

ملخص:

استهدفت هذه الدراسة رصد دور موقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب بقضايا التنمية المستدامة وذلك من خلال دراسة العلاقة بين معدلات استخدامهم لموقع التواصل الاجتماعي ودوافع هذا الاستخدام والاشياعات المتحققة منه وطبيعة المواقع التي يحرصون على استخدامها ومستوى وعي هؤلاء الشباب بقضايا التنمية المستدامة وتفاعلهم معها واتجاهاتهم نحوها.

اعتمدت الدراسة على منهج المسح وأداة الاستبيان، حيث تم إجراء الدراسة على عينة من الشباب المصري من مستخدمي موقع التواصل قوامها ٣٧٢ مفردة، وذلك في الفترة من ١ مارس ٢٠١٦، وحتى ٣٠ إبريل ٢٠١٦.

وقد توصلت الدراسة إلى ارتفاع معدلات استخدام الشباب لموقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء موقع "فيسبوك" في المرتبة الأولى من حيث موقع التواصل الاجتماعي الذي يحرص الشباب على استخدامها يليه موقع "تويتر" ثم "يوتيوب" يليه "جوجل بلس"، "فانستجرام" ثم "لينكد إن"، يليه "ماي سبيس"، ثم "هاري فايف" ثم موقع "فلكر".

كما أشارت الدراسة إلى أن قضايا النمو الاقتصادي جاءت في المرتبة الأولى من بين قضايا التنمية المستدامة التي يحرص الشباب على متابعتها من خلال موقع التواصل الاجتماعي، يليها "خفض معدلات البطالة" ثم قضايا الطاقة، يليها خفض معدلات الفقر، ثم التعليم، يليه قضايا التنمية التكنولوجية والتقنية، فالصحة، إدارة الموارد المائية، ثم التحول من الاستهلاك إلى الإنتاج، يليه التنمية البيئية، فالصرف الصحي، يليه التنمية السياحية، فالتغير المناخي، ثم التنمية الريفية، خفض النمو السكاني، وأخيراً فئة أخرى.

وتوصلت الدراسة أيضاً إلى موقع التواصل الاجتماعي جاءت في المرتبة الأولى من الوسائل التي يعتمد عليها الشباب في الحصول على معلومات حول قضايا التنمية المستدامة، يليها القنوات الفضائية، ثم الواقع الإخبارية، فالصحف الورقية، ثم الإذاعات، يليها الندوات والمؤتمرات، ثم الأصدقاء والمعارف، وأخيراً فئة أخرى.

كما أوضحت الدراسة أن درجة وعي الشباب بقضايا التنمية المستدامة من خلال متابعتهم لها على موقع التواصل الاجتماعي جاءت في المرتبة الأولى متوسطة وذلك بنسبة ٥١.٦ %، يليها بدرجة مرتفعة بنسبة ٣٤ %، وأخيراً بدرجة منخفضة بنسبة ١٤.٤ %.

مقدمة:

تلعب وسائل الإعلام دوراً مهماً في حياتنا المعاصرة على كافة المناحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتنموية خاصة في ظل تعاظم دور الإعلام في مجالات التوعية وتشكيل الرأي العام والتأثير في مختلف فئات المجتمع.

وفي ظل التطورات السريعة والمترابطة التي شهدتها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات خلال السنوات الأخيرة والتي كان من أبرز نتائجها ظهور شبكة الإنترنت وموقع التواصل الاجتماعي، أصبح هناك تنافس شديد من أجل توظيف هذه التطورات التكنولوجية المعاصرة لتحقيق التقدم التنموي والحضاري. ومع البدء في تنفيذ خطة التنمية المستدامة لعام ٢٠٣٠ اعتباراً من الأول من يناير ٢٠١٦ وذلك بعد أن اعتمدتها قادة العالم في سبتمبر ٢٠١٥ في قمة أممية تاريخية، سارعت الدول العربية ومن بينها مصر إلى الإعلان عن رؤيتها للتنمية المستدامة ٢٠٣٠ والتي ارتكزت جميعها على فئة الشباب باعتبارها الفئة التي يقع عليها العبء الأكبر في تنفيذ خطط واستراتيجيات التنمية المستدامة إضافة إلى كونها حلقة الوصل بين حاضر الأمة ومستقبلها.

ومنذ ذلك الحين بدأت بالفعل حملات التوعية التي تستهدف بالأساس فئة الشباب من أجل توعيتهم ودفعهم للمساهمة في تنفيذ رؤى التنمية المستدامة في مجتمعاتهم معتمدة في ذلك بشكل كبير على موقع التواصل الاجتماعي الذي تجاوز عدد مستخدميها مئات الملايين من البشر معظمهم من فئة الشباب، ولكن يبقى السؤال: إلى أي مدى تسهم موقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب بقضايا التنمية المستدامة.

ولما كانت التنمية هي الهدف الاستراتيجي الذي تسعى إليه الدولة المصرية خلال الفترة المقبلة خاصة في ظل ما تواجهه من تحديات، ولما كان الشباب هم عماد هذه الأمة ومصدر قوتها الذي تعول عليه كثيراً في تحقيق تنمية شاملة يستفيد منها الجميع حاضراً ومستقبلاً، ولما كانت موقع التواصل الاجتماعي تمثل ركناً أساسياً من أركان الإعلام الجديد الذي أصبح يلعب دوراً كبيراً ومهماً كأداة للتوعية الجماهيرية، فإن هذه الدراسة تسعى إلى التعرف على دور موقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب بقضايا التنمية المستدامة بالتطبيق على رؤية ٢٠٣٠.

أولاً. الدراسات السابقة :

هناك العديد من الدراسات التي تناولت موقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها المختلفة حيث سعى هذه الدراسات إلى التعرف على تأثير استخدام موقع التواصل الاجتماعي وبخاصة على فئة الشباب، وكذلك أثر هذا الاستخدام على تفاعل الشباب مع بعض القضايا وعلاقتهم بالآخرين، وكذلك تأثيرها على سلوكهم الاجتماعي وتنمية الوعي المجتمعي أو الأكاديمي لديهم.

ومن أبرز الأمثلة على ذلك، دراسة (Parvathy J & Suchithra R , 2015) والتي استهدفت التعرف على تأثير استخدام موقع التواصل الاجتماعي على شريحة الشباب باعتبارهم الفئة

الأكثر استخداماً لهذه الوسيلة، وقد توصلت الدراسة إلى أنه كما أن هناك أثاراً إيجابية لاستخدام موقع التواصل الاجتماعي مثل التفاعل مع الآخرين والمعرفة وتنمية الوعي والمساعدة على المشاركة والإبداع، فإن هناك أيضاً بعض الآثار السلبية مثل تشويه سمعة الأفراد أو استخدامها في أشياء ضارة بالمجتمع، وأن الأمر في النهاية يتوقف على طبيعة استخدام الأشخاص لهذه المواقف.^(١)

بينما استهدفت دراسة (Hyesun Hwang & Kee-Ok Kim , 2015) التعرف على أثر استخدام موقع التواصل الاجتماعي على مشاركة الشباب في الحركات الاجتماعية، حيث توصلت الدراسة إلى أن الشباب الأكثر استخداماً لهذه المواقف هم الأكثر مشاركة لأنشطة الحركات الاجتماعية في مجتمعاتهم.^(٢) وسعت دراسة (Adam Helou . Nor Ab.Rahim, 2014)، إلى التعرف على مدى تأثير استخدام موقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي لدى شباب الجامعات وتحسين مستواهم الأكاديمي، وتوصلت الدراسة إلى أن غالبية المبحوثين اتفقوا على أن موقع التواصل الاجتماعي كانت لها تأثيرات إيجابية على مستواهم الأكاديمي.^(٣)

في حين استهدفت دراسة (Pritam Chattopadhyay & Archana M. Deshpande, 2012) التعرف على استخدام الطلاب الجامعيين المنضمين حديثاً إلى الجامعة لموقع التواصل الاجتماعي وتأثير ذلك على علاقتهم، وتوصلت الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثيرات مهمة على الشباب في مرحلة المراهقة حيث يستخدمونها كوسيلة لإجراء التفاعلات الاجتماعية الخاصة بهم مثل أنشطة جماعة الأقران وتكوين الصداقات والحصول على المعلومات وغيرها.^(٤)

أما دراسة (Rakesh Shirase, 2012) فقد سعت إلى التعرف على تأثير استخدام موقع التواصل الاجتماعي على الحياة الشخصية للأفراد وعلاقتهم بالآخرين، وتوصلت الدراسة إلى أن موقع التواصل الاجتماعي أصبحت تؤثر في الحياة اليومية للمستخدمين، كما أنه يجب اتخاذ الإجراءات الصارمة لمنع الجرائم الإلكترونية التي قد تقدّس العلاقة بين الأشخاص وبعضهم البعض.^(٥)

فيما تناولت دراسة (Madhur Raj Jain & Palak Gupta 2012) تأثير استخدام الشباب من سن ١٨ : ٣٠ لموقع التواصل الاجتماعي على مستوى وعيهم بالقضايا المجتمعية وتوصلت الدراسة إلى أن موقع التواصل الاجتماعي أسهمت بشكل متوسط في توعية الشباب بالقضايا الاجتماعية لكنها أسهمت في كونها أفسحت لهؤلاء الشباب مساحة للحوار حول هذه القضايا، وأن موقع فيس بوك جاء في مقدمة المواقع الأكثر تأثيراً.^(٦)

وسمحت دراسة (Biswajit Das& Jyoti Sahoo, 2011) إلى التعرف على تأثير استخدام موقع التواصل الاجتماعي على السلوك الاجتماعي لدى المستخدمين خاصة فيما يتعلق بالآثار السلبية لهذا الاستخدام، وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام موقع التواصل الاجتماعي يظهر تغيراً كبيراً في السلوك الاجتماعي للأشخاص، وأن موقع التواصل الاجتماعي أصبحت وسيلة أساسية للتواصل والترفيه بالنسبة للشباب، وأن التعامل مع هذه الوسيلة بحكمة من شأنه أن يسهم في تطوير علاقتنا الاجتماعية.

(٧) وركزت دراسة (Keith N. Hampton & others 2011) على التعرف على الأثر الاجتماعي لاستخدام موقع التواصل الاجتماعي وما إذا كانت تسهم في خلق نوع من القطعية الاجتماعية أم أنها تسهم في خلق حالة من التفاعل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى أن التكنولوجيا الرقمية التي أتاحتها مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً اجتماعياً مؤثراً وإن اختلف نوع هذا التأثير وقوته باختلاف مجموعة من العوامل مثل العوامل الديموغرافية وغيرها.^(٨)

في حين تناولت دراسة (منال عبده منصور، ٢٠١١) والتي استهدفت التعرف على التأثيرات الناتجة جراء استخدام الشباب لموقع التواصل الاجتماعي، حيث أجرت الدراسة على عينة قوامها ٢٥٠ طالب وطالبة من جامعة قناة السويس، والتي توصلت إلى أن التأثيرات السلوكية المتوسطة جاءت في مقدمة التأثيرات الناتجة عن استخدام الشباب لموقع التواصل الاجتماعي.^(٩)

أما دراسة (M. Neelamalar & Ms. P. Chitra, 2009) فقد سعت إلى التعرف على تأثيرات استخدام الشباب الهندي لموقع التواصل الاجتماعي وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة كبيرة من الشباب وبخاصة الجامعيين يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي، وأن الشباب يرون أن التفاعلية هي أبرز ما يميز موقع التواصل الاجتماعي ، وأن استخدام الشباب لهذه المواقع يسهم في تنمية وعيهم المجتمعي.^(١٠)

ثانياً . مشكلة الدراسة:

لقد شهدت السنوات الماضية تطويراً ملحوظاً في مجال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خاصة بين فئة الشباب بحيث أصبح لها جمهور واسع من المتلقين. ولعبت هذه المواقع دوراً مهماً في نقل الأخبار وتدالوها أولاً بأول فضلاً عن كونها مساحات للتواصل الاجتماعي بين أصحاب الاهتمامات المشتركة.

ومع البدء في تنفيذ خطة التنمية المستدامة ٢٠٣٠ وتكيفها بما يناسب مشاريع التنمية الوطنية ، حرصت الدول العربية وفي مقدمتها مصر أن تكون في باكورة الدول المعلنة عن رؤيتها للتنمية المستدامة ٢٠٣٠. ولما كان الشباب هم المستهدف الرئيسي والساود الذي تعلق عليها الآمال في قيادة مسيرة التنمية خلال السنوات الـ ١٥ المقبلة وتطبيقاتها على أرض الواقع، ولما كانت مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز الوسائل التي يعتمد عليها الشباب في متابعة ما يهتم به من قضايا، ونتيجة لما تتيحه هذه المواقع من تبادل للرؤى ومشاركة في الاهتمامات خاصة من أولئك الذين يهتمون ب المجالات المشتركة ، فإن مشكلة

هذه الدراسة تتمثل في :

رصد دور موقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب بقضايا التنمية المستدامة وذلك من خلال دراسة العلاقة بين معدلات استخدامهم لموقع التواصل الاجتماعي ود الواقع هذا الاستخدام والاشياعات المتحقق منه وطبيعة الواقع التي يحرصون على استخدامها ومستوى وعي هؤلاء الشباب بقضايا التنمية المستدامة وتفاعلهم معها واتجاهاتهم نحوها.

ثالثاً. أهمية الدراسة:

- ١ . أهمية التنمية باعتبارها حق من حقوق الإنسان يجب أن يطال الجميع.
- ٢ . البدء في تنفيذ الخطة المستدامة ٢٠٣٠ والتي تم اعتمادها من قادة ١٩٢ دولة في العالم في سبتمبر ٢٠١٥ ودخولها حيز التنفيذ بداية من يناير ٢٠١٦ .
- ٣ . إعلان عدد من الدول العربية وفي مقدمتها مصر عن خططها الوطنية للتنمية المستدامة خلال الـ ١٥ عاماً المقبلة.
- ٤ . أهمية الإعلام في التوعية بهذه الخطط والخشד لتنفيذها.
- ٥ . الدور المتصاعد لموقع التواصل الاجتماعي خاصه بين الشباب الذين يمثلون الفئة الأكثر استهدافاً برأي التنمية المستدامة ليس فقط في مصر ولكن في جميع دول العالم.

رابعاً. أهداف الدراسة:

هناك العديد من الأهداف التي تسعى هذه الدراسة إلى تحقيقها، أهمها:

- ١ . التعرف على مدى اعتماد الشباب على موقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة.
- ٢ . رصد أبرز قضايا التنمية المستدامة التي يحرص الشباب على متابعتها.
- ٣ . الوقوف على مدى إسهام موقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب بقضايا التنمية المستدامة.
- ٤ . الوصول إلى مجموعة من النتائج والتوصيات التي من شأنها تفعيل دور موقع التواصل الاجتماعي في التوعية بقضايا التنمية المستدامة.

خامساً . تساؤلات الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى الإجابة على مجموعة من التساؤلات، كالتالي:

- ١ . ما معدل استخدام الشباب لموقع التواصل الاجتماعي؟
- ٢ . ما موقع التواصل الاجتماعي الذي يحرص الشباب على استخدامها؟
- ٣ . ما دوافع استخدام الشباب لموقع التواصل الاجتماعي؟
- ٤ . ما أبرز القضايا التي يحرص عليها الشباب عند استخدامهم لموقع التواصل الاجتماعي؟
- ٥ . ما مدى متابعة الشباب لقضايا التنمية المستدامة عبر موقع التواصل الاجتماعي؟
- ٦ . هل تسهم موقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب بقضايا التنمية المستدامة؟

سادساً . فروض الدراسة :

تسعى هذه الدراسة إلى اختبار مجموعة من الفروض تمثلت في:

- الفرض الأول:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى وعي الشباب بقضايا التنمية المستدامة تبعاً لمعدل استخدامهم موقع التواصل الاجتماعي.

. الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى وعي الشباب بقضايا التنمية المستدامة تبعاً لد الواقع استخدام الشباب لموقع التواصل الاجتماعي.

. الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى وعي الشباب بقضايا التنمية المستدامة تبعاً لاتجاه الشباب نحو هذه القضايا.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى وعي الشباب بقضايا التنمية المستدامة تبعاً لتأثيرات ناتج الاعتماد.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل وعي الشباب بقضايا التنمية المستدامة تبعاً للمتغيرات الديموغرافية للمبحوثين عينة الدراسة (النوع / المستوى الاجتماعي والاقتصادي)
سابعاً . الإجراءات المنهجية للدراسة، وتشمل:

١. نوع الدراسة:

تنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة، أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد أو دراسة الحقائق الراهنة والمتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأوضاع، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون الدخول في أسبابها أو الحكم فيها، وذلك بغض النظر عن وجود أو عدم وجود فروض محددة مسبقاً .^(١١) والظاهرة التي تسعى الدراسة الحالية إلى تقرير خصائصها هي "دور موقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب بقضايا التنمية المستدامة".

٢ . منهـم الـدرـاسـة:

تعتمد هذه الدراسة بشكل أساسـي على منهـج المسـح Survey الذي يستهدـف تسـجيل وتحـليل وتقـسـير الظـاهـرة في وضعـها الـراـهن بعد جـمـع الـبـيـانـات الـلاـزـمة وـالـكـافـية عـنـها وـعـنـ عـنـاصـرـها من خـلـال مـجمـوـعـة من الإـجـراءـات المـنظـمة الـتـي تـحدـد نـوـع الـبـيـانـات وـمـصـدـرـها وـطـرـقـ الـحـصـول عـلـيـها.^(١٢)

ويـعـد منهـج المسـح جـهـدا علمـيا منـظـما للـحـصـول عـلـى بـيـانـات وـمـعـلـومـات وـأـوـصـاف عـنـ الـظـاهـرة أو مـجمـوـعـة الـظـواـهـر مـوـضـوعـ الـبـحـث وـلـفـتـرـة زـمـنـية كـافـية للـدرـاسـة^(١٣) ، حيث يـقـوم الـبـاحـث في هـذـه الـدرـاسـة بـإـجـراء المسـح عـلـى عـيـنة منـ الشـابـاب لـتـعـرـف عـلـى مـدـى تـأـثـير اـسـتـخـادـهـم مـوـاقـعـ التـواـصـل الـاجـتمـاعـي عـلـى وـعـيـهـم بـقـضاـيـاـ التـنـمـيـةـ المـسـتـدـامـةـ.

٣ . مجـتمـع الـدرـاسـة :

يـتـمـثل مجـتمـعـ الـدرـاسـةـ فـيـ الشـابـابـ المـصـريـ وـذـلـكـ لـتـعـرـفـ عـلـىـ مـدـىـ تـأـثـيرـ اـسـتـخـادـهـمـ مـوـاقـعـ التـواـصـلـ الـاجـتمـاعـيـ عـلـىـ وـعـيـهـمـ بـقـضاـيـاـ التـنـمـيـةـ المـسـتـدـامـةـ.

٤. عينة الدراسة:

نظراً لصعوبة إجراء الدراسة على جميع أفراد مجتمع الدراسة ، فقد اعتمد الباحث على عينة من الشباب المصري من مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي حيث تم إجراء الدراسة على ٣٧٢ مفردة من مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي ، وذلك في الفترة من ١ مارس ٢٠١٦ ، وحتى ٣٠ إبريل ٢٠١٦ . وتمثلت خصائص عينة الدراسة في الآتي :

جدول (أ)

يوضح نوع المبحوثين عينة الدراسة

الإجمالي		النوع
%	ك	
٥٩.٩	٢٢٣	ذكور
٤٠.١	١٤٩	إناث
١٠٠	٣٧٢	الإجمالي

تشير بيانات الجدول (أ) ما يلي :

- أن ٥٩.٩ % من إجمالي المبحوثين عينة الدراسة كانوا من الذكور ، في حين جاءت نسبة الإناث في المرتبة الثانية بنسبة ٤٠.١ %.

جدول (ب)

يوضح المستوى التعليمي للمبحوثين عينة الدراسة

الإجمالي		مستوى التعليم
%	ك	
٥٢.٧	١٩٦	طالب جامعي
٨.٩	٣٣	مؤهل متوسط
٢١.٥	٨٠	مؤهل جامعي
١٦.٩	٦٣	مؤهل فوق جامعي
١٠٠	٣٧٢	الإجمالي

تشير بيانات الجدول (ب) ما يلي :

- جاء الطلاب بالمرحلة الجامعية في المرتبة الأولى من حيث الاهتمام باستخدام موقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة ٥٢.٧ %، يليهم الشباب أصحاب المؤهل الجامعي بنسبة ٢١.٥ %، ثم أصحاب المؤهل فوق جامعي بنسبة ١٦.٩ %، وأخيراً أصحاب المؤهل المتوسط بنسبة ٨.٩ %.

جدول (ج)

يوضح المستوى الاجتماعي والاقتصادي للمبحوثين عينة الدراسة

الإجمالي		المستوى الاجتماعي والاقتصادي
%	ك	
٣٣.٩	١٢٦	مرتفع
٥٤	٢٠١	متوسط
١٢.١	٤٥	منخفض
١٠٠	٣٧٢	الإجمالي

تشير بيانات الجدول (ج) ما يلي :

- جاء متوسط المستوى الاجتماعي والاقتصادي في المرتبة الأولى من بين مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٥٤ % ، يليهم مرتفعي الدخل بنسبة ٣٣.٩ %، وأخيراً منخفضي المستوى الاجتماعي والاقتصادي بنسبة ١٢.١ % .

٥. أداة الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على استماراة الاستبيان Questionnaire وهو أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استئثار المبحوثين بطريقة منهجية.^(١٤) وقد قسمت استماراة الاستبيان إلى عدد من المحاور:

المحور الأول : قياس معدل الاستخدام، وذلك من خلال التعرف على معدل استخدام الشباب لموقع التواصل الاجتماعي، ومستوى كثافة هذا الاستخدام، ونوعية الواقع التي يحرصون على استخدامها.

المحور الثاني: الاعتماد على موقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة، وذلك من خلال التعرف على مدى اعتماد الشباب على موقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة، ودوافع هذا الإعتماد، وأبرز القضايا التي حرص الشباب عينة الدراسة على متابعتها.

المحور الثالث: اتجاهات الشباب نحو قضايا التنمية المستدامة، وذلك من خلال التعرف على اتجاهات الشباب نحو رؤية التنمية المستدامة ٢٠٣٠ والتي تم الإعلان عنها.

المحور الرابع : وعي الشباب بقضايا التنمية المستدامة، وذلك من خلال التعرف على مدى وعي الشباب عينة الدراسة بقضايا التنمية المستدامة التي تم الإعلان عنها والتي جاءت وفق رؤية التنمية المستدامة . ٢٠٣٠

٦. اختبار الصدق والثبات:

أ . اختبار الصدق Reliability: قام الباحث بإجراء اختبار الصدق لاستماراة الاستبيان، حيث تم عرض الاستماراة على مجموعة من المحكمين^(١٥)، للحكم عليها والتتأكد من صدقها وصلاحيتها لتحقيق أهداف وفرضيات الدراسة الميدانية والإجابة على تساؤلاتها، وروعي في اختيارهم تعدد مجالات تخصصهم في مناهج البحث والإعلام والاقتصاد.

وبناء على آراء المحكمين في الاستمارة تم العمل بهذه الآراء وتعديل بعض بنود الاستمارة حسب آرائهم وإنقاذهم وإعادة ترتيب بعض الأسئلة وحذف البعض الآخر وتغيير بعض المقاييس، وإعادة صياغة بعض البديل بشكل أكثر تحديداً وحذف بدائل أخرى، وتوحيد اللغة المستخدمة لتحقيق التسلسل المنطقي للاستمارة.

ب . اختبار الثبات Validity : قام الباحث باختبار ثبات الاستمارة وذلك عن طريق استخدام أسلوب Test and Retest حيث قام الباحث بإجراء دراسة أولية على ١٠ مفردات، بواقع ١٠ % من عينة الدراسة، ثم قام الباحث بعد أسبوعين بإعادة الاختبار عليهم مرة أخرى لقياس ثبات الاستمارة، وقد كان معامل الثبات ٨٩ % وهو ما يعد مؤشراً على ثبات الأداة ، ويؤكد وضوح الاستمارة وصلاحيتها لجمع البيانات المطلوبة.

ثاماً . الأساليب الإحصائية لتحليل البيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة التحليلية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسوب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحرمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for the Social Science" SPSS .

وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

أ . المقاييس الوصفية وتشمل:

١. الجداول والتوزيعات التكرارية: حيث قام الباحث بعرض بعض المتغيرات في جداول تهدف إلى الكشف عن التكرارات والنسب فقط.

٢- متوسط الوزن المرجح : ويستخدم لقياس وزن المتغيرات الترتيبية والوزنية ، وذلك للوصول إلى التعرف على القيمة الترتيبية أو الوزنية لكل متغير ، وذلك عبر حساب متوسط القيم الترتيبية والوزنية.

ب . المقاييس التجميعية : حيث قام الباحث بتصميم مقاييس تجميعية تهدف إلى دمج عدد من المتغيرات داخل مقياس واحد تتم على أساسه بعض الاختبارات الإحصائية، وذلك لضمان عدم تشتت النتائج، وقد أفادت هذه المقاييس في رسم صورة واضحة لعلاقة محاور الدراسة ومتغيراتها ببعضها البعض.

ج . الاختبارات الإحصائية :

بناء على تصميم المقاييس السابق الإشارة إليه ، بما يعني أن المتغيرات التي يتم اختبارها هي متغيرات وزنية ، فقد تم تطبيق الاختبارات الإحصائية التالية:

١. اختبار T.TTest (T) : وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين مجموعتين.

٢ - اختبار كروسکال ولاس Kruskal Wallis Test: وهو مقياس لا معلمي لقياس الفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين.

د . مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة: اعتمد الباحث على مستوى دلالة يبلغ ٠٠٥ لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه.

تاسعاً: موقع التواصل الاجتماعي Social Media Sites

كانت بداية ظهور موقع التواصل الاجتماعي في منتصف التسعينات من القرن الماضي وتحديداً في عام ١٩٩٥ مع ظهور موقع Classmates.com وذلك للربط بين زملاء الدراسة^(١٦)، وفي عام ١٩٩٧ ظهر موقع SixDegrees.com والذي ركز على العلاقات غير المباشرة حيث أتاح للمستخدمين إنشاء ملفات شخصية وخدمة إرسال الرسائل الخاصة وإنشاء قائمة من الأصدقاء والأشخاص الآخرين الذين لديهم نفس الاهتمام المشترك ، وعلى الرغم من اجتذاب موقع SixDegrees.com الملايين من المستخدمين إلا أنه أخفق في الاستمرار حيث توقف في عام ٢٠٠٠.^(١٧)

ومن العام ١٩٩٧ وحتى عام ٢٠٠١ ظهر عدد من مواقع التواصل الاجتماعي المرتبطة بمجموعات معينة مثل موقع الأمريكيين الآسيويين Asian Avenue .com وموقع البشر ذوي البشرة السمراء Black Planet وغيرها من الموقع التي أتاحت للمستخدمين إنشاء ملفات شخصية ومهنية ومعلوماتية إضافة إلى الإطلاع على ملفات الأصدقاء الآخرين دون الحاجة إلى التواصل معهم.

كما ظهرت خلال هذه الفترة مواقع أخرى مثل موقع Cyworld و LiveJournal والموقع الكوري LunarStorm السويدي وغيرها، والتي اشتملت على قوائم الأصدقاء وسجلات الزوار وصفحات اليوميات Facebook بعدها ظهرت موقع أخرى مثل ماي سبيس Myspace ولينكيد إن LinkedIn وفيسبوك وتوتر Twitter وإنستجرام Instagram وجوجل بلس Google+ وغيرها.^(١٩)

ومنذ عام ١٩٩٧ وحتى عام ٢٠١٠ كان هناك حوالي ١٠.٥ مليار شخص يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي^(٢٠)، كوسيلة للتواصل الاجتماعي وتبادل المعلومات والخبرات بشكل تغيرت معه طبيعة العملية الإتصالية التي تحولت من اتصال أحادي الإتجاه إلى اتصال تفاعلي ثنائي الإتجاه Two way communication^(٢١).

وتعد موقع التواصل الاجتماعي بمثابة منصات تشاركية لتبادل الحوار والأراء والمعلومات بين الأشخاص ذوي الاهتمام المتشابه والقضايا المشتركة ، فلم يعد المستخدمين قادرين فقط على استعراض المعلومات التي يتم نشرها على هذه المنصات كما كان الحال في ويب ١.٠ Web ، ولكن أيضاً القيام بالمشاركة عن طريق التعبير وتبادل المعلومات والأفكار الخاصة حول القضايا المختلفة وذلك من خلال التقنيات التي وفرتها ويب ٢.٠ Web^(٢٢).

خصائص موقع التواصل الاجتماعي Characteristics of Social Media

يحدد مايفيلد Mayfield خمس خصائص للعمليات التي تتم عبر موقع التواصل الاجتماعي ، وهي كالتالي:

١ . المشاركة Participation : تشجع موقع التواصل الاجتماعي على المشاركة ورجع الصدى من كل شخص مهتم بذلك، فهي تزيل الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.

٢ . الانفتاح Openness : معظم مواقع التواصل الاجتماعي هي مفتوحة لردود الأفعال والمشاركة، فهي تشجع على التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات ونادراً ما توجد أي عوائق للوصول إلى المحتوى والاستفادة منه.

٣ . المحادثة Conversation : فإنه في حين أن وسائل الإعلام التقليدية تقوم ببث الرسالة الإعلامية إلى الجمهور الذي يكون في مقام المتلقى، فإن وسائل التواصل الاجتماعي يجعل الاتصال أو المحادثة في اتجاهين.

٤ . المجتمع Community : تسمح وسائل التواصل الاجتماعي بتكوين مجتمعات إفتراضية قائمة على التواصل بشكل فعال بين أصحاب المصالح أو الاهتمامات المشتركة.

٥ . الترابط Connectedness : معظم مواقع التواصل الاجتماعي تزدهر على الترابط والوصلات التشعيبية التي تتيح التنقل بين الموقع والمصادر والأشخاص.

وتحتل موقع التواصل الاجتماعي مكانة بارزة في حياة الشباب اليوم، وعلى سبيل المثال، فإنه تشير إحدى الدراسات إلى أن متوسط الوقت الذي يقضيه شاباً أمريكياً على موقع التواصل الاجتماعي يومياً بلغ ١.٧٢ ساعة في عام ٢٠١٥، وأن متوسط الوقت الذي يقضيه شاب أمريكي على الإنترنت بلغ ٢٧ ساعة في الإسبوع، كما تشير هذه الدراسات إلى أنه من أبرز الآثار الإيجابية لاستخدام الشباب لموقع التواصل الاجتماعي، ما يلي:

١ . التعليم Education : يمكن استخدام موقع التواصل الاجتماعي من قبل المعلمين للتعاون مع الطلاب والتواصل بين الطلاب وبعضهم البعض ، كما يسهل للطلاب الحصول على مواد للتعلم من خلال هذه المواقع، مما يسهم في تحسين الدرجات وتخفيف الغياب ويشير أحد التقارير إلى أن ٥٩ % يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي لتبادل محتوى تربوي، وأن ٥٠ % من المستخدمين من الطلاب يستخدمونه للبحث عن واجبات مدرسية.

٢ . المشاركة السياسية Politics Participation : تساهم موقع التواصل الاجتماعي في زيادة نسبة المشاركة في الاستحقاقات الانتخابية، وتشير التقارير إلى أن مستخدمي الفيس بوك أكثر عرضة للمشاركة في الانتخابات إذا وجدوا أن أصدقائهم على موقع التواصل الاجتماعي قد قاموا بذلك، وخلال انتخابات عام ٢٠١٠ كان الأشخاص الذين يستخدمون موقع فيس بوك أكثر من مرة يومياً كانوا ٢٠.٥ مرة أكثر مشاركة في التجمعات السياسية و ٤٣ % أكثر مشاركة في الانتخابات، فضلاً عن ذلك فإن موقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً في التغيير السياسي خاصه وأنها تسمح للحركات الاجتماعية بسرعة النشر إضافة إلى كونها وسيلة رخيصة نسبياً في إعلام وتعبئة الناس.

٣ . الإعلام / تنمية الوعي Awareness/Being Informed : تشير الدراسات إلى أن ٢٧.٨ % من الأميركيين يحصلون على الأخبار من على شبكة الإنترنت في مقابل ٢٨.٨ % للصحف و ١٨.٨ % للراديو، فالمعلومات تنتشر بشكل أسرع عن طريق شبكة الإنترنت أكثر من أي وسيلة أخرى، كما أن أكثر من ٥٠ % من الأخبار العاجلة يتم العلم بها من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

كما تقدم الشبكات الاجتماعية البحث الأكاديمية التي تمكن الجميع من الوصول إليها عبر الإنترنت، مما يسمح للناس الوصول إلى موارد لم تكن متاحة سابقاً، إضافة إلى ذلك فإن موقع التواصل الاجتماعي تسهم في إبلاغ وتمكين الأفراد لتغيير أنفسهم ومجتمعاتهم.

٤ . الفوائد الاجتماعية Social Benefits: تسمح وسائل الإعلام الاجتماعية للناس التواصل مع الأصدقاء وهذا التواصل المتزايد على الإنترنت يعزز تلك العلاقات. وتشير الدراسات إلى أن ٥٢ % من المراهقين على الإنترنت يقولون إن موقع التواصل الاجتماعي ساعدتهم في الحصول على أصدقاء جدد وتكون صداقات وأن ٨٨ % يرون أن الإنترنت يساعدهم على البقاء على اتصال مع الأصدقاء الذين لا يرอนهم بانتظام.

٥ . فرص عمل Job Opportunities: حيث تساهم موقع التواصل الاجتماعي في مساعدة المستخدمين في الحصول على فرص عمل جديدة، كما تساعد أرباب العمل في الحصول على موظفين جدد، وتشير الدراسات إلى أن ٨٩ % من عمليات التوظيف الإلكتروني تمت من خلال موقع لينكد إن وأن ٢٦ % عن طريق الفيسبوك، و ١٥ % عن طريق تويتر، فضلاً عن ذلك فقد أوجدت موقع التواصل الاجتماعي الآلاف من فرص العمل الجديدة وسبل جديدة للدخل.

ويتضح مما سبق أن أحد الآثار الإيجابية لاستخدام موقع التواصل الاجتماعي أنها تكون وسيلة للإعلام وتنمية الوعي بالأحداث والقضايا المحيطة.

عاشرًا . النظريات المرتبطة بالدراسة:

(أ) : مدخل الاستخدامات والاشباعات :

ينبني مدخل الاستخدامات والاشباعات Uses and Gratifications على فكرة مؤداها أن حاجات الفرد المرتبطة بوسائل الاتصال، والتي تنشأ في ظل بيئة اجتماعية ونفسية معينة تخلق لدى الفرد دوافع التعرض لوسائل الاتصال، فضلاً عن مصادر أخرى غير وسائل الاتصال، حيث يتوقع الفرد أن تتحقق له هذه المصادر إشباعات لهذه الحاجات، وقد تتحقق وسائل الاتصال في تحقيق هذه الإشباعات ، وقد لا تتحقق في ذلك.

ويقوم هذا المدخل على عدد من الفروض التي تمت مراجعتها لتلائم ما تم التوصل إليه من نتائج حول جمهور وسائل الإعلام، يمكن تلخيصها فيما يلي:

١ . أن السلوك الاتصالي سلوك هادف وذو دوافع، حيث يسعى جمهور وسائل الإعلام بإيجابية لتحقيق أهداف محددة من خلال استخدام هذه الوسائل.

٢ . يتخذ الجمهور مبادرة انتقاء واستخدام وسائل الاتصال لاشياع حاجاتهم ورغباتهم الشخصية، فقد يكون استخدام الجمهور لوسائل الإعلام هو استجابة لاحتياجاتهم الحقيقية، ولكنه من ناحية أخرى يشبع حاجاتهم ويلبي رغباتهم، كالباحث عن المعلومات حل مشكلة ما.

٣ . يؤثر السلوك الاتصالي لجمهور وسائل الإعلام بمجموعة من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تعمل بمثابة المتغير الوسيط بين الوسيلة وجمهورها ، فهذه العوامل تعمل بمثابة المرشح أو الفلتر لاستجابات الفرد السلوكية تجاه وسائل الإعلام.

٤ . قد تؤثر وسائل الإعلام في سمات الفرد من ناحية أو في البناء الاجتماعي والسياسي والثقافي والاقتصادي للمجتمع من ناحية أخرى، ومن ثم يمكن الاستدلال على المعايير الاجتماعية والثقافية السائدة في مجتمع ما، من خلال استخدام أفراده لوسائل الإعلام.

٥ . تتنافس وسائل الإعلام مع أشكال الاتصال الأخرى على عمليات الانتباه والانتقاء والاستخدام التي يجريها الجمهور لاشياع حاجاته ورغباته، فهناك علاقة مؤكدة بين الاتصال الشخصي والجماهيري، حيث أن الطريقة التي تلبى بها وسائل الإعلام الاحتياجات تختلف من فرد لأخر باختلاف الظروف الاجتماعية والنفسية المحيطة بكل فرد.

وبحق مدخل الاستخدامات والإشباعات ثلاثة أهداف رئيسية :

١ . التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع اختيار واستخدام الوسائل التي تشبع حاجاته.

٢ . شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة، والتفاعل الذي يحدث نتيجة لهذا التعرض.

٣ . التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

- وقد استفاد الباحث من تطبيق مدخل الاستخدامات والإشباعات في هذه الدراسة: في التعرف على استخدامات الشباب المصري لموقع التواصل الاجتماعي والإشباعات المتحققة جراء ذلك الاستخدام.

(ب) نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تطلق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Dependency Theory من مقوله رئيسية مفادها أنه كلما زاد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام في تحقيق حاجاته وإشباعاته زاد ذلك من أهمية الدور الذي تؤديه تلك الوسائل في حياة هذا الفرد ، وتطبق هذه المقوله أيضا على مستوى المجتمع ككل ، حيث إنه كلما زاد اعتماد أفراد المجتمع على وسائل الإعلام زاد ذلك من حجم التأثير الكلي لهذه الوسائل على هذا المجتمع ومن ثم تزداد أهمية الوظائف التي يمكن أن تؤديها لهذا المجتمع.^(٢٠)

كما أن الفرض الرئيسي لنظرية الاعتماد يتمثل في أن الاعتماد على وسائل الإعلام يزداد بزيادة تحجيم القدرة على استقبال المعلومات المطلوبة من خلال المصادر الشخصية مع مراعاة وفرة المعلومات المطلوبة وتقييمها ومقارنتها بالمصادر الشخصية لدى الجمهور ، وكلما ازدادت المجتمعات تعقيداً ازداد اعتماد الناس على وسائل الإعلام خارج مجموعاتهم

الفكرة الرئيسية التي تتبلور حولها هذه النظرية: هي أن المتنقى يعتمد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات بحيث تسهم في تكوين معارفه واتجاهاته ومدركاته إزاء ما يقع في المجتمع . وبناء على ذلك يمكن تعريف الاعتماد على وسائل الإعلام على أنه : العلاقة التي تكون فيها قدرة الأفراد على تحقيق أهدافهم متوقفة على مصدر المعلومات في النظام الإعلامي وقدرته على إيجاد المعلومات جميعها ومعالجتها وتنسيقها ونشرها وتوزيعها.

آثار الاعتماد على وسائل الإعلام:

اتفقت نماذج نظرية الاعتماد على الأهداف التي يسعى الجمهور لتحقيقها من جراء اعتماده على وسائل الإعلام ، تلاقت حول الآثار الناجمة عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام وأن هذه الآثار هي العاكس لحقيقة العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور^(٢٦) . وقد حدد Sandra Ball Rokeach & Melvin Defleur تلك الآثار في نماذجهن الثلاثة عبر ثلاثة مجموعات هي^(٢٧) :

١ - الآثار المعرفية.

٢ - الآثار العاطفية أو الوجدانية.

٣ - الآثار السلوكية.

ويرى الباحثان أن التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام في الجمهور تتعدد من خلال العلاقة الثلاثية بين الجمهور ووسائل الإعلام والبناء الاجتماعي.

ويرجع أسباب اختيار هذه النظرية إلى ما يلى:

١- تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى وطبيعة الدور الذي تقوم به موقع التواصل الاجتماعي كوسيلة من وسائل الإعلام الجديد في توعية الشباب بقضايا التنمية المستدامة وهو ما يتفق مع الهدف الرئيس لنظرية الاعتماد وهو : تفسير لماذا يكون لوسائل الإعلام أحياناً تأثيرات قوية و مباشرة، وأحياناً تأثيرات ضعيفة غير مباشرة؟.

٢- تفترض نظرية «الاعتماد على وسائل الإعلام» أن الجمهور سيعتمد على وسائل المعلومات بشكل متزايد لاستقاء معلوماته من أجل تكوين مداركه ومعرفة مضمون التوجهات إزاء ما يحدث في المجتمع في أوقات التغيير والتي يسود فيها الشك والغموض.

وهو ما يتفق مع طبيعة قضايا التنمية المستدامة التي ربما تتسم بالغموض لدى بعض غير المتخصصين، فضلاً عن أن المرحلة التي أطلقت فيها تتسم بالغموض والتعميق والتثبيك نظراً لما تمر به المنطقة من تغيرات سياسية واقتصادية واجتماعية.

(ج) نظرية ثراء وسائل الإعلام : media richness

ظهرت هذه النظرية بين عامي ١٩٨٤ ، ١٩٨٦ على يد كل من دافت، لينجيل daft, R.L and R. Hengl . وقد نشأت جذورها الأولى في مجال الاتصال التنظيمي ثم طبقت بعد ذلك في مجال الاتصال التفاعلي ثم الجماهيري.^(٢٨)

الفكرة الرئيسية في نظرية ثراء الوسيلة: تقوم الفكرة الرئيسية في هذه النظرية على أن وسائل الاتصال تختلف في قدراتها على تسهيل عملية الفهم، فوسائل الاتصال التقليدية أو الحديثة يمكن تصنيفها على أنها وسائل عالية أو منخفضة الثراء، ولذا يجب تحديد الوسيلة الاتصالية الأكثر ملائمة لكل موقف اتصالي وذلك بالتوافق ما بين الثراء في الوسيلة ودرجة غموض موضوع الاتصال^(٢٩). وعلى ذلك فإن الأهداف الرئيسية لأي منظمة هي تقليل غموض الرسالة عن طريق اختيار الرسائل التي تحقق التفاعل مع الجمهور^(٣٠) وبالتالي تساعد الأفراد على تكوين مفاهيم عن القضايا السائدة في البيئة الاجتماعية المحيطة.

الفرض التي تقوم عليها النظرية: افترض دافت ولينجيل أن وسائل الاتصال تمتلك العديد من القدرات والإمكانيات لتوصيل المعلومات والمعرف لمستخدميها وبالتالي تساعد في حل المشكلات الخاصة بالغموض، إضافة إلى أنها تمكن مستخدميها من الوصول لحلول للخلافات في الرأي وتسهيل الفهم بين الناس.

وعلى ذلك فإن هذه النظرية تفترض فرضين أساسيين هما :

- ١- أن الوسائل الإعلامية والتكنولوجية تمتلك قدراً كبيراً من البيانات والمعلومات، بالإضافة إلى تنوع المضمون المقدم من خلالها، وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.
- ٢- هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة الإعلامية مرتبة من الأعلى إلى الأدنى من حيث درجة الثراء الإعلامي لتتبع قدرة هذه الوسيلة الإعلامية على إزالة الغموض الذي يلحق بالمؤسسات وهي كالتالي:
 - ١- وجود رد فعل فوري يجعل المشاركين في عملية الاتصال يتوصّلون إلى الفهم المشترك (سرعة رجع الصدى immediate feed back).
 - ٢- استخدام مجموعة من الرموز لتوصيل المعاني والمشاعر مثل لغة الجسد مثلاً (تعدد الرموز multiple cues).
 - ٣- استخدام اللغة الطبيعية لتوصيل المعنى (تنوع اللغة المستخدمة variety of language).
 - ٤- الشخصية personalization .

وبناءً على ما سبق فإن غموض الرسالة يؤثر على اختيار الوسيلة، وأكثر الوسائل فعالية هي تلك الوسائل المستخدمة لتقليل غموض الرسالة، وفي هذا الإطار ينظر إلى الاتصال المواجهي على أنه أعلى درجات الاتصال ثراء وذلك لقدرته على تحقيق face to face communication أكبر قدر من التفاعل. وتنقاوت الوسائل الاتصالية في درجة ثرائها^(٣١)، ووفقاً للمعايير أو المحددات السابقة فإن الإنترنيت ك وسيط حامل لموقع التواصل الاجتماعي ينطوي على كثير من عوامل الثراء التي تساهم في كشف الغموض ومساعدة الأفراد على الفهم وتكوين الآراء بشأن القضايا المختلفة حيث إمكانية

الفورية ورجع الصدى وسهولته ومن حيث تعدد الأشكال الإعلامية التي يمكن من خلالها توصيل الرسالة الاتصالية من المصدر إلى المستقبل بالإضافة إلى ذلك فإن الفضاء السبراني غير المحدود يقضي على مشكلة المساحة، ويقدم خلفيات توضيحية، وموضوعات ذات صلة تشرح وتفسر وتوضح أبعاد الفكرة الإعلامية التي تؤديها الرسالة الاتصالية.

وقد استفاد الباحث من هذه النظرية في هذه الدراسة من خلال محاولة التعرف على ما إذا كان الشباب يعتمد على موقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة باعتبارها من الوسائل الأكثر ثراءً، حيث تحتوي على كم كبير من المعلومات، والتي توظفها في أكثر من شكل بهدف الوصول إلى أكبر عدد من المستخدمين.

حادي عشر . المفاهيم المرتبطة بالدراسة:

١ . **موقع التواصل الاجتماعي Social Media Sites :** نظراً للتطور السريع لموقع التواصل الاجتماعي فإنه يكاد لا يوجد اتفاق على مفهوم موقع التواصل الاجتماعي. (٣٢) ولكن تعرف موقع التواصل الاجتماعي على أنها: عبارة عن "مجتمع افتراضي يتيح لمستخدمي الإنترنت التواصل مع من يرغبون من الأشخاص الآخرين الذين يحملون نفس الإهتمام المشترك".

٢ . **التوعية Awareness:** العملية التي تشير إلى إكساب الفرد وعيًا حول أمر ما أو أمور بعينها، وتبصيره بالجوانب المختلفة للمحيطة بها.

٣ . **التنمية المستدامة Sustainable Development:** هي تلك التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال المقبلة على تلبية احتياجاتها الخاصة؛ فالاستدامة هي نموذج للتفكير حول المستقبل الذي يضع في الحسبان الاعتبارات البيئية والاجتماعية والاقتصادية في إطار السعي للتنمية وتحسين جودة الحياة. (٣٣)

ثاني عشر . نتائج الدراسة:

١ . تعرض الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (١)

يوضح مدى استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي

الإجمالي		العرض
%	كـ	
٦٦.٤	٢٤٧	دائماً
٢٦.٣	٩٨	أحياناً
٧.٣	٢٧	نادراً
١٠٠	٣٧٢	الإجمالي

. تشير بيانات الجدول رقم (١) إلى ما يلي :

- أن ٦٦.٤ % من الشباب عينة الدراسة يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم، فيما أعرب ٢٦.٣ % أنهم يستخدمونها أحياناً، فيما أشار ٧ % من الشباب عينة الدراسة إلى أنهم يستخدمونها نادراً.
- ولعل ارتفاع مستوى حرص الشباب على استخدام موقع التواصل الاجتماعي يرجع إلى أن استخدام هذه المواقع مرتبط بشكل أكبر بالتطورات التكنولوجية التي يكون الشباب هم الأقدر على استيعابها والتعامل معها بشكل أكبر من غيرهم، وهو ما أكدته العديد من الدراسات التي أثبتت أن الشباب هم الأكثر استخداماً لموقع التواصل الاجتماعي.
- وتنتفق هذه النتائج إلى حد ما مع ما توصلت إليه دراسة (Biswajit Das & Jyoti Sahoo, 2011) والتي أشارت إلى اقبال الشباب بكثافة على استخدام موقع التواصل الاجتماعي.^(٣٤)
- كما تنتفق أيضاً مع دراسة (M. Neelamalar & Ms. P. Chitra, 2009) والتي توصلت إلى أن نسبة كبيرة من الشباب وبخاصة الجامعيين يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي.^(٣٥)

جدول رقم (٢)

يوضح معدل تعرض الشباب لموقع التواصل الاجتماعي

الإجمالي		معدل التعرض
%	ك	
٦٢.٦	٢٣٣	أكثر من ٥ مرات في الأسبوع
٢٨	١٠٤	من ٣ : ٥ مرات
٩.٤	٣٥	أقل من ٣ مرات
١٠٠	٣٧٢	الإجمالي

. تشير بيانات الجدول رقم (٢) إلى ما يلي:

- جاء معدل استخدام الشباب عينة الدراسة موقع التواصل الاجتماعي أكثر من ٥ مرات في الأسبوع في المرتبة الأولى بنسبة ٦٢.٦ %، يليه من ٣ : ٥ مرات بنسبة ٢٨ %، وأخيراً بنسبة .% ٩.٤.
- ولعل هذا يؤكّد أيضاً إقبال الشباب على استخدام موقع التواصل الاجتماعي بمعدلات كثيفة أسبوعياً خاصةً مع توافر التطبيقات التي تتيح استخدام هذه المواقع في كل مكان سواء على الهواتف المحمولة أو الحواسب اللوحية وغيرها، مع تعدد الخدمات التي تقدمها سواء كانت خدمات تعليمية أو خدمات تتعلق بمتابعة الأخبار أو التواصل مع الآخرين أو مشاركة ذوي الاهتمام المشترك أو غيرها.

جدول رقم (٣)
يوضح الوقت المستغرق في كل مرة

الإجمالي		معدل التعرض في كل مرة
%	ك	
٥٨.٣	٢١٧	ثلاث ساعات فأكثر
٢٩.٨	١١١	من ساعة إلى أقل من ٣ ساعات
١١.٨	٤٤	أقل من ساعة
١٠٠	٣٧٢	الإجمالي

. تشير بيانات الجدول رقم (٣) إلى ما يلي:

جاء معدل تعرض الشباب عينة الدراسة لثلاث ساعات فأكثر يومياً في المرتبة الأولى بنسبة ٥٨.٣ %، يليه "من ساعة إلى أقل من ٣ ساعات" بنسبة ٢٩.٨ %، وأخيراً أقل من ساعة بنسبة ١١.٨ %. ويرى الباحث أن ارتفاع معدل التعرض لموقع التواصل الاجتماعي لأكثر من ساعات في كل مرة بنسبة تزيد عن ٥٨ % يشير إلى مدى ارتباط الشباب عينة الدراسة بهذه المواقع مما يزيد من احتمالات إمكانية تأثرهم بها.

جدول رقم (٤)
يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص الشباب على استخدامها

الترتيب	الإجمالي		موقع التواصل	معدل الحرص
	%	ك		
١	٩٦.٥	٣٥٩	فيسبوك	
٢	٧٩.٦	٢٩٦	تويتر	
٣	٧٧.٤	٢٨٨	يوتيوب	
٤	٤١.١	١٥٣	انستجرام	
٧	١٨	٦٧	ماي سبيس	
٦	٣٣.٣	١٢٤	لينكد ان	
٤	٦٦.٩	٢٤٩	جوجل بلس	
٨	١١.٦	٤٣	هاي فايف	
٩	٢.٢	٨	فلكر	
١٠	١.١	٤	أخرى	

. تشير بيانات الجدول رقم (٤) إلى ما يلي:

- جاء موقع فيسبوك في المرتبة الأولى بنسبة ٩٦.٥ %، يليه "تويتر" بنسبة ٧٩.٦ %، ثم يوتيوب ٧٧.٤ %، يليه جوجل بلس ٦٦.٩ %، فانستجرام ٤١.١ % ، ثم لينك دإن ٣٣.٣ %، يليه ماي سبيس ١٨ %، ثم هاي فايف ١١.٦ %، وفلكر ٢.٢ % وأخيراً فئة أخرى بنسبة ١.١ %.

- ويرى الباحث أن مجيء موقع فيس بوك في المرتبة الأولى يرجع إلى كونه موقع التواصل الأكثر استخداماً ليس فقط في العالم العربي بل في العالم أجمع وذلك كما أشارت العديد من الدراسات (٣٦)، يليه توينتر الذي يسجل معدل استخدامات أعلى خاصة في دول الخليج العربي ، ثم يوتيوب الذي أشارت بعض الدراسات إلى أن ٩٠ مليون فيديو يشاهدون يومياً عبر موقع يوتيوب في المملكة العربية السعودية فقط. (٣٧) وذلك في الوقت الذي سجلت فيه مواقع أخرى للتواصل الاجتماعي مثل جوجل بلس و إنستجرام معدلات استخدام مرتفعة.
- وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (Madhur Raj Jain & Palak Gupta 2012) والتي توصلت إلى أن موقع فيس بوك جاء في مقدمة المواقع الأكثر متابعة وتأثيراً من قبل الجمهور. (٣٨).

جدول رقم (٥)
يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص الشباب على استخدامها

الترتيب	الإجمالي		معدل الحرص	الموضوعات
	%	ك		
١	٧٥.٥	٢٨١		السياسية
٢	٧٠.٤	٢٦٢		الاقتصادية
٤	٥٤	٢٠١		الاجتماعية
٦	٣١.٧	١١٨		الثقافية
٧	٢٣.٧	٨٨		الدينية
٣	٥٩.٩	٢٢٣		الرياضية
٥	٤١.١	١٥٣		قضايا المرأة
٨	٣	١١		أخرى

تشير بيانات الجدول رقم (٥) إلى ما يلي:

- جاءت القضايا السياسية في المرتبة الأولى من بين القضايا التي يحرص الشباب عينة الدراسة على متابعتها من خلال موقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة ٧٥.٥ %، تليها القضايا الاقتصادية بنسبة ٧٠.٤ %، يليها القضايا الرياضية بنسبة ٥٩.٩ %، ثم القضايا الاجتماعية بنسبة ٥٤ %، يليها قضايا المرأة بنسبة ٤١.١ %، ثم القضايا الثقافية بنسبة ٣١.٧ %، فالقضايا الدينية بنسبة ٢٣.٧ %، وأخيراً فئة أخرى بنسبة ٣ %.
- ويرى الباحث أن مجيء القضايا السياسية في المرتبة الأولى هو أمر طبيعي نتيجة لما تشهده المنطقة العربية من تفاعلات وتغيرات سياسية خلال السنوات الأخيرة، كذلك فإن مجيء القضايا الاقتصادية في المرتبة الثانية يرجع إلى تأثير هذه القضايا بشكل مباشر على المواطنين حيث تدخل فيها قضايا التنمية المستدامة، كما أن مجيء هذه القضايا في مرتبة متقدمة أيضاً يرجع إلى التحديات الاقتصادية التي تواجهها عدد من الدول العربية في ظل المتغيرات الإقليمية والعالمية.

- من الملحوظ أن القضايا الرياضية جاءت في مرتبة متقدمة عن القضايا الاجتماعية في متابعة الشباب لها عبر موقع التواصل الاجتماعي، ولعل هذا يرجع من وجهة نظر الباحث إلى ولع الشباب بالرياضية خاصة خلال السنوات الأخيرة التي سيطرت فيه القضايا والأحداث الرياضية المحلية والإقليمية والعالمية على كثير من عقول واهتمامات الشباب.
- كما أن مجيء قضايا المرأة في مرتبة متقدمة نسبياً يؤكد اهتمام الشباب بهذا النوع من القضايا، كما يرجع أيضاً إلى ارتفاع نسبة الإناث في عينة الدراسة.

٢ . اعتماد الشباب على موقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة :

جدول رقم (٦)

يوضح مدى اعتماد الشباب على موقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة

الإجمالي		مدى اعتماد الشباب
%	ك	
٦٨.٨	٢٥٦	نعم
٣١.٢	١١٦	لا
١٠٠	٣٧٢	الإجمالي

تشير بيانات الجدول رقم (٦) إلى ما يلي:

- أكد ٦٨.٨ % من الشباب عينة الدراسة أنهم يتبعون قضايا التنمية المستدامة عبر موقع التواصل الاجتماعي، فيما ذكر ٣١.٢ أنهم لا يتبعون هذه القضايا عبر موقع التواصل الاجتماعي.
- ويرى الباحث أن نسبة من يتبعون قضايا التنمية المستدامة عبر موقع التواصل الاجتماعي هي نسبة كبيرة نسبياً مقارنة بحذاثة هذه القضايا بالنسبة للشباب، كما أن هذه النسبة تدعونا أيضاً إلى تفعيل قنوات التواصل مع الشباب عبر موقع التواصل الاجتماعي من أجل توعيتهم بهذه القضايا التي تعد مستقبل أوطاننا العربية والذي يقوم بالأساس على سواعد شباب الأمة.

جدول رقم (٧)

يوضح اعتماد الشباب على موقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة

الإجمالي		معدل الاعتماد
%	ك	
٤٤.٥	١١٤	درجة كبيرة
٤٨.٨	١٢٥	درجة متوسطة
٦.٧	١٧	درجة ضعيفة
١٠٠	٣٥٦	الإجمالي

تشير بيانات الجدول رقم (٧) إلى ما يلي:

- أن ٤٨.٨ % من الشباب عينة الدراسة ممن يتبعون قضايا التنمية المستدامة عبر موقع التواصل الاجتماعي يعتمدون على هذه المواقع بدرجة متوسطة في متابعة هذه القضايا، يليه بدرجة كبيرة بنسبة ٤٤.٥ %، وأخيراً بدرجة ضعيفة بنسبة ٦.٧ %.
- ويرى الباحث أن ارتفاع نسبة اعتماد الشباب على موقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة يرجع إلى أن موقع التواصل الاجتماعي تشغله حيزاً كبيراً من اهتمامات الشباب كما أوضحت هذه الدراسة وغيرها من الدراسات السابقة، فهم يعتمدون عليها بشكل كبير في متابعة القضايا التي تدخل في حيز اهتمامهم.
- فضلاً عن ذلك فإن الدول العربية التي اطلقت رؤيتها لخطة التنمية المستدامة ٢٠٣٠ قد اعتمدت بشكل كبير على موقع التواصل الاجتماعي في نشر هذه الرواية وخلق حالة من التفاعل والنقاش حولها ويشانها وذلك لأن المستهدف الأول من هذه الرواية هم فئة الشباب.

جدول رقم (٨)

يوضح أسباب اعتماد الشباب على موقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة

الإجمالي		أسباب الاعتماد
%	ك	
٤٤.٩	١١٥	صدق معلوماتها
٧٩.٣	٢٠٣	لسرعتها في نشر الأحداث والتطورات المتعلقة بقضايا التنمية المستدامة
٤١.٨	١٠٧	تسمح لي بالتعبير عن رأيي في قضايا التنمية المستدامة بحرية
٢٦.٦	٦٨	عادة واعتنقت عليها
٥٨.٩	١٥١	لجرأتها في تناول قضايا التنمية المستدامة
١٩.١	٤٩	للتسليية وقضاء وقت الفراغ
٤٨.٤	١٢٤	تتفرد بعرض أخبار غير موجودة في الوسائل الأخرى
٤١.٤	١٠٦	تميز المضمون الخبري فيها بالثقة
٧٣	١٨٧	تساعدني على تكوين آرائي بشأن القضايا المطروحة
٧٤.٢	١٩٠	تمكنني من التفاعل مع الآخرين
٨.٦	٢٢	للهروب من الروتين اليومي

تشير بيانات الجدول رقم (٨) إلى ما يلي:

جاء "لسرعتها في نشر الأحداث والتطورات المتعلقة بقضايا التنمية المستدامة" في المرتبة الأولى من حيث دوافع اعتماد الشباب الذين يعتمدون على موقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة وذلك بنسبة ٧٩.٣ %، يليه "تمكنني من التفاعل مع الآخرين" بنسبة ٧٤.٢ %، ثم كونها "تساعدني في تكوين آرائي بشأن القضايا المطروحة بنسبة ٧٣ %، يليها "لجرأتها في تناول قضايا التنمية"

المستدامة وذلك بنسبة ٥٨.٩ %، ثم كونها "تتفرد بعرض أخبار غير موجودة في الوسائل الأخرى" بنسبة ٤٨.٤ %، يليه "صدق معلوماتها" بنسبة ٤٤.٩ %، ثم كونها "تسمح لي بالتعبير عن رأيي في قضايا التنمية المستدامة بحرية" بنسبة ٤١.٨ %، فتميز المضمون الخبري فيها بالثقة بنسبة ٤١.٤ %، ثم "عادة واعتدت عليها" بنسبة ٢٦.٦ %، فالتسليمة وقضاء وقت الفراغ بنسبة ١٩.١ %، وأخيراً للهروب من الروتين اليومي بنسبة ٨.٦ %.

من الواضح تقدم الدوافع النفعية مثل سرعتها في نقل الأحداث والتفاعل مع الآخرين والمساعدة في تكوين الأراء بشأن القضايا المطروحة وغيرها من الدوافع الطقوسية مثل عادة واعتدت عليها والتسليمة وقضاء وقت الفراغ، وهذا أمر طبيعي خاصة في هؤلاء الشباب من عينة الدراسة الذي أكدوا أنهم يتبعون قضايا التنمية المستدامة (وهي قضايا جادة ولها بعد اقتصادي كبير) في الغالب يكون اهتمامهم مبني على العمل الجاد وتحقيق المنفعة والحصول على المعلومة.

من الواضح أيضاً تقدم الدوافع التي تتوافق مع طبيعة النشر الإلكتروني مثل سرعة نقل الأخبار ، والتفاعل مع الآخرين وتكوين الأراء بشأن القضايا المطروحة والتعبير عن الرأي بحرية، وغيرها من الدوافع التي يتسم بها النشر الشبكي.

جدول رقم (٩)

يوضح الآراء المتحققة من اعتماد الشباب على موقع التواصل الاجتماعي
في متابعة قضايا التنمية المستدامة

الإجمالي		الآراء المتحققة
%	ك	
٨٠.٥	٢٠٦	جعلتني أكثر معرفة بما يحيط بي من أمور
٧٢.٣	١٨٥	أصبحت أكثر قدرة على النقاش مع الآخرين
٦٣.٣	١٦٢	كونت لدى القدرة على الرؤية النقدية للأحداث
٧٧.٧	١٩٩	جعلتني أكثر انخراطاً في قضايا المجتمع
٧٨.٥	٢٠١	وسعت مدركاتي فيما يتعلق بتنمية المجتمع المحلي
٦٧.٢	١٧٢	أكسبتني مكانة أعلى من محظوظ الاجتماعي
٣٤.٤	٨٨	شجعني على المشاركة في بعض الأعمال المفيدة للمجتمع

. تشير بيانات الجدول رقم (٩) إلى أن الآراء المتحققة من اعتماد الشباب على موقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة جاءت كالتالي:

"جعلتني أكثر معرفة بما يحيط بي من أمور" في المرتبة الأولى بنسبة ٨٠.٥ %، يليها " وسعت مدركاتي فيما يتعلق بتنمية المجتمع المحلي" بنسبة ٧٨.٥ %، ثم " عللتني أكثر انخراطاً في قضايا المجتمع" بنسبة ٧٧.٧ % ، يليها " أصبحت أكثر قدرة على النقاش مع الآخرين" بنسبة ٧٢.٣ %، ثم " أكسبتني مكانة أعلى من محظوظ الاجتماعي" بنسبة ٦٧.٢ %، ثم " كونت لدى القدرة على الرؤية

"النقدية للأحداث" بنسبة ٦٣.٣ % ، يليها "شجعتي على المشاركة في بعض الأعمال المفيدة للمجتمع" بنسبة ٣٤.٤ %.

من الواضح ارتفاع نسبة الإشباعات بوجه عام، وهو ما يرجعه الباحث إلى جدية وحداثة قضايا التنمية المستدامة خاصة مع إطلاق خطة التنمية ٢٠٣٠، حيث تتوزع الإشباعات ما بين توجيهية ومجتمعية وهو ما يدعو إلى ضرورة التوظيف الأمثل لهذه الإشباعات بما يسهم في التوعية بقضايا التنمية المستدامة بالشكل الذي من شأنه الإسهام في تحقيق الأهداف التنموية التي تشتمل عليها رؤى التنمية ٢٠٣٠.

جدول رقم (١٠)

يوضح أبرز قضايا التنمية المستدامة التي تحرص على متابعتها من خلال موقع التواصل الاجتماعي

الإجمالي		أبرز القضايا
%	ك	
٧٥.٤	١٩٣	قضايا الطاقة
٨٣.٢	٢١٣	النمو الاقتصادي
٥٥.١	١٤١	التحول من الاستهلاك إلى الإنتاج
٦٤.٨	١٦٦	قضايا الصحة
٧٢.٧	١٨٦	التعليم
٢٠.٧	٥٣	الصرف الصحي
٥٥.٥	١٤٢	إدارة الموارد المائية
١٠.٥	٢٧	التنمية الريفية
١٧.٦	٤٥	التنمية السياحية
٣٣.٦	٨٦	التنمية البيئية
٦٧.٢	١٧٢	التنمية التكنولوجية والتقنية
٧٨.٩	٢٠٢	خفض معدلات البطالة
٨.٢	٢١	خفض النمو السكاني
٧٣.٤	١٨٨	خفض معدلات الفقر
١٢.٩	٣٢	التغير المناخي
٥.٩	١٥	أخرى

. تشير بيانات الجدول رقم (١٠) إلى ما يلي:

جاءت قضايا النمو الاقتصادي في المرتبة الأولى من بين قضايا التنمية المستدامة التي يحرص الشباب على متابعتها من خلال موقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة ٨٣.٢ %، يليها "خفض معدلات البطالة" بنسبة ٧٨.٩ %، ثم قضايا الطاقة بنسبة ٧٥.٤ %، يليها خفض معدلات الفقر بنسبة ٧٣.٤ %، ثم التعليم بنسبة ٧٢.٧ %، يليه قضايا التنمية التكنولوجية والتقنية بنسبة ٦٧.٢ %، فالصحة بنسبة ٦٤.٨ %، إدارة الموارد المائية ٥٥.٥ %، ثم التحول من الاستهلاك إلى الإنتاج بنسبة ٥٥.١ %، يليه

التنمية البيئية بنسبة ٣٣.٦ %، فالصرف الصحي بنسبة ٢٠.٧ %، يليه التنمية السياحية ١٧.٦ %، فالتغير المناخي بنسبة ١٢.٩ %، ثم التنمية الريفية بنسبة ١٠.٥ %، خفض النمو السكاني بنسبة ٨.٢ %، وأخيراً فئة أخرى بنسبة ٥.٩ %.

ويرى الباحث أن مجيء قضايا النمو الاقتصادي والبطالة والطاقة وخفض معدلات الفقر في مراتب متقدمة يرجع إلى أن هذه القضايا هي الأكثر تداولاً على الساحتين الاقتصادية والإعلامية، كما أنها الأكثر تأثيراً وربما أهمية على فئة الشباب الذين يتطلعون إلى رفع معدلات النمو الاقتصادي بما يسهم في تحسين الأوضاع المعيشية للمواطنين، إضافة إلى توفير مصادر بديلة للطاقة والقضاء على البطالة وتوفير فرص عمل للشباب وخفض معدلات الفقر.

كما أن مجيء التعليم والصحة وإدارة الموارد المائية في مراتب متقدمة نسبياً يرجع إلى كون هذه القضايا من القضايا القومية التي يجب اتخاذ خطوات جادة نحو تطويرها لتحسين الخدمات المقدمة للمواطنين والحفاظ على مواردها المائية في ظل ما يلوح في الأفق من بوادر أزمات حول المياه في العالم، كما أن مجيء قضايا التنمية التكنولوجية والتكنولوجية يرجع إلى اهتمام هذه الفئة العمرية بالتطور التكنولوجي والتكنولوجي والعمل على مواكبته.

جدول رقم (١١)
يوضح أهم المصادر التي اعتمدت عليها في متابعة قضايا التنمية المستدامة

الترتيب	متوسط الوزن المرجح	أهم المصادر
٤	٠.٩٣٦	الصحف الورقية
٢	١.٣٢٠	الفضائيات
٥	٠.٨٢١٣	الإذاعات
٣	١.٢٠٢٤	الموقع الإخبارية
١	١.٦٧٢	موقع التواصل الاجتماعي
٧	٠.٥٠٣١	الأصدقاء والمعارف
٦	٠.٧٦٤٢	الندوات والمؤتمرات
٨	٠.٢٤٥٠	أخرى تذكر

. تشير بيانات الجدول رقم (١١) إلى ما يلي :

جاءت موقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى من الوسائل التي يعتمد عليها الشباب في الحصول على معلومات حول قضايا التنمية المستدامة حيث بلغ المتوسط الحسابي لها ١.٦٧٢، يليها الفنون الفضائية حيث بلغ المتوسط الحسابي لها ١.٣٢٠، ثم الموقع الإخبارية حيث بلغ المتوسط الحسابي لها ١.٢٠٢٤ ، ثم الصحف الورقية حيث بلغ المتوسط الحسابي لها ٠.٩٣٦ ، فالإذاعات حيث بلغ المتوسط الحسابي لها ٠.٨٢١٣ ، يليها الندوات والمؤتمرات حيث بلغ المتوسط الحسابي لها ٠.٧٦٤٢ ، ثم الأصدقاء

والمعارف حيث بلغ المتوسط الحسابي لها ٣١٥٠٠، وأخيراً فئة أخرى حيث بلغ المتوسط الحسابي لها ٤٥٠٠.

ويرى الباحث أن مجيء مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى من بين الوسائل التي تعتمد عليها موقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة يرجع إلى ارتباط الشباب بهذه الوسيلة إلى حد كبير، إضافة إلى ما تطلقه مصر وعدد من الدول العربية من حملات للتعريف والتوعية بقضايا التنمية المستدامة بهدف إشراك الشباب في تنفيذ الخطط الرامية إلى تحقيق التنمية.

كما أن مجيء الفضائيات والصحف الورقية في مرتبتين متقدمتين نسبياً يؤكد أن هذه الوسائل لازالت لها متابعة من قبل الشباب وإن تفوقت عليها الوسائل الإلكترونية بشكل كبير حيث جاءت المواقع الإخبارية أيضاً في مرتبة متقدمة نسبياً.

جدول رقم (١٢)

يوضح درجة وعي الشباب بقضايا التنمية المستدامة من خلال متابعتهم لها على مواقع التواصل الاجتماعي

الإجمالي		درجة الوعي
%	ك	
٣٤	٨٧	مرتفعة
٥١.٦	١٣٢	متوسطة
١٤.٤	٣٧	منخفضة
١٠٠	٢٥٦	الإجمالي

. تشير بيانات الجدول رقم (١٢) إلى ما يلي:

أن درجة وعي الشباب بقضايا التنمية المستدامة من خلال متابعتهم لها على مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في المرتبة الأولى متوسطة وذلك بنسبة ٥١.٦ %، يليها بدرجة مرتفعة بنسبة ٣٤ %، وأخيراً بدرجة منخفضة بنسبة ١٤.٤ %.

ويرى الباحث أن مجيء متوسط الوعي في المرتبة الأولى يرجع إلى حداثة هذه القضايا نسبياً خاصة وأن إطلاق رؤى التنمية المستدامة ٢٠٣٠ تم خلال وقت قريب منذ بداية العام ٢٠١٦، في حين أن الخطة السابقة كان يتم العمل عليها قبل سنوات، كذلك يرجع إلى كون هذه القضايا متخصصة أكثر من غيرها، وإن كان يجب العمل على رفع درجة وعي الشباب بقضايا التنمية المستدامة لأنهم المستهدف الرئيسي منها ، فضلاً عن كونهم الأكثر قدرة على تنفيذ وتطبيق هذه المخططات على أرض الواقع.

وتتفق هذه النتيجة إلى حد ما مع دراسة (Parvathy J & Suchithra R , 2015) والتي توصلت إلى أنه موقع التواصل الاجتماعي تسهم في توعية الشباب.^(٣٩)

كما تتفق أيضاً مع دراسة (Madhur Raj Jain & Palak Gupta 2012) والتي أشارت إلى أن موقع التواصل الاجتماعي أسهمت بشكل متوسط في توعية الشباب بالقضايا الاجتماعية.^(٤٠)

كما تتفق أيضا مع دراسة (M. Neelamalar & Ms. P. Chitra, 2009) والتي توصلت إلى أن

استخدام الشباب لهذه المواقع يسهم في تنمية وعيهم المجتمعي.^(٤١)

جدول رقم (١٣)

يوضح مستوى تفاعل الشباب مع المحتوى المتعلق بقضايا التنمية المستدامة

الإجمالي		مدى التفاعل
%	ك	
٤٣.٧	١١٢	عال التفاعل
٣٤.٤	٨٨	متوسط التفاعل
٢١.٩	٥٦	منخفض التفاعل
١٠٠	٢٥٦	الإجمالي

. تشير بيانات الجدول رقم (١٣) إلى ما يلي:

أن ٤٣.٧ % من الشباب كانوا يتمتعون بقدر عال من التفاعل مع الموضوعات المتعلقة بقضايا التنمية المستدامة، فيما كان ٣٤.٤ % متوسطي التفاعل، وكان ٢١.٩ % منخفضي التفاعل.

ويرى الباحث أن ارتفاع نسبة مستوى التفاعل خاصة فيما يتعلق بعالي التفاعل ومتوسط التفاعل يشير إلى مدى حرص الشباب على التفاعل مع هذه القضايا التي ربما تمس مصيرهم ومستقبلهم.

جدول رقم (١٤)

يوضح نمط تفاعل الشباب مع المحتوى المتعلق بقضايا التنمية المستدامة

الإجمالي		نمط التفاعل
%	ك	
٤٠.٢	١٠٣	التعليق
٣٤	٨٧	المشاركة
٢١.٥	٥٥	إرسال إلى صديق
١٨.٤	٤٧	إعادة كتابة ما نشر بشكل آخر
١٣.٣	٣٤	صممت صفحة أو مجموعة خاصة لذلك
٤.٣	١١	أخرى

. تشير بيانات الجدول رقم (١٤) إلى ما يلي:

- جاء التعليق على رأس أنماط التفاعل التي اعتمد عليها الشباب عينة الدراسة في متابعتهم لقضايا التنمية المستدامة وذلك بنسبة ٤٠.٢ %، يليه المشاركة بنسبة ٣٤ %، ثم الإرسال إلى صديق

بنسبة ٢١.٥ %، فإنّ العادة كتابة ما نشر بشكل آخر بنسبة ١٨.٤ %، ثم صممت صفحة أو مجموعة خاصة لذلك بنسبة ١٣.٣ %، وأخيراً فئة أخرى بنسبة ٤.٣ %.

- ويرى الباحث أن مستوى تفاعل الشباب مع قضايا التنمية المستدامة يعد مرضياً للغاية خاصة إذا وضعنا في الاعتبار حداثة طرح القضية واتسامها بقدر من التخصص الدقيق الذي ربما لا يتاسب بشكل كبير مع مرونة وحيوية الشباب.

- وتتفق هذه النتيجة إلى حد ما مع ما توصلت إليه دراسة (Pritam Chattopadhyay & Archana M. Deshpande, 2012) والتي أشارت إلى أن موقع التواصل الاجتماعي لها تأثيرات مهمة على الشباب في مرحلة المراهقة حيث يستخدمونها كوسيلة لإجراء التفاعلات الاجتماعية الخاصة بهم. (٤٢)

جدول رقم (١٥)
يوضح اتجاه الشباب نحو قضايا التنمية المستدامة

متوسط الوزن المرجع	معارض		محايد		موافق		الرأي	العبارة
	%	ك	%	ك	%	ك		
٢,٦٨٢٣	١٤.٨	٣٨	٨.٦	٢٢	٧٦.٦	١٩٦	التنمية المستدامة ضرورة من أجل مستقبل أفضل للأجيال القادمة	
٢,٧٦٨١	١٤.١	٣٦	٧.٤	١٩	٧٨.٥	٢٠١	مشاركة الشباب في تحقيق التنمية المستدامة واجب وطني	
٢,٢٤٤٢	١٧.٥	٤٥	١٨	٤٦	٦٤.٥	١٦٥	الدول العربية ستتجه في تنفيذ خطط التنمية المستدامة باقتدار	
١,٨٨٣٥	٥٥.٩	١٤٣	٢٣.٨	٦١	٢٠.٣	٥٢	التنمية المستدامة حلم لا يمكن تحقيقه	
١.٩٨٦١	٦٢.٥	١٦٠	٢٢.٣	٥٧	١٥.٢	٣٩	التنمية المستدامة مصطلح هلامي يقوم على مشاريع اقتصادية وهمية	
١.٩٥٦٧	٧٤.٦	١٩١	٨.٦	٢٢	١٦.٨	٤٣	محاولات التنمية المستدامة لا تتناسب مع مجتمعاتنا	

. تشير بيانات الجدول رقم (١٥) إلى أن اتجاهات الشباب عينة الدراسة نحو قضايا التنمية المستدامة جاءت كالتالي:

- ذكر ٧٦.٦ % من الشباب عينة الدراسة أن التنمية المستدامة ضرورة من أجل مستقبل أفضل للأجيال القادمة، فيما تبني ٨.٦ % اتجاهها محايداً، وأعرب ١٤.٨ % عن رفضهم لذلك، ويبلغ متوسط الوزن المرجع ٢.٦٨٢٣.
- ذكر ٧٨.٥ % من الشباب عينة الدراسة أن مشاركة الشباب في تحقيق التنمية المستدامة واجب وطني، فيما تبني ٧.٤ % اتجاهها محايداً، وأعرب ١٤.١ % عن رفضهم لذلك، ويبلغ متوسط الوزن المرجع ٢.٧٦٨١.

- ذكر ٦٤.٥ % من الشباب عينة الدراسة أن الدول العربية ستجح في تنفيذ خطط التنمية المستدامة باقتدار ، فيما تبني ١٨ % اتجاهها محايداً، وأعرب ١٧.٥ % عن رفضهم لذلك، وبلغ متوسط الوزن المرجح ٢٠.٢٤٤٢ .
- ذكر ٢٠.٣ % من الشباب عينة الدراسة أن التنمية المستدامة حلم لا يمكن تحقيقه، فيما تبني ٢٣.٨ % اتجاهها محايضاً، وأعرب ٥٥.٩ % عن رفضهم لذلك، وبلغ متوسط الوزن المرجح ١.٨٨٣٥ .
- ذكر ١٥.٢ % من الشباب عينة الدراسة أن التنمية المستدامة مصطلح هلامي يقوم على مشاريع اقتصادية وهمبة، فيما تبني ٢٢.٣ % اتجاهها محايضاً، وأعرب ٦٢.٥ % عن رفضهم لذلك، وبلغ متوسط الوزن المرجح ١.٩٨٦١ .
- ذكر ١٦.٨ % من الشباب عينة الدراسة أن محاولات التنمية المستدامة لا تتناسب مع مجتمعنا، فيما تبني ٨.٦ %، وأعرب ٧٤.٦ % عن رفضهم لذلك، وبلغ متوسط الوزن المرجح ١.٩٥٦٧ .
- ويرى الباحث أن الشباب عينة الدراسة يتبنون اتجاهها إيجابيا نحو قضايا التنمية المستدامة وهو أمر يدعو إلى التفاؤل أن الشباب لديه وعي إلى حد كبير بأهمية هذه القضايا ويحمل اتجاهها إيجابيا نحوها وهو ما يزيد من إمكانية انخراطهم في العمل من أجل تحقيق أهداف ومحددات التنمية المرجوة.

ناتج الاعتماد على موقع التواصل الاجتماعي في تغطيتها لقضايا التنمية المستدامة :

جدول رقم (١٦)

يوضح التأثيرات الناتجة عن تعرض الشباب موقع التواصل الاجتماعي في تغطيتها لقضايا التنمية المستدامة

متوسط الوزن المرجح	معارض		محايدين		موافق		الرأي	العبارة
	%	ك	%	ك	%	ك		
٢.٩٧٦٢	٨.٦	٢٢	١٤.١	٣٦	٧٧.٣	١٩٨	عطتني أكثر وعيًا بقضايا التنمية المستدامة	
٢.٨٦٤٣	٢٠.٣	٥٢	٢٧.٧	٧١	٥٢	١٣٣	صرت أكثر اقتناعاً بأن المضي قدماً في خطة ٢٠٣٠ للتنمية أصبحت مسألة حتمية لا بديل عنها	
٢.٧١٥٢	١٩.٩	٥١	٣٣.٦	٨٦	٤٦.٥	١١٩	أصبحت أستطيع الحكم على كفاءة أي برنامج للتنمية المستدامة	
٢.٩٠٣٤	١٤.٨	٣٨	٢٤.٢	٦٢	٦٠.٩	١٥٦	الشعور بالفخر لبداية مسيرة تنمية جادة وفعالة	
٢.٠٥٢٤	٥.٠	١٢٨	١٤.٥	٣٧	٣٥.٥	٩١	الاعتقاد بأن الشعوب العربية غير قادرة على تحقيق معدلات مرضية في عملية التنمية	
١.٨٢٢٠	٣٧.١	٩٥	٣٦.٧	٩٤	٢٦.٢	٦٧	الشعور بالتهميش وعدم القدرة على التأثير في الأحداث	
٢.٤٩٠١	٢٣.٤	٦٠	٣٤	٨٧	٤٢.٦	١٠٩	شاركت في بعض النشاطات والفعاليات التي هدفت إلى التوعية بأهداف خطة التنمية المستدامة ٢٠٣٠	
٢.٦٠٣٤	١٩.٩	٥١	٣٤.٤	٨٨	٤٥.٧	١١٧	ساهمت في توعية المحيط الجماهيري بقضايا التنمية المستدامة ٢٠٣٠	
١.٩٨٣٣	٣٠.٩	٧٩	٣٩.٤	١٠١	٢٩.٧	٧٦	قمت ببعض النشاطات المناهضة لبعض محاور خطة التنمية المستدامة ٢٠٣٠	

تشير بيانات الجدول رقم (١٦) إلى ما يلي:

- ذكر ٧٧.٣ % من الشباب ممن يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة أن هذه المواقع جعلتهم أكثر وعيًا بقضايا التنمية المستدامة وذلك بنسبة ٧٧.٣ %، فيما ذكر ١٤.١ % منهم محايدين، وأوضح ٨.٦ % رفضهم لذلك، وبلغ متوسط الوزن المرجح لها ٢.٩٧٦٢.

- ذكر ٥٢ % من الشباب ممن يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة أن هذه المواقع جعلتهم أكثر اقتناعاً بأن المضي قدماً في خطة ٢٠٣٠ للتنمية أصبحت

- مسألة حتمية لا بديل عنها ، فيما ذكر ٢٧.٧ % أنهم محايدون، وعارض ٢٠.٣ % ذلك، وبلغ متوسط الوزن المرجح لها ٢.٨٦٤٣ .
- ذكر ٤٦.٥ % من الشباب ممن يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة أن هذه الواقع جعلتهم يستطيعون الحكم على كفاءة أي برنامج للتنمية المستدامة، فيما ذكر ٣٣.٦ % أنهم محايدون، وعارض ١٩.٩ % ذلك وبلغ متوسط الوزن المرجح لها ٢.٧١٥٢ .
 - ذكر ٦٠.٩ % من الشباب ممن يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة أن هذه الواقع جعلتهم يشعرون بالفخر لبداية مسيرة تنموية جادة وفعالة، وذكر ٢٤.٢ % أكدوا أنهم محايدون، فيما عارض ١٤.٨ %، وبلغ متوسط الوزن المرجح لها ٢.٩٠٣٤ .
 - ذكر ٣٥.٥ % من الشباب ممن يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة أن هذه الواقع جعلتهم يعتقدون أن الشعوب العربية غير قادرة على تحقيق معدلات مرضية في عملية التنمية، وذكر ١٤.٥ % أنهم محايدون، وعارض ٥٠ % ذلك وبلغ متوسط الوزن المرجح لها ٢.٠٠٥٢٤ .
 - ذكر ٢٦.٢ % من الشباب ممن يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة أن هذه الواقع جعلتهم يشعرون بالتهميش وعدم القدرة على التأثير في الأحداث، وذكر ٣٦.٧ % أنهم محايدون، فيما عارض ٣٧.١ % ذلك، وبلغ متوسط الوزن المرجح لها ١.٨٢٢٠ .
 - ذكر ٤٢.٦ % من الشباب ممن يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة أن هذه الواقع جعلتهم يشاركون في بعض النشاطات والفعاليات التي هدفت إلى التوعية بأهداف خطة التنمية المستدامة ٢٠٣٠ ، وذكر ٣٤ %، فيما أعلن ٢٣.٤ % رفضهم لذلك وبلغ متوسط الوزن المرجح لها ٢.٤٩٠١ .
 - ذكر ٤٥.٧ % من الشباب ممن يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة أن هذه الواقع جعلتهم يساهمون في توعية المحيط الجماهيري بقضايا التنمية المستدامة ٢٠٣٠ ، وذكر ٣٤.٤ % أنهم محايدون، فيما عارض ١٩.٩ % ذلك، وبلغ متوسط الوزن المرجح لها ٢.٦٠٣٤ .
 - ذكر ٢٩.٧ % من الشباب ممن يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة أن هذه الواقع جعلتهم يقومون ببعض النشاطات المناهضة لبعض محاور خطة التنمية المستدامة ٢٠٣٠ ، فيما ذكر ٣٩.٤ % أنهم محايدون، وأعرب ٣٠.٩ % أنهم معارضون وبلغ متوسط الوزن المرجح لها ١.٩٨٣٣ .

- من الواضح تقدم التأثيرات المعرفية فيما يتعلق بناتج الاعتماد على موقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة، وإن جاءت أيضاً التأثيرات الوجدانية والسلوكية في مرتبتين متتاليتين.

ثالث عشر . نتائج اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى وعي الشباب بقضايا التنمية المستدامة تبعاً لمعدل استخدامهم موقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (١٧)
للفرق في الوعي تبعاً لمعدل الاستخدام Kruskal-Wallis نتائج كروسكال والاس

مستوى المعنوية sig	درجات الحرية df	كا Chi Square	الانحراف المعياري Std. Dev.	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	مستوى الوعي	معدل الاستخدام
٠.٠٠١	٢	١٢.٥٣١	٠,٨٤٦١	٢.٤٣٥٢	٨٧	مرتفع	
			٠,٧٦٨٤	٢٠٠٤٣٣	١٣٢	متوسط	
			١,٢٤١٠	١.٧٣١٢	٣٧	ضعيف	
			١,٢٠٥٢	١.٦٣٥٢	٢٥٦	المجموع	

تشير بيانات الجدول رقم (١٧) إلى ما يلي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات وعي الشباب عينة الدراسة بقضايا التنمية المستدامة تبعاً لمستوى استخدامهم لموقع التواصل الاجتماعي حيث كانت قيمة كا = ١٢.٥٣١ وهي دالة وذلك عند مستوى معنوية ٠.٠٠١، وذلك لصالح الشباب مرتفعي الوعي حيث بلغ المتوسط الحسابي لهم ٢.٤٣٥٢، يليهم الشباب متوسطي الاستخدام وذلك بنسبة ٢٠٠٤٣٣، وأخيراً الأشخاص ضعيفي الاستخدام حيث بلغ المتوسط الحسابي لهم ١.٧٣١٢ ، مما يعني أن الأشخاص كثيفي الاستخدام كانوا أكثر وعياً بقضايا التنمية المستدامة يليهم الأشخاص الأقل استخداماً وأخيراً الأشخاص ضعيفي الاستخدام.
- وبذلك تثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات وعي الشباب عينة الدراسة بقضايا التنمية المستدامة تبعاً لمستوى استخدامهم لموقع التواصل الاجتماعي.

. الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى وعي الشباب بقضايا التنمية المستدامة تبعاً لد الواقع استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (١٨)
للفرق في الوعي تبعاً لد الواقع استخدام Kruskal-Wallis نتائج كروسكال والاس

مستوى المعنوية sig	درجات الحرية df	كا Chi Square	الانحراف المعياري Std. Dev.	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	مستوى الوعي	الد الواقع
٠٠٠١	٢	١٤.٣٦١	٠,٩٣٤٢	١.٩٣٦٢	٨٧	مرتفع	
			٠,٦٧٣١	١.٧٤٤١	١٣٢	متوسط	
			١,٢٥٦٤	١.٧٣١٢	٣٧	ضعيف	
			١,١٣٢٠	١.٥٣٦٢	٢٥٦	المجموع	

تشير بيانات الجدول رقم (١٨) إلى ما يلي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات وعي الشباب عينة الدراسة بقضايا التنمية المستدامة تبعاً لد الواقع استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي حيث كانت قيمة كا = ١٤.٣٦١ ، وهي دالة عند مستوى معنوية ٠٠٠١ ، وذلك لصالح الشباب مرتفعي الوعي حيث بلغ المتوسط الحسابي لهم ١.٩٣٦٢ ، يليه الشباب متوسطي الوعي حيث بلغ المتوسط الحسابي لهم ١.٧٤٤١ ، وأخيراً ضعيفي الوعي حيث بلغ المتوسط الحسابي لهم ١.٧٣١٢ ، مما يعني أن الأشخاص مرتفعي الدافعية كان مستوى وعيهم أعلى من الأقل دافعية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- ويرى الباحث أن هذا أمراً طبيعياً خاصة في ظل ما تمت الإشارة إليه مسبقاً من تقدم الدافع النفعية على الدافع الطقوسي وبالتالي فإن استخدام هذه المواقع يكون دافع منفي بالدرجة الأولى وليس دافع طقوسي.
- وبذلك تثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات وعي الشباب عينة الدراسة بقضايا التنمية المستدامة تبعاً لمستوى استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الثالث : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى وعي الشباب بقضايا التنمية المستدامة تبعا لاتجاههم نحو هذه القضايا .

جدول رقم (١٩)

للفروق في الوعي تبعا لاتجاه نحو قضايا التنمية المستدامة Kruskal-Wallis Results

مستوى المعنوية sig	درجات الحرية df	٢١ Chi Square	الانحراف المعياري Std. Dev.	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	مستوى الوعي	الاتجاه نحو قضايا التنمية المستدامة
٠٠٠١	٢	١١.٣٦٨	٠.٩٧٧٦	٢.٤٥٦١	٨٧	مرتفع	
			٠.٧٥٥٣	٢.٢٤١٢	١٣٢	متوسط	
			١.٣٤٨٢	١.٩٨٧٤	٣٧	ضعيف	
			١.١٠٤٥	١.٧٦٤٥	٢٥٦	المجموع	

تشير بيانات الجدول رقم (١٩) إلى ما يلي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات وعي الشباب عينة الدراسة بقضايا التنمية المستدامة تبعا لاتجاه الشباب نحو قضايا التنمية المستدامة حيث كانت قيمة كا = ١١.٣٦٨ وهي دالة عند مستوى معنوية ٠٠٠١ ، وذلك لصالح الشباب مرتفعي الوعي حيث بلغ المتوسط الحسابي لهم ٢.٤٥٦١ ، يليه متوسطي الوعي حيث بلغ المتوسط الحسابي لهم ٢.٢٤١٢ ، وأخيرا منخفضي الوعي حيث بلغ المتوسط الحسابي لهم ١.٩٨٧٤ ، مما يعني أن الشباب الذين كانوا يحملون اتجاهها إيجابيا نحو قضايا التنمية المستدامة كانوا هم الأكثر وعيًا يليهم متوسط الوعي وأخيرا منخفضي الوعي.

- وبذلك تتضح صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى وعي الشباب بقضايا التنمية المستدامة تبعا لاتجاههم نحو هذه القضايا.

الفرض الرابع : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مدى وعي الشباب بقضايا التنمية المستدامة تبعا لتأثيرات ناتج الاعتماد .

جدول رقم (٢٠)

للفروق في الوعي تبعا لتأثيرات ناتج الاعتماد Kruskal-Wallis Results

مستوى المعنوية sig	درجات الحرية df	٢١ Chi Square	الانحراف المعياري Std. Dev.	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	مستوى الوعي	تأثيرات ناتج الاعتماد
٠٠٠١	٢	١٠.٤٣٨٨	١.٠٦٣٧	١.٩٥٤٥	٨٧	مرتفع	
			٠.٩٥٨٣	١.٦٥٢٢	١٣٢	متوسط	
			١.٥٣٠٤	١.٢٣٢	٣٧	ضعيف	
			١.٣٤٧٦	١.٥٧٨٢	٢٥٦	المجموع	

تشير بيانات الجدول رقم (٢٠) إلى ما يلي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات وعي الشباب عينة الدراسة بقضايا التنمية المستدامة تبعاً لتأثيرات ناتج الاعتماد حيث كانت قيمة $T = 21.4388$ ، وهي دالة عند مستوى معنوية $.0001$ ، وذلك لصالح الشباب مرتفع الوعي حيث بلغ المتوسط الحسابي لهم 1.9545 ، يليهم متوسطي الوعي حيث بلغ المتوسط الحسابي لهم 0.9583 ، وأخيراً منخفضي الوعي حيث بلغ المتوسط الحسابي لهم 1.232 ، مما يعني أن الشباب الأكثر وعياً هم الذين كانوا أكثر عرضةً لتأثيرات نتائج الاعتمام.
- وبذلك يتضح صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى وعي الشباب المصري عينة الدراسة وبين التأثيرات الناتجة عن الاعتماد على موقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل وعي الشباب بقضايا التنمية المستدامة تبعاً للمتغيرات الديموغرافية للمبحوثين عينة الدراسة (النوع / المستوى الاجتماعي والاقتصادي)

جدول رقم (٢١)
يوضح الفروق بين النوع ومستوى وعي الشباب بقضايا التنمية المستدامة

مستوى المعنوية sig	درجات الحرية df	قيمة T	الانحراف المعياري Std. Dev.	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	النوع	مستوى الوعي
$.0001$	254	1.0543	1.3401	3.0443	223	ذكور	
			1.4022	2.036	149	إناث	

تشير بيانات الجدول رقم (٢١) إلى ما يلي:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى وعي الشباب عينة الدراسة بقضايا التنمية المستدامة تبعاً للنوع (ذكور / إناث) حيث حيث كانت قيمة $T = 1.0543$ ، وهي دالة عند مستوى معنوية $.0001$ ، وذلك لصالح المبحوثين من الذكور حيث بلغ المتوسط الحسابي لهم 3.0443 ، في مقابل 2.036 للإناث، مما يعني أن الذكور كانوا أكثر وعياً بقضايا التنمية المستدامة من الإناث.
- ويرى الباحث أن هذه الفروق ربما ترجع إلى أن قضايا التنمية المستدامة تمثل في الغالب إلى أن تكون قضايا اقتصادية التي ربما لا تجد صدى كبيراً لمتابعتها أو الاهتمام بفهمها واستيعابها لدى الإناث بخلاف المتخصصين منهم، في حين أن الذكور يكونوا أكثر اهتمام بمثل هذا النوع من القضايا.
- وبذلك تثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى وعي الشباب عينة الدراسة بقضايا التنمية المستدامة تبعاً للنوع (ذكور / إناث).

جدول رقم (٢٢)
للفروق في الوعي تبعاً للدروافع Kruskal-Wallis نتائج كروسكال والاس

مستوى المعنوية sig	درجات الحرية df	٢ا Chi Square	الاتحراف المعياري Std. Dev.	المتوسط الحسابي Mean	العدد N	مستوى الوعي	المستوى الاجتماعي والاقتصادي
٠.٢٣١	٢٥٤ ، ٢	٨.٦٣٥	١.٥٩٦٠	٣.٢٤٥٢	٨٧	مرتفع	
			١.٣٤٠٣	٢.٣٥٧٤	١٣٢	متوسط	
			١.١٠٣٥	٢.٢٤٣٧	٣٧	ضعيف	
			١.٢٤٩٦	٢.٣٤٥٩	٢٥٦	المجموع	

تشير بيانات الجدول رقم (٢٢) إلى ما يلي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات وعي الشباب عينة الدراسة بقضايا التنمية المستدامة تبعاً لمستواهم الاجتماعي والاقتصادي حيث كانت قيمة $\chi^2 = 8.635$ ، وهي غير دلالة عند مستوى معنوية 0.231 ، مما يعني عدم وجود فروق بين مستوى وعي الشباب بقضايا التنمية المستدامة والمستوى الاجتماعي والاقتصادي لهم.
- وهو ما يرجعه الباحث ربما إلى قضايا التنمية المستدامة تهم كل فئات المجتمع أيا كان مستواها الاجتماعي والاقتصادي فهي تخطط لمستقبل الأوطان والشعوب، كما أنها تتناول قضايا جميع الفئات المختلفة.
- وبذلك ثبت عدم صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات وعي الشباب عينة الدراسة بقضايا التنمية المستدامة تبعاً لمستواهم الاجتماعي والاقتصادي.
- وبذلك ثبت جزئياً صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات وعي الشباب عينة الدراسة بقضايا التنمية المستدامة تبعاً للمتغيرات демографية للمبحوثين.

رابع عشر . النتائج العامة للدراسة:

- ارتفاع معدلات استخدام الشباب لموقع التواصل الاجتماعي.
- جاء موقع فيس بوك في المرتبة الأولى من حيث موقع التواصل الاجتماعي التي يحرص الشباب على استخدامها يليه موقع توتير ثم يوتيوب يليه جوجل بلس، فانستجرام ثم لينكيد إن، يليه ماي سبيس، ثم هاي فايف ثم موقع فلكر.
- . جاءت قضايا النمو الاقتصادي في المرتبة الأولى من بين قضايا التنمية المستدامة التي يحرص الشباب على متابعتها من خلال موقع التواصل الاجتماعي، يليها "خفض معدلات البطالة" ثم قضايا الطاقة، يليها خفض معدلات الفقر، ثم التعليم، يليه قضايا التنمية التكنولوجية والتقنية، فالصحة، إدارة الموارد المائية، ثم التحول من الاستهلاك إلى الإنتاج، يليه التنمية

البيئية، فالصرف الصحي، يليه التنمية السياحية، فالتغير المناخي، ثم التنمية الريفية، خفض النمو السكاني، وأخيراً فئة أخرى.

٤ جاءت مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى من الوسائل التي يعتمد عليها الشباب في الحصول على معلومات حول قضايا التنمية المستدامة، يليها القنوات الفضائية، ثم المواقع الإخبارية، فالصحف الورقية، ثم الإذاعات، يليها الندوات والمؤتمرات، ثم الأصدقاء والمعارف، وأخيراً فئة أخرى.

٥ أن درجة وعي الشباب بقضايا التنمية المستدامة من خلال متابعتهم لها على موقع التواصل الاجتماعي جاءت في المرتبة الأولى متوسطة وذلك بنسبة ٥١.٦ %، يليها بدرجة مرتفعة بنسبة ٤٣.٤ %، وأخيراً بدرجة منخفضة بنسبة ١٤.٤ %.

خامس عشر . التوصيات:

- ١ . ضرورة تدشين حملات توعية بقضايا التنمية المستدامة عبر موقع التواصل الاجتماعي تستهدف بالأساس فئة الشباب.
- ٢ . العمل على تأهيل الشباب للمشاركة في وضع وتطبيق رؤى التنمية المستدامة من أجل مستقبل أفضل لهم ولآبائهم .
- ٣ . تعزيز قنوات التفاعل بين الشباب وبعضهم البعض حول قضايا التنمية المستدامة.
- ٤ . دعم بعض المبادرات الشبابية لإطلاق صفحات وتشكيل مجموعات لتبادل المعلومات المتعلقة بقضايا التنمية المستدامة.
- ٥ . يقع على المؤسسات الأكاديمية العباء الأكبر في إعداد برامج من شأنها رفع معدلات الوعي لدى الشباب نحو قضايا التنمية المستدامة.
- ٦ . إنشاء معاهد إعلامية متخصصة تساعد في تعزيز الأهداف التنموية.
- ٧ . التركيز على ضرورة تدريس الدور التنموي للإعلام في كافة معاهد وكليات الإعلام.

هواش الدراسة:

^(١) Parvathy J & Suchithra R , " Impact of Usage of Social Networking Sites on Youth". **international Journal of Computer Applications** .Vol. 129 , No.3, November 2015 . Available Online: <http://www.ijcaonline.org/research/volume129/number3/parvathy-2015-ijca-906792.pdf>

^(٢) Hyesun Hwang & Kee-Ok Kim." Social media as a tool for social movements: the effect of social media use and social capital on intention to participate in social movements" . **International Journal of Consumer Studies** . Vol. 39 ,2015 . pp.477 : 488 .

^(٣) Adam Mahamat Helou, Nor Zairah Ab.Rahim. "The Influence of Social Networking Site on Students Academic performance in Malaysia" . **International Journal of Electronic Commerce Studies** , Vol.5, No.2, pp.247:254, 2014

(٤) Pritam Chattopadhyay & Archana M. Deshpande. "Implications of Social Networking Sites in Modern Environment" , **International Journal of Education and Information Studies**. Vol 2, No. 1 2012 , pp. 9:14

(٥) Rakesh Shirase , " The Impact Of Social Networking Sites On Personal Lives Of The People In Pune Neighborhood" , **International Journal of Scientific & Engineering Research**, Vol 3, Issue 9, September-2012 . Available Online:

<http://www.ijser.org/researchpaper%5CThe-Impact-of-Social-Networking-Sites-on-Personal-Lives-of-the-People-in-Pune-Neighborhood.pdf>

(٦) Madhur Raj Jain & Palak Gupta ." Impact of Social Networking in The Changing Mindset of Youth on Social Issues - A study of Delhi -Ncr Youth . **International Refereed Research Journal** . Vol ,3 . Issue 2(2), April 2012 . Available Online :

http://www.researchersworld.com/vol3/issue2/vol3_issue2_2/Paper_04.pdf

(٧) Biswajit Das& Jyoti Sahoo. " Social networking sites—a critical analysis of its impact on personal and social life". **International Journal of Business and Social Science**. Vol 2, No.14 ,2011, pp: 222:228.

(٨) Keith N. Hamptonm ,els " Social networking sites and our lives" . (USA : Pew Research Center . 2011) .

(٩) منال عبده منصور ، "التأثيرات المترتبة على استخدام الشباب الجامعي لمواقع الفيس بوك المصرية ، بحث منشور في المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، العدد السابع والثلاثون ، يناير - يونيو ٢٠١١ ، ص ص ١٧٥ : ٢٢٨ .

(١٠) M. Neelamalar & Ms. P. Chitra, " New media and society: A Study on the impact of social networking sites on Indian youth", **Estudos em Comunicac,ao** no.6, pp: 125-145 Dezembro de 2009

(١١) سمير محمد حسين(1996) ، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ ، ط ٣ ، القاهرة: عالم الكتب ، ص ٧٩ .

(١٢) محمد عبد الحميد (١٩٩٧) ، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام ، ط ٢ ، القاهرة: عالم الكتب ، ص ٩٣ .

(١٣) عبد الباسط محمد حسن (١٩٨٠) ، أصول البحث الاجتماعي ، ط ٧، القاهرة : مكتبة وهبة ، ص ٢٧٣ .

(١٤) محمد عبد الحميد (٢٠٠٤) ، البحث في الدراسات الإعلامية ، القاهرة: عالم الكتب ، ص ٢١٣ .

(١٥) قام الباحث بعرض الاستماراة على مجموعة المحكمين التالية أسماءهم ، مرتبة وفقاً لدرجاتهم العلمية "أجدية":

١ - أ.د / ابتسام الجعفراوي أستاذ الاقتصاد بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية

وكيل كلية الإعلام ،جامعة القاهرة .

الأستاذ بكلية الإعلام ،جامعة القاهرة .

الأستاذ المساعد بكلية الاقتصاد والعلوم السياسية - جامعة القاهرة .

الأستاذ المساعد بكلية الإعلام ،جامعة الأزهر .

المدرس بكلية الإعلام - جامعة الأزهر .

٢ - أ.د / محمود علم الدين

٣ - أ.د / نجوى كامل

٤ - أ.د / حنان قديل

٥ - أ.د / حسن نيازي الصيفي

٦ - د/ علي حمودة جمعة

(١٦) M. Neelamalar & Ms. P. Chitra . Op . Cit. p. 126

(١٧) Boyd, d. m., & Ellison, N. B. "Social network sites: definition, history, and scholarship.

Journal of Computer- Mediated Communication, Vo. 13 , No.1.2007 . p.13 . Available Online: <http://icmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>

(١٩) Ibid .

(٢٠) Kreutz, Christian."The next billion – the rise of social network sites in developing countries". Available Online:<http://www.web2fordev.net/component/content/article/1-latest-news/69-social-networks>.

(٢١) Adam Mahamat Helou, Nor Zairah Ab.Rahim. Op . Cit. p.248

(٢٢) Hyesun Hwang & Kee-Ok Kim. Op . Cit. p478 ..

(٢٣) Mayfield, A. What is social media? iCrossing. 2008 , Available Online :

www.icrossing.co.uk/.../What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf

(٢٤) Nick McGillivray. "What Are the Effects of Social Media on Youth?". 2015 , Available Online : <https://turbofuture.com/internet/effects-of-social-media-on-our-youth> .S

- ⁽²⁵⁾ Stanly J. baran & Davis, Mass Communication theory found ferment& future, (New York: Wads Worth publishing .1995).p226
- ⁽²⁶⁾ دينيس ماكويل ، سفن ويندل، نماذج الاتصال في الدراسات الإعلامية ، ترجمة حمزة أحمد بيت المال ، (الرياض: طباعة خاصة ١٩٩٧ ، ص ١٧٠)
- ⁽²⁷⁾ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية ، ١٩٩٧ ، ص ٣٢٥ ،
- ⁽²⁸⁾ daft, R.L and R. Hlengl , media richness , and structural determinants science,(organizational information requirements, vol . 32 1986), pp554: 571 .
- ⁽²⁹⁾ daft, R.L and R. Hlengl , the selection of communication media as an executive skill,(management executive ,1988) vol,2 pp225- 232 . hhp ; liru – ibict/ tdea –ibict\{tde\ar quivos\ 1\ t,de-2006-01-26t12:25:252-319 publico = silviabarcellosouth eish .pdf.
- ⁽³⁰⁾ ميرفت الطرايبيشي ، عبد العزيز السيد ، نظريات الاتصال ، (القاهرة: دار النهضة العربية ، ٢٠٠٦ ،) ، ص ٢١٨ .
- ⁽³¹⁾ المرجع السابق، ص ٢١٩ .
- ⁽³²⁾ Sylvia M. Chan-Olmsted, Moonhee Cho ,Sangwon Lee., "User Perceptions of Social Media: A Comparative Study of Perceived Characteristics and User Profiles by Social Media" . **Online Journal of Communication and Media Technologies** .Vol, 3 . Issue 4 , October 2013 . p.150
- ⁽³³⁾ جمال رضا حلاوة ، على محمود صالح ، " مدخل إلى علم التنمية" ، (عمان: دار الشرق للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٩ ،) ، ص ١٣١ .
- ⁽³⁴⁾ Biswajit Das& Jyoti Sahoo. Op.Cit . p. 225.
- ⁽³⁵⁾ M. Neelamalar & Ms. P. Chitra, Op.Cit . URL.
- ⁽³⁶⁾ Arab Social Media Report. "Facebook Usage: Factors and Analysis" . Dubai School of Government. Vol. 1 . No. 1 . 2011 . Available Online : <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/dsg/unpan044212.pdf>
- ⁽³⁷⁾ Fouzia Khan." 90 million videos viewed daily on YouTube in KSA". Available Online : <http://www.arabnews.com/news/536196>
- ⁽³⁸⁾ Madhur Raj Jain & Palak Gupta . , Op.Cit . URL.
- ⁽³⁹⁾ Parvathy J & Suchithra R . , Op.Cit . URL .
- ⁽⁴⁰⁾ Madhur Raj Jain & Palak Gupta. Op.Cit . URL .
- ⁽⁴¹⁾ M. Neelamalar & Ms. P. Chitra, Op.Cit . URL .
- ⁽⁴²⁾ Pritam Chattopadhyay & Archana M. Deshpande. , Op.Cit. P.13

The Role of Social Media Websites in Raising Awareness among Young People of Issues of Sustainable Development - A Field Study

Dr. Ayman Mohamed Ibrahim Borik

drborik@yahoo.com

Assistant Professor of Journalism

Faculty of Mass Communication

Al-Azhar University

Abstract

This study monitors the role of social media websites in raising awareness among young people of issues of sustainable development by examining the relationship between the rates of their use of social media, their motivations to use these sites, the degree of satisfaction they get, the type of the websites that they always access to, the degree of awareness among young people of issues of sustainable development and their interaction with and attitudes towards these issues.

The study used the methodology of survey and questionnaire. It has been applied to a sample of Egyptian young people consisting of 372 users of social media in the period from March 1, 2016, to April 30, 2016.

The study found an increase in the rates of using social media by young people. From among social media websites, Facebook ranks first in terms of its use by young people, then comes Twitter, then YouTube, then Google plus, then Instagram, then LinkedIn, then MySpace, then Hi5, and then Flickr.

The study observed that the issues of economic growth rank first among the different issues of sustainable development that young people follow up through social media, followed by reducing of unemployment rates, then issues of energy, then poverty reducing, then education, then issues of technological and technical development, then health, then the management of water resources, then the shift from consumption into production, then environmental development, then sanitation, then development of tourism, then the climate change, then rural development, then reducing of population growth, and finally "other" category.

The study also found that social media websites came as the first means that young people rely upon to get information about issues of sustainable development, followed by satellites, then news websites, then newspapers, then radio stations, then seminars and conferences, then friends and acquaintances, and finally "other" category.

The study showed that the degree of awareness of issues of sustainable development among young people, as a result of following these issues via social media, came in the first rank as medium with a percentage of 51.6%, then as a high degree with a percentage of 34%, and finally as a low degree with a percentage of 14.4%.

Copyright © EPRA 2016

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of Use of Egyptian public Relations Association, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-8723X)

To request such permission or for further enquires, please contact:

EPRA Publications

Egyptian Public Relations Association, Gizza, Egypt
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

Email: chairman@epra.org.eg - jprr@epra.org.eg

Web: www.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 850 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 450 \$.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 250 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 130 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- The manuscript does not exceed 35 pages of A4 size. 20 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 5 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 10 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Three copies of the journal and three Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 250 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 350 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. Three copies of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Egyptian Association for Public Relations.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Egyptian Public Relations Association,
 Arab Republic of Egypt, Gizza, El-Dokki, Bein El-Sarayat, 2 Ahmed El-zayat Street.
 And also to the Association email: jprr@epra.org.eg, or info@epra.org.eg, chairman@epra.org.eg,
 after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ‘after peer refereeing these papers by a number of specialized Professors.

The journal is affiliated to the Egyptian Public Relations Association, the first Egyptian specialized scientific association in public relations.

- The journal is accredited, Classified internationally for its printed and electronic version from the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo And classified by the Committee of Scientific Promotion Specialization media - Supreme Council of Universities.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.



**Journal of Public Relations Research Middle East
(JPRR.ME)**
Scientific Refereed Journal

- Thirteenth issue - Fourth Year - October / December 2016 -

Founder & Chairman

Dr. Hatem Saad

Chair of EPRA

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty of Mass Communication - Cairo University
Chair of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Managers

Prof. Dr. Mohamed Moawad

Media Professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai University
Chair of the Consulting Committee of EPRA

Prof. Dr. Mahmoud Youssef

Professor of Public Relations & former Vice Dean Faculty of Mass Communication - Cairo University

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. Thouraya Snoussi

Assistant Professor & Head of Public Relations Dep. College of Mass Communication - Al Ghurair University

Dr. Mohammed Al-Aamri

Assistant Professor & Head of Public Relations & Advertising Department
College of Mass Communication - Baghdad University

Dr. El-Sayed Abdel-Rahman

Assistant Professor of Public Relations
Mass Communication Faculty – Sinai University

English Reviewer

Ahmed Badr

Arabic Reviewer

Sabry Solaiman

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt
Giza - Dokki

Ben Elsayat - 2 Ahmed Zayat Street

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

www.epra.org.eg

jprr@epra.org.eg

Scientific Board **

JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Mona Al-Hadedy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Hassan Mekawy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Nesma Younes (Egypt)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai University

Prof. Dr. Samy Abd Elaziz (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of Information, Cairo University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

Prof. Dr. Mahmoud Yousef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice- Dean for Community Service at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Barakat Abdul Aziz Mohammed (Egypt)

Professor of radio and television & Vice- Dean of the Faculty of Mass Communication for Graduate Studies and Research, Cairo University

Prof. Dr. Hassan Aly (Egypt)

Professor of Radio & Television and Head of Mass Communication Department – Faculty of Arts - Mina University

Prof. Dr. Mahmoud Hassan Ismael (Egypt)

professor of Culture Media and Children at Ain Shams University

Prof. Dr. Hamdy Abo Alenen (Egypt)

Media professor and dean of the Faculty of Al-Alsun and Mass Communication, Vice President of the International University of Egypt

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice- Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

Prof. Dr. Mohamed Elbokhary (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek national Ulugbek Beck

Prof. Dr. Ali Kessaissia,(Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema,(Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

** Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.

Journal of PR Research



Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific refereed Journal - Published by Egyptian Public Relations Association - Fourth year - Thirteenth issue - October / December 2016

Arab Impact Factor 2016 = 1.33

Researches in French:

- **Professeur DR. Redouane Boudjema** - Université d'Alger3

Bouzegaou Nour El Houda - Université d'Alger3

Le service public de la télévision:

Les origines du concept, et les défis de la responsabilité publique

7

Abstracts Researches in Arabic:

- **Dr. Mohammed Hassan AlAmeri** - Baghdad University

Ali Sadeq Dawood AL-Saedi - Baghdad University

Effectiveness of direct communication and its influence on decision of Iraqi voters
(a survey study) of Iraqi Parliament Elections in 2014

28

- **Dr. Ahmed Salim Essawi** - Umm Al Qura University

The effect of media materials issued by the Presidency of the Two Holy Mosques affairs
and its impact on the awareness of visitors from Arab Countries - Field Study

30

- **Dr. Thoraya Mohammed Sanusi** - Al Ghurair University in Dubai

When the Media becomes a partner in Terrorism Crises industry: A Trial of Semiotic
Reading

32

- **Dr. Ghada Mostafa Elbatrik** - Zagazig University

Arab youth exposed to extremist websites intellectually and relationship to
recognize propaganda for terrorist organizations: a field study in the framework of
the third person effect theory

33

- **Dr. Lobna Masoud Abd El-Azem Salem** - Sinai University

Social Networking Sites and their role in supporting the purchasing behavior of the
Egyptian audience - A Field Study

35

- **Dr. Ayman Mohamed Ibrahim Borik** - Al Azhar university

The Role of Social Media Websites in raising the awareness among Egyptian Youth
of Sustainable Development Issues - A Field Study

37

- **Awatif Hassan Haidar Alyafei** - Sanaa University

Commercial advertising applications related to the support of the social issues in
Egypt - Analytical Study

38

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical
Information Network
(ENSTINET)

Copyright 2016@EPRA

www.epra.org.eg