

مجلة العلاقات العامة

الشرق الأوسط



معامل التأثير العربي لعام ٢٠١٩ = ١.٥٠

معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠١٩ = ٠.١٣٢١

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة السابعة - العدد الخامس والعشرون - أكتوبر / ديسمبر ٢٠١٩م

- أولاً: التقرير الإحصائي الثاني للمجلة في الفترة من أكتوبر ٢٠١٦م وحتى سبتمبر ٢٠١٩م ... ص ١١
- ثانياً: معاملات التأثير والاقتراب واعتماد المجلة من جامعة أم القرى ... ص ٢٥
- ثالثاً: بحوث باللغة العربية
- دور بحوث العلاقات العامة في تطوير الأداء المؤسسي: دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الخاصة بمنطقة مكة المكرمة
أ.د. عزة مصطفى الكحكي (جامعة أم القرى) ... ص ٣٥
 - التغطية الإعلامية لأنشطة منظمات المجتمع المدني في الصحافة الأردنية اليومية: دراسة تحليلية
أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (جامعة العين) ... ص ٧٧
 - توظيف وسائل الإعلام التربوي في إنتاج حملة لتوعية طلاب المرحلة الإعدادية بمخاطر التنمر المدرسي
أ.م.د. دعاء فكري عبد الله (جامعة المنوفية) ... ص ٩٩
 - التماس الجمهور السعودي للمعلومات عن الأزمات المجتمعية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي
أ.م.د. سلمان فيحان فيصل بن لبده (كلية الملك خالد العسكرية) ... ص ١٤٧
 - دور وسائل الإعلام في تاصيل العلاقة بين حقوق الإنسان ومتطلبات الأمن الشامل
د. خالد عبد الحميد خربوش (جامعة أسيوط) ... ص ١٨٩
 - فاعلية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المساءلة الاجتماعية من وجهة نظر المبحوثين
د. إيمان صابر صادق شاهين (جامعة عين شمس) ... ص ٢٢٩
 - دور المحتوى التسويقي الإلكتروني في نشر الوعي الاستهلاكي لدى الشباب السعودي عبر وزارة التجارة والاستثمار: دراسة ميدانية
د. هويدا محمد لطفي أحمد (جامعة أم القرى) ... ص ٢٧٥
 - اتجاهات أخصائي الإعلام التربوي وتلاميذ المرحلة الإعدادية والثانوية نحو إقرار مقرر دراسي للفيلم المدرسي
د. عبدالمحسن حامد أحمد عقيلة (جامعة المنيا) ... ص ٣٣٥
 - استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بقضايا التنمية المستدامة
د. أحمد سامي عبد الوهاب العايدي (جامعة الأزهر) ... ص ٣٦٩
 - الاتصال التنظيمي: دراسة تاريخية
د. السيد عبد الرحمن علي (جامعة السويس) ... ص ٤٠٣
- رابعاً: ملخصات رسائل علمية
- دور الدبلوماسية العامة في معالجة المواقف الخارجية إزاء التحولات السياسية أعقاب ٣٠ يونيو
محمد أحمد علاء الدين مهابة (جامعة القاهرة) ... ص ٤٤٥

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية

(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر

رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٢٨٠

جميع الحقوق محفوظة ٢٠١٩ @ APRA

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jprr.epra.org.eg

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)

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

أ.د. حسن عماد مكاوي (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - العميد السابق لكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس وعميد معهد الجزيرة العالي للعلوم الإعلام

أ.د. سامي السيد عبد العزيز (مصر)

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

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العناد (السعودية)

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

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

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

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طابع (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

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

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د. بركات عبد العزيز محمد عبد الله (مصر)

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

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

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

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

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

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والاتصال بجامعة العين - أبو ظبي

أ.د. محمد عبد الستار البخاري (سوريا)

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة ميرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

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

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكريا (السودان)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الملك فيصل

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

مديرا التحرير

أ.د. محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس

والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

أ.د. محمود يوسف مصطفى

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق بكلية الإعلام

لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة

جامعة القاهرة

مساعدو التحرير

أ.د. رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن

جامعة مصر الدولية

أ.م.د. ثريا محمد السنوسي

أستاذ مشارك بكلية الاتصال

جامعة الشارقة

أ.م.د. سهاد عادل جاسم

أستاذ مساعد العلاقات العامة بكلية الآداب

الجامعة المستنصرية

د. نصر الدين عبد القادر عثمان

أستاذ العلاقات العامة المساعد في كلية الإعلام

جامعة عجمان

د. فؤاد علي سعدان

الأستاذ المساعد ورئيس قسم العلاقات العامة

كلية الإعلام - جامعة اليرموك

مدير العلاقات العامة

المستشار/ السعيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

صبري محمد سليمان

علي حسين الميهي

مدققا اللغة العربية

أحمد علي بدر

مدقق اللغة الإنجليزية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي

بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات

إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم

رمز بريدي: ٣٢١١١ صندوق بريدي: ٦٦

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073 Tel: +2237620818

www.jprrepra.org.eg

Email: jprrepra.org.eg - ceo@apr.agency

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأية وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، 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 2314-873X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)
بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٢٤٣٨٠ / ٢٠١٩

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66

Or

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

بريد إلكتروني: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jpr@epra.org.eg - www.apr.agency

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

فاكس : 73- 048-231-00 (+2)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثًا متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكييمها من قِبَل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).
والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في التعليم والاستشارات العلمية والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع ومصنفة دوليًا لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- أول دورية علمية محكمة في التخصص على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط، وأول دورية علمية عربية في تخصص (الإعلام) تحصل على معامل التأثير العربي Arab Impact Factor بمعامل تأثير = ١.٤٨ بنسبة ١٠٠% في تقرير عام ٢٠١٨م للمؤسسة الأمريكية " NSP نشر العلوم الطبيعية " برعاية اتحاد الجامعات العربية.
- 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 وفقًا لشروط خاصة يلتزم 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 أصليًا ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوبًا 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 تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبَل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءًا من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة بينط (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold، وهوامش الصفحة من جميع الجهات

- (٢٠٥٤)، ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول (١١) بنوع خط Arial.
- 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 تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوماً من إرسال الملاحظات له.
 - يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٢٠٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ \$٥٠٠ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض لمن يحمل العضوية العلمية بالجمعية. وتخفيض (٥٠٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبَل اللجنة العلمية.
 - يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر 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 جنيهاً مصرياً للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب \$٥.
 - يتم تقديم خصم من قيمة النشر العلمي لعضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريون والجنسيات الأخرى بنسبة (١٠٪) ولأى عدد من المرات خلال العام.
 - يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
 - ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٢٥٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريون \$١٥٠.
 - ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريون \$١٨٠. على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات.
 - ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية 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 المصريون \$٣٠٠، ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع. ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن 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 جنيهاً ومن خارج مصر \$٤٥٠ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
 - جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
 - تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والإيميل المعتمد من المجلة jpr@epra.org.eg، أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

في نهاية العام السابع ومنذ بداية إصدارها في أكتوبر/ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام ليصدر منها أربعة وعشرون عددًا متتابعين، تضم أبحاثًا 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 — وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) — وجد فيها الأساتذة الراجبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالته المنشودة للنشر على النطاق العربي وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحسّلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية التي تصدر محتوى باللغة العربية بمعدل = ١.٣٤. في عام ٢٠١٦م، ومعدل ١.٥٠ في عام ٢٠١٩م، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences واتحاد الجامعات العربية. وكذلك نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في تخصص العلوم الاجتماعية "متداخلة التخصصات" على المستوى العربي ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى. كما صنفت كذلك في تخصص "الإعلام والاتصال" على المستوى العربي ضمن الفئة "الثانية Q2" وهي الفئة الوسطى المرتفعة، وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة" وكذلك أصبحت المجلة ضمن قائمة المجالات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العبيكان - دار نشر العلوم الطبيعية الأمريكية وقاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة").

وفي العدد الخامس والعشرين من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال بحثًا ورؤى علمية للأساتذة وللأساتذة المشاركين والمساعدين وكذلك الباحثين، مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية، أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

ففي البداية نجد "التقرير الإحصائي الثاني" للمجلة في الثلاث سنوات الأخيرة للفترة من أكتوبر عام ٢٠١٦م حتى سبتمبر عام ٢٠١٩م، وتقارير اعتماد ومعاملات التأثير على المستوى العربي ومنها معامل التأثير العربي للعام الرابع على التوالي، ومعامل الاستشهادات والاقبسات المرجعية

التابع لقاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك اعتماد وحدة النشر العلمي بجامعة أم القرى للمجلة ضمن قائمة المجالات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية.

وعلى صعيد البحوث الواردة في العدد " الخامس والعشرين" من المجلة نجد:-

بحثاً مقدماً من جامعة أم القرى بالمملكة العربية السعودية تحت عنوان: "دور بحوث العلاقات العامة في تطوير الأداء المؤسسي: دراسة ميدانية على عينة من المؤسسات الخاصة بمنطقة مكة المكرمة"، وهو مقدم من: أ.د. عزة مصطفى الكحكي، من مصر، لميس سمير دمنهوري، من السعودية.

وقدم كل من: أ.د. تحسين منصور رشيد منصور، من الأردن، جامعة العين بالإمارات العربية المتحدة، وإخلاص المعادات، من الأردن، جامعة اليرموك - دراسة تحليلية - عن: "التغطية الإعلامية لأنشطة منظمات المجتمع المدني في الصحافة الأردنية اليومية"، والمستخلص من رسالة "ماجستير" من كلية الإعلام بجامعة اليرموك.

ومن جامعة المنوفية قدم كل من: أ.م.د. دعاء فكري عبد الله، من مصر، د. رشا محمد عاطف الشيخ من مصر، بحثاً مشتركاً بعنوان: "توظيف وسائل الإعلام التربوي في إنتاج حملة لتوعية طلاب المرحلة الإعدادية بمخاطر التتمر المدرسي".

ومن السعودية قدم أ.م.د. سلمان فيحان فيصل بن لبده، كلية الملك خالد العسكرية بحثاً بعنوان:

"التماس الجمهور السعودي للمعلومات عن الأزمات المجتمعية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي".

ومن جمهورية مصر العربية قدم د. خالد عبد الحميد خربوش "جامعة أسيوط"، بحثاً بعنوان: "دور وسائل الإعلام في تأصيل العلاقة بين حقوق الإنسان ومتطلبات الأمن الشامل".

ومن مصر كذلك قدمت د. إيمان صابر صادق شاهين - جامعة عين شمس - بحثاً بعنوان: "فاعلية

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المساءلة الاجتماعية من وجهة نظر المبحوثين".

ومن جامعة أم القرى كذلك قدمت كل من: د. هويدا محمد لطفي أحمد، من مصر، وهند سالم

هندي الشريف، من السعودية دراسة ميدانية مشتركة بعنوان: "دور المحتوى التسويقي الإلكتروني في

نشر الوعي الاستهلاكي لدى الشباب السعودي عبر وزارة التجارة والاستثمار".

ومن جامعة المنيا بجمهورية مصر العربية قدم د. عبدالمحسن حامد أحمد عقيله بحثاً بعنوان:

"اتجاهات أخصائي الإعلام التربوي وتلاميذ المرحلة الإعدادية والثانوية نحو إقرار مقرر دراسي للفيلم المدرسي".

ومن جامعتي الأزهر والإمام عبد الرحمن بن فيصل قدم د. أحمد سامي عبد الوهاب العائدي من

جامعة الأزهر ورحاب إبراهيم رأفت محمد السيد من جامعة الإمام بحثاً مشتركاً بعنوان: "استخدام

الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بقضايا التنمية المستدامة".

أما من جامعة السويس، فقد قدم د. السيد عبد الرحمن علي عبد الرحمن دراسة تاريخية عن:
"الاتصال التنظيمي".

وأخيراً تضمن العدد ملخص رسالة ماجستير عن: "دور الدبلوماسية العامة في معالجة المواقف
الخارجية إزاء التحولات السياسية أعقاب ٣٠ يونيو"، قدمه محمد أحمد علاء الدين مهابة – مصر –
من جامعة القاهرة.

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 المتبعة في المجالات
العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب
المسجلين لدرجتي الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قِبَل 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 آخراً 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

التقرير الإحصائي لمجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

في الفترة من: (أكتوبر ٢٠١٦م إلى سبتمبر ٢٠١٩م)

التقرير الإحصائي لمجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

في الفترة من: (أكتوبر ٢٠١٦م إلى سبتمبر ٢٠١٩م)

تلتزم هيئة تحرير مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط والهيئة الاستشارية للجمعية المصرية للعلاقات العامة بمواثيق الشرف الأخلاقية التي تنظم المهنة والعمل الأكاديمي، وفي إطار الشفافية التي تنتهجها هيئة تحرير المجلة، 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 الثاني عن مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط التي تشرف عليها الجمعية علمياً خلال الفترة من أكتوبر ٢٠١٦م وحتى نهاية العدد الرابع والعشرون من المجلة سبتمبر ٢٠١٩م.

حيث أوضح التقرير عدة نتائج أهمها:

١. تحسّلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية التي تصدر محتوىً باللغة العربية بمعدل = ١.٣٤ في عام ٢٠١٦م، ومعدل ١.٥٠ في عام ٢٠١٩م، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences واتحاد الجامعات العربية. وكذلك نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسيف" Arcif المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معياراً، وصنفت المجلة في تخصص العلوم الاجتماعية "متداخلة التخصصات" على المستوى العربي ضمن الفئة "الأولى" Q1 وهي الفئة الأعلى. كما صنفت كذلك في تخصص "الإعلام والاتصال" على المستوى العربي ضمن الفئة "الثانية" Q2 وهي الفئة الوسطى المرتفعة، وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة" وكذلك أصبحت المجلة ضمن قائمة المجالات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.
٢. والمجلة مفهرسة حالياً ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية:- (دار المنظومة، EBSCO HOST، العبيكان، دار نشر العلوم الطبيعية الأمريكية، وقاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة").

٣. صدر من المجلة بانتظام (٢٤) عددًا منذ بداية إصدارها في أكتوبر من العام ٢٠١٣م وحتى كتابة التقرير الإحصائي لتستمر في الصدور في عامها السابع.
 ٤. معدل انتشار المجلة على مستوى العالم بالجامعات والهيئات العلمية في (٥٢) جامعة وهيئة علمية من (١٣) دولة مكان عمل المشاركين بالنشر في المجلة خلال الفترة من أكتوبر ٢٠١٦م وحتى سبتمبر ٢٠١٩م.
 ٥. عدد البحوث المنشورة باللغة العربية (٨٢) والفرنسية (٢) والإنجليزية (٤).
 ٦. عدد البحوث المشتركة التي اشترك فيها أكثر من باحث (١٨) بحثًا.
 ٧. عدد المشاركين بالنشر في المجلة من الذكور (٦٣) ومن الإناث (٤٤).
 ٨. توزيع البحوث المنشورة وفقًا للدرجات العلمية للمشاركين بالنشر: (١١) أستاذ "بروفيسور" - ١٨ أستاذ مشارك - ٥٥ أستاذ مساعد - ١٣ مدرس مساعد - ١٠ باحث).
 ٩. عدد (١٣) جنسية من دول العالم شاركوا بالنشر في المجلة ونشروا أبحاثهم وملخصات رسائلهم العلمية كذلك عروض الكتب.
- وتوضح الجداول والأشكال التالية؛ التحليل الإحصائي للمجلة خلال الفترة من أكتوبر ٢٠١٦م وحتى سبتمبر ٢٠١٩م على النحو التالي:

جدول رقم (١)

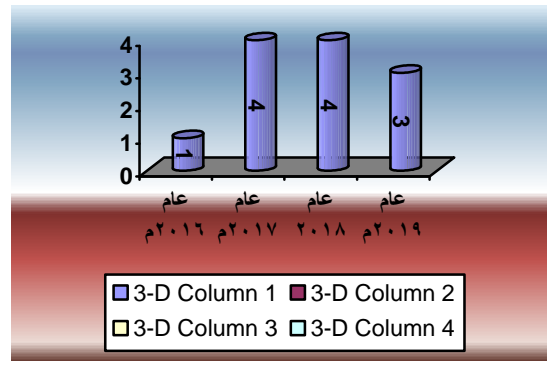
يوضح الوزن النسبي لانتشار المجلة في الجامعات والهيئات العلمية على مستوى دول العالم وفقًا لعدد المشاركين بالنشر

عدد الباحثين	سنة النشر				الدولة	اسم الجامعة	مسلسل
	٢٠١٩م	٢٠١٨م	٢٠١٧م	٢٠١٦م			
١٢	٧	١	٣	١	المملكة العربية السعودية	جامعة أم القرى	١
٩	٢	٥	٠	٢	الجزائر	جامعة الجزائر ٣	٢
٥	١	٣	١	٠	المملكة العربية السعودية	جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية	٣
٥	٠	٢	٢	١	مصر	جامعة الأزهر	٤
٤	٢	٢	٠	٠	الإمارات العربية المتحدة	جامعة الشارقة	٥
٢	١	٠	١	٠	مصر	جامعة حلوان	٦
٣	١	٢	٠	٠	الإمارات العربية المتحدة	جامعة عجمان	٧
٢	١	٠	١	٠	مصر	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	٨
٣	١	١	٠	١	مصر	جامعة الزقازيق	٩
٣	١	١	١	٠	مصر	جامعة القاهرة	١٠
٣	٠	١	٢	٠	العراق	الجامعة المستنصرية	١١
٣	٠	١	٢	٠	مصر	جامعة المنوفية	١٢
٣	١	٠	٠	٢	العراق	جامعة بغداد	١٣
٣	٠	١	٢	٠	مصر	جامعة سوهاج	١٤
٢	٢	٠	٠	٠	البحرين	جامعة البحرين	١٥
٢	٢	٠	٠	٠	الإمارات العربية المتحدة	الجامعة الأمريكية بالإمارات	١٦
٢	٢	٠	٠	٠	الجزائر	جامعة الجزائر ٢	١٧
٢	٠	٠	٢	٠	مصر	الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات	١٨
٢	٠	٠	١	١	ليبيا	جامعة الزيتونة	١٩

٢	١	١	٠	٠	المملكة العربية السعودية	جامعة الطائف	٢٠
٢	١	١	٠	٠	الإمارات العربية المتحدة	جامعة العين للعلوم والتكنولوجيا	٢١
٢	٠	١	٠	١	الإمارات العربية المتحدة	جامعة الغرير بدبي	٢٢
٢	١	١	٠	٠	المملكة العربية السعودية	جامعة الملك خالد	٢٣
٢	١	١	٠	٠	مصر	جامعة المنيا	٢٤
٢	٢	٠	٠	٠	المملكة العربية السعودية	جامعة جازان	٢٥
١	٠	٠	١	٠	مصر	جامعة جنوب الوادي	٢٦
٢	٠	١	١	٠	المغرب	جامعة عبد المالك السعدي بالمغرب	٢٦
٢	٠	٠	٢	٠	المملكة العربية السعودية	كلية الملك خالد العسكرية	٢٧
٢	٠	١	١	٠	مصر	جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا	٢٨
١	١	٠	٠	٠	مصر	الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام	٢٩
١	٠	١	٠	٠	العراق	الأهلية بالعراق	٣٠
١	٠	٠	١	٠	ليبيا	الجامعة الأسمرية	٣١
١	٠	١	٠	٠	فلسطين	الجامعة العربية الأمريكية بفلسطين	٣٢
١	٠	٠	١	٠	الجزائر	جامعة الجزائر	٣٣
١	٠	٠	١	٠	الجزائر	جامعة الجيلالي بو نعامة	٣٤
١	٠	١	٠	٠	البحرين	الجامعة الخليجية بالبحرين	٣٥
١	٠	١	٠	٠	الإمارات العربية المتحدة	كلية الخوارزمي الدولية	٣٦
١	١	٠	٠	٠	مصر	جامعة السويس	٣٧
١	٠	٠	١	٠	الإمارات العربية المتحدة	جامعة العلوم الحديثة بدبي	٣٨
١	٠	٠	١	٠	المملكة العربية السعودية	جامعة الملك سعود	٣٩
١	٠	١	٠	٠	المملكة العربية السعودية	جامعة الملك عبد العزيز	٤٠
١	٠	٠	١	٠	مصر	جامعة النيل بمصر	٤١
١	٠	١	٠	٠	الأردن	جامعة اليرموك	٤٢
١	٠	١	٠	٠	مصر	جامعة بورسعيد	٤٣
١	٠	١	٠	٠	المملكة العربية السعودية	جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية	٤٤
١	٠	٠	٠	١	مصر	جامعة سيناء	٤٥
١	٠	٠	٠	١	اليمن	جامعة صنعاء	٤٦
١	٠	٠	١	٠	مصر	جامعة كفر الشيخ	٤٧
١	٠	٠	١	٠	العراق	كلية الآمال الجامعية بالعراق	٤٨
١	٠	٠	١	٠	الإمارات العربية المتحدة	كلية الفجيرة	٤٩
١	٠	١	٠	٠	مصر	جامعة مصر الدولية	٥٠
١	١	٠	٠	٠	المملكة العربية السعودية	وزارة التعليم العالي السعودية	٥١
١	٠	١	٠	٠	الجزائر	جامعة وهران ١	٥٢
١١٣	٣٤	٣٧	٣٢	١١	الاجمالي		

من الجدول السابق يتضح أن جامعة "أم القرى" جاءت في مقدمة الجامعات التي اشترك باحثيها بالنشر في المجلة خلال الفترة من أكتوبر ٢٠١٦م وحتى سبتمبر ٢٠١٩م، تلتها جامعة "جامعة الجزائر ٣"، ثم جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية في الرياض بالتساوي مع جامعة الأزهر.

ويوضح الشكل التالي تكرار جامعات المشاركين بنشر البحوث وملخصات الرسائل وعروض الكتب بالمجلة.



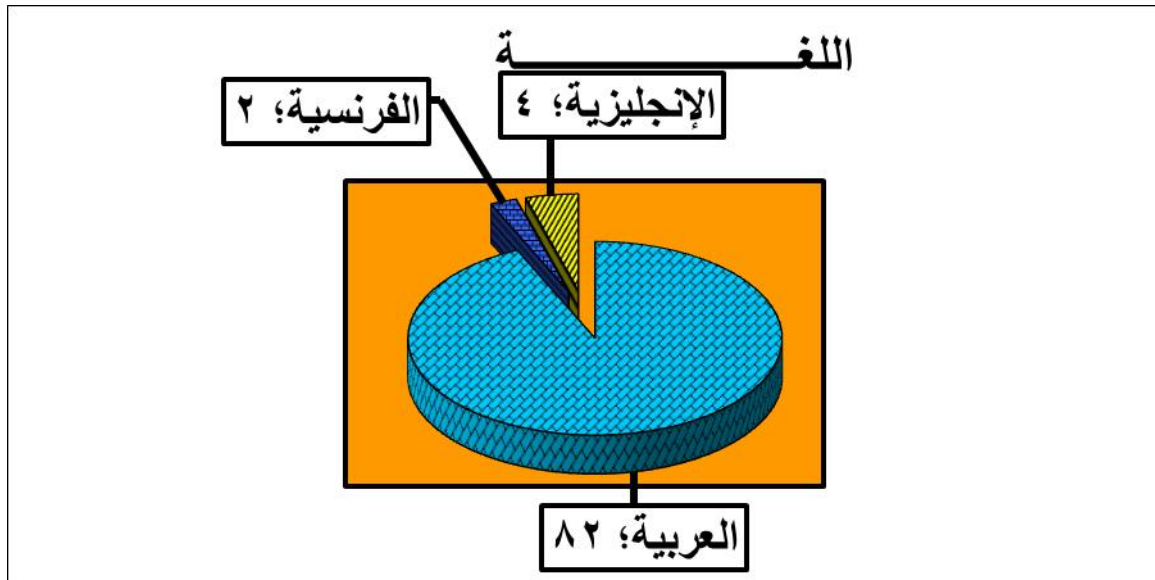
شكل رقم (٢)
يوضح توزيع أعداد المجلة وفقاً لسنة الإصدار

٣- توزيع البحوث في المجلة وفقاً للغة النشر:

جدول (٣)
توزيع البحوث بالمجلة وفقاً للغة النشر

عدد البحوث	٢٠١٦م	٢٠١٧م	٢٠١٨م	٢٠١٩م	اللغة
٨٢	٧	٢٨	٢٨	١٩	العربية
٢	١	٠	٠	١	الفرنسية
٤	٠	١	١	٢	الإنجليزية
٨٨	٨	٢٩	٢٩	٢٢	الاجمالي

من الجدول السابق يتضح أن اللغة العربية حظيت بأكبر نسبة في نشر البحوث بالمجلة خلال الفترة من أكتوبر ٢٠١٦م وحتى سبتمبر ٢٠١٩م.



شكل رقم (٣)
يوضح توزيع بحوث المجلة وفقاً للغة النشر خلال الفترة من أكتوبر ٢٠١٦م وحتى سبتمبر ٢٠١٩م.

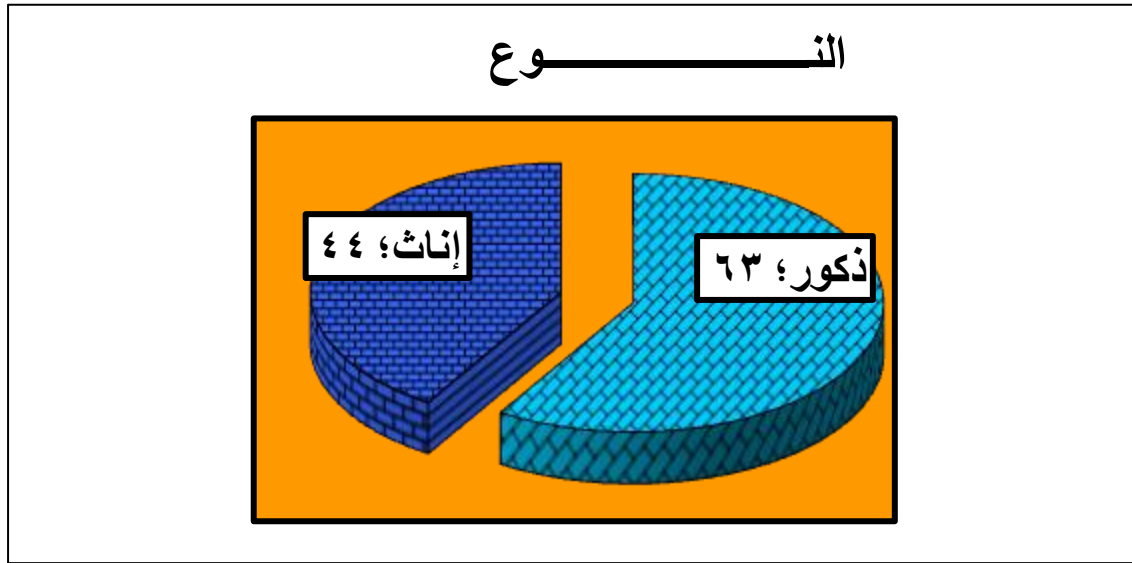
٤- توزيع عدد المشاركات بالمجلة وفقاً للنوع:

جدول (٤)

توزيع عدد الباحثين بالمجلة وفقاً للنوع

النوع	٢٠١٦م	٢٠١٧م	٢٠١٨م	٢٠١٩م	إجمالي عدد المشاركات بالمجلة
ذكور	٥	٢٠	٢٠	١٨	٦٣
إناث	٥	١٢	١٤	١٣	٤٤
الاجمالي	١٠	٣٢	٣٤	٢١	١٠٧

يتضح من الجدول السابق توزيع عدد الأساتذة والباحثين المشاركين بنشر بحوثهم في المجلة خلال الفترة من أكتوبر ٢٠١٦م وحتى سبتمبر ٢٠١٩م بعدد (٦٣) من الذكور و(٤٤) من الإناث.



شكل رقم (٤)

يوضح توزيع بحوث المجلة وفقاً للنوع خلال الفترة من أكتوبر ٢٠١٦م وحتى سبتمبر ٢٠١٩م

جدول (٥)

عدد الباحثين وفقاً لنوع النشر بالمجلة وطبقاً للنوع

النوع	الكتب	ملخصات الرسائل العلمية
ذكور	١	٣
إناث	١	١
الاجمالي	٢	٤

من الجدول السابق يتضح إجمالي عدد المشاركين بنشر الكتب وملخصات الرسائل العلمية حسب النوع.

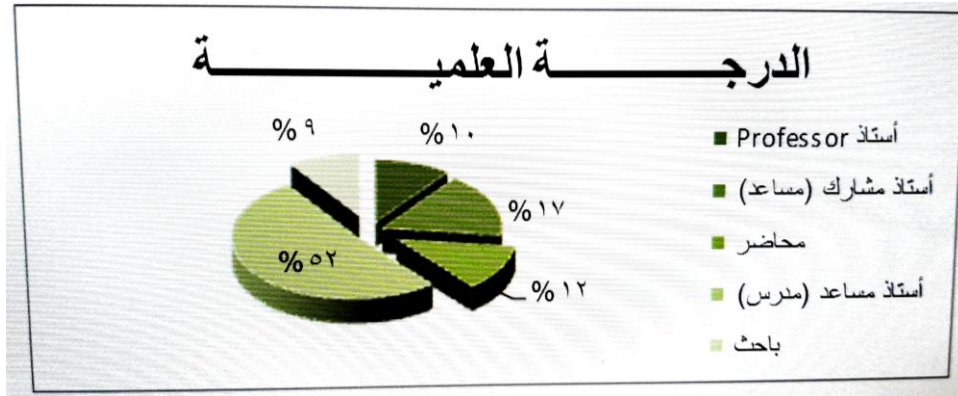
٥- توزيع الدرجات العلمية للباحثين وفقاً للأبحاث المنشورة:-

جدول (٦)

توزيع الدرجات العلمية للباحثين وفقاً للمشاركة بالنشر في المجلة

الدرجة العلمية	٢٠١٦م	٢٠١٧م	٢٠١٨م	٢٠١٩م	إجمالي عدد المشاركات في المجلة
أستاذ Professor	١	٤	٤	٢	١١
أستاذ مشارك Associate Professor	٠	٣	٦	٩	١٨
أستاذ مساعد Assistant Professor	٦	٢٠	١٧	١٢	٥٥
محاضر Lecture	٤	٤	٣	٢	١٣
باحث Researcher	٠	١	٣	٦	١٠
الإجمالي	١١	٣٢	٣٣	٣١	١٠٧

يوضح الجدول السابق الدرجات العلمية للمشاركين بنشر البحوث في المجلة خلال الفترة من أكتوبر ٢٠١٦م وحتى سبتمبر ٢٠١٩م، حيث يأتي في المقدمة درجة أستاذ مساعد بمجموع (٥٥) يليه درجة أستاذ مشارك بمجموع (١٨) ناشر في المجلة.



شكل رقم (٥)

يوضح توزيع الدرجات العلمية للباحثين وفقاً للمشاركة للنشر في المجلة

جدول (٧)

توزيع الدرجات العلمية للباحثين المشاركين بالنشر في المجلة لملخصات الرسائل العلمية وعروض الكتب

الدرجة العلمية	ملخصات رسائل علمية	عروض كتب
أستاذ Professor	٠	٠
أستاذ مشارك Associate Professor	٠	٠
أستاذ مساعد Assistant Professor	٠	٢
محاضر Lecture	١	٠
باحث Researcher	٣	٠
الإجمالي	٤	٢

من الجدول السابق يتضح توزيع نشر ملخصات الرسائل العلمية والكتب في المجلة حسب الدرجة العلمية.

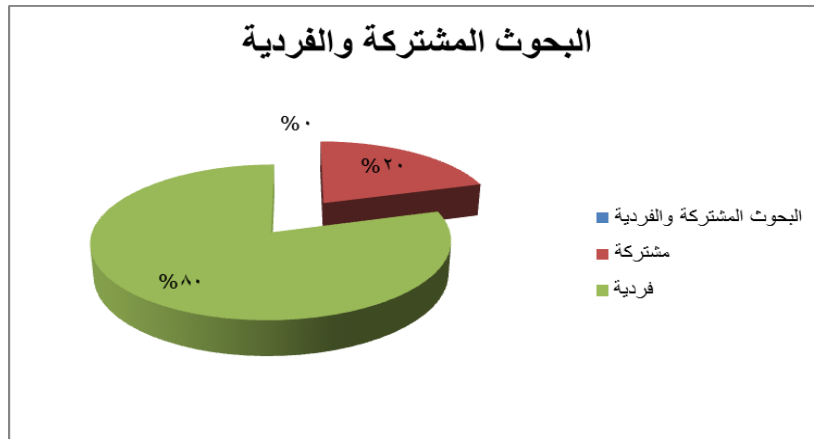
٦- توزيع البحوث المشتركة والفردية:

جدول (٨)

توزيع الدرجات العلمية للباحثين المشاركين بالنشر في المجلة لملخصات الرسائل العلمية وعروض الكتب

الاجمالي	٢٠١٩م	٢٠١٨م	٢٠١٧م	٢٠١٦م	البحوث المشتركة والفردية
١٨	٩	٤	٣	٢	مشتركة
٧١	١٤	٢٤	٢٦	٦	فردية
٨٨	٢٣	٢٨	٢٩	٨	الاجمالي

حظيت البحوث الفردية بالنسبة الأكبر (٧١) بحثاً من مجموع البحوث المنشورة في المجلة خلال الفترة من أكتوبر ٢٠١٦م وحتى سبتمبر ٢٠١٩م، وهو ما يتضح من بيانات الجدول السابق.



شكل رقم (٦)

يوضح توزيع البحوث المنشورة من حيث البحث الفردي والمشترك

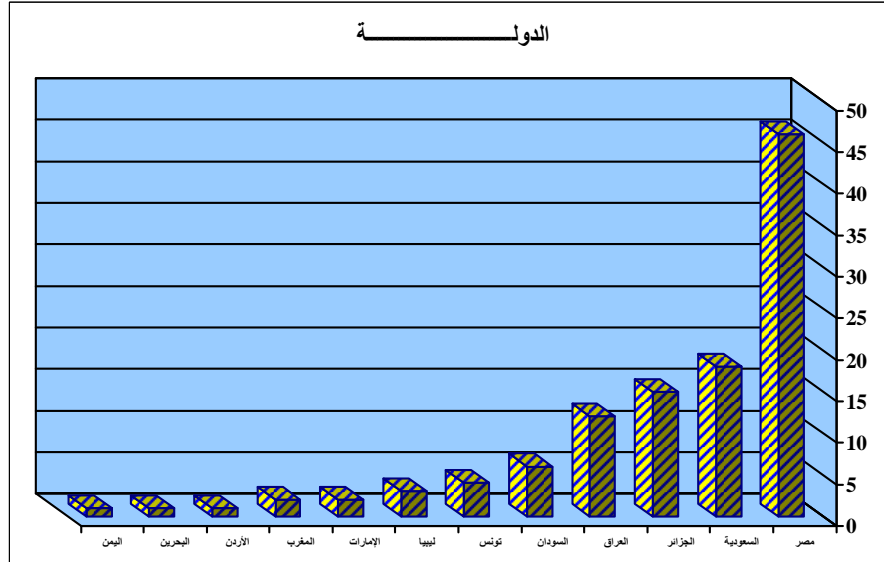
٧- توزيع المشتركين بالنشر في المجلة وفقاً للجنسية:

جدول (٩)

توزيع عدد المنشورات بالمجلة وفقاً للجنسية

الاجمالي	السنة				الدولة	م
	٢٠١٩م	٢٠١٨م	٢٠١٧م	٢٠١٦م		
٤٩	١٢	١٥	١٨	٤	مصر	١
١٨	٨	٦	٤	٠	السعودية	٢
١٣	٣	٦	٢	٢	الجزائر	٣
١٢	٣	٣	٣	٣	العراق	٤
٦	١	٢	٣	٠	السودان	٥
٤	٢	١	٠	١	تونس	٦
٣			٢	١	ليبيا	٧
١	١	٠	٠	٠	الإمارات	٨
٢	٠	١	١	٠	المغرب	٩
١	١	٠	٠	٠	الأردن	١٠
١	١	٠	٠	٠	البحرين	١١
١	٠	٠	٠	١	اليمن	١٢
١	.	١	.	.	فلسطين	١٣
١١٣	٣٢	٣٥	٣٣	١٢	الاجمالي	

من الجدول السابق يتضح أن الباحثين المصريين في المقدمة بالنسبة للجنسيات التي شاركت بالنشر في المجلة خلال الفترة من أكتوبر ٢٠١٦م وحتى سبتمبر ٢٠١٩م، تلتها السعودية ثم الجزائر فالعراق؛ كأعلى دول مشاركة بالنشر في المجلة.



شكل رقم (٧)

يوضح توزيع البحوث المنشورة وفقاً لجنسية المشاركين بالنشر في المجلة

٨- ترتيب الجامعات وفقاً لتكرار منتسبيها في المشاركة بالنشر في المجلة:

جدول (١٠)

الوزن النسبي لترتيب الجامعات لمنتسبيها المشاركين في النشر بالمجلة

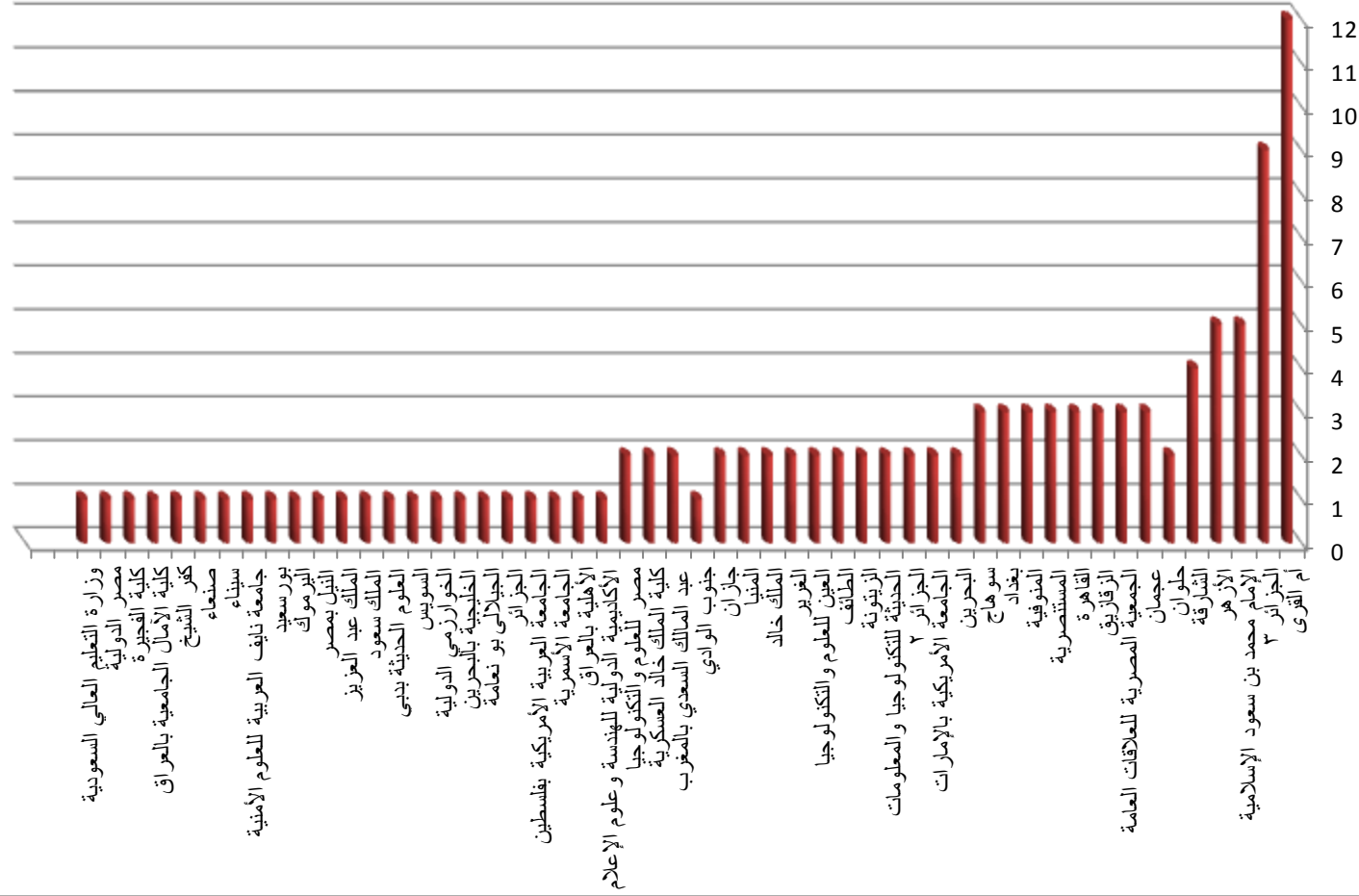
م	الجامعة	سنة النشر				عدد البحوث وملخصات الرسائل العلمية وعروض الكتب	الوزن النسبي
		٢٠١٦م	٢٠١٧م	٢٠١٨م	٢٠١٩م		
١	جامعة أم القرى	١	٣	١	٧	١٢	
٢	جامعة الجزائر ٣	٢	٠	٥	٢	٩	
٣	جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية	٠	١	٣	١	٥	
٤	جامعة الأزهر	١	٢	٢	٠	٥	
٥	جامعة الشارقة	٠	٠	٢	٢	٤	
٦	جامعة حلوان	٠	١	٠	١	٢	
٧	جامعة عجمان	٠	٠	٢	١	٣	
٨	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	٠	١	٠	١	٢	
٩	جامعة الزقازيق	١	٠	١	١	٣	
١٠	جامعة القاهرة	٠	١	١	١	٣	
١١	جامعة المستنصرية	٠	٢	١	٠	٣	
١٢	جامعة المنوفية	٠	٢	١	٠	٣	
١٣	جامعة بغداد	٢	٠	٠	١	٣	
١٤	جامعة سوهاج	٠	٢	١	٠	٣	
١٥	جامعة البحرين	٠	٠	٠	٢	٢	
١٦	الجامعة الأمريكية بالإمارات	٠	٠	٠	٢	٢	
١٧	جامعة الجزائر ٢	٠	٠	٠	٢	٢	
١٨	الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات	٠	٢	٠	٠	٢	
١٩	جامعة الزيتونة	١	١	٠	٠	٢	
٢٠	جامعة الطائف	٠	٠	١	١	٢	

٦	٢	١	١	٠	٠	جامعة العين للعلوم والتكنولوجيا	٢١
٦	٢	٠	١	٠	١	جامعة الغرير	٢٢
٦	٢	١	١	٠	٠	جامعة الملك خالد	٢٣
٦	٢	١	١	٠	٠	جامعة المنيا	٢٤
٦	٢	٢	٠	٠	٠	جامعة جازان	٢٥
٧	١	٠	٠	١	٠	جامعة جنوب الوادي	٢٦
٦	٢	٠	١	١	٠	جامعة عبد المالك السعدي بالمغرب	٢٦
٦	٢	٠	٠	٢	٠	كلية الملك خالد العسكرية	٢٧
٦	٢	٠	١	١	٠	جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا	٢٨
٧	١	١	٠	٠	٠	الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام	٢٩
٧	١	٠	١	٠	٠	الجامعة الأهلية بالعراق	٣٠
٧	١	٠	٠	١	٠	الجامعة الأسمرية	٣١
٧	١	٠	١	٠	٠	الجامعة العربية الأمريكية بفلسطين	٣٢
٧	١	٠	٠	١	٠	جامعة الجزائر	٣٣
٧	١	٠	٠	١	٠	جامعة الجيلالي بو نعامة	٣٤
٧	١	٠	١	٠	٠	الجامعة الخليجية بالبحرين	٣٥
٧	١	٠	١	٠	٠	كلية الخوارزمي الدولية	٣٦
٧	١	١	٠	٠	٠	جامعة السويس	٣٧
٧	١	٠	٠	١	٠	جامعة العلوم الحديثة بدبي	٣٨
٧	١	٠	٠	١	٠	جامعة الملك سعود	٣٩
٧	١	٠	١	٠	٠	جامعة الملك عبد العزيز	٤٠
٧	١	٠	٠	١	٠	جامعة النيل بمصر	٤١
٧	١	٠	١	٠	٠	جامعة اليرموك	٤٢
٧	١	٠	١	٠	٠	جامعة بورسعيد	٤٣
٧	١	٠	١	٠	٠	جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية	٤٤
٧	١	٠	٠	٠	١	جامعة سيناء	٤٥
٧	١	٠	٠	٠	١	جامعة صنعاء	٤٦
٧	١	٠	٠	١	٠	جامعة كفر الشيخ	٤٧
٧	١	٠	٠	١	٠	كلية الآمال الجامعية بالعراق	٤٨
٧	١	٠	٠	١	٠	كلية الفجيرة	٤٩
٧	١	٠	١	٠	٠	جامعة مصر الدولية	٥٠
٧	١	١	٠	٠	٠	وزارة التعليم العالي السعودية	٥١
٧	١	٠	١	٠	٠	جامعة وهران ١	٥٢
٧	١١٣	٣٤	٣٧	٣٢	١١	الاجمالي	

من الجدول السابق يتضح أن جامعة "أم القرى" جاءت في مقدمة الجامعات التي اشترك باحثيها بالنشر في المجلة خلال الفترة من أكتوبر ٢٠١٦م وحتى سبتمبر ٢٠١٩م، تلتها جامعة "جامعة الجزائر ٣"، ثم جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية في الرياض بالتساوي مع جامعة الأزهر.

ويوضح الشكل التالي رقم (٨) تكرار جامعات المشاركين بنشر البحوث وملخصات الرسائل وعروض الكتب بالمجلة ..

الجامعة



وقد تبين لهيئة تحرير المجلة أن أكثر الموضوعات نشرًا بالمجلة خلال الفترة من أكتوبر ٢٠١٦م وحتى سبتمبر ٢٠١٩م كما يلي:

الموضوع
إدارة الأزمات
مواقع التواصل الاجتماعي
الاتصال الرقمي
الإعلام الجديد
الشائعات والأخبار الوهمية
الاتصالات التسويقية
الإعلان بأشكاله المختلفة

أما عن أكثر النظريات المستخدمة في بحوث المجلة خلال الفترة من أكتوبر ٢٠١٦م وحتى سبتمبر ٢٠١٩م فكانت: الاستخدامات والاشباع، وأكثر العينات تكراراً في بحوث المجلة خلال نفس الفترة هي: (طلاب الجامعات، أعضاء هيئة التدريس، الإعلاميين، العينة التحليلية من الصحف). وبالنسبة لأكثر المناهج العلمية استخداماً في بحوث المجلة آخر ثلاث سنوات: منهج المسح، المنهج الكيفي.

وأكثر الأدوات البحثية استخداماً في بحوث المجلة خلال الفترة من أكتوبر ٢٠١٦م وحتى سبتمبر ٢٠١٩م هي: الاستبيان، تحليل المصمون، التحليل الكيفي، المقابلات.

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

هيئة تحرير مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط ،،

القاهرة، ٣١ ديسمبر ٢٠١٩م

Journal
of
PR
research
Middle East

معاملات التأثير والاقْتباس واعتماد المجلة من جامعة أم القرى

للعام الرابع على التوالي حافظت المجلة على مستواها في الحصول على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية التي تصدر محتوىً باللغة العربية وكان ذلك في العام ٢٠١٦م بمعدل = ١.٣٤ ، لتحصل على معدل ١.٥٠ في عام ٢٠١٩م. ومن الجدير بالذكر أن معامل التأثير العربي تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences واتحاد الجامعات العربية.

وكذلك نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معياراً، وصنفت المجلة في تخصص العلوم الاجتماعية "متداخلة التخصصات" على المستوى العربي ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى. كما صنفت كذلك في تخصص "الإعلام والاتصال" على المستوى العربي ضمن الفئة "الثانية Q2" وهي الفئة الوسطى المرتفعة، وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة".
وصنفت المجلة أيضاً ضمن قائمة المجلات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة الآن مفهرسة حالياً ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST) - دار المنظومة - العبيكان - دار نشر العلوم الطبيعية الأمريكية وقاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة" بالإضافة إلى فهرستها على موقعها الإلكتروني.

وفي الصفحات التالية ترفق هيئة تحرير المجلة نقاط الاعتماد وشهادات معاملات التأثير للمجلة.



اتحاد الجامعات العربية

شهادة رقم (64-2020)
معامل التأثير العربي



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

ISSN:2314-8721

قد حصلت على معامل التأثير العربي لعام 2019 وقدرة 1.5

الاستاذ الدكتور محمود عبد العاطي



مدير مشروع معامل التأثير العربي
15 أكتوبر 2019 م

Arcif | تقرير 2019

Not secure | emarefa.net/arcif/ar/2019-تقرير/

ENGLISH التحل بنا حفل الإطلاق تقارير مجلس الشرف والتنسيق اللجنة العلمية معايير الاختيار الأهداف التأسيس

Arcif
Analytics

تقرير معامل "أرسيف" لعام 2019

معامل التأثير والاستشهادات المرجعية العربي "أرسيف" – تقرير 2019

ابحث:

اسم المجلة	معامل التأثير	PAPER ISSN	ELEC ISSN	الدولة
مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	0.1321	8721-2314	2314-873X	مصر

السابق التالي >

02:49 AM 11/11/2019

التاريخ: 2019-10-14

الرقم: L19/90 ARCIF

سعادة أ. د. رئيس تحرير مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط
الجمعية المصرية للعلاقات العامة / مصر
تحية طيبة وبعد،،،

نقدم إليكم بفائق التحية والتقدير، و نهدىكم أطيب التحيات وأسمى الأمناني.

يسر معامل التأثير والاستشهادات المرجعية للمجلات العلمية العربية (أرسيف - ARCIF)، أحد مبادرات قاعدة بيانات "معرفة" للإنتاج والمحتوى العلمي، إعلامكم بأنه قد أطلق تقريره السنوي الرابع للمجلات للعام 2019، خلال المنتدى العلمي "مؤشرات الإنتاج والبحث العلمي العربي والعالمي في التحولات الرقمية للتعليم الجامعي العربي" بالتعاون مع الجامعة الأمريكية في بيروت بتاريخ 3 أكتوبر 2019. يخضع معامل التأثير "أرسيف Arcif" لإشراف "مجلس الإشراف والتنسيق" الذي يتكون من ممثلين لعدة جهات عربية ودولية: (مكتب اليونيسكو الإقليمي للتربية في الدول العربية ببيروت، لجنة الأمم المتحدة لغرب آسيا (الإسكوا)، مكتبة الإسكندرية، قاعدة بيانات معرفة، جمعية المكتبات المتخصصة العالمية/ فرع الخليج). بالإضافة للجنة علمية من خبراء وأكاديميين ذوي سمعة علمية رائدة من عدة دول عربية وبريطانيا.

ومن الجدير بالذكر بأن معامل "أرسيف Arcif" قام بالعمل على جمع ودراسة و تحليل بيانات ما يزيد عن (4300) عنوان مجلة عربية علمية أو بحثية في مختلف التخصصات، والصادرة عن أكثر من (1400) هيئة علمية أو بحثية في (20) دولة عربية، (باستثناء دولة جيبوتي وجزر القمر لعدم توفر البيانات). ونجح منها (499) مجلة علمية فقط لتكون معتمدة ضمن المعايير العالمية لمعامل "أرسيف Arcif" في تقرير عام 2019 .

ويسرنا تهنئكم وإعلامكم بأن **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط** الصادرة عن **الجمعية المصرية للعلاقات العامة**، قد نجحت بالحصول على معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية، والتي يبلغ عددها 31 معياراً، وللاطلاع على هذه المعايير يمكنكم الدخول إلى الرابط التالي: <http://e-marefa.net/arcif/criteria>

و كان معامل "أرسيف Arcif" لمجلتكم لسنة 2019 (0.1321). ونهنتكم بحصول المجلة على:

- **المرتبة الرابعة** في تخصص "الإعلام والاتصال" على المستوى العربي، مع العلم أن متوسط معامل أرسيف لهذا التخصص كان (0.254)، وصنفت مجلتكم في هذا التخصص ضمن الفئة (الثانية Q2)، وهي الفئة الوسطى المرتفعة.
- كما أن متوسط معامل أرسيف في تخصص "العلوم الاجتماعية (متداخلة التخصصات)" على المستوى العربي كان (0.087)، وصنفت مجلتكم في هذا التخصص ضمن الفئة (الأولى Q1)، وهي الفئة الأعلى.

و بإمكانكم الإعلان عن هذه النتيجة سواء على موقعكم الإلكتروني، أو على مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك الإشارة في النسخة الورقية لمجلتكم إلى معامل "أرسيف Arcif" الخاص بمجلتكم.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

أ.د. سامي الخزندار
رئيس مبادرة معامل التأثير
"أرسيف Arcif"





التاريخ: ٢٠١٩/١١/٣

الرقم: L19/0211 E

حضرة د. حاتم محمد عاطف المحترم

رئيس مجلس إدارة مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

الجمعية المصرية للعلاقات العامة / مصر

تحية طيبة وبعد،،،

- يسرني إعلامكم أن قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة" تشتمل على المحتوي الفكري و المواد العلمية في مختلف التخصصات الإقتصادية و المالية و إدارة الأعمال و العلوم الطبية و الصيدلة و العلوم الصحية و العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية و العلوم الطبيعية و الحياتية و العلوم الهندسية و تكنولوجيا المعلومات، و العلوم الزراعية، و هي تتضمن ما يلي:
١. النصوص الكاملة لما يزيد عن ٢٠٠٠٠ دورية علمية و إحصائية صادرة في العالم العربي باللغات العربية و الإنجليزية و الفرنسية، حيث توفر قاعدة "معرفة" حالياً ما يقارب ٤٥٠.٠٠٠ دراسة و مقال علمي و تقرير دوري إحصائي بالنص الكامل.
 ٢. ما يزيد عن ٢٧.٠٠٠ أطروحة جامعية (رسائل الدكتوراه و الماجستير) بالنص الكامل و التي تم منحها من الجامعات العربية، وذلك في كافة التخصصات و المجالات العلمية.
 ٣. أوراق المؤتمرات العلمية من عدة دول عربية.
 ٤. بنك معلومات "معرفة" للاقتصاد و التمويل الإسلامي، يوفر بيانات من أكثر من ٦٠٠ جهة من ٥٥ دولة في العالم.
 ٥. بنك معلومات "معرفة" لاستطلاعات الرأي. يوفر أكثر من ١٨ الف مادة تقرير و نتائج و أسئلة استطلاعات رأي عربية.
 ٦. قاعدة "معرفة" الذكية للكتاب العربي (تشمل قواعد بيانات لمجموعة مختارة من الناشرين مثل العبيكان، و مركز دراسات الوحدة العربية، المنظمة العربية للترجمة، وغيرها) بالإضافة لأكثر من ١٤٠٠٠ عرض للكتب العربية .
- و يسعدنا أن نعلمكم أن قاعدة بيانات "معرفة" قامت بإطلاق معامل التأثير و الاستشهادات المرجعية العربي "Arcif" (Arab Citation & Impact Factor) للمجلات العلمية الصادرة في العالم العربي باللغة العربية أو المشتركة مع الإنجليزية، وفق المعايير العالمية المشابهة، حيث يتحتم على المجلات المرشحة لأن تكون مشمولة في المشروع أن تلبى أكثر من ٣١ معيار . وللاطلاع على هذه المعايير يمكنكم الدخول إلى الرابط التالي: <http://e-marefa.net/arcif/criteria>، بالإضافة إلى ضرورة إتاحتها في قاعدة بيانات "معرفة".
- مع العلم أنه و ضمن تقرير معامل "Arcif" للعام ٢٠١٩، نجحت (٤٩٩) مجلة أكاديمية أو بحثية في تحقيق معايير الاختيار من أكثر من ٤٠٠٠ عنوان مجلة علمية أو بحثية تم التعامل معها.



+962 6 5548228 -9
+ 962 6 55 19 10 7



info@e-marefa.net
www.e-marefa.net



Amman - Jordan
2351 Amman, 11953 Jordan



و يعد معامل ارسيف Arcif أداة قياس تأثير الإنتاج العلمي العربي الصادر في المجالات العلمية العربية من جهة، و يرتبط بحاجة عربية حضارية من جهة أخرى؛ إن هذا المشروع يسعى إلى تعريف الباحثين العرب بترتيب المجالات العلمية العربية في تخصصاتهم، وفقاً لمعامل ارسيف Arcif؛ بما يتيح الفرصة لهم للنشر في تلك المجالات. أيضاً يتيح معامل ارسيف Arcif الفرصة للمؤسسات العلمية أو البحثية العربية الناشرة للمجلات للارتقاء بمستواها لتحقيق معامل تأثير مرتفع.

وفي ضوء تحقق مجموعة معايير معامل "ارسيف Arcif" في مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط الصادرة عن الجمعية المصرية للعلاقات العامة؛ فإنه يسعدنا إعلامكم بنجاحها في الدخول ضمن المجلات المعتمدة في معامل ارسيف Arcif لعام ٢٠١٩ كونها توافقت مع المعايير المشار لها سابقاً؛ و التي تتوافق مع المعايير العالمية. وحتى نستطيع السير في إجراءات دراسة و استكمال حصول مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط على معامل ارسيف Arcif ضمن تقرير ٢٠٢٠، فنرجو تزويدنا بموافقتكم الكريمة على منحنا حق توفير أو عرض وإتاحة مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط الصادرة عن الجمعية المصرية للعلاقات العامة بال النص الكامل، وبشكل غير حصري في قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة".

كما أن موافقتكم على إتاحة مجلتكم في قاعدة "معرفة" للمستفيدين؛ سيعمل على تحقيق الميزات التالية لكم:

١. زيادة الإطلاع والاقتراب منها من قبل المستفيدين.
 ٢. تحسين معامل التأثير الخاص لمجلتكم الموقرة.
 ٣. حتى يتسنى اطلاع ووصول الباحثين إلى الاستشهادات المرتبطة بمقالات مجلتكم، وهو ما يوفر الشفافية اللازمة لتعزيز مصداقية نتائج معامل التأثير الخاص بها.
- وفي الختام، نأمل أن يلقي عرضنا القبول والإستحسان، و تأكيد موافقتكم الكريمة على عرضنا في هذا الخطاب، وإتنا على أتم الإستعداد للإجابة عن إستفساراتكم حول المشروع، وكلنا ثقة بدعمكم لهذا المشروع وتعاونكم الكريم.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

أ.د. سامي الخزندار

رئيس مبادرة معامل "ارسيف ARCIF"



+962 6 5548228 -9
+ 962 6 55 19 10 7



info@e-marefa.net
www.e-marefa.net



Amman - Jordan
2351 Amman, 11953 Jordan



قائمة المجالات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية
المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية (Scopus)
والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي

وهي قابلة للتغيير بالإضافة والحذف حسب ما يقترحه أعضاء هيئة التدريس
المتخصصين ويتم التحقق منه

الإصدار ٢٠١٨، ١

المجلة اسم المجلة	موقع المجلة على الإنترنت والبريد الإلكتروني www & Email	هيئة تحرير	هيئة استشارية	هيئة تحرير دولية	نظام تخزين الالكتروني	محمدة	انتظم الصور	في موقع المجلة	توفر نصوص كلمة	التنوع الجغرافي للباحثين	بالإنجليزية أو الفرنسية	مستخلص	المجلة لها أعداد منتظمة صغيرة أو كبيرة	المجلة تتبع معايير الاعتماد	رقم المجلة
المجلة المصرية للاستزراع المائي ISSN 7877-2090	https://braesd.org/Egyjaquac/	✓	✓	✓	Email	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	42
مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط ISSN 2314-8721	http://jpr.epra.org.eg/home	✓	✓	✓	Email	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	43
المجلة العراقية للاستزراع المائي ISSN 1812-237X	https://www.iasj.net/iasj?func=issues&jid=63&uiLanguage=ar	✓	✓	✓	Email	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	44
مجلة المعهد الدولي للدراسة والبحث ISSN 2397-0308	http://gisr.org.uk/Default.aspx/	✓	✓	✓	Email	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	45
مجلة التصميم الدولية ISSN 2090-9640	http://www.journal.faa-design.com/a-index.htm	✓	✓	✓	Email	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	46
مجلة علوم الرياضة ISSN 2074-6032	http://www.sportmag.uodiyala.edu.iq/default.aspx	✓	✓	✓	Email	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	47
مجلة إشرافيات تنمية ISSN 2518-9018	http://ishraqaat.com/	✓	✓	✓	Email	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	48
مجلة المحترف ISSN 2352-989x	http://www.univ-djelfa.dz/ara/index.php/11-vrpg/39-2016-04-16-15-52-59	✓	✓	✓	Email	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	49

التماس الجمهور السعودي للمعلومات عن الأزمات المجتمعية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

إعداد

أ.م.د. سلمان فيحان فيصل بن لبده (*)

(*) أستاذ الإعلام المشارك في كلية الملك خالد العسكرية.

التماس الجمهور السعودي للمعلومات عن الأزمات المجتمعية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

أ.م.د. سلمان فيحان فيصل بن لبده
salman.bnlebdh@hotmail.com
كلية الملك خالد العسكرية

ملخص:

تسعى الدراسة التعرف على قدرة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات وتشكيل الوعي المعرفي عن الأزمات المجتمعية التي يمر بها المجتمع السعودي، وهو ما يعكس قدرة هذه المواقع على تشكيل إدراك المجتمع السعودي بمختلف أزماته بها، وبلغ حجم عينة الدراسة ٢٠٠ مفردة من الجمهور السعودي، وقد توصلت الدراسة لاهتمام العينة بأخبار وقضايا وأزمات المجتمع السعودي بمختلف أنواعها وإن تصدرها الثقافية وتلاها الاقتصادية وربما يعزو ذلك لأنها تمس بشكل مباشر حياتهم الخاصة وذلك من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، والتي اتضح أن لها تأثيراتها في تشكيل الوعي المعرفي والوجدان والسلوك لديهم، وإن كان ارتفاع التأثيرات المعرفية في المقدمة لدى عينة الدراسة من الجمهور السعودي نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة.

المقدمة:

تلعب وسائل الإعلام دوراً مركزياً في سير الأحداث الجارية للدول، فهي تعي أهمية مسئوليتها تجاه جمهورها، الأمر الذي يتطلب ضرورة حصولها على مجموعة من الحقوق والتزامها بمجموعة من الواجبات المواتية للعمل الإعلامي الحر، المحترمة للحق في حرية الرأي والتعبير، أما الواجبات فتتمثل في قيام وسائل الإعلام بدورها بوصفها مصدراً من أهم المصادر المعلوماتية فيما يتعلق بما يتم نشره وبثه إعلامياً، لذا وجب على الإعلاميين أن يمتثلوا في أخبارهم للمعايير المهنية الأساسية، بما في ذلك توخي الدقة والحيادية والإنصاف والمساءلة على نحو يتناسب مع الدور الذي تلعبه الوسائل الإعلامية ويحقق التوازن المطلوب للدولة.

ويلعب الإعلام دوراً ملموساً في إدارة الأزمة، حيث تجذب الأزمة منذ وقوعها الاهتمام الإعلامي وبالتالي جذب انتباه الرأي العام لها، بل في بعض الأوقات يمكن أن يتنبأ الإعلام بوقوع الأزمة، وبالتالي يمكن القول أن الإعلام يعد خط التماس الأول للتعامل مع الأزمة في مراحلها الأولى، وبالتالي تصبح وسائل الإعلام طرفاً فاعلاً في المستويات المختلفة لإدارة الأزمة، وقد تميز الإعلام الإلكتروني باعتباره شريكاً فاعلاً يساهم بقدر كبير في عملية تشكيل وتطوير الوعي الاجتماعي والسياسي والعلمي والتربوي والثقافي، وظهرت مواقع الشبكات الاجتماعية كأحد روافد ذلك الإعلام الجديد الذي يتسم بالحرية في اختيار الموضوع وتحرير النص وسهولة البث مع تجاوز الحدود بين الخاص والعام وبين المستوى الداخلي للدولة وما بين المستوى الدولي مع قلة التكلفة والوقت المطلوب

لذلك، وهو ما أدى لبروز منافسة شديدة بين وسائل الإعلام الاجتماعي الحديثة ووسائل الإعلام التقليدية بصورة عامة والمرئية بصورة خاصة.

أصبح للشبكات الاجتماعية دور في التعبير عن كافة الاتجاهات والأفكار داخل المجتمع في ظل حوار يكون ركيزته الندية بين الفرد والنخبة والجمهير ولم تعد تمارس النخبة دورها المعتاد في صياغة الرأي العام وتشكيله وتعبئته بعد التطور في عملية تدفق المعلومات وإنتاجها، وأصبح للفرد دور في إنتاج المعلومات وصياغة الرسالة الإعلامية لدعم تأثيرها في الرأي العام، وأصبح الخطاب عبر وسائل الإعلام الجديد يتميز بأن لغته هي لغة الجماهير العادية التي هي بنفسها تحدد وتختار الرموز والإشارات التي تتطابق مع تلك التي يخترنها المتلقي في إطاره الدلالي.

وأصبح من الضروري أن تتعامل وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها ما بين إعلام تقليدي أو جديد والذي هنا مجال الدراسة مع أزمات المجتمع المختلفة، وذلك لأن الإعلام قد يكون الملجأ الأول – إن لم يكن الوحيد – بالنسبة للإنسان البسيط الذي يرغب في التعرف على الأزمة التي يواجهها المجتمع، ويتعرف على الأساليب المناسبة للتعامل معها، وكيفية التغلب عليها وتجاوزها، وهذا يفرض على تلك الوسائل أن تتعامل مع الأزمة بحكمة وحرافية حتى يتم تجاوزها، وفي ظل الخصوصية التي يتمتع بها الإعلام الجديد وتحديداً هنا مواقع الشبكات الاجتماعية بأنها تتيح للفرد أن يتابع مصادر متنوعة لذات الخبر الواحد المتعلق بموضوع الأزمة، بل ويتفاعل معه، ويعبر عن رأيه سواء بنص أو صورة أو فيديو، بل إن الإعلام الجديد ساعد المواطن أن يكون شريكاً في نقل المعلومة للمواطنين وأن يكون مصدرًا للخبر من الأساس.

ويتمثل مفهوم إدارة الأزمة في إبتداع طرق أو وسائل أو آليات للتغلب على الأزمة الراهنة والتحكم في مساراتها للحد من سلبياتها والاستفادة المثلى من الجانب الإيجابي في الأزمة ليكون هذا الجانب المخرج لتحقيق أقصى المكاسب في أقصر زمن، وبالتالي يتضح أن للإعلام الجديد دور هام في إدارة الأزمة، ويتمثل في الجانب الإخباري عن الأزمة بالتعريف بها وبناتج مواجهتها، ومدى التطور والنجاح في ذلك، وهو الأمر الذي يتحقق نتيجة توافر عناصر الأنوية والسرعة والمصدقية في نقل الأحداث من أرض الواقع، وأن إبراز وظيفة الإعلام والإخبار لوسائل الإعلام الجديدة في وقت الأزمات أمر تميزت به مما دفع المواطنين للاعتماد عليها لإحداث الثراء المعرفي عن كافة جوانب الأزمة، فيتشكل الوعي الثقافي لدى الجمهور بأبعاد الأزمة وخطورتها، والدور الذي ينبغي أن يسلكه المواطن للحد من الآثار السلبية للأزمة.

وعلى هذا وانطلاقاً من الدور الفاعل والمؤثر لمواقع التواصل الاجتماعي التي تمثل أحد صور الإعلام الجديد كانت هذه الدراسة التي الهادفة للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في توصيل المعلومات للأفراد عن الأزمات أياً كان طبيعتها في المجتمع السعودي، وذلك لأن للإعلام

الجديد دور متزايد وأهمية خطيرة كأحد أسلحة العصر الحاضر في تغطيته للأزمات نظراً لما يتوفر له من قدرات هائلة تتمثل في انتقاله بسرعة كبيرة، واجتيازه للحدود، وتخطيه العوائق بما يملكه من إمكانات متنوعة تعكس خصائصه ما بين التفاعلية والالتزامية والكونية والانتشار، والتي أدت لارتفاع قدرات هذه الوسيلة في التأثير النفسي على الأفراد والسيطرة الفكرية والإقناع للجمهور في المجتمعات المختلفة، والتحكم في سلوكياتهم وتوجيههم.

مشكلة الدراسة:

إن المتتبع لمواقع التواصل الاجتماعي يلاحظ أنها أصبحت أبرز الظواهر الإعلامية في عالمنا اليوم، فقد استطاعت أن تستقطب معظم فئات المجتمع، وذلك لأنها أصبحت قناة مهمة للتعبير عن الرأي، واستطاعت أن تركز مفهوم الحق في الاتصال والحصول على المعلومات ونشرها، وبالتالي يمكن القول أن هذه الشبكات تُعد إحدى وسائل تشكيل الوعي المجتمعي معرفياً عن الأزمات التي تواجه المجتمع السعودي.

وبالتالي يمكن بلورة مشكلة الدراسة في الإجابة على التساؤل البحثي التالي:

"التعرف على قدرة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات وتشكيل الوعي المعرفي عن الأزمات المجتمعية التي يمر بها المجتمع السعودي، والتعريف بالأدوار المختلفة لأطراف الأزمة ومواقفها الإيجابية والسلبية، وهو ما يعكس قدرة هذه المواقع على تشكيل إدراك المجتمع السعودي بمختلف أزماته بها، وتُعد أزمة السكن في المملكة العربية السعودية مجال التطبيق في الدراسة الحالية.

أهمية الدراسة:

١- قلة الدراسات الإعلامية التي تركز على العلاقة بين الأزمة المجتمعية وكيفية الإدارة الإعلامية لها، فالتركيز الغالب يكون على تحليل وتقييم تناول التغطيات الإعلامية الإخبارية للأزمات ذات الصبغة السياسية سواء تعلقَت هذه الأحداث بسياسة داخلية للمجتمع أو سياسة خارجية له، ومن خلال وسائل الإعلام التقليدية، لكن لم يكن هناك تناول بحثي لدور الإعلام الجديد (مواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة) في تشكيل وعي الجمهور نحو الأزمة، لذا يمكن القول أن هذه الدراسة تمثل إضافة بحثية لطبيعة العلاقة بين تشكيل الوعي المعرفي نحو الدولة في وقت الأزمات وتفاعلهم مع الرسائل الإعلامية التي تبثها وسائل الإعلام الجديدة، خاصة في إثبات العديد من الدراسات السابقة ارتفاع تأثير هذه الوسيلة وتحديداً مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الرأي العام واعتبارها مصدراً رئيسياً للمعلومات حول أي قضية ما، فهذه الوسائل تلعب دوراً حيوياً في التوعية والإرشاد والتوجيه والتحذير والتنبؤ.

٢- معرفة المزيد عن خصائص المجتمع السعودي في التفاعل مع وسائل الإعلام الحديثة، اعتماده عليها في الحصول على المعرفة والمعلومات عن القضايا والأحداث المتعلقة بالمملكة العربية

السعودية، وبالتالي تؤثر في اتجاهاته ومنها معرفته التي يتبناها في تفاعله مع أزمات المملكة الطارئة، خاصة في ظل قلة الدراسات العربية التي تتناول العلاقة بين وسائل الإعلام الجديد والتعامل مع الأزمات، لا بد أن يكون هناك تكامل بين البحوث العربية كافة في مختلف المجالات للتعرف على خصائصه الثقافية والفكرية في التعامل مع الأزمات وبالتالي إعداد الاستراتيجيات الفكرية والثقافية التي من شأنها تعلي من دور وفعالية المجتمع السعودي في التعامل مع أزمات المجتمع السعودي بشكل فعال يساعد علي نهضة ونمو المجتمع.

٣- يتميز الإعلام المعاصر بالكثافة والتنوع، مما يعني شدة المنافسة فيما بين كافة أنواع وسائل الإعلام المختلفة ما بين التقليدي أو الجديد للاستثمار بالفرد، وتزايد جهودها لتقديم رسائل مبتكرة جذابة قادرة على أن تنافس وتؤثر، وبالتالي تتمثل أهمية الدراسة في تقديم رؤي تطويرية للأداء الإعلامي تمكن القائمين على وسائل الاتصال والإعلام من تطوير جوانب معالجتهم الإعلامية للأزمات سواء قبل وقوع الأزمة أو أثناءها أو في فترة نهاية الأزمة، وذلك من خلال التعرف علي أوجه القصور والإيجابيات من وجهة نظر جمهور المجتمع السعودي عينة الدراسة في التعامل الإعلامي مع الأزمات في مراحل تطورها، وهنا بالتطبيق على أزمة السكن في المملكة العربية السعودية والتي تعد من الأزمات الاقتصادية التي تواجهها الأسرة السعودية والتي لها آثارها الاجتماعية على أوضاع الأسر، خاصة أن مفهوم الأزمة يتضمن جدلية هامة تتمثل في أنها تجمع ما بين الفرصة والتهديد معاً، حيث أن مفهوم الأزمة قد يتحول من وجهة النظر التقليدية كحدث يدمر أو يؤثر في المنظمة أو الدولة أو المؤسسة أو الفرد ككل (التهديد)، إلى وجهة النظر الإستراتيجية، بكونها لحظة حاسمة ونقطة تحول نحو الأفضل (الفرصة) يتمثل في إحداث الإعلام الجديد لتأثيرات إيجابية (تعبئة وتماسك، وتعاون، وتكيف مع البيئة، والتعلم بالتجربة).^١

٤- أهمية الفترة الراهنة لإجراء مثل هذه الدراسات لأنها تواكب تعرض المجتمع العربي لثورات الربيع العربي، وما اكبها من تأثير على السياسات العامة في المنطقة العربية في مختلف المجالات الحياتية وتشكيل العلاقات السياسية والاقتصادية والثقافية وغيره بين الدول وخاصة أنها تُعد فترة أزمة، وتأثير ما سبق على توجهات المجتمع السعودي نحو المملكة العربية السعودية في حالة مواجهتها أي أزمات، وهو الأمر الذي يعزز من قيمة الدراسة من حيث أهمية التعرف على توجهات الرأي العام السعودي، خاصة أن الأزمة تعرف إدارياً بأنها "موقف يواجه متخذ القرار يفقد فيه القدرة على السيطرة عليه أو على اتجاهاته المستقبلية، وتتلاحق فيه الأحداث وتتشابك الأسباب بالنتائج"، وتغذي بعضها الآخر، حيث أنها موقف غير اعتيادي يهدد أعمال وسمعة وصورة وعلاقات المنظمة ويضر بجمهورها.^٢

أهداف الدراسة:

- يأتي الهدف الرئيسي للدراسة في التعرف على تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي المعرفي لدى الرأي العام السعودي بخصوص الأزمات المجتمعية التي يمر بها، وانطلاقاً من هذا الهدف الرئيسي تسعى الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الفرعية التالية:
- التعرف على كثافة تعرض مواقع التواصل الاجتماعي لأزمات المجتمع السعودي عبرها باعتبارها المصدر الرئيسي للمعلومات.
 - دوافع ثقة عينة الدراسة في التغطية الإعلامية للأزمات السعودية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
 - آثار التغطية الإعلامية للأزمات السعودية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وقدرتها على تشكيل الصورة الذهنية للمجتمع السعودي.
 - طبيعة الأزمات السعودية التي تابعتها عينة الدراسة عبر وسائل الإعلام الجديدة.
 - التعرف على مستوى متابعة عينة الدراسة للأزمات المجتمعية المختلفة التي تواجها المملكة العربية السعودية.
 - التعرف على متابعة عينة الدراسة لأزمة السكن الاقتصادية بالمملكة العربية السعودية وتقييمه لأسلوب تناولها.

رابعاً: الدراسات السابقة:

تنوعت الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت العلاقة بين وسائل الإعلام الجديدة والقضايا المجتمعية في وقت الأزمات، وإن كان التركيز بشكل رئيسي من واقع تحليل التراث عبر الوسائل التقليدية عن وسائل الإعلام الجديدة، وعن أبرز الدراسات التي تناولت العلاقة بين الإعلام الجديد والأزمات كما يلي:

١- دراسة (شيماء سمير السيد، ٢٠١٩):^٣

تهدف الدراسة الى التعرف بشكل عام على دور حارس البوابة في الصحف الإلكترونية المصرية أثناء الأزمات وذلك في الفترة من ٢٠١٥-٢٠١٧، وقد استخدمت الدراسة منهج المسح الاعلامي من خلال أداة الاستبيان على عينة من القائمين بالاتصال قوامها (٨٨)، بالصحف الإلكترونية (الأهرام، الوفد، اليوم السابع). وكانت أهم النتائج اعتماد حراس البوابة على فن الخبر الصحفي في التغطية الصحفية للأزمات يليه فن التقرير الصحفي مما يدل على الضغط الشديد الذي يتعرض له حراس البوابة، وضيق الوقت المتاح لتغطية الأزمات، واهتمام حراس البوابة بالصحف الإلكترونية عينة الدراسة بعرض وتحليل وتفسير الأزمات التي تم تناولها في الفترة من ٢٠١٥-٢٠١٧ و هذا يوضح تحول أدوار حراس البوابة في فترة الأزمات من الدور الخبرى في المراحل المبديّة لحدوث الأزمات،

للدور التفسيري مع تطور أحداث الأزمات، كما أظهر اعتماد حراس البوابة على طريقة التواصل المباشر (الهاتف والمقابلات الشخصية) مع المصادر الرسمية على أهمية وحساسية الأزمات التي تناولتها فترة الدراسة، وعدم التوظيف الأمثل لامكانيات الصحافة الإلكترونية في التواصل مع المصادر، كما اقتصر استخدام حراس البوابة في الصحف الإلكترونية عينة الدراسة على الأدوات والأساليب الحديثة (الفورية والأنية والمواقع الإلكترونية) التي توفرها الصحافة الإلكترونية دون الاستفادة من التفاعلية بينه وبين الجمهور المتابع للصحيفة أثناء فترة الأزمات.

٢- - دراسة (حسين خليفة حسن، ٢٠١٨):^٤

سعت الدراسة لرصد طبيعة وحدود الدور الذي قامت به الخطابات الإعلامية المتنوعة في تشكيل الأنساق المعرفية والوجدانية للرأي العام المصري نحو أداء المؤسسات السياسية والتشريعية بالتطبيق على أزمة اتفاقية ترسيم الحدود البحرية بين مصر والمملكة العربية السعودية والمعروفة إعلامياً باسم أزمة تيران وصنافير والتي بموجبها "تنازلت" أعادت مصر "عن" جزيرتي تيران وصنافير لصالح المملكة العربية السعودية كما حولت الدراسة أيضاً تحليل وتفسير كيف أن اختلاف أسلوب معالجة الرأي العام المصري للمعلومات والمعارف المتعلقة بأزمة الجزيرتين قد أثر على كيفية تشكيل الانساق المعرفية والوجدانية المترتبة على ذلك.

٣- دراسة (عبد العزيز بن عبد الله بن فهد الرقابي، ٢٠١٧):^٥

استهدفت الدراسة الإجابة على التساؤل: إلى أي مدى تتحقق الكفاءة في أداء الأجهزة المعنية بإدارة الأزمات والطوارئ بالمملكة، وكيف يمكن الارتقاء به ليصل إلى الفعالية؟ وقد اعتمدت منهجية ثنائية الأبعاد: المنهج الوصفي التحليلي، منهج تحليل النظم.. وقد توصلت إلى نتائج أهمها مازالت المملكة العربية السعودية بحاجة إلى تطوير إمكانياتها في مجال إدارة الأزمات كي تتولى مكانة في إدارة الأزمات والطوارئ تتناسب مع إمكانياتها وتقلها السياسي والاقتصادي، وما زال أمام المملكة العديد من التحديات التي يجب التغلب عليها لتطوير قدراتها على إدارة ومواجهة الكوارث والطوارئ المتكررة مقارنة بالدول المجاورة، وتأتي على رأس هذه التحديات العوامل المتعلقة بإدارة التجمعات الدينية الكبيرة. وقد وضعت توصيات في مجالات مختلفة منها الاستفادة من المعارف والابتكارات والعلم لبناء ثقافة للسلامة والقدرة على مواجهة الكوارث على جميع المستويات، التوعية الإعلامية والثقافية بمجال الأزمات، تفعيل التعليم بالمدارس، تعزيز التدريب في الشركات والمؤسسات وأجهزة الدولة وتنمية مشاركة المجتمع المدني والقطاع الخاص في مواجهة الكوارث. وبجانب ذلك خصصت الدراسة فصل بالكامل كدراسة عملية لتوصيات تتعلق بتطبيق فكرة السيناريوهات وإنشاء وزارة للأزمات والطوارئ ووضع استراتيجية عامة لإدارة الأزمات والطوارئ بالمملكة العربية السعودية.

٤- دراسة (ريم الجابري أحمد، ٢٠١٧):^(٦)

يُعد موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" أحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي، ومن أكثر المواقع التي تحظى بزيادة عددية هائلة في أعداد مستخدميها سنوياً وبمرور الوقت توغل موقع "تويتر" في المجال السياسي ليصبح من أكثر المواقع التي يحرص قادة العالم على التواصل مع الجماهير من خلالها، وعند قيام الثورات العربية قدم موقع تويتر نفسه كأحد الوسائل الاتصالية الفعالة التي استخدمها الأفراد للتنظيم والحشد.

سعت الدراسة الحالية إلى التعرف على العلاقة بين استخدام موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" ومستوى الوعي السياسي لدى الشباب المصري؛ واعتمدت الدراسة على منهج المسح لعينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة من مستخدمي موقع تويتر من الشباب المصري من ١٨-٣٥ سنة، عن طريق استمارة استبيان صممت وفقاً لمتغيرات الدراسة.

انتهت نتائج الدراسة إلى رفض الفرض الرئيسي القائل بالعلاقة الارتباطية الطردية بين متغيري كثافة الاستخدام والوعي السياسي، بالإضافة إلى الفرض الخاص بالتأثير المتبادل بين المتغيرين، وهو ما يدفعنا لاستخلاص أن النتائج الخاصة بكل دراسة تتأثر وتختلف باختلاف ظروف إجرائها والإطار الزمني والمكاني، وأيضاً بطبيعة العينة المختارة؛ فعلى الرغم من ارتفاع معدلات استخدام موقع "تويتر" وارتفاع مستوى الوعي السياسي لدى أفراد العينة، لم يثبت وجود أي ارتباط بين المتغيرين وهو ما يرجع لأسباب عديدة خاصة بالدراسة، كالعينة المدروسة.

٥-دراسة (هالة توفيق إسماعيل الطلحاتي، ٢٠١٧):^٧

تتحدد مشكلة الدراسة في رصد تقييم الإعلاميين للمعالجة الإعلامية لقضايا الإرهاب، دراسة حالة على المعالجة الإعلامية لحادثتي الواحات البحرية ومسجد بئر العبد الإرهابيتين، وتوصلت الدراسة لما يلي:

١. أن حجم الخسائر والفيديوهات هما العناصر الأكثر تأثيراً في هذه التغطيات عند غالبية عينة الدراسة (٩٧% أكثر وإلى حد ما)، يليهم الأخبار والصور، ثم شخصيات الضحايا والبيانات الرسمية ونتائج وتداعيات الحدث، وأخيراً طريقة تنفيذ الحدث.
٢. أن سرعة التغطية للحدث ودقة وصدق المعلومات والبيانات والأرقام وتكرار بعض المعلومات والأرقام الهامة هي أهم النقاط التي يجب أن توفرها في هذه التغطيات وجميعاً كل عينة الدراسة (١٠٠% هام وإلى حد ما)، يليها التعريف بالحادثة وشرحها وإظهار أسبابها ونتائجها، ثم ذكر سلبيات وإيجابيات الحادث وتأثير الشخصيات المستعان بها.
٣. أن الجانب الإنساني والعاطفي والمتمثل في ضحايا الأحداث، وشهود العيان لهذه الحوادث وأهالي المصابين هو الأكثر مصداقية وتأثيراً في حالة الاستعانة بهم، يليهم الجانب الأمني والرسمي للدولة في مدى المصداقية والتأثير الكبير والمتمثل في رجال الأمن والمسؤولين بالدولة، أي ارتفاع مستوى

الحس والثقة والمصادقية والتأثير الوطني نحو أجهزة الأمن والدولة لدى عينة الدراسة خاصة وعند الجمهور عامة.

٦- دراسة إيمان عبد المنعم (٢٠١٦)^(٨):

هدف الدراسة الكشف عن أسباب ودوافع استخدام الشباب المصري والسعودي موقع "تويتر"، والتعرف على المظاهر الدالة على كيفية استخدام الشباب في البلدين موقع "تويتر"، ومن ثم تشخيص الإشباع التي يحققها الشباب المصري والسعودي من استخداماتهم لموقع "تويتر" من خلال ترتيبها قياساً بالقضايا الأساسية التي ينطوي عليها مجتمعهم.

كانت عينة الدراسة عشوائية طبقية من شباب الجامعات المصرية والسعودية (الدولية والخاصة والدينية والحكومية) تتمثل في ٦٠٠ مفردة موزعة بالتساوي على الجامعات والنوع. واعتمدت الباحثة على النظريات الآتية: (نظرية التحليل الشبكي - نظرية الاستخدامات والإشباع - مدخل النفاعلية (المحتوى المنتج بواسطة المستخدم) - نظرية ثراء الوسيلة)، وأشارت نتائج الدراسة:

- نسبة مستخدمي موقع "تويتر" بين طلبة الجامعات السعودية، كانت أكبر منها بين نظرائهم المصريين؛ حيث ذكر ٢٥٨ طالباً سعودياً بنسبة ٨٦% من طلبة الجامعات السعودية أنهم يستخدمون موقع "تويتر"، على حين بلغت نسبة مستخدمي الموقع ذاته بين طلبة الجامعات المصرية ٥٧.٣% بما يساوي ١٧٢ طالباً جامعياً مصرياً.

- أن طلبة الجامعات المصرية من مستخدمي موقع تويتر كانوا الأسبق إلى استخدام هذه الموقع مقارنة بنظرائهم السعوديون؛ حيث بلغت نسبة طلبة الجامعات المصرية الذين يستخدمون موقع تويتر من ٣ سنوات فأكثر ٣٤.٣% مقارنة بنسبة ١٩% من طلبة الجامعات السعودية.

٧- دراسة (عبد الله بن ناصر وعلاء الشامي وعبد اللطيف بن صافية، ٢٠١٦) " (٩)

أجرت الدراسة تحليلاً للمعالجة الإعلامية للمشروعات الاقتصادية الكبرى في ثلاث دول عربية وهي: السعودية ومصر والمغرب، وتمت الدراسات التحليلية على مشروعات: الهيئة الملكية للجبيل وينبع بالسعودية وقناة السويس الجديدة بمصر وإقلاع ٢٠١٤ للنهوض بقطوع الصناعة بالمغرب، وكانت أهم النتائج كما يلي:

- أن ظهر الإطار العام من أقل اطارات العمل الإعلامي في تغطية مشروع الهيئة الملكية للجبيل وينبع بالسعودية ويعود ذلك لطبيعة الهيئة المتراخية في واقع المجتمع السعودي باعتبارها إحدى قلاع العمل الاقتصادي الحكومية الضخمة.
- غلبت التقارير والافتتاحيات والحوارات الرسمية لتغطية مشروع إقلاع بالمغرب حيث جاء استخدام الإطار المحدد بقضية في المرتبة الأولى ثم إطار الاستراتيجية في المرتبة الثانية ثم في المرتبة الثالثة إطار النتائج الاقتصادية.

- غلب إطار الصراع في تغطية مشروع قناة السويس حيث لم تتجاهل التغطية الإعلامية الصراع القائم بين طرفين وهما الدولة المصرية ومؤسساتها الرئيسية والثاني قوى داخلية وخارجية لا تريد الاستقرار السياسي والاقتصادي لمصر.

٨-دراسة (هالة توفيق إسماعيل الطلحاتي، ٢٠١٦):^{١٠}

تتصدى الدراسة لرصد وتحليل مضامين الأطر والرسائل الإعلامية الموجهة من المواقع الإخبارية الإلكترونية حيال الموضوعات والقضايا البارزة في مصر، وتأثير تلك الوسائل الاتصالية الدولية في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال هذه الموضوعات والقضايا وذلك من خلال التطبيق على القضية المعروفة إعلامياً بـ "خلية الماريوت". وذلك من خلال دراسة تحليلية للمعالجة الإعلامية لهذه القضية في بعض المواقع الإخبارية الإلكترونية الدولية الناطقة باللغة العربية والموجهة لشعوب المنطقة العربية ومنها (موقعي CNN العربية، وBBC العربية)، وتوصلت الدراسة للنتائج التالية:

- أن موقع BBC العربية أكثر اهتماماً بهذه القضية وربما يرجع هذا لأن أحد المتورطين الأساسيين في القضية كان مراسلاً سابقاً في شبكة ال BBC. كما يتضح زيادة المواد المنشورة في الفترة الأولى من ديسمبر ٢٠١٣ إلى ديسمبر ٢٠١٤ -من بداية القضية حتى الطعن على الحكم، عن الفترة الثانية من يناير ٢٠١٥ إلى أغسطس ٢٠١٥-من بداية الطعن حتى حكم البراءة والترحيل من البلاد. مما يدل على شدة الصراع في الفترة الأولى، كما إنها الأطول.
- تم تناول عدد من الموضوعات المرتبطة بالقضية في التغطية الإعلامية لها في غالبية المواد المنشورة بالموقعين، أن موضوع اتهام وإدانات واعتقال إعلاميين وجاء في الترتيب الأول، وتلاه في الترتيب الثاني موضوع تحريات وتحقيقات والذي يتضح زيادتها في موقع BBC عن موقع CNN ويدل هذا على تركيز موقع CNN على تناول الإجراءات القانونية في تناولها للموضوع أكثر من موقع BBC. وجاء في الترتيب الثالث موضوعات الانحياز لجماعة الإخوان وتشويه الأوضاع السياسية في مصر. كما جاء تكرار الاتهامات المتبادلة بين شبكة الجزيرة والحكومة المصرية ومضايقات لحرية الإعلاميين في الترتيب الرابع، وجاء في الترتيب الأخير ترحيل الصحفيين.

٩-دراسة عبد الرحمن أحمد الناصر (٢٠١٥)^(١١):

تهدف الدراسة إلى معرفة اتجاهات الجمهور السعودي نحو مصداقية القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناول القضايا الداخلية. كما تضمنت المقارنة بين القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي. وأجريت الدراسة على عينة من ٤٠٠ مفردة من الجمهور السعودي. وتوصلت الدراسة إلى حرص الجمهور على مشاهدة القنوات الإخبارية الفضائية العربية وعلى متابعتها؛ لأنها تهتم بشئون السعودية والدول العربية كما يشاهد الجمهور القنوات الإخبارية الفضائية العربية؛ لأنها تحرص على إظهار واقع حقيقي للعرب والمسلمين. ارتفاع نسبة الاعتماد على "تويتر" للحصول على معلومات عن القضايا الداخلية

١٠- دراسة (عدلات عبد المعطي، ٢٠١٥) " (١٢)

هدفت الدراسة للتعرف على دور الصحف الإلكترونية الفلسطينية في ترتيب الأولويات نحو القضايا الاقتصادية ودرجة الاهتمام الذي توليه الصحف الإلكترونية للقضايا الاقتصادية المحلية ومدى اهتمام الجمهور الفلسطيني بالقضايا الاقتصادية المحلية، بالإضافة لدراسة العلاقة بين ترتيب الصحف الإلكترونية الفلسطينية، وكانت أهم نتائج الدراسة:

- تفاوت اهتمام صحيفتي الدراسة بالقضايا الاقتصادية المحلية المختلفة حيث ظهر في التحليل اهتمام متزايد من صحيفة فلسطين بقضايا إغلاق المعابر التجارية وقضايا الفقر وقضايا الرواتب عن صحيفة الحياة الجديدة.
- احتل الخبر المرتبة الأولى من حيث أشكال المادة الصحفية المستخدمة في الصحف تلاها التقارير في المرتبة الثانية، ثم المقال في المرتبة الثالثة تلاه الحديث الصحفي وفي المرتبة الأخيرة التحقيق الصحفي.
- جاءت صحيفة فلسطين في المرتبة الأولى من حيث اهتمام المبحوثين بمتابعتها، وكانت متابعة المبحوثين للقضايا الاقتصادية عبر الصحف الإلكترونية الفلسطينية وحجم التغطية التي تخصصها للقضايا الاقتصادية المحلية منخفضة.

١١- دراسة (هالة توفيق الطلحاتي، ٢٠١٥):^{١٣}

تحدد المشكلة البحثية في رصد وقياس اتجاهات الرأي العام المصري نحو الشائعات التي تبث وتنتشر في وسائل الإعلام خاصة الإلكترونية، ورصد أبرز الشائعات التي انتشرت في وسائل الإعلام الإلكترونية والتقليدية أثناء الثورة وما بعدها ودور تلك الشائعات في التأثير على اتجاهات الجمهور أثناء الأزمات، توصلت الدراسة إلى أهم النتائج التالية:

- تظهر الشائعات في أوقات الأزمات الاجتماعية، ولذلك فإن الفترة التي أعقبت ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١م كانت أنسب وقت لتلك الشائعات ونشرها حيث يكون أفراد المجتمع في حالة استعداد نفسي لتصديق كثير من الأخبار والأقوال التي يقرأونها في الصحف أو يسمعونها في التلفزيون نظراً لحالة التوتر النفسي التي يعيشونها خلال هذه الفترة.
- تعد القنوات التلفزيونية تلاها المواقع الإلكترونية من أبرز الوسائل الإعلامية لنشر الشائعات، لتمييزها بالعديد من الأمور المساعدة للحرب النفسية، كسرعة الانتشار، واتساع الاستخدام وسهولة الفهم والجاذبية والقدرة على التوجيه، فضلاً عن أنها الأكثر تأثيراً في الرأي العام.
- أن كماً كبيراً من المواد التي جرى تصنيفها كشائعات استندت إلى مصادر خاصة، وممكن الإشكالية أن هذه المواد افترقت إلى دلائل ووثائق تثبت مصداقيتها، فحين يكون الحديث عن قضايا تمس المجتمع وبنائه ليس مدعماً بالوثائق ويكون الذي قدم المعلومات شخصاً مجهولاً لا يمكن التثبت من

مصدقيتها، عندئذٍ تثور الشكوك حول الخبر والوسيلة التي نشرته، الأمر الذي يحول دور الإعلام إلى عامل سلبي في المجتمع.

١٢- دراسة^(١٤) icard, Selva and Bironzo (2014) .

سعت الدراسة للتعرف على كيفية تغطية وسائل الإعلام وبصفة خاصة الصحف لأخبار البنوك والأخبار المالية في أوقات الاستقرار الاقتصادي فإن الناس يميلون لتقييم الأخبار الاقتصادية بشكل سلبي وانتقاد وسائل الاعلام في تغطيتها، وقام الباحثون بإجراء دراسة تحليلية على مستويين: الأول على نطاق عام Macro للتعرف على كيفية صناعة الأخبار المالية المتعلقة بالبنوك، والثاني على مستوى Micro وهو أكثر عمقا ومتعلق بتغطية الصحف لحالات محددة من الأزمات الاقتصادية، وذلك من خلال تحليل التقارير المالية في الصحف في الفترة من عام ٢٠٠٧ وحتى عام ٢٠١٤، وكانت أهم نتائج الدراسة:

١. منذ الأزمة المالية العالمية أصبح قطاع البنوك والأموال يحظى بتغطية مكثفة من جانب الصحف.
٢. تميل تغطية الأخبار الاقتصادية المتعلقة بالأزمات إلى استخدام اللهجة السلبية.
٣. لم يتضح وجود أجندة محددة للإعلام عند التعامل مع الأزمات الاقتصادية.
٤. بروز دور قطاع العلاقات العامة في البنوك في التخفيف من حدة الأزمة الاقتصادية عن طريق القصص والأطر الخبرية التي تمد بها وسائل الإعلام عن الأزمة.

١٣- دراسة (Arun Vishwanath, 2014)^{١٥}

استهدفت الدراسة البحث في مدى تأثير عادات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومحدداتها في قابلية الفرد للتصدي لهجمات التصيد على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)، والتزام الأفراد بمواقفهم وقلقهم بشأن خصوصية معلوماتهم، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح عن طريق استمارة استبيان، وتم تطبيق الدراسة على ١٥٠ من طلاب كلية الإعلام بجامعة "بافللو" تم تعريضهم للتصيد من المستويين الأول والثاني على موقع "الفيسبوك"، وتوصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى أن:- تتوقف عادات استخدام "الفيسبوك" على تردد الفرد على حسابه واستجاباته، تتبعها عدم القدرة على التنظيم مع وجود أعداد كبيرة من الأصدقاء، ثم قابلية الفرد للتعرض لهجمات التصيد من المستوى الأول، كما أن التعاطي المستمر مع "الفيسبوك" يجعل قبول طلبات الصداقة شيئاً روتينياً دون وعي، ويسبب التلقائية في قبول طلبات الصداقة.

١٤- Vobic, Brlek, Mance and Prodnik. (2014).^(١٦)

هدفت الدراسة لتحليل مضمون المواقع الإخبارية لأربع مؤسسات إعلامية قومية بواقع ١٦٠٤ خبر لرصد كيفية تعامل وسائل الإعلام مع الأزمة العالمية خلال الفترة من ٢٠٠٨ وحتى ٢٠١٣، وكانت أهم نتائج الدراسة:

١. فشل الأخبار الاقتصادية في تحويلها لقوة تكاملية والنظر إليها بكونها أزمة مالية أو اقتصادية بالأساس دون اعتبار لارتباطها بحدوث أزمة أخلاقية أو اجتماعية أو انعكاساتها الثقافية المستقبلية.

٢. عجز وسائل الإعلام عن توفير منبر حر لتبادل الآراء واستضافة المناظرات حيث أبرز التحليل الكمي انحصار تقديم أسباب الأزمة في إطار العوامل العرضية مع ندرة النظر إليها بكونها تحمل في طياتها طبيعة منتظمة.

٣. الاعتماد بالدرجة الأولى في المعالجة على التوجه نحو الحدث، وتقديم الصفة. والخبراء كمصادر إخبارية دائمة والتبسيط المخل مما يعكس افتقاد الصحفيين والإعلاميين العاملين في هذا المجال للرؤية التحليلية والتفسيرية لإعلام المواطنين.

١٥ - دراسة (قينان الغمدى، ٢٠١٢م) ١٧

استهدفت الدراسة البحث في نقاط التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، وتحليل خصائص كل منهما، من مميزات وعيوب، وكذلك استقصاء آراء بعض الخبراء والكتاب الذين أتاحت لهم التجربة والخبرة التعامل مع كل من الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، وتوصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى ما يلي :

- تعد العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني علاقة تكاملية يعتمد فيها كل منهما على الآخر، حيث إن صناعة المعلومات والأخبار تبدأ من قنوات الإعلام التقليدي، لكن يختلف كل منهما في شكل تداول الأخبار والمعلومات .

- تعد سرعة انتشار المعلومات والأخبار عبر الإعلام الإلكتروني أسرع في التداول اعتماداً على شبكة الإنترنت والأسرع انتشاراً نظراً لتحدي حاجز الحدود الزمنية والمكانية .

- يتفق الكتاب جميعاً أن ثمة تغيرات بين الوسائط التقليدية وبين وسائط التواصل الإلكتروني الحديثة في نوعية القراء، وفي الأسلوب الذي ينتهجه الكتاب للتواصل الفوري مع القراء على "فيسبوك" و"تويتر" أو حتى في المدونات الخاصة في طول المقال وقصره، وكذلك الأدوات المساعدة التي لم تكن متوفرة سابقاً كالتعبير بالصورة أو مقطع مصاحب.

١٦ - دراسة (Arif, Rauf، ٢٠١١م):^{١٨}

تهدف الدراسة إلى التعرف على تأثير وسائل الإعلام الاجتماعية والأزمة السياسية في باكستان وكيفية اعتماد الصحفيين وغير الصحفيين على مواقع التواصل الاجتماعي وقدرة وسائل الإعلام الاجتماعية في تعزيز الحوار السياسي في البلاد، وتم تحليل مضمون لبعض مقاطع الفيديو على اليوتيوب وكيفية اعتماد وتحميل الصحفيين وغير الصحفيين على بعض هذه المقاطع أثناء الأزمة السياسية في باكستان عام ٢٠٠٧م.

وتوصلت النتائج أن وسائل الاعلام الجديدة تسهم في تعزيز الحوار السياسي في البلاد، وأن وسائل الإعلام الجديدة لديها القدرة لتكون بمثابة وسائل الإعلام البديل في ظل غياب المصادر التقليدية للأخبار والمعلومات، وأن الدراسة مفيدة لفهم كيفية الاتصال عبر الإنترنت، حيث يمثل تحدياً وتحولاً مهماً في البلدان النامية من خلال تمكين الأفراد من الدخول في حوار سياسي على الانترنت.

١٧- دراسة Jeffrey Gahanna (٢٠١١م):^{١٩}

تناولت هذه الدراسة عددًا من المؤشرات الدالة على تزايد دور الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي العام، منها اهتمام شركة "جوجل" بالمنطقة العربية التي كانت التوقعات تشير إلى أن استخدامها للشبكات الاجتماعية سيصل إلى ١٠٠ مليون عام ٢٠١٥م، وأكدت الدراسة أنه على الرغم من إدارة متابعة "فيس بوك" في مصر كانت قاصرة على ٤٥ فردًا، فقد وصل عدد المستخدمين أثناء الثورة إلى ٥ ملايين، ووصل عدد تحميلات الفيديو على اليوتيوب إلى ٢٤ ساعة كل دقيقة في تجربة جديدة لاختزال الزمن في وقت عصيب ووصل عدد التعقيبات على التويتر وبعض المدونات إلى ٢٥ ألف، وأثبتت الشبكات الاجتماعية دورها الهام في القيام بمهام الرقيب الاجتماعي والسياسي وزاد اعتماد الأفراد على هذه الوسائل الحرة المرنة في تكوين آرائهم واتجاهاتهم.

١٨- دراسة (جمعة عبد النبي، ٢٠١١م):^{٢٠}

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى اعتماد الشباب العراقي على وسائل الإعلام الجديدة New Media (الإنترنت- القنوات الفضائية) بوصفها مصدرًا للمعلومات حول الأحداث الجارية في العراق، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة واستخدمت صحيفة استبيان، وتم تطبيق الدراسة على فئة الشباب من المجتمع العراقي، وقد اختار الباحث المحافظات العراقية الثلاث (بغداد، الموصل، صلاح الدين) كعينة للدراسة، وتوصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى ما يلي:

جاء استخدام الشباب العراقي لشبكة الإنترنت في المرتبة الثانية، إضافة إلى اعتمادهم عليها، حيث أوضحت أن (٦٣%) من مستخدمي وسائل الإعلام بشكل عام يستخدمون الإنترنت، وهي نسبة مرتفعة نسبة إلى ظروف ومعوقات استخدام الإنترنت في العراق.

جاءت الإشباعات النفعية، مثل التخاطب مع الآخرين ومعرفة عادات وأفكار المكونات الأخرى من المجتمع العراقي من أهم الإشباعات التي حققتها لهم هذه الوسائل، بالإضافة إلى الإشباعات التوجيهية، مثل التسلية والترفيه، التي جاءت في المرتبة الثانية من حيث معدلات الإشباع التي حققتها لهم هذه الوسائل.

١٩- دراسة Mia Fischer (٢٠١٠م):^{٢١}

تهدف الدراسة لتحليل دور مواقع الشبكات الاجتماعية في دعم علاقات التجانس الاجتماعي والفكري وأجريت الدراسة على عينة من مستخدمي "فيس بوك" وتوصلت إلى أن هناك ٧٠.٢% من عينة الدراسة أكدوا على أن موقع الفيس بوك يمكنهم من التواصل مع الآخرين من ذوي الخلفيات الاجتماعية والديموجرافية المختلفة، وأن هناك تشابه بين الطلاب عينة الدراسة وبين أصدقائهم على موقع "فيس بوك" من حيث الطبقة الاجتماعية والاهتمامات والسلوكيات.

٢٠- دراسة (Tyma, Adam., Sellnow, Deanna. and Sellnow, Timothy) (٢٠١٠م):^{٢٢}

تهدف إلى التعرف على استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية في الاستجابة لأزمة جامعة "فرجينيا" للتكنولوجيا (إطلاق النار داخل الجامعة ٢٠٠٧م) وكيفية الانتقال من الفوضى إلى الفهم، وتم تحليل مضمون عدد ٤٠ صفحة "الفيسبوك" عنوان الصفحة، وصف للصفحة، الموقع الجغرافي لمنشئ الصفحة، الموضوعات المطروحة، الأخبار الأخيرة المرسله من الصفحة، وتوصلت النتائج من خلال تحليل صفحات "الفيسبوك" أن وسائل الاعلام الجديدة مثيرة للاهتمام بشكل خاص، وتشير النتائج إلى أن "الفيسبوك" أصبح مكاناً للتفاعل الاجتماعي وأن أكثر من ٣٠.٠٠٠ شخص شاركوا في هذه الأزمة جامعة فرجينيا للتكنولوجيا، والأزمات، بحكم طبيعتها، لا يمكن التنبؤ بها وإن طبيعة الأزمات "صدمة وتهدد بخلق فترة من الفوضى وأن وسائل الإعلام الاجتماعية أصبحت جزءاً من حياتنا اليومية وعلى الباحثين دراسة العلاقات بين وسائل الإعلام الاجتماعية والاتصالات وكيف ولماذا تؤثر هذه الوسائط واقعنا.

٢١- دراسة (Lee, Alice) (٢٠٠٨م):^{٢٣}

التعرف على الدور الذي تلعبه مواقع الإنترنت الإخبارية في منطقتين مع درجات مختلفة من حرية الصحافة الإنترنت في أزمة السارس، وقد تم اختيار ستة مواقع الاخبارية على الإنترنت في "هونج كونج" والبر الرئيسي للصين للتحقيق فيها، وتشير النتائج إلى أن المواقع الإخبارية في "هونج كونج"، والتي تتمتع بدرجة عالية من حرية الصحافة والإنترنت ساهمت في عدد من الطرق لإدارة أزمة السارس في المجتمع، على العكس من ذلك، فإن المواقع الإخبارية في البر الرئيسي للصين، والتي تم منعها من قبل الرقابة الإعلامية، وتظهر النتائج أن مواقع الأخبار كانت قادرة على تقديم تحذيرات فعالة والتعليم في الوقت المناسب، والدعم خلال الأزمة بسبب الخصائص الفريدة للوسط الإنترنت، بسبب القيود المفروضة على حرية الصحافة وشبكة الإنترنت فإن المواقع الصينية غير قادرة على الاستفادة الكاملة من وسيلة الإنترنت للعب دور إيجابي في إدارة الأزمة.

التعليق على نتائج الدراسات السابقة:

اهتمت الدراسات السابقة بالتعرف على وسائل الإعلام الجديدة خاصة مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المحتملة لها ودورها في حياة المجتمعات العربية، والتعرف على جوانب تميز الإنترنت في عرض الموضوعات متعددة الآراء، وفي أوقات الأزمات بشكل رئيسي، خاصة في ظل تميز الإعلام الجديد بالتفاعلية وتفتيت الاتصال وقابلية التحويل وقابلية التوصيل والشيوع والإنشار وهذا يناسب فئة الشباب بشكل أكبر من بين كافة فئات المجتمع العربي.

وتناولت الدراسات السابقة التعرف على جوانب الاختلاف في دوافع التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي لمختلف الفئات العمرية وأسباب إنتشار الشبكات الاجتماعية لسهولة استخدامها وقلة تكلفتها مناظرة بالإعلام التقليدي، كما تطرقت بعض الدراسات إلى كيفية معالجة المواقع الإلكترونية العامة والمتخصصة للأزمات المتخصصة الاقتصادية، إلا أن الدراسات السابقة لم تتوصل إلى نتيجة حاسمة في الحصول على معلومات فقط من الوسائل الجديدة دون الوسائل التقليدية حيث أن كلا نوعي الوسائل التقليدية مستمران وهناك تكامل بينهما.

قلة ندرة الدراسات الإعلامية التي تعتمد على حصول الجمهور العربي على المعلومات أثناء الأزمات من خلال الوسائل الإعلام الحديثة، ولم يكن هناك تناول بحثي لدور الإعلام الجديد خاصة مواقع التواصل الاجتماعي التي تعد أحد مظاهرها في تشكيل وعي الجمهور نحو الأزمة، لابد أن يكون هناك تكامل بين البحوث العربية كافة في مختلف المجالات للتعرف على خصائص الجمهور العربي الثقافية والفكرية في التعامل مع الأزمات.

كما أن إعداد البحوث العربية المتنوعة في مجال إدارة الإعلام عامة ومواقع التواصل الاجتماعي للأزمات أهمية في إمكانية إعداد الاستراتيجيات الفكرية والثقافية التي من شأنها أن تعلي من دور وسائل الإعلام الجديد في التعامل مع أزمات المجتمع بشكل فعال، خاصة في ظل اتجاه حياة الأفراد يومياً نحو التعقد والتشابك، نتيجة لتنوع الأحداث والموضوعات التي يواجهها الفرد سواء كانت داخل محيطه أو خارجه، أوجب على وسائل الإعلام التعامل مع أزمات مجتمعه الداخلية والأزمات التي تقع خارج حدود الدولة، بالتعريف بالأزمة والأساليب المناسبة للتعامل معها بما يعين في التغلب عليها، وهو ما يفرض على تلك الوسائل أن تتعامل مع الأزمة بحكمة وحرافية، بل يمكن القول أن الإعلام في كثير من الأحيان تكون الأداة الرئيسية لإدارة الأزمة، والنجاح في تجاوز الأزمة وقتها يكون نتيجة لنجاح الإعلام في إدارتها.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

ساعد الإطلاع الموسع على التراث البحثي العربي والأجنبي فيما يلي:

- الصياغة الدقيقة لمشكلة الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها وفروضها.
- تحديد الإطار النظري المناسب للدراسة والمتمثل في اختيار نظرية التماس المعلومات.
- الاستعانة بها في تحديد مدى الاتفاق أو الاختلاف مع نتائج الدراسة الحالية الميدانية، مما يساعد في محاولة التحليل الكيفي لمدلول الأرقام الكمية التي تم التوصل لها.

خامساً: الإطار النظري للدراسة: التماس المعلومات:

يمكن تعريف عملية التماس المعلومات بأنها أي نشاط للفرد يقوم به لتحديد الرسالة التي يمكن أن ترضى احتياجات معينة لديه، وبالتالي فإن نشاط التماس يختلف من فرد لآخر، وتعد نظرية

التماس المعلومات من النظريات التي تستهدف متلقي الاتصال وتركز على سلوك الفرد في بحثه على المعلومات من مصادرها المختلفة والتعرف على العوامل التي تؤثر على هذا السلوك.^{٢٤}

- تنقسم المعلومات في إطار عملية الالتماس إلى نوعين أساسيين:^{٢٥}

الأول: معلومات ذات صلة بالعمل Job information.

الثاني: معلومات عامة أو حياتية Non Work information قد تتعلق بالصحة، الاجتماعيات، التسلية ووقت الفراغ وغيرها.

أكدت غالبية النماذج التي ارتبطت بالنظرية على أن التماس المعلومات عبارة عن سلوك قصدي أو هادف للبحث عن المعلومات وأحياناً أخرى يكون غير هادف أو عرضي، ويتضمن عدة خطوات في أغلبها متعاقبة، وأحياناً متوازية، تنتهي بالرضا عن المعلومات كماً وكيفياً، ثم استخدامها للهدف المطلوب من الالتماس، وفيما يلي عرض لأهم هذه الخطوات:^{٢٦}

١- الاحتياجات المعلوماتية: ويتم التعبير عنها من خلال البحث عن المعلومات المطلوبة، وهي نتيجة لجهل الفرد بموضوع ما، أو نقص في المعرفة به، أو عدم التأكد من معلومة ما تخصه، أو تعرض الفرد لمشكلة أو موقف ما يتطلب منه معلومات محددة، أو تنبؤه باحتمالية وقوع أزمة ما من الضروري اتخاذ اللازم نحوها.

٢- المتطلبات المعلوماتية: وقد تستخدم أحياناً كمرادف للخطوة الأولى، إلا أن هذه الخطوة تحتوى على المواصفات المرغوبة لدى الفرد في وسيلة الالتماس.

٣- التماس المعلومات: إن الحاجة للمعلومات تقود لاتخاذ قرار لالتماسها من مصادرها المختلفة، ويتطلب الالتماس القيام بعدة أنشطة للبحث عن المعلومات المطلوبة، وتتمثل خطوات الالتماس في اختيار مصدر المعلومات ثم التماس المعلومات، وتقييم نتائج هذا الالتماس وتقرير مدى الحاجة لمصدر معلوماتي آخر وصولاً لمرحلة الاكتفاء المعلوماتي.

٤- استخدام المعلومات: وفيها يقوم الفرد باستخدام المعلومات التي حصل عليها، ونتيجة لهذا الاستخدام تتكون لديه عدة تأثيرات قد تكون معرفية بزيادة معلوماته مما يمكنه من إدراك واستيعاب الموضوع، أو وجدانية بتوليد مشاعر، أو أحاسيس محددة، أو سلوكية بقيامه أو تجنبه لسلوك معين.

وتشير هذه النماذج إلى ما يعرف بأنشطة استرجاع المعلومات حيث أن مجال استرجاع المعلومات Information Retrieval يركز على دراسة أساليب وطرق استرجاع المعلومات من جانب الأفراد، ومجال التماس المعلومات Information Seeking يركز على تفضيلات واستخدام مصادر المعلومات، حيث تبدأ مرحلة معالجة المعلومات بمثيرات من البيئة الخارجية إلى عقل الفرد ثم تتم عملية تخزين المعلومات أو المثيرات في المخزون الحسي (هناك مخزون حسي لكل حدث من الأحداث) لمدة تقل عن النصف ثانية، ثم يحدد الانتباه ما

يمكن أن يحدث بعد ذلك، فالانتباه يؤدي إلى انتقال المثيرات إلى الذاكرة قصيرة المدى والذاكرة العاملة التي ستحافظ على تركيز الانتباه أو نقل المعلومات إلى الذاكرة طويلة المدى وفي هذه الحالة هذه المعلومات لن يتم نسيانها أبداً. (٢٧)

ويعرف مفهوم إمكانية الاسترجاع بأنه مدى الاستعداد لاسترجاع بناء مختزن في الذاكرة، ومدى احتمال استخدامه في معالجة المعلومات، فتركيز وسائل الإعلام على قضايا سياسية معينة، يزيد من إمكانية استرجاع أفكار معينة يعتمد عليها الأفراد في إصدار تقييماتهم السياسية، وكذلك فإن تغطية وسائل الإعلام لمشكلة معينة تمد الجمهور بمعلومات تكون أكثر حضوراً في الأذهان لحدوثها، بالإضافة إلى ذلك فإن هذه التغطية تدفع الجمهور لاسترجاع المعلومات التي عرفوها قبل ذلك عن المشكلة، وبالتالي فإن المعلومات التي تم اكتسابها مؤخراً، وتلك التي اكتسبت في وقت سابق تصبح جاهزة في الذهن وبالتالي أكثر تأثيراً. ٢٨

مراحل التماس المعلومات: ٢٩

- ١- الشروع أو البدء: ويمثل المرحلة التي يقوم فيها المشاركون بتحديد الهدف من التماس المعلومات.
- ٢- الاختيار: يمثل المرحلة التي يقوم فيها المشاركون بمناقشة كيفية تقسيمهم لعملية التماس المعلومات، ثم الشروع في عملية البحث والالتماس.
- ٣- الاستكشاف: يتم تخطيط ذلك على عدد من أسئلة البحث.
- ٤- الصياغة: المرحلة التي يتم فيها بلورة طريقة البحث عن المعلومات.
- ٥- الجمع: تجميع لكافة المعلومات التي تم الحصول عليها بعد البحث.
- ٦- التقديم أو العرض: تتمثل في الاستجابات التي يقوم بها الأفراد بعد تعرضهم للمعلومات بعد جمعها أي بعد التماسهم للمعلومات.

أهم العوامل المؤثرة على عملية التماس المعلومات:

- هناك عوامل تتعلق بالوسيلة الإعلامية مصدر الالتماس: فقد أشار إلى ما يعرف بسلوكيات التماس المعلومات Information Seeking Behaviors من مصادر المعلومات، وأنه يتم اختيار الوسيلة وفقاً لعدة عوامل وهو ما يطلق عليه Channel Beliefs والتي هي عبارة عن خليط من الأساليب الإدراكية الفعالة لتقييم مصادر المعلومات، ٣٠ مثل:
- التكلفة المادية لتلقي الوسيلة، وقيود الوقت ومحدوديته.
 - المهارات المطلوبة لاستخدامها، الجهود المبذولة لتلقي المعلومة من خلالها.
 - درجة تلبية الوسيلة للاحتياجات المعلوماتية لدى الفرد، ومدى توافر معلومات سابقة عن الموضوع، وتوظيف هذه المعلومات لخدمة أهداف محددة، أو إشباع حاجات أساسية في موضوع معين، إلى جانب البحث عنها لمجرد التسلية والترفيه. ٣١

- عوامل متعلقة بتأثير المتغيرات الديموغرافية كالعمر والنوع والتعليم، مهارات الفرد وكفاءته، القدرات اللغوية، طبيعة التخصص المهني والعمل، الاتصال الشخصي مع الآخرين، ميل الأفراد للتعرض الانتقائي للمعلومات التي تؤيد اتجاهاتهم وفقاً لاهتمامات الأفراد وتفضيلاتهم وتجنب أي محاولة للتأثير أو التحكم من أجهزة الإعلام،^{٣٢} عاطفة الفرد ومشاعره ومزاجه الشخصي عند التماس المعلومات. (٣٣)

بالإضافة إلى عوامل أخرى مثل تأثير المتغيرات الثقافية، وذلك عند التماس جمهور دولة ما لمعلومات من مصادر دولة أخرى ذات ثقافة مختلفة، وتحتوى على متغيرات: السياق Context بما له من أثر بالغ في توليد المعنى المراد من ثقافة لأخرى، تدفق المعلومات Information Flow واتجاهاتها Power Distance ، بمعنى مكانة الدولة في سلم القوى، إذا ما كانت قائدة أو تابعة، وهل هي مصدرة للمعلومات أم مستهلكة لها.

بالإضافة إلى تأثير بنية وطبيعة المجتمع والمرحلة التي يمر بها، إذا ما كان في حالة استقرار أو تازم للأوضاع، والبيئة التي تعمل فيها وسائل الإعلام، حيث يؤثر نوع الوسائل المستخدمة في مجتمع ما على تفضيل الأفراد لوسيلة معينة كمصدر للمعلومات، كما أثبتت الدراسات أنه كلما زادت حالة القلق وعدم الاستقرار في مجتمع ما، كلما زادت درجة التماس المعلومات عن الأحداث المختلفة لدى أفرادها.

تساؤلات وفروض الدراسة:

أ- تساؤلات الدراسة:

- ١- ما كثافة تعرض عينة الدراسة للأزمات المجتمعية السعودي عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٢- ما درجة اعتماد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات؟
- ٣- ما أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يحصل عبرها عينة الدراسة على المعلومات عن الأزمات السعودية؟
- ٤- ما مستوى ثقة عينة الدراسة في التغطية الإعلامية للأزمات السعودية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٥- ما دوافع ثقة عينة الدراسة في التغطية الإعلامية للأزمات السعودية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٦- ما آثار التغطية الإعلامية للأزمات السعودية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٧- ما قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الصورة الذهنية للمجتمع السعودي؟
- ٨- ما طبيعة الأزمات السعودية التي تابعتها عينة الدراسة عبر وسائل الإعلام الجديدة؟

٩- ما مستوى متابعة عينة الدراسة لأزمة السكن الاقتصادية بالمملكة العربية السعودية؟
١٠- ما جوانب التأييد والمعارضة لجوانب معالجة أزمة السكن الاقتصادية بالمملكة العربية السعودية؟

ب- فروض الدراسة:

- ١- الفرض الرئيسي الأول: تؤثر الاهتمام بمتابعة أزمات المجتمع السعودي عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الثقة في التغطية الإعلامية للأزمات السعودية عبر المواقع.
- ٢- الفرض الرئيسي الثاني: تؤثر دوافع التعرض لأزمات المجتمع السعودي عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تحقق آثار التغطية الإعلامية للأزمات السعودية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٣- الفرض الرئيسي الثالث: تؤثر درجة اعتماد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات على الثقة في التغطية الإعلامية للأزمات السعودية عبر المواقع.
- ٤- الفرض الرئيسي الرابع: تؤثر كثافة التعرض لأزمات المجتمع السعودي عبر مواقع التواصل الاجتماعي على مستوى متابعة عينة الدراسة لأزمة السكن الاقتصادية بالمملكة العربية السعودية.

ثامناً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة:

تعد الدراسة من نوعية البحوث أو الدراسات الوصفية التي تستهدف جمع المعلومات اللازمة لوصف أبعاد ومتغيرات الظاهرة مما يمكن من تحليلها في الظروف التي تتواجد عليها،^(٣٤) كما أن هذه النوعية من الدراسات تهدف إلى تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة ما بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنه دون الدخول في أسبابها والتحكم فيها،^(٣٥) وهو ما يطلق عليه التقدير Assessment ، فضلاً عن أن هذه النوعية من البحوث تعتمد على تساؤلات وفروض معدة مسبقاً، وتعمل على تحديد مستوى الارتباط ثم التأثير بين المتغيرات^(٣٦)، ومن ثم التطورات المتوقعة مستقبلاً بما يعين في التوصل لتوصيات يمكن تطبيقها، وهو ما يطلق عليه التقويم Evaluation،^(٣٧) بالإضافة إلى توصيف البيانات التي تم جمعها من صحيفة الاستقصاء وتحليلها وتفسيرها واستخلاص المعلومات والنتائج والدلالات منها،^(٣٨) وهنا تهدف الدراسة للتعرف على أثر المعلومات التي تنشرها مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل معرفة الجمهور المتابع لها بطبيعة الأزمات المجتمعية التي يمر بها المجتمع وهنا في هذه الدراسة كان التطبيق على أزمة السكن في المملكة العربية السعودية والتي تعد أحد الأزمات الاقتصادية التي تعاشها المملكة العربية السعودية ولها آثارها الاجتماعية على وضع الأسر السعودية.

منهج الدراسة:

استخدمت الدراسة منهج المسح Survey والذي يُمثل الطريقة أو الأسلوب الذي يسمح بالتعرف على درجة وقوة العلاقات بين متغيراتها، ومن ثم التعرف على مستويات التأثير بين هذه المتغيرات، والذي يُعتبر من المناهج الرئيسية للبحوث السلوكية والاجتماعية خاصة، فهو يُعد نموذجًا معياريًا لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية، سواء عن حالتهم وسلوكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، لذا يُعتبر هذا المنهج رئيسي في دراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها الوصفي،^(٣٩) ويستهدف منهج المسح عينة من جمهور المجتمع السعودي، أما بخصوص العينة التي سيتم سحبها من هذا المجتمع فسيبلغ حجمها ٢٠٠ مفردة، وخصائص عينة الدراسة الميدانية من المجتمع السعودي كما يلي:

جدول رقم (١)
خصائص عينة الدراسة الميدانية من المجتمع السعودي

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة
النوع	ذكر	١٢٠	٦٠
	أنثى	٨٠	٤٠
طبيعة العمل	طالب	٩٦	٤٨
	يعمل	٦٦	٣٣
	لا يعمل	٣٨	١٩
الفئة العمرية	من ١٨ لأقل من ٢٨ عاماً	٩٠	٤٥
	من ٢٨ لأقل من ٣٨ عاماً	٥٤	٢٧
	من ٣٨ لأقل من ٤٨ عاماً	٣٦	١٨
	من ٤٨ عاماً لأقل من ٥٨ عاماً	١٤	٧
	من ٥٨ عاماً فأكثر	٦	٣
المستوى التعليمي	حاصل علي مؤهل جامعي	١١٦	٥٨
	حاصل علي مؤهل متوسط أو ثانوية عامة	٤٦	٢٣
	"حاصل علي دراسات عليا 'دبلوم - ماجستير - دكتوراه"	٣٨	١٩
نوع	تمليك	١٥٠	٧٥

٢٥	٥٠	ليجار	المسكن
٧٤	١٤٨	لا	عضوية النادي
٢٦	٥٢	نعم	
٥٧	١١٤	أحياناً	السفر للخارج
٢٣	٤٦	دائماً	
٢٠	٤٠	لا	
٢٩	٥٨	من ١٥ ألف ريال فأكثر	الدخل الشهري
٢٨	٥٦	أقل من ٥٠٠٠ ريال	
٢٣	٤٦	من ٥٠٠٠ ريال إلى أقل من ١٠ آلاف ريال	
٢٠	٤٠	من ١٠ آلاف ريال لأقل من ١٥ ألف ريال	
٢٠٠		الإجمالي	

يوضح الجدول السابق خصائص عينة الدراسة الميدانية وذلك على النحو التالي:

١- يتضح من الجدول ارتفاع نسبة مشاركة الذكور بنسبة ٦٠% في مقابل مشاركة نسبة ٤٠% من الإناث، وأن نسبة ٤٥% من عينة الدراسة وفي الفئة العمرية من ١٨ إلى أقل من ٢٨ عاماً كانوا الأكثر تفاعلاً مع الاستبيان، تلاه تفاعل نسبة ٢٧% من عينة الدراسة في الفئة العمرية من ٢٨ إلى أقل من ٣٨ عاماً، ثم الفئة العمرية من ٣٨ عاماً لأقل من ٤٨ عاماً بنسبة ١٨%، ثم الفئة العمرية من ٤٨ عاماً لأقل من ٥٨ عاماً بنسبة ٧%، وأخيراً جاء نسبة ٣% من عينة الدراسة في الفئة العمرية من ٥٨ عاماً فأكثر.

٢- أن نسبة ٥٨% من عينة الدراسة من في مرحلة التعليم الجامعي وحاصلين على مؤهل جامعي "بكالوريوس/ليسانس"، تلاه في المرتبة الثانية نسبة ٢٣% من عينة الدراسة في حاصلين على مؤهل متوسط أو ثانوية عامة بنسبة ٢٣%، تلاه نسبة ١٩% من عينة الدراسة حاصلين على مؤهل دراسات عليا "ماجستير أو دكتوراه".

وعن البيانات الخاصة بالمستوى الاقتصادي لعينة الدراسة، فجاءت البيانات كما يلي:

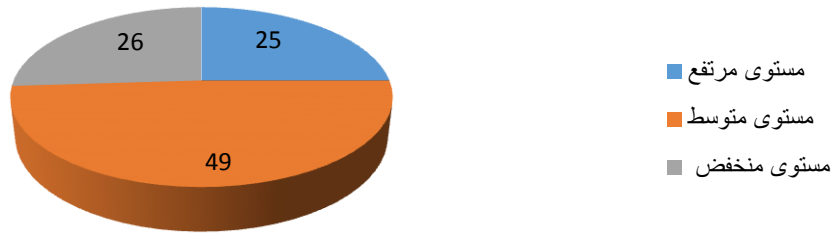
٣- جاء نسبة ٧٤% من عينة الدراسة ليس لديها عضوية نادي في مقابل نسبة ٢٦% لديها عضوية نادي.

٤- جاء نسبة ٧٥% من عينة الدراسة تقطن في وحدات سكنية مملوكة له في مقابل نسبة ٢٥% من عينة الدراسة تقطن في وحدات سكنية مؤجرة.

٥- جاء نسبة ٥٧% من عينة الدراسة تسافر للخارج بشكل غير منتظم "أحياناً"، تلاه نسبة ٢٣% من عينة الدراسة تسافر بشكل دائم للخارج، وأخيراً جاء نسبة ٢٠% من عينة الدراسة تسافر للخارج بشكل نادر.

٦- إن نسبة ٢٩% من عينة الدراسة دخلها أكثر من ٥٠٠٠ ريال فأكثر، تلاه نسبة ٢٨% من عينة الدراسة دخلها أقل من ٥٠٠٠ ريال، ثم جاء نسبة ٢٣% من عينة الدراسة التي يتراوح دخلها ما بين ٥٠٠٠ إلى أقل من ١٠ آلاف ريال، وأخيراً جاء نسبة ٢٠% من عينة الدراسة التي يتراوح دخلها ما بين ١٠ آلاف إلى أقل من ١٥ آلاف ريال.

ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على الأسئلة المتعلقة بالمستوى الاقتصادي مقياساً عاماً له، فجاءت مستوياته كما يوضحه الشكل التالي:



شكل رقم (١)

مستويات المقياس العام للمستوى الاقتصادي لعينة الدراسة

يكشف الشكل السابق عن مستويات المقياس العام للمستوى الاقتصادي لعينة الدراسة، وتصدره - المستوى الاقتصادي المتوسط - بنسبة ٤٩%، تلاه المستوى الاقتصادي المنخفض بنسبة ٢٦%، وأخيراً وبفارق بسيط عما سبق جاء في الترتيب الثالث والأخير المستوى الاقتصادي المرتفع بنسبة ٢٥%.

أدوات جمع البيانات:

تم إعداد استمارة استبيان موحدة لجمع البيانات من عينة من جمهور المجتمع السعودي، وتحتوى الاستمارة على ١١ سؤالاً موزعين على عدة محاور كالآتي:

- أ- البيانات المتعلقة بجمهور المجتمع السعودي.
- ب- حجم تعرض عينة الدراسة للأزمات السعودية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- ت- دوافع ثقة عينة الدراسة للأزمات السعودية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- ث- آثار التغطية الإعلامية للأزمات السعودية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

اختبارات الصدق والثبات:

تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان في جمع البيانات بإجراء اختباري الثبات والصدق لها،^(٤٠) وذلك على النحو التالي:

أ- اختبار الصدق (Validity):

أ- **الصدق الظاهري:** يعني صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث تم عرض أدوات جمع البيانات (صحيفة الاستقصاء) على مجموعة من المتخصصين والخبراء في مناهج البحث والإعلام وعلم الإحصاء والسياسة.

ب- **اختبار الثبات (Reliability):** يقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين في حالة استخدامهم لنفس الأسس والأساليب على نفس المادة الإعلامية، أي محاولة الباحث تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث.

تاسعاً: المعالجة الإحصائية للدراسة:^(٤١)

تم الاستعانة ببرامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعاملات الانحدار في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠.٠٥ فأقل، ويتم الاعتماد على الوسط الحسابي كأحد مقاييس النزعة المركزية، حيث يتم الاعتماد عليه في تكوين مقياس بسيط (يعتمد في تكوينه على متغير واحد) أو مقياس مركب (يعتمد في تكوينه على عدد من المتغيرات وتم تجميعها)، ويعتمد عليه في رصد وتحليل الفروق القائمة بين المجموعات في صفة معينة أو سلوك معين، وكانت المقاييس كما يلي:

١. المستوى الاقتصادي لعينة الدراسة الميدانية من الأسر المصرية.
٢. مستوى التعرض للأزمات السعودية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
٣. دوافع الثقة في الأزمات السعودية المثارة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
٤. آثار التغطية الإعلامية للأزمات السعودية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

كما سيتم اللجوء إلى تحليل الانحدار الخطي البسيط • والذي يهتم بقياس تأثير متغير مستقل واحد على المتغير التابع والذي يمثل الظاهرة محل الدراسة.

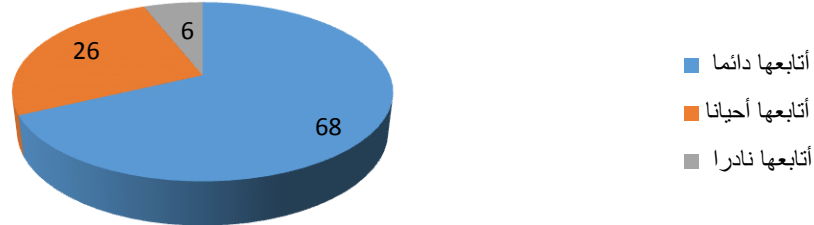
وكان مستوى الدلالة المعتمدة بالدراسة عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠.٠٥ فأقل، وكان مستوى الارتباط: أقل من (٣-، ٣+) يعني درجة ارتباط منخفضة للغاية، والقيمة (أكبر من +، - ٤ وأقل من +، - ٧) تعني درجة ارتباط متوسطة، والقيمة الأكبر من (-، + ٧ حتى ١) تعني درجة ارتباط عالية وقوية.

عاشراً: نتائج الدراسة الميدانية:

أولاً: نتائج الإجابة على تساؤلات الدراسة:

المحور الأول: التعرض لأزمات المجتمع السعودي عبر وسائل الإعلام الحديثة:

١- الاهتمام بمتابعة أزمات المجتمع السعودي عبر وسائل الإعلام الحديثة:



شكل رقم (٢)

الاهتمام بمتابعة أزمات المجتمع السعودي عبر وسائل الإعلام الحديثة

يكشف الشكل السابق عن مستويات مستوى اهتمام عينة الدراسة بأزمات المجتمع السعودي عبر وسائل الإعلام الحديثة، وتصدره المتابعة الدائمة بنسبة ٦٨%، تلاه المتابعة غير المنتظمة بنسبة ٢٦%، وأخيراً وبفارق كبير عما سبق؛ جاء في الترتيب الثالث والأخير جاء المتابعة النادرة بنسبة ٦%، ويلاحظ مما سبق ارتفاع اهتمام عينة الدراسة بمتابعة الأحداث الجارية، ومعرفة كل ما هو جديد يخص المجتمع السعودي، كما يلاحظ من إجابات عينة الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تقدم كل ما هو متعلق بقضايا المجتمع العادية والتي بها أزمات، وهو يتفق مع ما توصلت له دراسة (David Westerman & others, 2014) ^(٤٢) التي أكدت على أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مصدراً هاماً للمعلومات، وأيضاً لها أهمية كبيرة لدى مستخدمي تلك المواقع وخاصة في أوقات المخاطر والأزمات، وأن المعلومات أصبحت متوافرة بشكل كبير في أيدي المستخدمين بدلاً من المبدعين والنخب.

٢- متابعة عينة الدراسة لقضايا أزمات المجتمع السعودي عبر وسائل الإعلام الحديثة:

جدول رقم (٢)

متابعة عينة الدراسة لقضايا أزمات المجتمع السعودي عبر وسائل الإعلام الحديثة

الوزن المرجح	الإجمالي		نادراً		أحياناً		دائماً		الوسيلة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٩٠.٥	١٠٠	٢٠٠	٤	٨	١١	٢٢	٨٥	١٧٠	مواقع التواصل الاجتماعي
٦٣	١٠٠	٢٠٠	٤	٨	٦٦	١٣٢	٣٠	٦٠	مواقع الإنترنت المتخصصة
٤٠.٥	١٠٠	٢٠٠	٤٢	٨٤	٣٥	٧٠	٢٣	٤٦	مواقع الإنترنت العامة

يتضح من الجدول السابق تصدر مواقع التواصل الاجتماعي مواقع الإعلام الجديد في متابعة قضايا أزمات المجتمع السعودي بوزن ٩٠.٥ درجة، تلاه في الترتيب الثاني مواقع الإنترنت

المتخصصة بوزن ٦٣ درجة، وأخيراً مواقع الانترنت العامة بوزن ٤٠.٥ درجة، وهو الأمر الذي يدل على ارتفاع معدلات متابعة عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث أشارت دراسة (هبة صلاح سيد سيد، ٢٠١٩)٤٣ إلى أن ارتفاع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل ٥ ساعات يومياً بنسبة ٤٠% يليها أكثر من ٥ ساعات بنسبة ٣٥%، مما يعني ارتفاع نسبة استخدام الإنترنت والتواصل الاجتماعي.

٣- أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي تحصل عبرها عينة الدراسة على المعلومات عن الأزمات السعودية:

جدول رقم (٣)

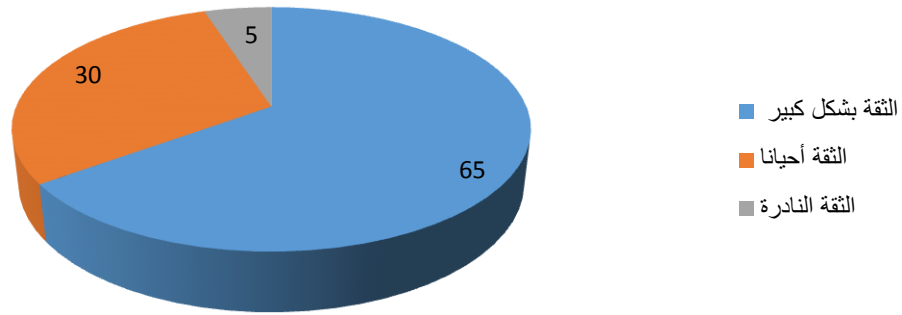
أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي تحصل عبرها عينة الدراسة على المعلومات عن الأزمات السعودية

الوزن المرجح	الإجمالي		نادراً		أحياناً		دائماً		الموقع
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٧٢	١٠٠	٢٠٠	١٦	٣٢	٢٤	٤٨	٦٠	١٢٠	الفييس بوك
٦٢	١٠٠	٢٠٠	٥	١٠	٦٦	١٣٢	٢٩	٥٨	يوتيوب
٥١	١٠٠	٢٠٠	٢٣	٤٦	٥٢	١٠٤	٢٥	٥٠	إنستجرام
٤٣	١٠٠	٢٠٠	٤١	٨٢	٣٢	٦٤	٢٧	٥٤	تويتر

يتضح من الجدول السابق تصدر موقع الفييس بوك صدارة مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا ازمات المجتمع السعودي بوزن ٧٢ درجة، تلاه في الترتيب الثاني "اليوتيوب" بوزن ٦٢ درجة، ثم موقع "الانستجرام" بوزن ٥١ درجة، وأخيراً موقع "التويتر" بوزن ٤٣ درجة، وهو ما يتفق مع دراسة (هيام أنور أحمد أبو زيد، ٢٠١٦)٤٤ التي توصلت إلى أن موقع "الفييس بوك" جاء في الترتيب الأول من بين مواقع التواصل الاجتماعي كأكثر المواقع استخداماً من قبل أفراد العينة، تلاه في المراكز الأربعة الأولى بالترتيب موقع "اليوتيوب"، ثم "جوجل بلاس"، ثم "تويتر"، فموقع "إنستجرام"، وأن نسبة ٧٣% من أفراد العينة حريصون على متابعة الأزمات السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، كما تبين وجود علاقة ارتباطية دالة بين حجم اهتمام الشباب بمتابعة الأزمات السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وبين حجم التأثيرات (المعرفية- الوجدانية- السلوكية) المترتبة على هذا الاهتمام.

المحور الثاني: دوافع الثقة في التغطية الإعلامية للأزمات السعودية عبر وسائل الإعلام الحديثة:

١- مستوى ثقة عينة الدراسة في المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام الحديثة عن الأزمات السعودية:



شكل رقم (٣)

مستوى ثقة عينة الدراسة في المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام الحديثة عن الأزمات السعودية

يكشف الشكل السابق عن مستويات ثقة عينة الدراسة في المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام الحديثة عن أزمات المجتمع السعودي، وتصدره الثقة بشكل كبير بنسبة ٦٥%، تلاه الثقة غير المنتظمة بنسبة ٣٠%، وأخيراً وبفارق كبير عما سبق، جاء في الترتيب الثالث والأخير جاء الثقة النادرة بنسبة ٥%، ويتضح مما سبق ارتفاع الثقة في التغطية الإعلامية لوسائل الإعلام الجديد، وتتقارب هذه النتيجة مع ما توصلت له دراسة (سلوى محمد سمير فهم، ٢٠١٩) ^{٤٥} لارتفاع رضا المبحوثين حول معالجة موقع "الفييس بوك" للقضايا المجتمعية، وذلك لأن مواقع التواصل الاجتماعي تُعد بيئة معلوماتية وتفاعلية ثرية حول الأحداث والقضايا المتلاحقة المجتمعية.

٢- الأسباب التي تدفع عينة الدراسة للثقة في المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام الحديثة عن الأزمات السعودية:

جدول رقم (٤)

الأسباب التي تدفع عينة الدراسة للثقة في المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام الحديثة عن الأزمات السعودية

الوزن المرجح	الإجمالي		نادراً		أحياناً		دائماً		الأسباب
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٩٠	١٠٠	٢٠٠	٣	٦	١٤	٢٨	٨٣	١٦٦	لأنها تراعي الدقة فيما تنقله من أخبار عن الأزمات السعودية
٦٤.٥	١٠٠	٢٠٠	٦	١٢	٥٩	١١٨	٣٥	٧٠	لأنها تتسم بالتغطية السريعة لأزمة السعودية وتداعياتها بشكل فوري
٥١	١٠٠	٢٠٠	٢٠	٤٠	٥٨	١١٦	٢٢	٤٤	لأنها تقدم آراء الجمهور العام التي تكشف عن تنوع التوجهات ووجهات النظر
٤٨.٥	١٠٠	٢٠٠	٢٨	٥٦	٤٧	٩٤	٢٥	٥٠	لأنها تسمح بالتفاعلية بما يكشف الأخبار الكاذبة حال كونها تحتوي على إشاعات مغلطة

٤٨.٥	١٠٠	٢٠٠	٢٥	٥٠	٥٣	١٠٦	٢٢	٤٤	لأنها تتناول الموضوعات السياسية بجرأة وحيوية
٤٧.٥	١٠٠	٢٠٠	٣١	٦٢	٤٣	٨٦	٢٦	٥٢	لأنها تطلعي على وجهات نظر متعددة ومتباينة عن الأزمات السعودية بما يساعد في تشكيل الآراء والتوجهات
٤٧	١٠٠	٢٠٠	٢٧	٥٤	٥٢	١٠٤	٢١	٤٢	لأن تغطية الأزمات عبرها لا تراعي التقيد بأيدولوجيات فكرية وتوجهات سياسية لمالكها
٤٥	١٠٠	٢٠٠	٣٥	٧٠	٤٠	٨٠	٢٥	٥٠	لأنها تعرض معلومات غير موجودة في وسائل الإعلام التقليدية التي تنتقد بسياسة تحريرية معينة
٤٠	١٠٠	٢٠٠	٣٩	٧٨	٤٢	٨٤	١٩	٣٨	لأنها تستطيع تقديم أدلة وشواهد من قبل الحدث بشكل فوري مما يدل على صدق المعلومة المنشورة

يكشف الجدول السابق عن ارتفاع أسباب التعرض النفعية للمعلومات عن أزمات المجتمع السعودي، والتي تكون بهدف اكتساب المعرفة والمعلومات، وتنمية القدرة على التعلم وكذلك القدرات الذاتية للفرد،^(٤٦) ومراقبة البيئة؛ حيث تساعد وسائل الإعلام الأفراد في الوصول لمعلومات عن أماكن وشخصيات لا يمكن الوصول لها عن طريق الخبرة المباشرة،^(٤٧) وهذا النوع من العبارات عبرت عنه المتضمنة في الجدول السابق مرتبة من الأعلى سبب فالأقل، إلا أنه يلاحظ أن أعلى سبب تتمثل في "لأنها تراعي الدقة فيما تنقله من أخبار عن الأزمات السعودية" بوزن مرجح ٩٠ درجة، وفي الترتيب الثاني جاء "لأنها تتسم بالتغطية السريعة لأزمة السعودية وتداعياتها بشكل فوري" بدرجة ٦٤.٥ وهو ما يتقارب مع ما أكدت عليه دراسة (هبة صلاح سيد سيد، ٢٠١٩م).^(٤٨)

ومن ضمن أسباب الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأزمات، لأنها تطلع العينة على وجهات نظر متعددة ومتباينة عن الأزمات السعودية بما يساعد في تشكيل الآراء والتوجهات بوزن مرجح ٤٧.٥ درجة؛ حيث أكدت دراسة (منة الله مجدي محمد، ٢٠١٨م)^(٤٩) على ارتفاع اعتماد الشباب الجامعي على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي الإخبارية كمصدر للمعلومات حول الأحداث الجارية في المقدمة، كما أكدت دراسة (الحسن على محمد، ٢٠١١م)^(٥٠) على أن دوافع البحث عن المعلومات والتعرض لأكثر من مصدر للمعلومات ثم الاستفادة في مجال التعليم من أكثر الدوافع النفعية لاستخدام شبكة الإنترنت.

وفي الترتيب الأخير جاء الاهتمام باستخدام الأدلة بوزن مرجح ٤٠ درجة، حيث تساهم المعرفة بأسباب الأزمة^(٥١) في تحقيق استجابة صحيحة تتجلى في اتخاذ قرار فاعل وسريع، كما وجد اهتمام الصفحات عبر الشبكات الاجتماعية بعنصر الصورة إلى جانب نشر النصوص والفيديوهات كذلك بشكل كبير، وربما هذا يعود إلى أن خصائص الإعلام الجديد قائمة على إبراز الحقائق مصورة إلى جانب الكتابة النصية، فمن خصائص الصورة أنها تنقل المواطن لمكان الحدث، وتقدم له تفصيلات تغني عنها العديد من الكلمات، وقد أكدت دراسة سماح الشهاوي (٢٠١٨م)^(٥٢) على اهتمام المواقع الإلكترونية لتوظيف الأنواع المختلفة من الإنفوجراف "معلومات وحقائق مصورة" سواء الثابت أو التفاعلي أو المتحرك "فيديو يحتوي على رسوم وأشكال متحركة"، كما أشارت دراسة Hamblin (٢٠١٢م)^(٥٣) أن الإعلام الجديد أتاح الربط بين الصورة والنص والصوت في ذات المادة الإعلامية الواحدة المنشورة.

يستخلص من إجابات عينة الدراسة على الأسئلة المتعلقة بدوافع الثقة في التغطية الإعلامية للأزمات عبر مواقع التواصل الاجتماعي مقياساً عاماً له، فجاءت مستوياته كما يوضحه الشكل التالي:



شكل رقم (٤)

مستويات المقياس العام لدوافع ثقة عينة الدراسة في التغطية الإعلامية للأزمات عبر مواقع التواصل الاجتماعي يكشف الشكل السابق عن مستويات المقياس العام لدوافع الثقة لعينة الدراسة، وتصدره المستوى المتوسط للثقة بنسبة ٦٨%، تلاه المستوى المرتفع للثقة بنسبة ٢٣%، وأخيراً في الترتيب الثالث والأخير المستوى المنخفض للثقة بنسبة ٩%.

المحور الثالث: آثار التغطية الإعلامية للأزمات السعودية عبر وسائل الإعلام الحديثة:

جدول رقم (٥)

تأثير الإعلام الجديد عن أزمات المجتمع السعودي في إطار متابعتك لما يقدم عن المجتمع السعودي وتشكيل صورته

الـوزن المرجح	الإجمالي		نادراً		أحياناً		دائماً		العبارات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
التأثيرات المعرفية									
٩٣.٥	١٠٠	٢٠٠	١٣	٢٦	-	-	٨٧	١٧٤	قادرة على تزويدي بالمعرفة عن أزمات المجتمع السعودي
٦٤.٥	١٠٠	٢٠٠	٦	١٢	٥٩	١١٨	٣٥	٧٠	تعد مصدراً لجوانب تناول الأزمات السعودية عن الإعلام التقليدي
٤٦	١٠٠	٢٠٠	٣٥	٧٠	٣٨	٧٦	٢٧	٥٤	التتيف المعلوماتي الذي يساعد في إدراك أبعاد الأزمات السعودية
التأثيرات الوجدانية									
٥٩	١٠٠	٢٠٠	١٣	٢٦	٥٦	١١٢	٣١	٦٢	الخوف من عدم الوعي بأزمات المجتمع السعودي مما يؤثر على مشاركته المجتمعية
٥٨	١٠٠	٢٠٠	١٤	٢٨	٥٦	١١٢	٣٠	٦٠	السعادة لوجود وعي بأبعاد الأزمات السعودية
٤٨	١٠٠	٢٠٠	٢٦	٥٢	٥٢	١٠٤	٢٢	٤٤	أشعر بالتباعد الفكري ونقص الوعي بيني والمحيطين بخصوص أزمات المجتمع السعودي
التأثيرات السلوكية									
٥٣.٥	١٠٠	٢٠٠	١٩	٣٨	٥٥	١١٠	٢٦	٥٢	تغيير بعض الأفكار المغلوطة عن أزمات المجتمع السعودي
٥٢	١٠٠	٢٠٠	٢٥	٥٠	٤٦	٩٢	٢٩	٥٨	التمسك بحقوق كاملة كمواطن سعودي في التعبير عن رأي عبر وسائل الإعلام الحديثة مع الجمهور المتفاعل مع أزمات المجتمع السعودي
٤٤.٥	١٠٠	٢٠٠	٣٢	٦٤	٤٧	٩٤	٢١	٤٢	النقاش مع الأصدقاء والأسرة حول طبيعة أزمات المجتمع السعودي
٤٧.٥	١٠٠	٢٠٠	٢٨	٥٦	٤٩	٩٨	٢٣	٤٦	تغيير اتجاهاتي نحو دور الدولة في التفاعل مع أزمات المجتمع السعودي

تنوعت التأثيرات الاتصالية للإعلام الجديد في تناول أزمات المجتمع السعودي وتشكيل صورته، وإن جاءت التأثيرات المعرفية في مقدمة التأثيرات الاتصالية التي ظهر تحقق أثرها لدى عينة الدراسة وذلك بوزن مرجح قيمته ٦٨ درجة، ثم التأثيرات الوجدانية بوزن مرجح قيمته ٥٥ درجة، تلاه

التأثيرات السلوكية بوزن مرجح قيمته ٤٩.٨ درجة، وعلى صعيد ترتيب العبارات المكونة لكل تأثير من الثلاثة، فكانت إجابات عينة الدراسة كما يلي:

أولاً: التأثيرات المعرفية: جاء تزويد عينة الدراسة بالمعلومات والمعرفة عن أزمات المجتمع السعودي بوزن مرجح في المقدمة ٩٣.٥ درجة، تلاه في الترتيب الثاني تعد مصدرًا لجوانب تناول الأزمات السعودية عن الإعلام التقليدي بوزن مرجح ٦٤.٥ درجة، تلاه في الترتيب الثالث التنقيف المعلوماتي الذي يساعد في إدراك أبعاد الأزمات السعودية بوزن مرجح ٤٦ درجة، وهو ما يتفق مع ما توصلت له دراسة (أميرة محمد، ٢٠١٩م)^{٥٤} عن حيوية دور مواقع الشبكات الاجتماعية الفعال في تشكيل معارف الرأي العام نحو قضايا المواطنة السياسية الداخلية والخارجية والاجتماعية وزيادة الوعي السياسي، كما أكدت دراسة (Mohamed Fadl Elhadidi, 2018)^{٥٥} على أن موقع "الفييس بوك" هو الوسيط الأبرز لتلبية جميع احتياجات المستخدمين.

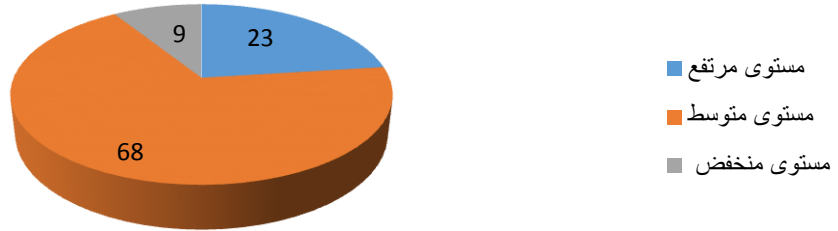
ثانياً: التأثيرات الوجدانية: جاء تعبير عينة الدراسة عن الخوف من عدم الوعي بأزمات المجتمع السعودي، مما يؤثر على مشاركته المجتمعية في المقدمة بوزن مرجح ٥٩ درجة، تلاه في الترتيب الثاني السعادة لوجود وعي بأبعاد الأزمات السعودية بوزن مرجح ٥٨ درجة، وأخيراً جاء شعورهم بالتباعد الفكري ونقص الوعي بيني والمحيطين بخصوص أزمات المجتمع السعودي بوزن مرجح ٤٨ درجة.

ثالثاً: التأثيرات السلوكية: جاء في المقدمة تغيير بعض الأفكار المغلوطة عن أزمات المجتمع السعودي بوزن مرجح ٥٣.٥ درجة، تلاه في الترتيب الثاني التمسك بحقوقهم كاملة كمواطن سعودي في في التعبير عن رأي عبر وسائل الإعلام الحديثة مع الجمهور المتفاعل مع أزمات المجتمع السعودي بوزن مرجح ٥٢ درجة، حيث برز دور الفرد عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التفاعل الاجتماعي عبر تعليقات القراء والنقاش، وهو ما أكسب هذه المواقع وفقاً لتقييم عينة الدراسة ميزة ارتفاع هامش الحرية بها عن وسائل الإعلام التقليدية، لذا اقترح عدد من الباحثين تسمية المستقبل لمضمون الوسيلة بأنه القارئ النشط لمضمون وسائل الإعلام بدلاً من مصطلح الجمهور،^(٥٦) أو صانع المعلومات Newsmaker خاصة على المدونين.^(٥٧)

في الترتيب الثالث جاء تغيير اتجاهات نحو دور الدولة في التفاعل مع أزمات المجتمع السعودي بوزن مرجح ٤٧.٥ درجة، وفي الترتيب الرابع النقاش مع الأصدقاء والأسرة حول طبيعة أزمات المجتمع السعودي بوزن مرجح ٤٤.٥ درجة.

وبشكل عام يوجد للتغطيات الإعلامية لأزمات السعودية عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثراً على السلوك، وهو ما يتفق مع ما أثبتته دراسة (بسمة على يحيى، ٢٠١٧م)^(٥٨) بخصوص فاعلية وسائل

الإعلام الجديدة على سلوك الجمهور؛ حيث جاء في المرتبة الأولى (مواقع التواصل الاجتماعي كـ"الفيسبوك" و"تويتر") لها اتجاه عام تفاعلي أكثر إيجابية على عينة الدراسة. ويستخلص من إجابات عينة الدراسة على الأسئلة المتعلقة بآثار التغطية الإعلامية للأزمات عبر مواقع التواصل الاجتماعي مقياساً عاماً له، فجاءت مستوياته كما يوضحه الشكل التالي:



شكل رقم (٥)

مستويات المقياس العام لآثار التغطية الإعلامية للأزمات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

يكشف الشكل السابق عن مستويات المقياس العام لآثار التغطية الإعلامية من وجهة نظر عينة الدراسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتصدره المستوى المتوسط لتحقيق الأثر بنسبة ٧٢%، تلاه المستوى المرتفع لتحقيق الأثر بنسبة ٢٦%، وأخيراً في الترتيب الثالث والأخير المستوى المنخفض لتحقيق الأثر بنسبة ٢%، وهو ما يتفق مع ما توصلت له دراسة (أحمد على الحداد، ٢٠١٢م)^(٥٩) والتي توصلت إلى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات في المقدمة، وأشار نسبة ٤٣.٥% من العينة إلى أنهم يتعرضون لهذه المواقع لمدة ٤ ساعات فأكثر بشكل يومي، كما أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية موجبة بين معدل التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية الداخلية وبين التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية.

المحور الرابع: طبيعة الأزمات السعودية التي يتم متابعتها عبر وسائل الإعلام الحديثة:

١- نوعية الأزمات السعودية التي تهتم بمتابعتها عينة الدراسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

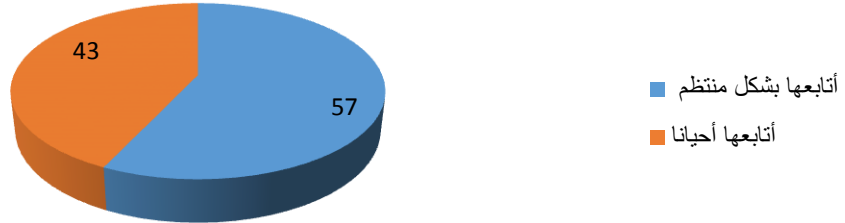
جدول رقم (٦)

نوعية الأزمات السعودية التي تهتم بمتابعتها عينة الدراسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	المتوسط الحسابي	الأزمة
١	٤.١	الثقافية
٢	٣.٩	الاقتصادية
٣	٣.٦	الأمنية
٤	٣.٥	الاجتماعية
٥	٣.١	السياسة الخارجية
٦	٣	السياسة الداخلية

يتضح من الجدول السابق أن عينة الدراسة ارتفع لديها متابعة الأزمات الثقافية في المقدمة، تلاه متابعة الأزمات الاقتصادية، فالأزمات الأمنية، وكانت أقل الأزمات متابعة هي أزمات السياسة الخارجية والداخلية.

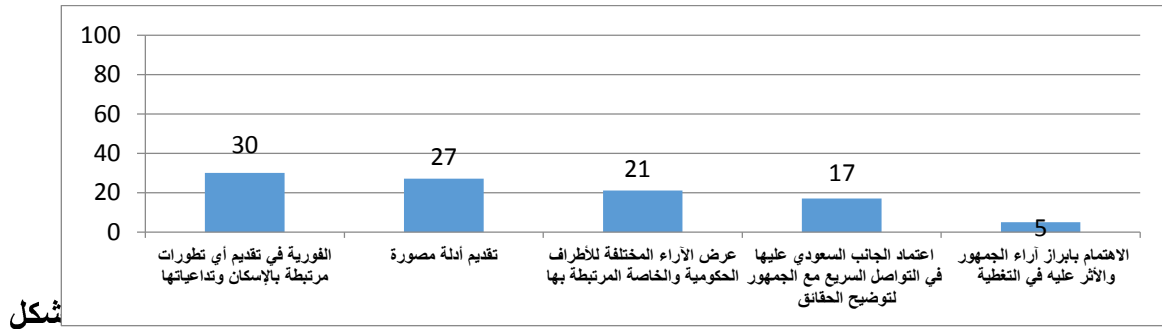
- مستوى متابعة أزمة السكن الاقتصادية بالمملكة العربية السعودية:



شكل رقم (٦)

مستوى متابعة عينة الدراسة لأزمة السكن الاقتصادية بالمملكة العربية السعودية

يتضح أن نسبة ٥٧% من عينة الدراسة تابعت الأزمة بشكل منتظم في مقابل نسبة ٤٣% تابعتها بشكل غير منتظم، وإن دلت النتائج على الاهتمام بهذه الأزمة، وعن أكثر الجوانب التأييد لتغطية لأزمة السكن بالمملكة العربية السعودية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

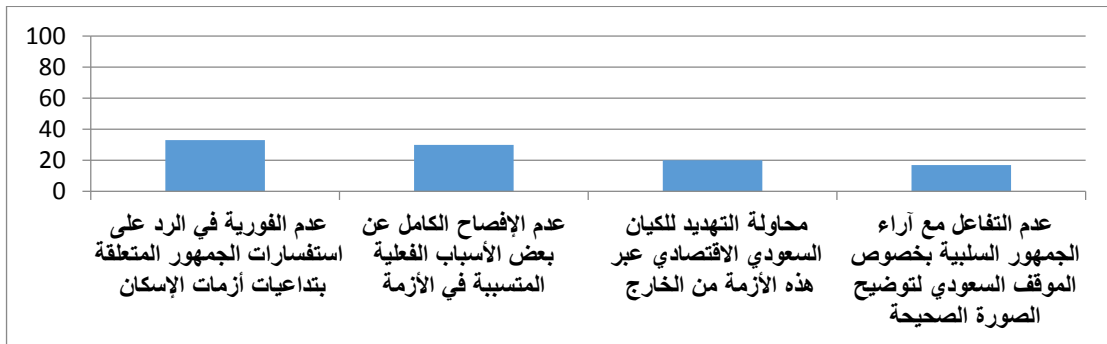


شكل

رقم (٧)

الجوانب التأييد لتغطية أزمة السكن الاقتصادية بالمملكة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

أما عن جوانب المعارضة لتغطية أزمة السكن الاقتصادية بالمملكة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فكما يوضحها الشكل التالي:



شكل رقم (٨)

الجوانب المعارضة لتغطية أزمة السكن الاقتصادية بالمملكة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

ومن واقع المراجعة للدراسات التي تناولت الأزمات وكيفية تعامل الإعلام معها يمكن أن نحدد

بعض الضوابط التي يجب مراعاتها في التغطية الإعلامية لأي أزمة:^(٦٠)

١- الدقة في عرض الحقائق والمعلومات وتقديمها للرأي العام بصدق دون تلوين أو تحريف للحقائق، ويجب أن يصاحب ذلك السرعة في نشر المعلومات لإيجاد مناخ صحي يحتوي آثار الأزمة لكن مع هذه السرعة يجب التدقيق في المعلومة المقدمة دون تسرع، وفي الوقت نفسه هناك بعض الأزمات والكوارث ذات التأثير في الرأي العام الداخلي وقد يتطلب التعامل معها حجب أو منع بعض المعلومات حرصاً على المصلحة العامة لكن يجب ممارسة هذا الحجب للمعلومات وفق معايير واضحة وبحرفية إعلامية عالية.

٢- الاهتمام بالتصريحات ذات الطبيعة الرسمية السياسية من مصادر موثوق بها من أجل تشكيل الرأي العام تجاه الأزمة.

٣- القدرة على التعامل باتزان وعقلانية وعدم الانفعال والانسياق مع الرأي العام فيجب أن تتحلى وسائل الإعلام في وقت الأزمات بالعقلانية وتبتعد عن إثارة وتهيج الرأي العام.

وبالتالي يوجد للإعلام مهمة مزدوجة عند إدارة الأزمة هي:^(٦١)

الأول: جانب إخباري: يتم عن طريق متابعة أخبار الأزمة، والتعريف بنتائج مواجهتها، ومحاولات التصدي لها وتحجيمها، ومدى التطور والنجاح، وهو ما يتم عن طريق نقل المعلومات إلى جمهور الأزمة بأمانة وسرعة ومصداقية لإحاطتهم بما حدث فعلاً على أرض الواقع.

الثاني: جانب معرفي مخطط له، والذي يحدث تأثيراً إيجابياً على تشكيل ثقافة المجتمع، وتنمية إدراك الجمهور بخطورة وأبعاد الأزمة، مما يشكل لدى الجمهور قناعة معينة تدفعهم إلى القيام بسلوك معين وفقاً لنطاق الأزمة، وتزودهم بكل صراحة ووضوح بالأخبار والحقائق والمعلومات والبيانات التي يتم إعدادها بمحتوى ومضمون معين، لتقدم في وقت معين، وفي إطار تحليلات وآراء وأفكار وتنبؤات معينة، ومن جانب رجالات فكر وإعلام لهم وزن وتأثير إعلامي معين.

والتعامل مع الأزمة يتطلب أمرين تحديد عناصر ما قبل الأزمة من تحديد نوعها وتشكيل فريق العمل وآليات عمله والميزانية المخصصة له، أما الأمر الثاني فيتمثل في تحديد عناصر ما بعد الأزمة، وهي تحديد المهمة الرئيسية، واعتماد الميزانيات، وإعداد الرسالة بكل تفاصيلها، واختيار وسائل الاتصال المناسبة للأزمة، وتقييم ما تم إنجازه، ووضع معايير قياس لنهاية الأزمة.^{٦٢}

ثانياً: نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة:

١- **الفرض الرئيسي الأول:** تؤثر الاهتمام بمتابعة أزمات المجتمع السعودي عبر مواقع التواصل

الاجتماعي والثقة في التغطية الإعلامية للأزمات السعودية عبر المواقع.

ولاستخراج النتائج الإحصائية تم الاعتماد على تحليل الانحدار البسيط، ونتائجه كما يلي:

جدول رقم (٧)

نتائج تحليل الانحدار البسيط لتأثير توتر الاهتمام بمتابعة أزمات المجتمع السعودي عبر مواقع التواصل الاجتماعي والثقة في التغطية الإعلامية للأزمات السعودية عبر المواقع.

SIG معنوية المتغير	B معامل الانحدار	المتغير المستقل	SIG معنوية النموذج	F قيمة	R ² معامل التحديد	المتغير التابع
٠.٠٠٠	١.١٢١	(Constant الثابت)				الثقة في التغطية الإعلامية للأزمات السعودية عبر المواقع
٠.٠١٠	٠.١٨٥	الاهتمام بمتابعة أزمات المجتمع السعودي عبر مواقع التواصل الاجتماعي	٠.٠١٠	٦.٧٢١	٠.٠٣٣	

وجود أثر ذي دلالة إحصائية للاهتمام بمتابعة أزمات المجتمع السعودي عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الثقة في التغطية الإعلامية للأزمات السعودية عبر المواقع، وبلغ معامل التحديد ($R^2 = 0.033$)، وهذا يعني أن المتغير المستقل (الاهتمام بمتابعة أزمات المجتمع السعودي عبر مواقع التواصل الاجتماعي)، يفسر حوالي ٣.٣% من التغيرات التي تحدث على الثقة في التغطية الإعلامية للأزمات السعودية عبر المواقع، ويؤكد على معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أقل من ٠.٠٠٥، وبلغت قيمتها (٠.٠١٠)، وكانت قيمة F (١.١٢١)، وكانت معادلة الانحدار الخطي البسيط:

$$Y = 1.121 + (0.185) * X$$

وهو ما يعني أنه كلما ارتفع اهتمام عينة الدراسة بمتابعة أزمات المجتمع السعودي عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة واحدة يؤدي ذلك إلى التدليل على الثقة في التغطية الإعلامية لهذه المواقع لأزمات المجتمع السعودي بمقدار (B=0.185)، وهو ما يعني أن عينة الدراسة يرتفع لديها الاقتناع بالمنفعة التي تعود عليهم من متابعة هذه المواقع في الحصول على المعلومات منها عن أزمات المجتمع السعودي.

٢- الفرض الرئيسي الثاني: تؤثر دوافع التعرض لأزمات المجتمع السعودي عبر مواقع التواصل

الاجتماعي وأثار التغطية الإعلامية للأزمات السعودية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ولاستخراج النتائج الإحصائية تم الاعتماد على تحليل الانحدار البسيط، ونتائجه كما يلي:

جدول رقم (٨)

نتائج تحليل الانحدار البسيط لتأثير دوافع التعرض لأزمات المجتمع السعودي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأثار التغطية الإعلامية للأزمات السعودية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

SIG معنوية المتغير	B معامل الانحدار	المتغير المستقل	SIG معنوية النموذج	F قيمة	R ² معامل التحديد	المتغير التابع
٠.٠٠٠	١٥.٠٤٤	(Constant الثابت)				آثار التغطية الإعلامية للأزمات السعودية عبر المواقع
٠.٠٠٠	٠.٦٨٠	دوافع التعرض لأزمات المجتمع السعودي عبر مواقع التواصل الاجتماعي	٠.٠٠٠	١١٥.٩٧٤	٠.٣٦٩	

وجود أثر ذي دلالة إحصائية لدوافع التعرض لأزمات المجتمع السعودي عبر مواقع التواصل الاجتماعي على آثار التغطية للأزمات السعودية عبر المواقع، وبلغ معامل التحديد ($R^2 = 0.369$)، وهذا يعني أن المتغير المستقل (دوافع التعرض لأزمات المجتمع السعودي عبر مواقع التواصل الاجتماعي) يفسر حوالي ٣٦.٩% من التغيرات التي تحدث أثرًا للتغطية الإعلامية للأزمات السعودية عبر المواقع، ويؤكد على معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أقل من ٠.٠٥، وبلغت قيمتها (٠.٠٠٠٠)، وكانت قيمة ف (١٥.٠٤٤)، وكانت معادلة الانحدار الخطي البسيط:

$$Y = 15.044 + (0.680) * X$$

وهو ما يعني أنه كلما ارتفعت دوافع تعرض عينة الدراسة لأزمات المجتمع السعودي عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة واحدة يؤدي ذلك إلى للتدليل على تحقق آثار التغطية الإعلامية لهذه المواقع لأزمات المجتمع السعودي بمقدار (B=٠.680)، وهو ما يعني أن عينة الدراسة يرتفع لديها مستوى التأثير بالمعلومات التي تحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي عن أزمات المجتمع السعودي.

٣- الفرض الرئيسي الثالث: تؤثر درجة اعتماد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات والثقة في التغطية الإعلامية للأزمات السعودية عبر المواقع. ولاستخراج النتائج الإحصائية تم الاعتماد على تحليل الانحدار البسيط، ونتأجه كما يلي:

جدول رقم (٩)

نتائج تحليل الانحدار البسيط لتأثير درجة اعتماد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات والثقة في التغطية الإعلامية للأزمات السعودية عبر المواقع

SIG معنوية المتغير	B معامل الانحدار	المتغير المستقل	SIG معنوية النموذج	F قيمة	R ² معامل التحديد	المتغير التابع
٠.٠٠٠٠	١٠٠.٥٨٨	(Constant الثابت)				
٠.٠١٤	٠.٢٠٦	درجة اعتماد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات	٠.٠١٤	٦.١٦٤	٠.٠٣٠	الثقة في التغطية الإعلامية للأزمات السعودية عبر المواقع

وجود أثر ذي دلالة إحصائية لدرجة اعتماد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات عن أزمات السعودية عبر المواقع، وبلغ معامل التحديد ($R^2 = 0.030$)، وهذا يعني أن المتغير المستقل (اعتماد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي) يفسر حوالي ٣.٣% من التغيرات التي تحدث ثقة في التغطية الإعلامية للأزمات السعودية عبر

المواقع، ويؤكد على معنوية هذا التأثير أن قيمة P- Value أقل من ٠.٠٥، وبلغت قيمتها (٠.٠١٤)، وكانت قيمة ف (٦.١٦٤)، وكانت معادلة الانحدار الخطي البسيط:

$$Y = 100.58 + (0.206) * \text{مصدر رئيسي للمعلومات}$$

وهو ما يعني أنه كلما ارتفع مستوى اعتماد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن أزمات المجتمع السعودي بدرجة واحدة يؤدي ذلك إلى لتحقق الثقة في التغطية الإعلامية لهذه المواقع لأزمات المجتمع السعودي بمقدار (B=0.206)، وهو ما يعني أن عينة الدراسة يرتفع لديها مستوى التأثير والثقة في المعلومات التي تحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي عن أزمات المجتمع السعودي.

٤- الفرض الرئيسي الرابع: تؤثر كثافة التعرض لأزمات المجتمع السعودي عبر مواقع التواصل

الاجتماعي ومستوى متابعة عينة الدراسة لأزمة السكن الاقتصادية بالمملكة العربية السعودية.

ولاستخراج النتائج الإحصائية تم الاعتماد على تحليل الانحدار البسيط، ونتائجه كما يلي:

جدول رقم (١٠)

نتائج تحليل الانحدار البسيط لتأثير كثافة التعرض لأزمات المجتمع السعودي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى متابعة عينة الدراسة لأزمة السكن بالمملكة العربية السعودية

SIG معنوية المتغير	B معامل الانحدار	المتغير المستقل	SIG معنوية النموذج	F قيمة	R ² معامل التحديد	المتغير التابع
٠.٠٠٠	٠.١٥٨٩	(Constant) الثابت				مستوى متابعة العينة لأزمة السكن بالمملكة العربية السعودية.
٠.١٧٠	٠.٩١٩	كثافة التعرض لأزمات المجتمع السعودي عبر مواقع التواصل الاجتماعي	٠.١٧٠	١.٨٩٣	٠.٠٠٩	

كشف التحليل الإحصائي عدم وجود أثر ذي دلالة إحصائية لكثافة التعرض لأزمات المجتمع السعودي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى متابعة عينة الدراسة لأزمة السكن الاقتصادية بالمملكة العربية السعودية، حيث كان مستوى معنوية العلاقة بين المتغيرين أكبر من قيمة P- Value (٠.٠٥)، وبلغت قيمتها (١٧٠).

الخلاصة والتوصيات:

كشفت الدراسة عن اهتمام عينة الدراسة من الجمهور السعودي بأخبار وقضايا وأزمات المجتمع السعودي بمختلف أنواعها وإن تصدرها الثقافية وتلاها الاقتصادية وربما يعزو ذلك لأنها تمس بشكل مباشر حياتهم الخاصة، وكان هذا الاهتمام عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن باقي المواقع الإلكترونية العامة أو المتخصصة، وربما يعد هذا طبيعياً للدور الذي أحدثته هذه المواقع من حالة حراك مجتمعي بالمنطقة العربية، لذا يتضح من إجابات عينة الدراسة ارتفاع اعتمادها

على وسائل الإعلام الجديدة وتحديداً مواقع التواصل الاجتماعي في جمع هذه المعلومات عن أزمات المجتمع السعودي المختلفة عامة والاقتصادية خاصة، ولها تأثيراتها في تشكيل الوعي المعرفي والوجدان والسلوك لديهم، وإن كان ارتفاع التأثيرات المعرفية في المقدمة لدى عينة الدراسة من الجمهور السعودي نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الجديدة.

وبناءً على ما توصلت له الدراسة من نتائج تفصيلية تؤكد على قوة وسائل الإعلام الجديدة في المجتمع السعودي، ويوصى الباحث بعدد من الأمور هي:

- إجراء العديد من الدراسات الميدانية للتعرف على تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة على كافة المراحل العمرية للجمهور السعودي حيث أن دراسة خصائص الفئات العمرية وكذلك النوعية يساعد في الوصول لصورة متكاملة عن تفاعل المجتمع السعودي مع وسائل الإعلام الجديدة، وبالتالي اكتساب القدرة من قبل القائمين بالاتصال على التواصل الفعال معهم لتوصيل الرسالة الإعلامية البناءة.

- إجراء الدراسات التحليلية للتعرف على ما يبث على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي العربية والأجنبية وكذلك المواقع الإلكترونية العربية والأجنبية عن الأزمات السعودية في مختلف مجالاتها، وإعداد المقارنات بين ما ينشر محلياً وعربياً وإقليمياً ودولياً، وهو الأمر الذي سيساعد في إمكانية صياغة خطاب إعلامي موجه للأخر يوضح القيمة العربية والإسلامية.

- إجراء الدراسات التحليلية للتعرف على تعليقات المواطنين السعوديين في المجتمع السعودي أو الجاليات السعودية على ما يبث في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي السعودية والعربية والأجنبية، وكذلك المواقع الإلكترونية السعودية والعربية والأجنبية للتعرف على اتجاهات الرأي العام السعودي نحو ما يثار في المجتمع السعودي من قضايا وأزمات في مختلف المجالات الحياتية للمجتمع.

- إجراء دراسات تربط بين التغطيات الإعلامية وصحة المعلومات المقدمة عن الأزمات المجتمعية السعودية، وهنا في مجال التطبيق، الأزمات الاقتصادية، يكون هناك المزيد من الدراسات الميدانية التي تتعرف بعمق على ماذا يقدم الإعلام السعودي عنها وطبيعة ودقة هذه المعلومات من المتخصصين في الشأن الاقتصادي، أي يكون هناك اتجاه بحثي يربط بين التخصصات المختلفة، بما يحقق الفكر المتوجه له عالمياً بأهمية الدقة في المعلومة التي تصل للجمهور، والتي تمكنه من التفاعل الإيجابي مع هذه المعلومات مما يحد من تفاقم الأزمات، فمثلاً بالتطبيق على أزمة السكن، لا بد من توعية الأسرة السعودية عبر وسائل الإعلام التقليدية والجديدة بجميع التسهيلات التي تقدمها الدولة للأسرة في مواجهة أزمة

السكن وإقامة دورات للأسرة لتوعيتها لاستغلال مواردها وإمكانياتها والتخطيط لتوفير الدخل ونشر ثقافة الادخار لمواجهة أزمة السكن، وهو الأمر الذي يطلق عليه التربية الإعلامية.

مراجع الدراسة:

¹Diermeier, Daniel (2004). "Strategic Crisis Management".

<http://transportation.northwestern.edu/docs/0000/CrisisMgmt.pdf>

² Falkheimer, Jesper & Heide, Mats (2006). "Multicultural Crisis Communication : Towards a Social Constructionist Perspective". Journal of Contingencies & Crisis Management. Vol. (14), No. (4): 180-189..

^٣ شيماء سمير السيد. دور حارس البوابة في الصحف الإلكترونية المصرية أثناء الأزمات في الفترة من ٢٠١٥-٢٠١٧. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم الإعلام. ٢٠١٩)

^٤ حسين خليفة حسن. دور القنوات الفضائية والإنترنت في تشكيل اتجاهات الرأي العام المصري نحو المؤسسات السياسية والتشريعية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام. قسم الإذاعة. ٢٠١٨)

^٥ عبد العزيز بن عبد الله بن فهد الرقابي. تفعيل إدارة الأزمات والطوارئ بالمملكة العربية السعودية: مع إطار مقترح باستراتيجية وطنية للحد من المخاطر. رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الاقتصاد والعلوم السياسية. قسم الإدارة العامة. ٢٠١٧)

^٦ ريم الجابري أحمد. العلاقة بين استخدام موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" ومستوى الوعي السياسي لدى الشباب المصري. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام. قسم الإذاعة والتلفزيون. ٢٠١٧).

^٧ هالة توفيق إسماعيل الطلحاتي. تقييم الإعلاميين للمعالجة الإعلامية لقضايا الإرهاب- دراسة حالة على حادثتي الواحات البحرية ومسجد الروضة ببئر العبد. مجلة المصرية لبحوث الإعلام. كلية الإعلام. جامعة القاهرة. ٢٠١٧.

^٨ إيمان عبد المنعم عزب. استخدامات طلاب الجامعات في مصر والسعودية لموقع تويتر والإشباع المتحققة منه، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة، الإعلام، ٢٠١٦).

^٩ عبد الله بن ناصر وعلاء الشامي وعبد اللطيف بن صافية. "أطر المعالجة الإعلامية للمشروعات الاقتصادية الكبرى في الدول العربية: دراسة حالة لمشروعات الهيئة الملكية للجبيل وينبع بالسعودية وقناة السويس الجديدة بمصر وإقلاع للنهوض بقطاع الصناعة بالمغرب"، (الرياض: جامعة الملك سعود، المنتدى السنوي السابع للجمعية السعودية للإعلام والاتصال: الإعلام والاقتصاد.. تكامل الأدوار في خدمة التنمية، ٢٠١٦).

^{١٠} هالة توفيق إسماعيل الطلحاتي. تأثير المواقع الإخبارية الإلكترونية الموجهة في تشكيل الأفكار والاتجاهات-بالتطبيق على القضية المعروفة إعلامياً بـ "خليفة الماريوت" (دراسة تحليلية). مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط. العدد ١١. ٢٠١٦.

^{١١} عبد الرحمن أحمد الناصر. اتجاهات الجمهور السعودي نحو مصداقية القنوات الفضائية ومواقع التواصل الاجتماعي في تناول القضايا الداخلية، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٥).

^{١٢} عدلات عبد المعطي الشيخ. "دور الصحف الإلكترونية الفلسطينية في ترتيب الأولويات نحو القضايا الاقتصادية المحلية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (غزة: جامعة الإسلامية، كلية الآداب، قسم الصحافة والإعلام، ٢٠١٥).

^{١٣} هالة توفيق إسماعيل الطلحاتي. دور الشائعات في التأثير على الجمهور أثناء الأزمات-دراسة تطبيقية على الفترة التي أعقبت ثورة ٢٥ يناير. مجلة البحوث الإعلامية. جامعة الأزهر. العدد ٣٨. ٢٠١٥.

¹⁴ -Rebert G.Picard, Meera Selva and Diego Bironzo (2014) "Media coverage of Banking and Financial news". Reuters Institute for the study of Journalism. Report. April. pp 1-40. available at:

<https://www.media-coverage-of-banking-and-financial-news.pdf>. visit in 1/2/2017

¹⁵ Arun Vishwanath. "Habitual Facebook Use and its Impact on Getting Deceived on Social Media".

In Journal Of Computer Mediated Communication. Vol. 17, N, 10, Oct. 2014. P. P. 1-16.

¹⁶ -Igor Vobic, Aleksander Brlek, Boris Mance and Jernej Prodnik (2014) "Changing Faces of Slovenia: Political, Socio-Economic, and News Media Aspects of the Crisis", Javnost – The public, European Institute for Communication and Culture, Vol. 21, No 4, pp 77-98.

^{١٧} فينان عبدالله الغمدى. "التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني" ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة الإعلام والأمن الإلكتروني. (جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية). مايو ٢٠١٢، ص ص ١-٢٩.

¹⁸ Arif, Rauf. "The Emergence of Social Media & the Political Crisis in Pakistan" Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Renaissance Grand & Suites Hotel, St. Louis, MO, Aug 10, 2011

¹⁹ Jeffery Ghannam, social media in the Arab world, Center for international media association. A Report to the Center for International Media Assistance, February 3, 2011.

- ^{٢٠} جمعة محمد عبد النبي. "اعتماد الشباب العراقي على وسائل الإعلام الجديدة في متابعة الأحداث الجارية في العراق". رسالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة: جامعة الدول العربية- معهد البحوث والدراسات العربية- قسم الدراسات الإعلامية، ٢٠١١).
- ²¹ Mia Fischer. "Birds of feather flock together Reloaded: Homophile in the context of web2.0 in online social networking sites such as face book". **Unpublished M.A.** (Charleston: The Graduate School of the College of Charleston, 2010).
- ²² Tyma, Adam., Sellnow, Deanna. and Sellnow, Timothy. Social Media Use in Response to the Virginia Tech Crisis: Moving From Chaos to Understanding. **Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association**, Suntec Singapore International Convention & Exhibition Centre, Suntec City, Singapore, Jun 21, 2010.
- ²³ Lee, Alice. Internet Press Freedom and Online Crisis Reporting: The Role of News Sites in SARS Epidemic, **Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association**, Sheraton New York, New York City. 2008.
- ^{٢٤} حسن عماد مكايوي. وليلي حسين السيد. الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط ٤. (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٣). ص ٣٣٨.
- ²⁵ Reijo Savolainen. Encyclopedia of Library and Information Sciences, Every Life Information Seeking. 3rd. 2009.
- ^{٢٦} مي مصطفى عبد الرازق. التماس الجمهور المصري للمعلومات عن الأحداث الجارية من حسابات وكالات الأنباء بمواقع التواصل الاجتماعي. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**. المجلد الخامس عشر. العدد الرابع/ أكتوبر/ ديسمبر ٢٠١٦. ص ص ٢٩٢-٢٩٣.
- ^{٢٧} نائلة عمارة. علم النفس الإعلامي. مفاهيم أساسية.. ودراسات إمبريقية. (القاهرة: دار النهضة العربية. ٢٠٠٨) ص ٥٣.
- ^{٢٨} رضا شاكور السيد الخولي. المعالجة التليفزيونية لقضايا الأحزاب السياسية في مصر وعلاقتها باتجاهات الشباب المصري نحو هذه الأحزاب. رسالة ماجستير غير منشورة. (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام. ٢٠١٧).
- ^{٢٩} مصطفى صابر محمد عطية النمر. التماس المصريين المغتربين في دول الخليج العربي للمعلومات الاقتصادية عن مصر من خلال وسائل الإعلام التقليدية والجديدة وانعكاساته على إدخارهم الدولار: دراسة ميدانية. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**. المجلد الخامس عشر. العدد الرابع/ أكتوبر/ ديسمبر ٢٠١٦. ص ص ٤٥٥-٤٥٦.
- ^{٣٠} مطهر علي عقيدة. التماس الأكاديميين للمعلومات العلمية على شبكة الإنترنت: دراسة ميدانية مقارنة بين مصر واليمن. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة أسيوط: كلية الآداب. ٢٠١٠) ص ٥٦.
- ^{٣١} حسنين شفيق. نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي. ط ١. (القاهرة: دار فكر وفن، ٢٠١٣). ص ٢٢٩.
- ^{٣٢} مرفت الطرابيشي. عبد العزيز السيد. نظريات الاتصال. ط ١ (الناهرة: دار النهضة العربية. ٢٠٠٦) ص ١٧٧.
- ^{٣٣} محمد الألفي، (٢٠١٦). "دور البرامج الإخبارية في القنوات الفضائية في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو تدعيم المشاركة السياسية في مصر بعد ثورة يناير ٢٠١١"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون).
- ^{٣٤} سامي طابع، بحوث الإعلام، ط ١ (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠١). ص ١٦٨.
- ^{٣٥} عاطف عدلي العبد. المنهج العلمي في البحوث الإعلامية. (القاهرة: دار الهانئ للطباعة، ١٩٩٩) ص ٢٧.
- ^{٣٦} شيماء نو الفقار زغيب. مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية. (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٩) ص ص ٨٩-٩٠.
- ^{٣٧} عبد الوهاب إبراهيم أبو سليمان. كتابة البحث العلمي: صياغة جديدة. ط ٩ (المملكة العربية السعودية: الرياض. مكتبة الرشد للنشر. ٢٠٠٥). ص ص ٣٣-٣٤.
- ^{٣٨} سمير محمد حسين. بحوث الإعلام: دراسات في مناهج البحث العلمي. (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٥). ص ١٤.
- ^{٣٩} محمد عبد الحميد. البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. (القاهرة: عالم الكتب. ١٩٩٧)، ص ص ١٥٨-١٥٩.
- ^{٤٠} عاطف عدلي العبد. تصميم وتنفيذ لستطلاعات وبحوث الرأي العام والإعلام: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية. (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٢).
- ^{٤١} تم مراجعة ما يلي:
- بركات عبد العزيز. مقدمة في التحليل الإحصائي لبحوث الإعلام. ط ١ (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية. ٢٠١٤).
- جولي بالانت، ترجمة خالد العامري، التحليل الإحصائي باستخدام برامج "Spss"، ط ٢، (القاهرة: دار الفاروق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦).

، وتفسير المعادلة كما يلي: $Y = A + BX$ تمثلت معادلة الانحدار الخطي البسيط:

- الرمز (y) يعبر عن المتغير التابع.

- والرمز (X) يعبر عن المتغير المستقل.

- والرمز (a) يعبر عن قيمة ثابتة Constant

- والرمز (B) يعبر عن ميل الانحدار y على المتغير المستقل.

⁴² David Westerman, Patric R. Spence, Brandon Van Der Heide. Social Media as Information Source: regency of Updates and Credibility of Information, **Journal of Computer-Mediated Communication**. 2014.

- ^{٤٣} هبة صلاح سيد سيد. دور الإعلام الجديد في تشكيل الوعي بالقضايا الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة عين شمس: كلية الآداب. قسم علم الاجتماع. ٢٠١٩).
- ^{٤٤} هيام أنور أحمد أبو زيد. دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو بعض الأزمات السياسية المصرية. رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة عين شمس: معهد الدراسات الطفولة. قسم الإعلام وثقافة الطفل. ٢٠١٦).
- ^{٤٥} سلوى محمد سمير فهم. تعرض ذوي الاحتياجات الخاصة لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على التفاعل الاجتماعي لديهم: دراسة تحليلية وميدانية. رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة سوهاج: كلية الآداب. قسم الإعلام. ٢٠١٩).
- ^{٤٦} حسن عماد مكاوي. نظريات الإعلام. ط٢ (القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، ٢٠١٢). ص ١٦٣.
- ^{٤٧} ميرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد. نظريات الاتصال. (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠٩). ص ٢٥١.
- ^{٤٨} هبة صلاح سيد سيد. دور الإعلام الجديد في تشكيل الوعي بالقضايا الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة عين شمس: كلية الآداب، قسم علم الاجتماع، ٢٠١٩).
- ^{٤٩} منة الله مجدي محمد. اعتماد الشباب المصري على الصفحات الإخبارية في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول الأحداث الجارية. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام. قسم الإذاعة والتلفزيون. ٢٠١٨).
- ^{٥٠} الحسن على محمد الذاري، استخدامات الشباب اليمني للصحف الإلكترونية والإشباع المتحققة: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة أسيوط، ٢٠١١.
- ^{٥١} ماهر أحمد، إدارة الأزمات، (مصر: الإسكندرية، الدار الجامعية، ٢٠٠٦)، ص ص ٢٣-٢٨.
- ^{٥٢} سماح الشهاوي، تأثير الانفوجراف التفاعلي على إدراك وتذكر المستخدمين للمحتوى: دراسة تجريبية علي عينة من طلاب الجامعات، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٥٦، ٢٠١٨.
- ⁵³ Christopher Seth Hamblin, Convergence in the production of news infographics, **Master Thesis**, University of Missouri--Columbia, 2012.
- ^{٥٤} أميرة محمد على أحمد. العلاقة بين استخدام الجمهور المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية واتجاهاتهم نحو المواطنة. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة: كلية الإعلام. قسم العلاقات العامة والإعلان. ٢٠١٩).
- ⁵⁵ Mohamed Fadl Elhadidi. Beyond Access to Social Media: A Comparison of gratifications Interactivity, and Content Usage Among Egyptian Adults, **global media journal**, vol.16, No.30.2018.
- ^{٥٦} أحمد بن راشد بن سعيد، الإعلام والجمهور النشط من مقاومة السائد إلى إنتاج البديل، بحث مقدم في المؤتمر العلمي الرابع لشعبة علوم الإعلام، بعنوان الإعلام الجديدة وآفاق المستقبل، الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام، خلال يومي ٢٠-٢١ مايو ٢٠٠٨.
- ^{٥٧} فضل جلال العامري. حرية الإعلام في الوطن العربي في ظل غياب الديمقراطية. ط١ (الجيزة: هلا للنشر والتوزيع. ٢٠١١). ص ١٤٨.
- ^{٥٨} بسمة على يحيى. الممارسات التفاعلية للإعلام الجديد وعلاقتها بسلوكيات الشباب المصري. رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة المنصورة: كلية الآداب. قسم الإعلام. ٢٠١٧).
- ^{٥٩} أحمد على الحداد. اعتماد الشباب البحريني على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات: دراسة ميدانية. بحث منشور. الجامعة الأهلية. المنامة، مملكة البحرين، ٢٠١٢.
- ^{٦٠} سليمان العسكري. "الإعلام وإدارة الأزمات". مقال منشور في صحيفة الفجر الجديد. ١٥ أكتوبر ٢٠١١.
- ⁶¹ <http://www.hrdiscussion.com>
- ^{٦٢} أشرف أحمد عبد المغيث، "دور العلاقات العامة في تفعيل عناصر الاتصال أثناء الأزمات: دراسة حالة بأسلوب إعادة البناء بالتطبيق علي أزمة غرق العبارة المصرية سلام ٩٨"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثامن- العدد الثاني، (إبريل/ يونيو ٢٠٠٧). ص-١٢٧١٢٥

Saudi Public Seeking Information about the social crises through social networking sites

Associate Prof. Dr. Salman Fayhan Faisal bin Lebda

salman.bnlebdh@hotmail.com

Associate Professor of Media

King Khalid Military College

Abstract

The study aims to identify the ability of social networking sites in the dissemination of information and the formation of knowledge about the societal crises occurred in the Saudi society, which reflects the ability of these sites to shape the perception of the Saudi society about its various crises. The size of the study sample was 200 individuals from the Saudi public, The study emphasized the sample's interest about news, issues and crises of the Saudi society, but came in the first place the cultural and then the economic issues through social networking sites, because of these issues directly affect their private lives, the study stressed on the sites' effects in the shaping of knowledge and conscience and their behavior, although the high cognitive effects were at the front with the study sample from the Saudi public as a result of relying on new media.

keyword: Information, social crises, social networking sites.

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 Al Arabia Public Relations Agency, 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 2314-873X)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)
With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit number : 24380 /2019

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

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency
Arab Republic of Egypt,
Menofia - Shibben El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association
Arab Republic of Egypt,
Giza, Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

Email: ceo@apr.agency - jprr@epra.org.eg

Web: www.apr.agency, www.jprr.epra.org.eg

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

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- 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.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 2000 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 500 \$.with 50% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1000 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 250 \$ 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 Al Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,
 Arab Republic of Egypt, Menofia, Shibben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
 Postal Code: 32111 - P.O Box: 66
 And also to the Journal email: jpr@epa.org.eg, or ceo@apr.agency, 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 Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- It is the first arbitrate scientific journal with this field of specialization on the Arab world and the Middle East. Also, the first Arab scientific journal in the specialty of (media) which obtained the Arab Impact Factor with a factor of 1.48 = 100% in the year of 2018G report of the American Foundation NSP "Natural Sciences Publishing" Sponsored by the Arab Universities Union.
- 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.

Founder & Chairman

Dr. Hatem Moh'd Atef

EPRA Chairman

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty
of Mass Communication - Cairo University
Head 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
Head 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 (Tunisia)

Associate professor of Mass Communication &
Coordinator College of Communication
University of Sharjah (UAE)

Dr. Suhad Adil (Iraq)

Associate Professor of Public Relations
Mass Communication Department
College of Arts - Al-Mustansiriyah University

Dr. Nasr Elden Othman (Sudan)

Assistant Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences
Ajman University (UAE)

Dr. Fouad Ali Saddam (Yemen)

Assistant Professor & Head Dep. of Public Relations
Faculty of Mass Communication
Yarmouk University (Jordan)

Public Relations Manager

Alsaeid Salm

English Reviewer

Ahmed Badr

Arabic Reviewers

Sabri Suleiman

Ali Elmehy

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt

Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 2 Ahmed Zayat Street

Publications: Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt

Menofia - Shibeh El-Kom - Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073

Tel : +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Advisory Board **

IPRR.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. 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. 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. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar 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. 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.

Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya, (Sudan)

Professor of Mass Communication at King Faisal University – Former Dean of the Faculty of Community
Development at the University of the Nile Valley, Sudan.

**Abstracts of Arabic Researches:**

- **Prof. Dr. Azza Mostafa Elkahkey** - Umm Al-Qura University
Lamees Sameer Damanhoori - Umm Al-Qura University
The Role of Public Relations Researches in Developing Institutional Performance:
A Field Study on Private Institutions in Makkah Region 7
- **Prof. Dr. Tahseen Mansour Rashid Mansour** - Al Ain University
Ekhlas Al-moadat - Yarmouk University
Media coverage of the activities of civil society organizations in the Jordanian Daily
Press: Analytical Study 9
- **Associate Prof. Dr. Doaa Fikri Abdullah** - Menofia University
Dr. Rasha Mohammed Atef El-Sheikh - Menofia University
Utilizing Educational Media Tools in the creation of an Awareness Raising
Campaign against School Bullying Risks 10
- **Associate Prof. Dr. Salman Fayhan Faisal bin Lebda** - King Khalid Military College
Saudi Public Seeking Information about the social crises through social networking
sites 11
- **Dr. Khaled Abdul Hamid Kamel Kharbosh** - Assiut University
The role of the media in rooting the relationship between human rights and the
requirements of comprehensive security 12
- **Dr. Eman saber sadek Shaheen** - Ain shams university
The Effectiveness of Using Social Media Sites in the Social Accountability from
The perspectives of the respondents 13
- **Dr. Howaida Mohammed Lotfi Ahmed** - Umm Al-Qura University
Hind S. AlShareef - Umm Al-Qura University
The Role of Electronic Marketing Content in Spreading Consumer Awareness
among Saudi youth through the Ministry of Commerce and Investment: A field
study 14
- **Dr. Abdelmohsen Hamed Ahmed Okela** - Minia University
Attitudes of Educational Media Specialist and Preparatory and Secondary Schools
Students towards Scholar Film Course Adoption 15
- **Dr. Ahmed Sami AbdulWahab AlAydi** - Al Azhar university
Rehab Ibrahim Raafat Mohamed ElSayed - Imam Abdul Rahman bin Faisal University
Saudi youth's usage of social networking sites and its relationship to sustainable
development issues 16
- **Dr. El-Sayed Abdel-Rahman Ali** - Suez University
Organizational Communication: A Historical Study 17

