

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 تأصيل 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.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.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 الترقّيات 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@epa.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 الراحون 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 تحصّلت 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 والاقباسات 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)

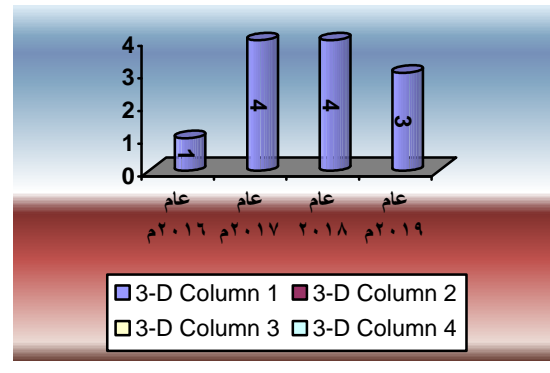
يوضح الوزن النسبي لانتشار المجلة في الجامعات والهيئات العلمية على مستوى دول العالم وفقًا لعدد المشاركين بالنشر

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.



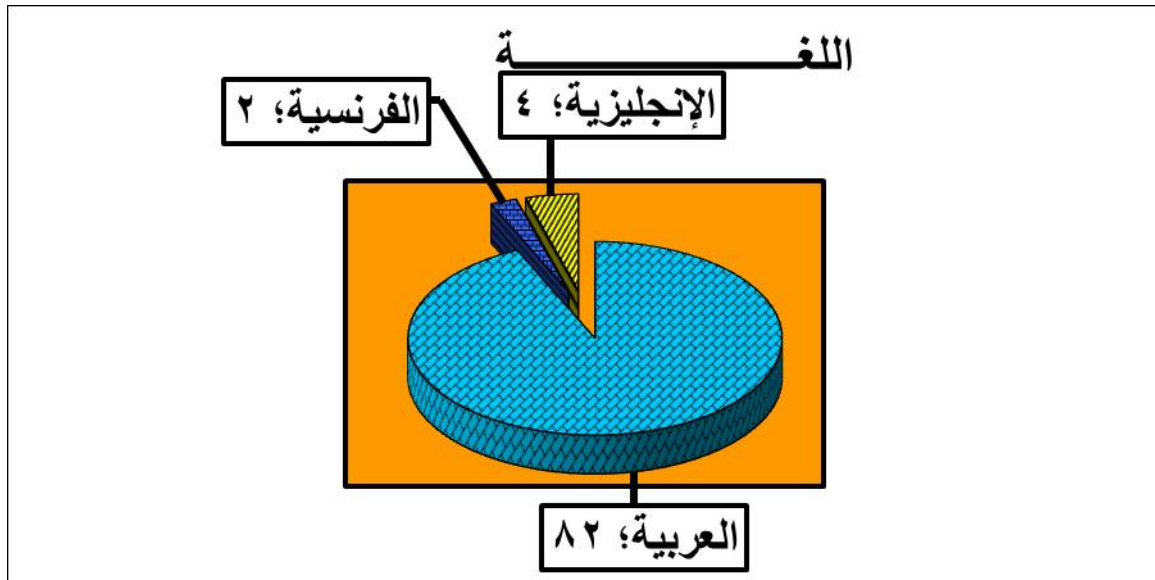
شكل رقم (٢)
يوضح توزيع أعداد المجلة وفقاً لسنة الإصدار

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.

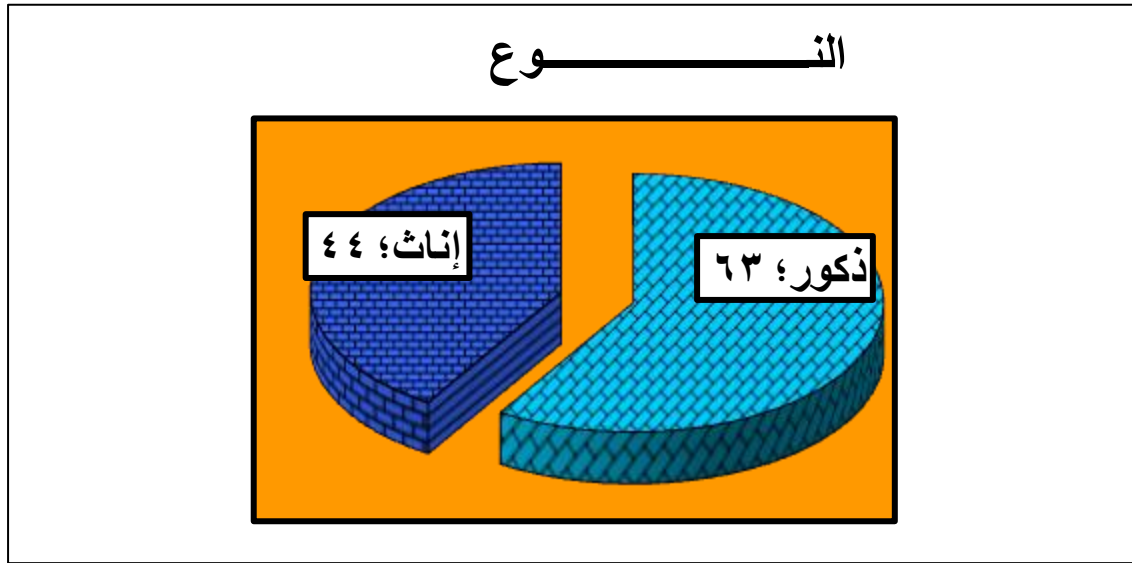
٤- توزيع عدد المشاركات بالمجلة وفقاً للنوع:

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.

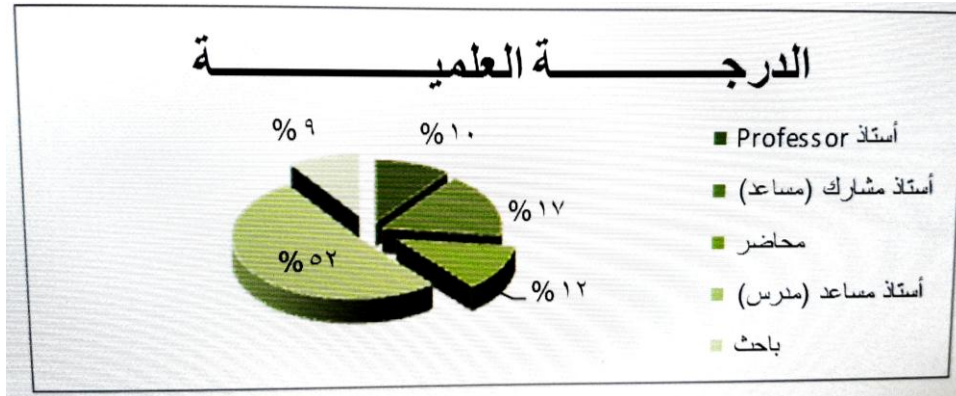
٥- توزيع الدرجات العلمية للباحثين وفقاً للأبحاث المنشورة:-

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.

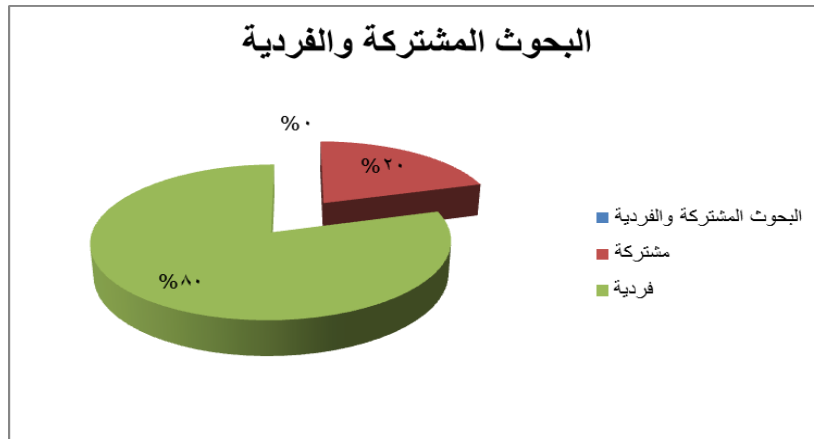
٦- توزيع البحوث المشتركة والفردية:

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 والمشارك

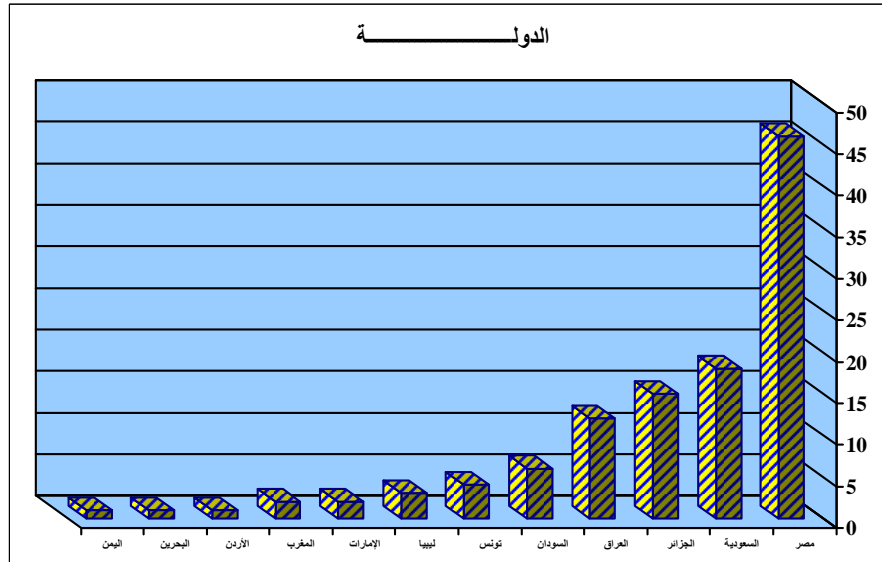
٧- توزيع المشتركين بالنشر في المجلة وفقاً للجنسية:

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

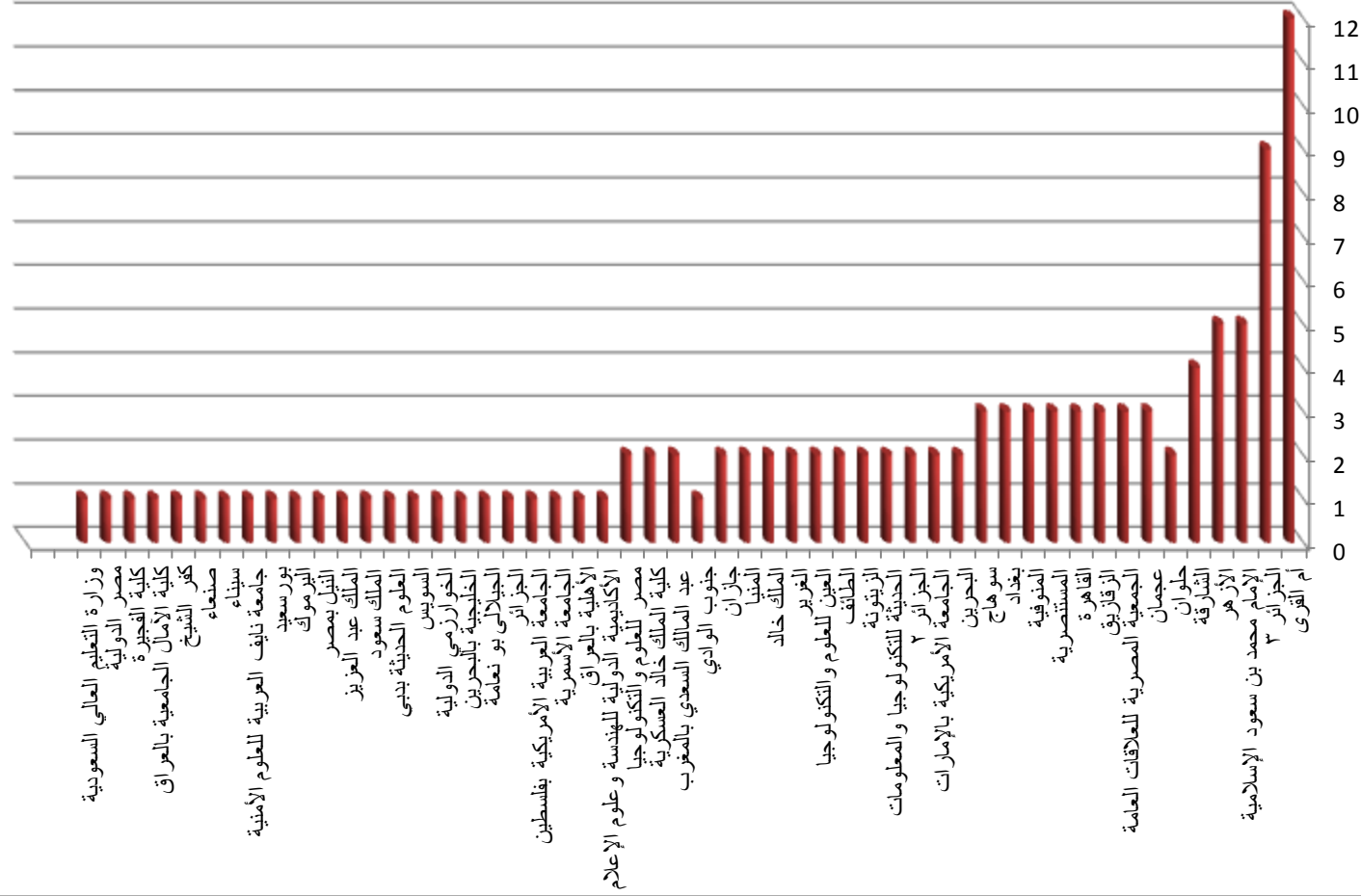
م	الجامعة	سنة النشر				عدد البحوث وملخصات الرسائل العلمية وعروض الكتب	الوزن النسبي
		٢٠١٦م	٢٠١٧م	٢٠١٨م	٢٠١٩م		
١	جامعة أم القرى	١	٣	١	٧	١٢	
٢	جامعة الجزائر ٣	٢	٠	٥	٢	٩	
٣	جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية	٠	١	٣	١	٥	
٤	جامعة الأزهر	١	٢	٢	٠	٥	
٥	جامعة الشارقة	٠	٠	٢	٢	٤	
٦	جامعة حلوان	٠	١	٠	١	٢	
٧	جامعة 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 الغزير	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 الأمنيات.

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 تهنئتم 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 .
- ويسعدنا أن نعلمكم أن قاعدة بيانات "معرفة" قامت بإطلاق معامل التأثير و الاستشهادات المرجعية العربي "ارسيف 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 "ارسيف 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؛ والتي 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، وإنما 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	انتظام 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

فاعلية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المساواة الاجتماعية من وجهة نظر الباحثين

إعداد

د. إيمان صابر صادق شاهين (*)

(*) مدرس الإعلام في كلية البنات - جامعة عين شمس.

فاعلية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المساءلة الاجتماعية من وجهة نظر المبحوثين

د. إيمان صابر صادق شاهين

Eman.Shaheen@women.asu.edu.eg

جامعة عين شمس

ملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على فاعلية استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في المساءلة الاجتماعية في ثلاث قضايا رئيسية هي: تحسين الخدمات وكشف قضايا الفساد وتمكين المهمشين في المجتمع، وذلك من خلال تطبيق الاستبيان على (٢٠٠) مفردة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في المساءلة الاجتماعية، فضلاً عن إجراء المقابلات مع عدد من المسؤولين عن إدارة صفحات ومجموعات المساءلة الاجتماعية عبر موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك".

وخلصت نتائج الدراسة إلى وجود ارتباط سالب بين استخدام موقع فيس بوك في المساءلة الاجتماعية وتحسين الخدمات وكشف قضايا الفساد وذلك عند مستوى دلالة (٠.٠١)، (٠.٠٥) على الترتيب، فيما وجد ارتباط سالب وغير دال إحصائياً بين استخدام موقع فيس بوك في المساءلة الاجتماعية وتمكين المهمشين في المجتمع من وجهة نظر المبحوثين.

وحول فاعلية استخدام موقع تويتر في المساءلة الاجتماعية فقد كشفت النتائج عن وجود ارتباط موجب غير دال إحصائياً بين استخدام موقع تويتر في المساءلة الاجتماعية وتحسين الخدمات وتمكين المهمشين، فيما وجد ارتباط سالب غير دال إحصائياً بين استخدام موقع تويتر في المساءلة الاجتماعية وكشف قضايا الفساد في المجتمع من وجهة نظر المبحوثين.

كما أوضحت النتائج وجود فروق بين المبحوثين في تقديرهم لمدى اسهام عدد مرات الشكوى (المساءلة الاجتماعية) عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الخدمات المقدمة للمواطنين في المجتمع المصري، وفي كشف قضايا الفساد، وتمكين الفئات المهمشة، فضلاً عن وجود فروق في تقدير المبحوثين لمساهمة المساءلة الاجتماعية في تحسين الخدمات وكشف قضايا الفساد وتمكين المهمشين تبعاً لمدى الاستجابة لشكاوهم، حيث يتبنى من تمت الاستجابة لمساءلتهم موقفاً ايجابياً من المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، المساءلة الاجتماعية.

مقدمة:

إن ممارسة المساءلة الاجتماعية Social Accountability ليست بالفعل الجديد؛ فقديمًا تبنى الإغريق فكرة الرقابة المالية، حيث يقول "إسكنيز": (ليس لأي شخص يتقلد منصباً عاماً الحق في أن يُستبعد من الخضوع للرقابة المالية)، كما تجلى هذا المفهوم في تعاليم القرآن الكريم السمحة، حيث يقول تعالى: (وَفَوَّهُمْ إِنَّهُمْ مَسْئُولُونَ)^١، ومن الشواهد أيضاً لما بويح أبوبكر الصديق بالخلافة بعد

بيعة السقيفة خطب في الناس فقال: (أما بعد أيها الناس إني وليت عليكم ولست بخيركم، فإن أحسنت فأعينوني، وإن أسأت فقوموني..). بيد أن هناك بعض الكتابات ترى خلو الموروث التاريخي والثقافي العربي والإسلامي من تطبيق مبدأ المساءلة الاجتماعية، حيث نُسب إلى عبد الملك بن مروان بعد توليه الخلافة قوله: (والله لا يأمرني أحد بتقوى الله بعد مقامي هذا إلا ضربت عنقه)، وحديثاً أكد "جون ستيورات ميل" John Stuart Mill عام (١٨٦١م) "أن فكرة المساءلة الاجتماعية قديمة قدم الحكومات؛ فوجود الحكومة دائماً ما يطرح تساؤلاً مهماً حول: (علاقة الحكومة بالمحكومين)". ومن وجهة نظر أخرى؛ فإن الآلية السياسية لا تعمل من تلقاء نفسها من البداية بل تعمل بواسطة أشخاص عاديين مشاركين ومطالبين بالتغيير، وقد لقي تطبيق مبدأ المساءلة الاجتماعية رواجاً ونمواً بوصفه إحدى أدوات التنمية عام ٢٠٠١، عندما وضع البنك الدولي تقريره السنوي للتنمية الدولية عن أهمية المساءلة في التمكين، ومنذ ذلك الحين أصبحت المساءلة جزءاً أساسياً من الحوكمة والتنمية بصفة خاصة، وقد تطور مفهوم المساءلة الاجتماعية تطوراً ملحوظاً منذ ذلك الوقت.

وتشتمل المساءلة الاجتماعية على مجموعة من الإجراءات التي تتخذ بواسطة المواطنين ومنظمات المجتمع المدني، والمجتمعات المحلية، ووسائل الإعلام لإخضاع البيروقراطيين وموظفي الحكومة للمساءلة؛ وتتناول المساءلة الاجتماعية طائفة من القضايا المختلفة مثل: السياسات العامة، والنفقات، والخدمات. وتتضمن آليات المساءلة الاجتماعية بطاقات تقارير المواطنين، وعمليات المراجعة الاجتماعية، والضغط الشعبي، بوسائل متعددة، منها: التغطيات الإعلامية، وسبل التعبير العلني عن التأييد والاحتجاج، وتقديم عريضة بالمطالب، وعقد اجتماع مع المواطنين والمسؤولين الحكوميين، والقيام بتظاهرات وإضرابات عامة، كما قد تلجأ جماعات المواطنين إلى الوسائل الرسمية من خلال تقديم أدلة لهيئات مكافحة الفساد، وتقديم شكاوى إلى أمين المظالم، أو رفع دعوى قضائية أمام المحاكم، كما تشمل الآليات دمج الجهات الاجتماعية بشكل كبير في الهيئات الحكومية، مثل: هيئات لجان تقصي الحقائق، والمجالس الاستشارية للمواطنين، فضلاً عن المشاركة في صنع القرار العام، والمشاركة في الرقابة على الإنفاق العام ومتابعته، ورفع الوعي العام بالحقوق القانونية للمواطن.

ويتطلب تحقيق المساءلة حرية في إتاحة المعلومات Accessibility وتداولها؛ وهي من الحقوق التي كفلتها العهود والمواثيق الدولية؛ وفي مقدمتها الإعلان العالمي لحقوق الإنسان والعهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية، والذي يُلزم قيادات المؤسسات في جميع المستويات بنشر المعلومات المطلوبة للجمهور حول الإجراءات والقرارات والخدمات وإتاحتها، ومجمل الأعمال التي تقدم من المؤسسة وتوفرها بشكل دوري دون طلب، أو في أثناء الطلب من أي شخص أو مهتم، وكذا معلومات حول المسؤولين عن المؤسسة وسبل اختيارهم، ومراقبتهم وشروط استبدالهم بآخرين، وتمكن هذه الشفافية المواطنين من معرفة حقيقة الأوضاع ومراقبة تصرفات الحكومة والقطاعات المختلفة، وبالتالي يمكن القيام بالمساءلة الاجتماعية.

ولما كنا نعيش في مصر الآن في ظل منظومة واسعة من التغيرات الشاملة بشتى المجالات؛ تأتي على رأسها الطفرة التكنولوجية الهائلة التي نعيشها اليوم خاصة مع تحول الحكومات والقطاعات نحو الحكومة الرقمية E-Governance والرقمنة Digitalization؛ التي تعتمد بالأساس على إيجاد قنوات حديثة للتواصل المتبادل مع المواطنين بهدف تسهيل معاملات المواطنين بشكل أفضل وأسرع، وبشكل يُخفف من عناء السعي بين الإدارات والوزارات لتتبع المعاملة ومراجعة المسؤولين، كما سعت الحكومة المصرية إلى التعامل عبر شبكات التواصل الاجتماعي - طبقاً للتقرير الصادر عن مركز المعلومات لدعم واتخاذ القرار عام (٢٠١١)، من خلال إطلاق صفحة للقوات المسلحة المصرية في ١٧ فبراير عام ٢٠١١ بعد تنحي الرئيس الأسبق مبارك — ٦ أيام - بهدف التواصل مع الشعب، والرد على تساؤلاته واستفساراته، وعرض إنجازاته وقراراته، ونشر بياناته الرسمية- تبعها مجلس الوزراء، ثم وزارة الداخلية، ثم بقية الوزارات. وبذلك أدى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي دوراً في تحقيق الشفافية والمشاركة بين الحكومة والمواطنين، كما عززت بسرعتها الفائقة وخصائصها المتميزة من المساءلة الاجتماعية من خلال إيجاد جيل جديد من آليات الممارسة يختلف عن سابقه^٢، وهو ما يستدعي منا أولاً عرض الدراسات السابقة المرتبطة بالموضوع للوقوف على المساءلة الاجتماعية وآليات ممارستها، وآثارها، والعوامل المؤثرة فيها قبل ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وبعدها.

الدراسات السابقة:

تعددت الدراسات السابقة المهتمة بالمساءلة الاجتماعية، وتعددت تخصصاتها بين علم الإدارة والتنظيم، والاجتماع، والخدمة الاجتماعية والعلوم السياسية، والإعلام، والصحة، والتعليم، وسوف يتم عرض الدراسات السابقة على محورين رئيسيين هما: المحور الأول: دراسات المساءلة الاجتماعية؛ والمحور الثاني: دراسات المساءلة الاجتماعية عبر الإنترنت.

دراسات المحور الأول: اهتم عدد من الدراسات ببيان آليات وأدوار المساءلة الاجتماعية كما في دراسة (زينهم مشحوت سيد، ٢٠١٥م)، الذي حدد آليات المساءلة بالمحليات بوصفها مدخلاً لمكافحة الفساد في مصر في: الشكاوى، وتقارير الجهاز المركزي للمحاسبات، والجولات التفتيشية، والزيارات الميدانية، والاتصال المباشر بالمواطنين. ودراسة (سميح زيد المجالي، ٢٠١٦م) التي أوضحت أدوار الشفافية والمساءلة في: الحد من الفساد، تبسيط إجراءات العمل في القطاع العام، وضوح الإجراءات، وضع الشخص المناسب في المكان المناسب. فيما اهتم بعض الدراسات بدراسة عدد من المتغيرات المؤثرة في المساءلة الاجتماعية مثل دراسة (نجوان فاروق شيحة، ٢٠٠٣م) التي أوضحت أن المساءلة التي تقوم بها الجهات الرقابية الحكومية هي أوضح المستويات قبولاً لدى العاملين في المنظمات الأهلية، ولا يمكن تحقيق المساءلة بالقانون فقط؛ إنما يتطلب الأمر التزاماً ذاتياً من المسؤولين ودراسة (Martin, 2013^٦) التي كشفت عن أهمية التفاعل بين الدولة والمواطنين لتطبيق

آليات الشفافية والمساءلة لاسيما حق المواطنين في الحصول على البيانات والمعلومات والتركيز على أساليب مكافحة الفساد.

فيما سعت بعض الدراسات للكشف عن مدى ممارسة أو غياب المساءلة الاجتماعية بالمنظمات المختلفة؛ حيث كشفت نتائج عدد من الدراسات غياب تطبيق مفهوم المساءلة الاجتماعية في الجمعيات الأهلية كما في دراسة (هناء محمد أحمد، ٢٠١٠^٧) وفي المنظمات غير الحكومية عموماً كما في (عاطف محمود عبدالعال، ٢٠١٠^٨)، فضلاً عن دراسة (عبير حكمت، ٢٠١٦^٩) التي أوضحت غياب الرقابة على الأداء الحكومي الفلسطيني في ظل غياب المجلس التشريعي.

وركز بعض آخر من الدراسات على بيان آثار (فوائد) تطبيق المساءلة الاجتماعية على الأفراد والمنظمات وأداء الأعمال داخل المنظمات على اختلاف نشاطها مثل دراسة^{١٠} (Bell, L., Thomas, & Pizzolato, 2005) التي كشفت أن تطبيق المساءلة الاجتماعية في المؤسسات التعليمية في جنوب تكساس بالولايات المتحدة الأمريكية قد أسهم في شعور الطلاب ذوي الأصول المنحدرة من أصل مكسيكي بالرضا والعدالة، بينما حددت دراسة (أحمد مالكي، ٢٠٠٨^{١١}) آثار ضعف المساءلة على المواطن العربي في: صعوبة فهم ما يجري في مؤسسات دولته، فضلاً عن صعوبة الحوار الحر والمناقشة والتداول بطوعية لكل ما له صلة بالشأن العام. وبينت دراسة (أبو النجا محمد، ٢٠٠٩^{١٢}) أثر تطبيق المساءلة كاستراتيجية إدارية فاعلة في تحقيق الأداء المتوازن الرشيد في المنظمات، فيما حددت دراسة^{١٣} (Brinkerhoff & Wetterberg, 2012) أثر المساءلة الاجتماعية في تحسين الخدمات، ونوعية الحكم، وتمكين المهتمين عبر أربع مبادرات ممولة من وكالة الولايات المتحدة الأمريكية للتنمية الدولية (USAID) في (إندونيسيا، والفلبين، وغينيا، ورواندا)، وحددت دراسة (حنين نعمان الشريف، ٢٠١٣^{١٤}) في تطوير الأداء الوظيفي للعاملين الإداريين في وزارة التربية والتعليم في قطاع غزة، فضلاً عن دورها في تنمية الأجهزة الإدارية كما في دراسة (هناء عبدالقواب، ٢٠١٤^{١٥}). وبينت دراسة^{١٦} (Fiabane, Alves, & Brelàz, 2014) أن مبادرة Red Nossa Sao Paula - وهي مبادرة من قبل أعضاء المجتمع المدني بالبرازيل لتعزيز المساءلة- قد أسهمت في تطوير إطار المساءلة الاجتماعية من خلال قيامها بفتح قنوات اتصال مع المواطنين، وتعزيز دور رجال الأعمال في المساءلة الاجتماعية.

واهتم بعض الدراسات ببيان دور المساءلة في الحد من تنامي ظاهرة الفساد داخل المنظمات وعلى الدول بشكل عام مثل دراسة (غادة عبداللطيف، ٢٠١٢^{١٧}) بجمهورية مصر العربية، وفي الهند كما في دراسة (شدوى عصمت، ٢٠١٥^{١٨})، ودراسة (زينب عباس زعزوع، ٢٠١٤^{١٩}) في الإمارات العربية المتحدة.

دراسات المحور الثاني: تنوعت الدراسات التي اهتمت بالمساءلة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، إلا أن جُل الدراسات كانت أجنبية، ويمكن عرضها على النحو التالي:

ركزت بعض الدراسات على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل المسؤولين الحكوميين مثل دراسة (Sobaci & Karkin, 2013)^{٢٠} التي أوضحت استخدام رؤساء البلديات في كوريا لموقع تويتر بهدف التواصل مع المواطنين وتبادل المعلومات، أما دراسة (Meijer & Torenvlied, 2016)^{٢١} فقد أوضحت اهتمام ضباط الشرطة الهولندية باستخدام تويتر في الاتصال الخارجي أكثر من الاتصال المرتبط بالعمل، حيث يُظهر أقلية منهم أسماؤهم الشخصية عبر الموقع. وبينت دراسة (Eom Seok, Hwang, & Kim Jun, 2018)^{٢٢} استخدام تويتر في التواصل بين عمدة سول في كوريا والمواطنين؛ حيث تلقى عمدة سول العديد من التغريدات الإيجابية والسلبية على أدائه الحكومي، وقد أسهم تواصله مع المواطنين في سرعة الاستجابة وحل المشكلات.

فيما اهتم بعض آخر ببيان أثر استخدام المسؤولين للشبكات كما في دراسة (Suk Kyoung, Min Jae & Jeung, 2015)^{٢٣} التي أوضحت أنه كلما زاد رضا المواطنين عن استخدام الحكومة لوسائل الإعلام في كوريا زادت الثقة في الحكومة لديهم. ودراسة (Park, Kang, Rho, & Lee, 2016)^{٢٤} التي أوضحت أن تغريدات المسؤولين عبر الشبكات الاجتماعية في كوريا أسهمت في زيادة إدراك المواطنين لمصداقية الحكومة، ودراسة (مونيكا ميشيل، ٢٠١٧)^{٢٥} التي أوضحت سيادة الاتجاه السلبي من قبل الشباب نحو المسؤولين الحكوميين على صفحات التواصل الاجتماعي، وبينت دراسة (ياسمين محمد، ٢٠١٨) أن كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أسهم في التقييم السلبي لأداء الحكومة المصرية^{٢٦}، وكشفت دراسة (Baozhou & Weiguo, 2019)^{٢٧} أن استخدام الحكومة الصينية للمدونات عمل على تحسين انطباعات وتصورات المواطنين تجاهها، وإن لم يتحقق الناتج النهائي لها وهو تدعيم الثقة وتعزيز المساءلة.

بيد أن هناك بعضاً من الدراسات اهتم بالكشف عن نظرة المستخدمين للشبكات بوصفها منصة للمساءلة مثل دراسة (EdD Jeff, Scott, & Akers, 2009)^{٢٨} التي بينت أن طلاب كلية الصيدلة أجروا العديد من التعديلات والتغييرات في سلوكهم المتعلق بالنشر على موقع فيس بوك خوفاً من المساءلة، كما عارض الطلاب من الذكور استخدام الموقع للمساءلة من قبل السلطات السياسية، فيما كشفت نتائج دراسة (Treem, 2015)^{٢٩} قلة استخدام العاملين بشركات الخدمات العامة لشبكات التواصل بسبب قلقهم إزاء المساءلة التي تنشأها الوسائل الاجتماعية، وخلصت دراسة (Wn, yanfang, 2018)^{٣٠} إلى اعتقاد الصحفيين بخضوع وسائل الإعلام الاجتماعية للمساءلة، ولكنهم لا ينظرون لهذه المساءلة بوصفها تهديداً لهم ولمنظمتهم الإخبارية.

فيما ركز بعض الدراسات على فاعلية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بوصفها منصة للمساءلة الاجتماعية مثل دراسة (Bertot, Jaeger, & Grimes, 2012)^{٣١} التي أكدت أن وسائل التواصل الاجتماعي أسهمت في تعزيز الشفافية والحد من الفساد من خلال التفاعل والمشاركة الديمقراطية بين الحكومة وأفراد الجمهور العام، فيما كشفت نتائج دراسة (Papadopoulos, &

(Stamati Anagnostopoulos, 2015) أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في خمس مبادرات باليونان أتاح مزيداً من الشفافية والمساءلة بسبب: قدرتها على تحقيق التفاعل والتواصل Communicability and interactivity بين المواطنين والمسؤولين، فضلاً عن إبرازها وإيضاحها لرؤية Visibility المسؤولين، إلى جانب قدرتها على تحقيق القدرة التعاونية Collaborative ability، وإخفاء الهوية Anonymity. فيما أسهمت محادثات تويتر في نقل الرسائل من المستخدمين إلى السلطة كما في دراسة (Dean, Greg, Abu Rahaman, & Jeffery, 2019)، وإن كانت مشاركات وتغريدات الصحفيين ومنظمات المجتمع المدني تحصل على المزيد من الدعم والاستجابة من قبل المسؤولين عندها من قبل الجمهور العادي. فيما أوضحت نتائج التفاعلات بين المواطنين ووسائل الإعلام ومسؤولي الهجرة في فنلندا في دراسة (Ojala, Pantti, & Laaksonen 2019) أن الشبكات الاجتماعية جعلت المسؤولين مضطرين لتبرير تصرفاتهم للمواطنين، وعُدَّت الدراسة الجمهور من أهم العوامل المحركة والمؤثرة في مساءلة الوكالات الحكومية. أما دراسة (داليا مصطفى، ٢٠١٩) فقد أوضحت أن وسائل الإعلام الاجتماعية قد دعمت مفهوم المساءلة الاجتماعية في مصر؛ حيث أظهرت عينة الدراسة موافقة على إتاحة الشبكات الاجتماعية لشفافية المعلومات، والمشاركة، والاستجابة، والرد والرصد والتقييم.

بيد أن هناك بعض الدراسات حاولت تحديد العوامل التي تسهم في المساءلة الاجتماعية عبر الإنترنت في: نوع القيم السائدة وخصائص القائمين بالمساءلة في المجتمع كما في دراسة (Fukukawa, Shafer, & Lee Grace, 2007) التي أجريت على طلاب الماجستير تخصص إدارة أعمال، فيما حددت دراسة (Saxton, & Guo, 2011) العوامل في: الحوكمة والقدرة والاستراتيجية التنظيمية المتبعة، والبيئة المحيطة، فيما حددتها دراسة (Scott, & Orlikowski, 2012) في: حكمة الجماهير ومشاركتها وذكائها الاجتماعي، كما كشفت أن تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المساءلة بقطاع السفر أو ما يسمى Travel 2.0 يفوق التأثيرات الناتجة عن آليات المساءلة التقليدية، وحددتها دراسة (Craig, & Muhammad, 2014) في زيادة تغطية وسائل الإعلام ومشاركة المواطنين في المساءلة عبر الشبكات الاجتماعية، فيما حصرتها دراسة (Yasmin & Chaudhry, 2019) في السياق السياسي والاجتماعي والتنظيمي السائد بالمجتمع، حيث واجهت المنظمات غير الحكومية الإسلامية العديد من الضغوط والمشكلات في المملكة المتحدة بسبب التغطية السلبية من وسائل الإعلام والمخاوف المرتبطة بالإرهاب.

بعد عرضنا لدراسات امتدت لعقد ونصف العقد حول المساءلة الاجتماعية، يمكننا القول:

١. تنوعت التخصصات المهمة بدراسة المساءلة الاجتماعية بين علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، والعلوم السياسية، والإعلام، والصحة، والصحة النفسية، والتعليم.

٢. اهتمت الدراسات ببيان آليات ممارسة المساءلة الاجتماعية وأثرها على الأفراد، والمجتمع، والدول، فضلاً عن تأثيرها على الأداء التنظيمي والاتصال داخل المؤسسات، كما ركزت الدراسات على العوامل المختلفة المؤثرة في المساءلة الاجتماعية في القطاعات المختلفة سواءً كانت قطاعات حكومية أو غير حكومية (أهلية).

٣. ركزت الدراسات الأجنبية على نظرة المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي بوصفها منصة للمساءلة الاجتماعية والخصائص التي تميزها ومدى فاعليتها في المساءلة، والعوامل المؤثرة فيها، في حين اهتمت دراسة عربية واحدة بدور الشبكات الاجتماعية في دعم مفهوم المساءلة الاجتماعية من خلال إتاحتها للشفافية والمشاركة والرقابة.

٤. حددت الدراسة الأجنبية السابقة فاعلية المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في: الاستجابة لتحسين الخدمات من قبل المسؤولين، والحد من الفساد، وتمكين المهمشين من خلال إطلاق العديد من المبادرات التنموية والاجتماعية.

مشكلة الدراسة:

مكنت مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمين من المشاركة الحرة والتفاعل المتبادل مع المعلومات والأخبار فور حدوثها بسبل ووسائل عديدة، وحولت المتابعين من التلقي السلبي للمضامين إلى تحريرها وتداولها بكل سهولة وبساطة مع مستخدمين آخرين بعيداً عن تعقيدات وسائل الإعلام التقليدية وقيود السلطة ومؤسسات الهيمنة والسيطرة داخل الدولة. كما أنها أتاحت التواصل مع المسؤولين الحكوميين ومطالبتهم بتفسيرات لقراراتهم وأفعالهم، والتعبير عن الآمهم ومناقشة قضاياهم المهمة مع المسؤولين الحكوميين، فضلاً عن التأثير في جدول أعمال الحكومة، ومراقبة أدائها وخدماتها وتقييمها، حيث تمكّنت شبكات التواصل الاجتماعي من تشكيل مجموعات متجانسة ومتناسقة، وصنّع رأى عام، وإحداث حالة من النقاش والتفاعل الاجتماعي بين أفراد المجتمع سواءً بالسخرية أو الانتقاد الحاد، أو البحث عن حلول للأزمات المختلفة التي يعيشها أفراد المجتمع.

وبذلك غيرت مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات، وبدلت في المفاهيم المشتركة بين المواطنين والدولة بالتحديد - فلا تخفى العلاقة الأبدية بين المواطن وخاصة المصري ومؤسسات الدولة، وما يعترضها من طموحات وتوقعات، وربما عقبات ناتجة عن طبيعة أداء هذه المؤسسات، فمن منا لم يتعامل يوماً مع مؤسسة تعليمية أو قضائية أو خدمية بوجه عام- حيث تمكن المواطنون من ممارسة المساءلة في مواجهة كافة مستويات السلطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وممارسة الضغط لتحقيق الأهداف وتغيير السياسات والخطط من أجل تحقيق الإصلاح؛ حيث مكنت الشبكات المواطنين أفراداً وجماعات من مراقبة ومناقشة المسؤولين الحكوميين وممارسة الضغط عليهم لتغيير سياساتهم وأجندتهم وإيصال أصواتهم لأصحاب القرار من أجل تقويم السلطة الحاكمة، وتحقيق الديمقراطية التشاركية، كما أتاحت للأفراد مساحات للتواصل مع بعضهم بعضاً والتعبير عن آرائهم

وتشكيل قوة وضغط على صنّاع القرار الذين صاروا مهتمين بما يقال بوسائل الإعلام الاجتماعي وما يدور عليها من أحداث ومناقشات.

وتعتمد المساءلة الاجتماعية على افتراض أن المجال العام يعمل كمحكمة للرأي العام "The Court Of Opinion"؛ حيث يقوم العديد من الجهات الفاعلة بتقديم دعاوى علنية ضد مؤسسات حكومية قوية، من خلال قيام وكلاء المساءلة بتدقيق سلوك الموظفين العموميين، وإصدار أحكام تقييمية لهم والتعبير عن مصالحهم في محاولة للوصول إلى دعم أوسع. باستخدام آليات جديدة من المساءلة الاجتماعية أفرزتها المتغيرات التكنولوجية الجديدة "مواقع التواصل الاجتماعي" بدءاً من التفاعل والحوار المباشر وصولاً للتفاوض مع المسؤولين الحكوميين، وأصحاب الشركات، ومشاركة وتداول المواد المصورة المتعلقة بسوء الخدمات أو تدهورها، وتبني مبادرات فردية أو جماعية للمساءلة الاجتماعية، وتقديم بلاغات مكتوبة أو مصورة عبر صفحات المنظمات الحكومية والخاصة، وتفعيل هاشتاج أو المشاركة في ترند للتعبير عن التأييد أو الرفض لتوجه ما، أو مساءلة شخص ما، وتكوين ائتلافات إلكترونية وإنشاء صفحات أو مجموعات عبر الوسائط المختلفة للضغط على المسؤولين الحكوميين بهدف تحسين خدماتهم أو مساءلتهم حول نقشي الفساد، وصولاً إلى الحشد والاحتجاج والقيام بحركات اجتماعية من قبل المواطنين بهدف تحقيق مطالب عامة.

وقد عايشنا في الفترة الأخيرة العديد من الشواهد التي دعمت استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المساءلة الاجتماعية، ومنها: قيام رواد مواقع التواصل الاجتماعي بمساءلة وزيرة الصحة والمطالبة بإقالتها عبر هاشتاج #إفاله_وزيرة_الصحة_مصر، الذي تصدر موقع تويتر خلال الفترة من (٢٧ من يونيو حتى ٣٠ من يونيو ٢٠١٩م)، بسبب تصريحها الذي عدّه البعض إساءة للممرضات اللاتي يعانين من زيادة الوزن، فضلاً عن رفضها لزي "الحجاب الطويل" للعاملات بقطاع الصحة، كما قام أساتذة الجامعات المصرية وعدد من الباحثين بإطلاق حملة وهاشتاج عبر موقع فيس بوك تحت اسم "علماء مصر غاضبون، وتم تفعيل هاشتاج تحت الاسم نفسه، وذلك في (١ سبتمبر ٢٠١٩م) بهدف مطالبة المسؤولين بتحسين أحوالهم المعيشية وزيادة مرتباتهم بشكل يتناسب مع مكانتهم الاجتماعية ودورهم في خدمة المجتمع، وقد تزايد حجم التفاعل مع الحملة وتأييد العديد لرفض القوانين واللوائح الحالية التي تحكم أعضاء هيئة التدريس بمصر، كما تصدرت قضية راجح والبنا مواقع التواصل الاجتماعي، حيث دشّن رواد التواصل الاجتماعي (٩) هاشتاجات خلال الفترة من (١٠ حتى ٢٣ من أكتوبر) عام ٢٠١٩م تتضمن مطالبة ومساءلة المسؤولين بمحاكمة الجاني، وتمثلت في: "# راجح_قاتل"، "#إعدام_راجح"، "مصر_كلها_معاك_يا_بنا_راجح_قاتل"، "حق_محمود_لازم_يرجع"، فيما تداول المغردون مقطع فيديو يوضح اعتداء راجح على محمود البنا، ومطالبة المسؤولين باتخاذ الإجراءات، وقد سجل موقع تويتر الاستخدام الأعلى في هذا التفاعل، ثم موقعاً إنستجرام وفيس بوك.

ومن خلال الشواهد السابقة نلاحظ أن مواقع التواصل الاجتماعي أضحت منصة للمساءلة الاجتماعية عبر العديد من الآليات (الكتابة على الصفحات، إطلاق هاشتاغ، حملات إلكترونية، فضلاً عن الاحتجاج) التي نتج عنها ممارسة فعلية للمساءلة، ولما كانت الأدبيات والدراسات السابقة قد حددت فاعلية المساءلة الاجتماعية في: معرفة اتجاهات المواطنين، وتحسين استجابة الحكومة لاحتياجاتها وتفضيلاتها، وتعزيز النتائج الإيجابية للمسئوليات والمهام التي يتوجب على المسؤولين تنفيذها على أكمل وجه من خلال زيادة مشاركة المواطنين في السياسات العامة على نطاق واسع وفاءً بالعقد الاجتماعي بين المواطنين والدولة، فضلاً عن توفيرها وسيلة لتمكين الفقراء والمهمشين من النساء والأطفال من خلال التعبير عن احتياجاتهم وآمالهم، الأمر الذي يسهم في تقليل الفقر، وتمكينهم اجتماعياً واقتصادياً، كما تسهم المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الكشف عن قضايا الفساد من خلال سرعة الإبلاغ عنه وتصويره وحشد الرأي العام والمسؤولين لمواجهته^٤. وذلك بفضل إتاحة مواقع التواصل الاجتماعي لتداول المعلومات، وزيادة وعي ومعرفة المواطنين بما يحدث حولهم من أحداث، وتسهيل نشر وقائع الفساد وتداولها على كافة الأوساط دون قدرة البعض على التكتّم على الفساد ومنع نشره للرأي العام.

وعلى الرغم من آليات الممارسة المتنوعة للمساءلة الاجتماعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وفعاليتها إلا أننا لم نلاحظ من الدراسات العربية السابقة اهتماماً به، ومن هنا تتحدد المشكلة البحثية في: التعرف على فاعلية استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في المساءلة الاجتماعية في ثلاث قضايا رئيسية، هي: تحسين الخدمات، وكشف قضايا الفساد، وتمكين المهمشين في المجتمع.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من:

١. حداثة الفكرة: حيث تهتم الدراسة الراهنة بدراسة استخدام جديد من استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي؛ وهو من الاستخدامات المستحدثة بعيداً عن استخداماتها التقليدية المتمثلة في: الإخبار والتتقيف والتواصل والتسويق، والترفيه، الأمر الذي يمثل إثراءً للدراسات العربية من خلال الكشف عن فاعلية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المساءلة الاجتماعية.
٢. أهمية الموضوع: تتبع أهمية الموضوع من أهمية تطبيق المساءلة الاجتماعية ونواتجها على أرض الواقع، والمتمثلة في: تحسين الأداء الحكومي والخدمات، وتعزيز الثقة بين الحكومة والمواطنين، وتمكين الفئات المهمشة كالنساء والأطفال اجتماعياً واقتصادياً، والحد من الفساد، وزيادة كفاءة خطط التنمية.
٣. مجال التطبيق: أغلب الدراسات اهتمت بدراسة المساءلة الاجتماعية من حيث مفهومها وآليات ممارستها من خلال الطرق التقليدية، وهي: الزيارات الميدانية، وبطاقات المواطنين، فضلاً عن

تأثيرها على الأفراد أو المنظمات أو المجتمع ككل، فيما ندرت الدراسات العربية المهمة برصد فاعلية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المساءلة الاجتماعية وبالتحديد في مصر.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى:

١. الكشف عن آليات المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي .
٢. التحقق من فاعلية المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الخدمات .
٣. الكشف عن أثر المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في كشف قضايا الفساد.
٤. التحقق من فاعلية المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تمكين الفئات المهمشة في المجتمع.

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة الراهنة للإجابة عن مجموعة من التساؤلات، وهي:

١. ما مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة من قبل الباحثين في المساءلة الاجتماعية؟
٢. ما الآليات المستخدمة في المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
٣. ما القضايا التي يقوم الباحثون بمساءلة المسؤولين بخصوصها؟
٤. ما الشخصيات التي تمت مساءلتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الباحثين؟
٥. هل يستجيب المسؤولون للمساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الباحثين؟
٦. ما الذي يعيق المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

فروض الدراسة:

تسعى الدراسة الراهنة إلى اختبار مجموعة من الفروض، وهي:

- الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين درجة استخدام منصات التواصل الاجتماعي في المساءلة الاجتماعية، وتحسين الخدمات من وجهة نظر الباحثين.
- الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين درجة استخدام منصات التواصل الاجتماعي في المساءلة الاجتماعية، وكشف قضايا الفساد بالمجتمع المصري من وجهة نظر الباحثين.
- الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين درجة استخدام منصات التواصل الاجتماعي في المساءلة الاجتماعية وتمكين الفئات المهمشة بالمجتمع.
- الفرض الرابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين (عينة الدراسة) بحسب عدد مرات الشكوى في تقديرهم لمدى إسهام المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الخدمات المقدمة للمواطنين، وكشف قضايا الفساد بالمجتمع المصري، وتمكين الفئات المهمشة بالمجتمع.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين (عينة الدراسة) بحسب مدى تكرار الشكوى في تقديرهم لمدى إسهام المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الخدمات المقدمة للمواطنين وكشف قضايا الفساد بالمجتمع المصري، وتمكين الفئات المهمشة بالمجتمع.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين (عينة الدراسة) بحسب مدى الاستجابة للشكوى في تقديرهم لمدى إسهام المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الخدمات المقدمة للمواطنين وكشف قضايا الفساد بالمجتمع المصري، وتمكين الفئات المهمشة بالمجتمع.

مفاهيم الدراسة:

يستخدم مصطلح المساءلة في العلوم الاجتماعية للتعبير عن الكفاءة والقدرة على تقديم تحليل تبريري أو شرح لقضية ما، كما يتضمن المسؤولية قبل المجتمع أو من قبل المستهلكين للخدمات والإنتاج، أو المسؤولية قبل الجماعات الإشرافية مثل مجلس الإدارة^{٤٢}، ويعرفها ملجان Mulgan بأنها: "العملية التي من خلالها تقوم الهيئة ذات السلطة بسؤال الأشخاص عن أفعالهم، أو هي عملية تقديم التبريرات عن القيام بعمل معين، وتشمل شرحًا وتفسيرًا لما حدث، ولماذا حدث الفشل؟، وما يتوجب فعله لتصحيح هذا الموقف"^{٤٣}.

وتعد المساءلة علاقة بين فردين أو أكثر؛ أحدهما مسئولًا أمام الآخر عن تنفيذ بعض الواجبات التي وعد بها في السابق، وعلى الفاعل أن يسهل على أصحاب المصلحة مساءلته، ويمكن أن يكون أحد الممثلين أكثر مساءلة من آخر، إذ قدم مزيدًا من المعلومات حول أدائه، أو كان أكثر استجابة لتوقعات ومطالب أصحاب المصلحة^{٤٤}. وتنقسم المساءلة إلى المساءلة الرأسية؛ وتلزم المسؤولين الحكوميين بتقديم التقارير تقديمًا تنازليًا للعامة، والمساءلة الأفقية؛ تلزم المسؤولين الحكوميين بتقديم التقارير تقديمًا للمسؤولين الآخرين والوكالات داخل الدولة^{٤٥}. وبذلك يمكن النظر إلى تعريف المساءلة من زاويتين؛ هما: الأولى: السياق الشخصي Interpersonal Context ويركز على الأشخاص في دورين متميزين يُشار إلى أحدهما باسم الوكيل Agent؛ وهو الشخص الذي يخضع سلوكه للتقييم من قبل شخص آخر، والآخر يسمى الجمهور Audience؛ وهو شخص أو أشخاص لديهم فرصة وسبب لمراقبة الوكيل وتقييمه، والثانية: تتعلق بالأنشطة والسلوكيات التي يضطر الوكيل إلى الدفاع عنها أو تبريرها، أو الإجابة عنها، أو تقديم تفسير لها^{٤٦}.

أما المساءلة الاجتماعية فهي؛ تصف مجموعة من الإجراءات والأدوات التي تتجاوز التصويت والتي يمكن للمواطن استخدامها في محاسبة الدولة، وتمتد كذلك إلى المجتمع المدني والإعلام والجهات الفاعلة المجتمعية الأخرى التي تعزز أو تيسر هذه الجهود^{٤٧}. كما تعرف بأنها: شكل من أشكال المساءلة ينبثق عن أفعال المواطنين ومنظمات المجتمع المدني الرامية إلى مساءلة الدولة، وكذلك

الجهود المبذولة من الأطراف الفاعلة (وسائل الإعلام، والقطاع الخاص، والجهات المانحة) لمساندة هذه الأعمال^{٤٨}.

ويمكننا تعريف المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إجرائياً بأنها: مجموعة من الإجراءات والأدوات التي تتجاوز التصويت مثل: (الكتابة والتعليق وإنشاء صفحات، أو مجموعات أو المشاركة فيهما، أو تنظيم حملات إلكترونية أو هاشتاج لمساندة قضية ما أو رفض توجه ما، فضلاً عن الاحتجاج أو الحشد) والتي يمكن للمواطنين استخدامها في توصيل أصواتهم للمسؤولين ومحاسبتهم بهدف تصحيح سياساتهم، أو تحسين الخدمات المقدمة لهم، أو تمكين آخرين من الحصول على حقوقهم المشروعة.

الفاعلية، يمكننا تعريف الفاعلية إجرائياً بأنها؛ قدرة المبحوثين على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق الأهداف المرجوة من المساءلة الاجتماعية، والمتمثلة في: استجابة الحكومة لتحسين الخدمات، وكشف قضايا الفساد ومواجهة المتورطين فيه للحد منه، فضلاً عن تقديم كافة أنواع الدعم للمهمشين بهدف تمكينهم اقتصادياً واجتماعياً.

الإطار النظري:

تعتمد الدراسة الراهنة على نظرية المجال العام **public Sphere**؛ حيث كثرت الحوارات والمناقشات العلمية المبنية على النظرية التي صاغها الفيلسوف الألماني "هابرماس" عندما نشر كتابه "التحول البنائي للمجال العام" **"Structural Transformation Of The Public Sphere"** ويُعرف المجال العام في أبسط معانيه بأنه: "عالم الحياة الاجتماعية الذي يستطيع فيه المواطنون أن يتحدثوا في الشؤون العامة والاهتمامات المشتركة"، ويُعرف أيضاً بأنه: "المساحة التجريدية التي يتناقش من خلالها المواطنون والجماعات المجتمعية المتباينة، ويتجادلون حول مختلف القضايا والاهتمامات العامة، وهو ما يمكن وصفه بالمساحة التي تعمل فيها المؤسسات والقوى الاجتماعية والسياسية بين المصالح الخاصة ومناطق نفوذ السلطة الحاكمة في سياق الحياة اليومية في المجتمع، ومن ثم يحتوي المجال العام على عدد من الفاعلين المؤثرين، هم: قوى صناعات القرار السياسي، والجماعات والحركات الاجتماعية والسياسية المعارضة التي تطرح وجهات نظر مختلفة، وقوى وسائل الإعلام"^{٤٩}. فالمجال العام يمكن عدّه منتدى، حيث يشارك المواطنون من خلاله في التواصل والتفاعل والنقاش، ويشكلون الرأي العام دون سلطة رسمية من خلال بعدين رئيسيين هما: البعد "الأمبيريقى" **Empirical Definition**، ويقوم على أن المجال العام مؤسسة قائمة على التواصل التفاعلي المنطوق أو المكتوب، والثاني؛ البعد المعياري **Normative Definition** ويفترض أن المجال العام منتدى يتيح للمواطنين الذين لا يتمتعون بأي سلطة رسمية من أن يتلاقوا وأن يكونوا مستعدين لإجبار السلطات العامة أن تبرهن على مشروعية أعمالها أمام الرأي العام.

وقد استطاعت شبكات التواصل الاجتماعي أن توجد حالة من الجدل بين الجمهور والسلطة من خلال إتاحتها مساحة للجمهور للتأثير الكبير على القضايا العامة، والتأثير على النخبة الحاكمة، كما تقوم وسائل الإعلام كمجالات عامة بدور مزدوج، فهي تقوم بإتاحة الفرصة للأفراد للتعبير عن الرأي والحوار، لكنها أيضاً توفر منصة لنقل رأي السلطة وتوجهاتها للمواطنين^{٥٠}.

وقد حدد "هابرماس" أربعة فروض أساسية يجب توافرها للمجال العام، ومفادها أنه:

- يمكن لأي شخص أن يشترك في المناقشة.
- يمكن لأي شخص أن يقدم إشكالية لأي أمر، أو يطرح أسئلة عما يريد من معلومات.
- يمكن لأي شخص أن يعبر عن مواقفه ورغباته واحتياجاته.
- لا يمنع أي فرد بالقوة من ممارسة حقوقه المنصوص عليها سابقاً^{٥١}.

وتعمل مواقع التواصل الاجتماعي على تحقيق الوظائف التالية: وظيفة الشفافية؛ وتعني أن يُعطى وضوح الرؤية والصوت لجميع أفراد المجتمع والفئات الاجتماعية للتعبير عن آرائهم وإضفاء الشرعية بالمؤسسات والقرارات السياسية، ووظيفة سرعة الاستجابة لوضعي السياسات؛ حيث يمكن أن يستجيب لأفراد المواطنين، ووظيفة التشاركية؛ وهي المساحة التي تشجع جميع الأطراف على الانخراط في النقاش العام^{٥٢}.

وتستفيد الدراسة الراهنة من نظرية المجال العام في بيان مقدرة النقاشات المثارة عبر مواقع التواصل الاجتماعي -التي قد تبدأ من النقاشات بين مجموعة صغيرة من الأفراد إلى النقاش الجماعي الذي يتبلور لحملة إلكترونية أو هاشتاج، ويتحول إلى ترند على المستوى المحلي أو العالمي- على تحقيق الهدف المرجو منه، والمتمثل في: سرعة استجابة المسؤولين وتلبية الرغبات وتحسين الخدمات لأصحاب المسألة، فضلاً عن الحد من قضايا الفساد بكشفها، واتخاذ الإجراءات حيال المتسببين فيها، وتمكين المهتمين الذين لا يملكون أي سلطة رسمية لإجبار المسؤولين على تحسين أوضاعهم الاجتماعية والاقتصادية.

منهجية الدراسة:

نوع الدراسة: تُعد هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تستهدف وصف وتحليل العلاقات بين المتغيرات المختلفة للظاهرة محل الدراسة من خلال الكشف عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في ممارسة المسألة الاجتماعية، فضلاً عن التحقق من فاعلية الاستخدام في ثلاثة مجالات رئيسية، وهي: تحسين الخدمات، وكشف قضايا الفساد ومواجهته، وتمكين المهتمين في المجتمع.

منهج الدراسة: تم الاعتماد على منهج المسح بالعينة بمستوييه الوصفي، الذي يهتم بوصف وتصوير وتوثيق الوقائع والحقائق الجارية، ثم التحليلي لجمع البيانات عن الظاهرة التي يتم دراستها لمعرفة العلاقة بين متغيراتها.

مجتمع الدراسة الميدانية وعينتها:

يتكون مجتمع الدراسة من الجمهور المصري الممارس للمساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ونظراً لصعوبة تحديد هذا المجتمع تحديداً دقيقاً فقد تم إجراء الدراسة على عينة عمدية قوامها (٢٠٠) مفردة من الجمهور المصري الممارس للمساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والذي يزيد عمره على (١٨ عاماً فأكثر)، استناداً إلى الدراسات السابقة التي اعتمدت على عينات عمدية مماثلة، وسعيًا من الباحثة للوصول للعينة المحددة تم وضع الاستبيان إلكترونياً على <https://drive.google.com>، حيث قامت الباحثة بنشر رابط الاستبيان^{٥٣} على مجموعة من الصفحات المهمة بالمساءلة الاجتماعية عبر موقعي فيس بوك وتويتر، وتمثلت الصفحات والمجموعة على موقع فيس بوك في:

(علماء مصر غاضبون)^{٥٤} وهي مجموعة عامة تهدف إلى مساءلة المسؤولين ومطالبتهم بتحسين الأحوال المعيشية والاقتصادية لأعضاء هيئات التدريس بالجامعات المصرية، وقد تم إنشاء المجموعة بعد قيام المسؤولين بتشفير الصفحة الرسمية للحملة على الموقع. وقد بلغ عدد أعضائها وقت إجراء الدراسة (25. 356) عضواً، ومجموعة (ائتلاف سكان دار مصر "مدينة الشروق")^{٥٥} وهي مغلقة، وتهدف إلى تسهيل التواصل مع سكان مشروع دار مصر في منطقة الشروق، ومساءلة المسؤولين حول مستوى المشروع ومدى مطابقته للمواصفات المحددة من قبل جهاز المجتمعات العمرانية الجديدة، ويضم الجروب (19.878) عضواً، وصفحة (القاهرة الجديدة ضد الفساد)^{٥٦}، وتهدف إلى محاربة الفساد وتصويره تحديداً في القاهرة الجديدة، وينتمي للصفحة (٢٤) ألف متابع، كما تم نشرها على الحساب الشخصي للباحثة بموقع تويتر، وتم اختيار هذه الصفحات بالتحديد لكون الباحثة عضواً بهذه الصفحات والمجموعات، فضلاً عن معرفة الأعضاء بها حيث إنها من سكان مشروع دار مصر بمدينة الشروق، وعضواً من أعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية، الأمر الذي شجع المبحوثين على الاستجابة والإجابة عن الاستبيان الإلكتروني. وقد تمثلت خصائص عينة الدراسة الميدانية في التالي:

جدول (١)

خصائص عينة الدراسة (ن=٢٠٠)

خصائص عينة الدراسة		ك	%
النوع	ذكر	١٠٠	٥٠%
	أنثى	١٠٠	٥٠%
السن	أقل من ٢٠ عاماً	٣٠	١٥%
	من ٢٠ إلى أقل من ٣٥ عاماً	١٢٨	٦٤%
	من ٣٥ إلى أقل من ٥٠ عاماً	٢٨	١٤%
	٥٠ عاماً فأكثر	١٤	٧%
التعليم	أقل من متوسط	٢	١%
	متوسط	٢١	١٠.٥%
	جامعي	١٢٤	٦٢%
	فوق جامعي	٥٣	٢٦.٥%

يتضح لنا من الجدول السابق توزيع عينة الدراسة حسب خصائصها: من حيث النوع: تم تقسيم عينة الدراسة بالتساوي حسب النوع، فجاءت بنسبة (٥٠%) لكل من الذكور والإناث.

من حيث العمر: جاءت أغلب مفردات العينة في الفترة العمرية من (٢٠ - ٣٥ عاماً) وذلك بنسبة (٦٤%) من مفردات العينة، وهي فئة الشباب الأكثر حماساً، والأكثر رغبة في تغيير المجتمع للأفضل من خلال قيامها بالمساءلة الاجتماعية، كما أنها الفئة الأكثر استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي، حيث بلغت نسبة المستخدمين - حسب النشرة الإحصائية الشهرية الصادرة عن المركز الإحصائي للتعبئة العامة والإحصاء في أكتوبر من ٢٠١٩م؛ نحو (٣٦.٥) مليون مستخدم للإنترنت، وأغلبهم من الشباب تحت سن ٣٠ عاماً^٧، فيما قلت نسبة من يسألون المسئولين في الفئة العمرية (٥٠ فأكثر) لتصل إلى (٧%) من مفردات الدراسة.

من حيث المستوى التعليمي: جاءت معظم مفردات الدراسة ممن تلقوا تعليماً جامعياً بنسبة (٦٢%)؛ حيث قد يؤدي التعليم دوراً في رفع وعي المواطنين بحقوقهم، كما جاء (٢٦.٥%) من مفردات العينة ممن تلقوا تعليماً فوق الجامعي، حيث نُشر الاستبيان على صفحة (علماء مصر غاضبون) والمعبره عن أحوال أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة بمصر.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الباحثة في جمع البيانات على:

الاستبيان الإلكتروني: حيث تم تصميم الاستبيان وتطبيقه على عينة عمدية قوامها (٢٠٠) مفردة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في المساءلة الاجتماعية؛ حيث تم نشر الصحيفة إلكترونياً على موقعي فيس بوك وتويتر. وتم تصميم صحيفة الاستبيان من (٣) أبعاد لقياس فاعلية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المساءلة الاجتماعية بعد الاطلاع على الدراسات العلمية المعنية بالموضوع، ويتكون كل بُعد من (٨ عبارات).

وتم تحديد درجة لإجابة المبحوث طبقاً لاختياراته على النحو التالي:

- العبارة التي تتم الإجابة عنها بـ (موافق) تأخذ ثلاث درجات.
- العبارة التي تتم الإجابة عنها بـ (إلى حد ما) تأخذ درجتين.
- العبارة التي تتم الإجابة عنها بـ (معارض) تأخذ درجة واحدة. والعكس بالنسبة للعبارات المنفية.

المقابلات عبر الإنترنت: وهي مقابلات تمت عبر "ماسينجر" على موقع فيس بوك، حيث تم إرسال الأسئلة إلى المسئولين عن إدارة صفحات المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي - سابقة الذكر - بعد موافقتهم، وترك لهم الحرية للاسترسال في عرض خبراتهم وآرائهم ووجهات نظرهم عبر كتابتها أو تسجيلها صوتياً، وقد استفادت منها الباحثة في الحصول على معلومات عن استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وفعاليتها في المساءلة الاجتماعية.

المدى الزمني للدراسة:

تم تطبيق الدراسة الميدانية في الفترة من سبتمبر حتى نوفمبر من عام ٢٠١٩.

اختبار الصدق والثبات:

لاختبار الصدق قامت الباحثة بعرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين* من أساتذة الإعلام بعدد من الجامعات المصرية والعربية لمعرفة ما إذا كانت الاستمارة تقيس ما وضعت لقياسه، وقامت الباحثة بإجراء التعديلات التي اقترحتها المحكمون، وقد وصلت نسبة الاتفاق بين هؤلاء المحكمين على مستوى جميع الفئات (٩٧%).

الثبات؛ ويقصد به التوصل إلى النتائج نفسها لتطبيق صحيفة الاستقصاء في وقت لاحق لتطبيقها الأول، وللتأكد من ثبات البيانات استخدمت الباحثة أسلوب إعادة الاختبار على عينة قدرها (١٠%) من عينة الدراسة بواقع (٢٠ مفردة) بعد أسبوعين من التطبيق الأول، وتم تطبيق الارتباط وكانت قيمته (٠.٨) وهي نسبة مرتفعة، كما قامت الباحثة بحساب الاتساق الداخلي: حيث قامت بحساب الاتساق الداخلي لمجموعة من البنود من خلال جمع الاتساقات الفردية لكل البنود للخروج بدرجة كلية للمقياس، وبلغت قيمة معامل ألفا (73.) وهي نسبة متوسطة.

نتائج الدراسة:

أولاً: النتائج المتعلقة بتساؤلات الدراسة.

١. معدل استخدام عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي في المساءلة الاجتماعية

جدول (٢)

أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في المساءلة الاجتماعية

أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في المساءلة الاجتماعية	ك	%
دائماً	٢٩	١٤.٥%
أحياناً	١٠٧	٥٣.٥%
نادراً	٦٤	٣٢%
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠%

أوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن نصف مفردات العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي (أحياناً) في المساءلة الاجتماعية وذلك بنسبة (٥٣.٣%) من عينة الدراسة الميدانية، ويمكن

*فيما يلي أسماء السادة المحكمين حسب درجة الأقدمية:

١. أ.د/ محمد معوض، أستاذ الإعلام، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
٢. أ.د/ جمال النجار، أستاذ الإعلام، كلية البنات الإسلامية، جامعة الأزهر.
٣. أ.د/ وائل إسماعيل عبدالباري، أستاذ الإعلام، كلية البنات، جامعة عين شمس.
٤. أ.م.د/ فوزي عبدالرحمن، أستاذ علم الاجتماع المساعد، كلية البنات، جامعة عين شمس.
٥. أ.م. د/ رقية بوسنان، أستاذ الإعلام المساعد، جامعة الأمير عبدالقادر للعلوم الإنسانية، قسنطينة، الجزائر.
٦. أ.م.د/ علاء عبدالمجيد الشامي أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد، كلية البنات، جامعة عين شمس.
٧. أ.م.د/ فودة علي، أستاذ الصحافة والإعلام المساعد، كلية الدراسات الإسلامية والعربية، جامعة الأزهر.
٨. د/ رمضان إبراهيم مدرس ورئيس قسم العلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.
٩. د/ شريهان محمد توفيق، مدرس الإعلام، كلية الآداب، جامعة أسيوط.
١٠. د/ محمود زكي، خبير إحصائي.

تفسير ذلك في ضوء وعي بعض المواطنين ولا سيما في دول العالم الثالث بحقوقهم ومطالبتهم بالخدمات الخاصة بهم بوصفها حقوقاً وليس امتيازات، فضلاً عن تبني الدولة والمؤسسات المختلفة لمفاهيم المساواة الاجتماعية الذي من شأنه أن يدل على مصداقية المؤسسة بالنسبة للمجتمع، وتوفيرها للإطار الناظم الذي يُمكن المؤسسة من تحديد أولوياتها وخططها الاستراتيجية ومعايير قياس الأداء الخاصة بها، فضلاً عما توفره الشبكات الاجتماعية من مساحات للمحادثة؛ وتعني قدرة المستخدمين على التواصل مع بعضهم بعضاً؛ حيث يتم التواصل بهدف إبراز الرؤى والكشف عن الهوية وتأكيد التفاعل، كما تتيح الشبكات للحكومات الحضور عبر شبكاتها، والاستجابة لمطالب المواطنين، وبناء وتطوير الثقة بينها وبين المواطنين وصيانة السمعة وتعزيزها، فيما أكد (٣٢%) من مفردات الدراسة الميدانية على قيامهم بالمساواة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل (نادر)، ويمكن تفسير ذلك في ضوء: عوائق المساواة الاجتماعية عبر الشبكات الاجتماعية التي حددتها الدراسات السابقة في: الخوف من توجيه اللوم والانتقاد والملاحقات الأمنية، فضلاً عن عدم استجابة الحكومة للمطالب المقدمة وعدم جدوى المساواة الاجتماعية.

٢. معدل استخدام موقعي فيس بوك وتويتر في المساواة الاجتماعية

جدول (٣)

درجة استخدام منصات التواصل الاجتماعي في المساواة الاجتماعية

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	درجة الاستخدام						
		٥	٤	٣	٢	١	ك	المصات
%٧٠.٢	٣.٥١	٦٣	٢٧	٦٢	٤٥	٣	ك	فيسبوك
		%٣١.٥	%١٣.٥	%٣١	%٢٢.٥	%١.٥	%	
%٤٤.١	٢.٢١	٨	٩	٤٧	٨٨	٤٨	ك	تويتر
		%٤	%٤.٥	%٢٣.٥	%٤٤	%٢٤	%	

أوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن معدل استخدام موقع فيس بوك في المساواة الاجتماعية أعلى من موقع تويتر، وذلك بوزن نسبي (%٧٠.٢) مقابل (%٤٤.١)، حيث أقل (%٣١.٥) من مفردات الدراسة على استخدام موقع "فيس بوك" كأعلى درجة استخدام مقارنة (%٤) من عينة الدراسة الميدانية لموقع تويتر، ويمكن تفسير ذلك في ضوء الحرية التي يتيحها موقع الفيس بوك، حيث لا يشترط عدد معين من الكلمات للمساواة الاجتماعية مثل موقع تويتر، كما أن المنظمات الحكومية المصرية والخاصة تُعد أكثر نشاطاً ووجوداً على موقع فيس بوك مقارنة بتويتر. كما أضحى موقع فيس بوك هوية رقمية؛ حيث إن الدخول لمواقع وتطبيقات أخرى على الإنترنت يتم عبر استخدام اسم المستخدم، وكلمة السر الخاصة بموقع الفيس بوك. فيما زادت نسبة من يستخدمون موقع تويتر في الدرجة الثانية، حيث بلغت (%٤٤) من عينة الدراسة الميدانية بينما زادت نسبة "أقل درجة استخدام" على موقع تويتر في المساواة الاجتماعية بنسبة (%٢٤) من عينة الدراسة الميدانية مقارنة (%١.٥) لموقع فيس بوك، وهي نسبة ضئيلة جداً، ويعكس هذا اهتمام الباحثين بتقديم شكاوهم ومساغلتهم عبر

موقع الفيس بوك، والذي يتيح لهم إمكانية تفعيل هاشتاج، أو إنشاء صفحات ومجموعات للمطالبة بحقوق معينة من متخذي القرار، كما يتصدر موقع فيس بوك سائر المواقع الاجتماعية في الاستخدام بمصر على عكس الدول مثل المملكة العربية السعودية التي يتصدر فيها موقع تويتر.

٣. أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المساءلة الاجتماعية^(٥):

جدول (٤)

أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المساءلة الاجتماعية

أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المساءلة الاجتماعية	ك	%
تتميز المواقع بقدرتها على حشد آخرين مهتمين بنفس القضية	١٠٤	٥٢%
أتاحت لي المواقع إيضاح المشكلة من خلال (الفيديو والصور)	٩٨	٤٩%
أتاحت المواقع تصوير جوانب الفساد والتجاوزات ونشرها للرأي العام	٩٣	٤٦.٥%
مكنتني المواقع من التعبير عن وجهة نظري حيال القضايا المختلفة	٩٢	٤٦%
ساعدتني المواقع على التعبير عن وجهة نظري بحرية	٩٠	٤٥%
مكنتني المواقع من الوصول لصفحات المسؤولين الحكوميين، الذين كان يصعب الوصول إليهم في الواقع	٥٤	٢٧%
تتيح لي المواقع الضغط على المسؤولين والتجاوب مع مشاكلي	٤١	٢٠.٥%
أتاحت لي المواقع إخفاء الهوية ومساءلة من أهابهم في المواقع	٣٦	١٨%
أضحت المواقع مصدرًا للمساءلة أكثر منه للتغيير	٣٦	١٨%
تجعلني المواقع أكثر خوفًا من معارضة النظام.	٣٥	١٧.٥%
أتاحت لي المواقع مساحة للتفاعل مع المسؤولين الحكوميين	٣٤	١٧%

كشفت نتائج الدراسة الميدانية تعدد أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المساءلة الاجتماعية؛ وجاء في صدارة هذه الأسباب "تتميز المواقع بقدرتها على حشد آخرين مهتمين بنفس القضية"؛ وذلك بنسبة (٥٢%)؛ حيث استطاعت الشبكات الاجتماعية أن تزيد من مهارات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت، وتُعزز وجود قطاع عريض من الناس في محادثات وتجمعات إلكترونية بين متصفح الشبكة العنكبوتية، كما أسهمت في تفعيل المشاركة لتحقيق رغبات كل فئة مشتركة في الاهتمامات والأنشطة نفسها، وكان لها دورها في التجييش والتفاعل والتأثير كما كان في الاحتجاجات المصرية التي بدأت إلكترونية ثم أصبحت ثورة شبابية على أرض الواقع. فضلاً عن "إتاحتها عرض المشكلة بالفيديو والصور" وذلك بنسبة (٤٩%)؛ حيث تنتم مواقع التواصل الاجتماعي بالثراء من حيث قدرتها على التواصل اللفظي والبصري بين مختلف المستخدمين، الأمر الذي يسهم في إيصال المشكلة عبر آلية المشاركة التي تتيح وصولها لأكثر عدد من المسؤولين المختصين بها. إلى جانب الإمكانيات التي تتيحها الشبكة كالحفظ، والاسترجاع للنصوص والصور ومقاطع الفيديو، والرموز والأشكال، إضافة للخدمات المتعددة التي تقدمها الشبكة وقدرتها على حفظ الخصوصية ودرجة الأمان لمفردات العينة.

• أتيح للمبحوث اختيار أكثر من إجابة.

كما أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدمين تصوير جوانب الفساد والتجاوزات ونشرها للرأي العام، ومكنت المستخدمين من التعبير عن وجهة نظرهم حيال القضايا المختلفة وذلك بنسبة (٤٦.٥%) و(٤٦%) على الترتيب؛ حيث أسهمت شبكات التواصل الاجتماعي في مكافحة الفساد من خلال إتاحتها الحرية لتداول المعلومات الذي أسهم في زيادة معرفة المواطنين ووعيهم بما يحدث حولهم من أحداث، كما أسهمت في نشر وقائع الفساد وتداولها على كافة المستويات دون قدرة الحكومة على التكتّم ومنع نشر ما يُحاكّ ضدها من اتهامات بالفساد، كما أتاحت خدمة البث المباشر مجاناً تصوير الفساد والتجاوزات ونشرها على الرأي العام؛ وهي ثورة رقمية غير مسبوقّة. وانطلق العديد من المبادرات والحملات عبر مواقع التواصل الاجتماعي بهدف رصد الفساد ومكافحته بالمجتمع، وإن كان يتم تشفيرها بعد فترة مثل ^{٥٨} The Power of Social Media، و ^{٥٩} امسك مرثشي.

وتتفق بذلك مع نتائج دراسة (Bertot, Jaeger, & Grimes, 2012) التي أكدت أن وسائل التواصل الاجتماعي أسهمت في تعزيز الشفافية والحد من الفساد. فيما انخفضت نسبة من يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي أضحت مصدرًا للمساءلة الاجتماعية، وأتاحت المواقع مساحة للتفاعل مع المسؤولين الحكوميين وذلك بنسبة (١٧.٥%) و(١٧%) على الترتيب؛ فعلى الرغم من كون الشبكات الاجتماعية أضحت مصدرًا للتهديد والمساءلة في عدد من دول العالم خاصة بعد تغيير القوانين إلا أن تفعيل تلك القوانين بالمجتمع المصري تم على الأفراد دون المسؤولين، ويدعم ذلك تعبير المسئول عن إدارة صفحة (ائتلاف سكان مصر "مدينة الشروق")، حيث يقول: "محاسبة المسؤولين بتحصيل بشكل بسيط لما يحصل مصيبه كبيرة وده لأننا في مصر، والمسئولين ببسألونا لكن احنا لا"، وتختلف بذلك نتائج الدراسة الحالية عن نتائج دراسة كل من (EdD Jeff, Scott, ٢٠٠٩) (Akers, 2009) و (Treem, 2015) (٢٠١٣)، (Wn yanfang, 2018)؛ حيث أوضحوا قلق العاملين بشركات الخدمات العامة والصحفيين من المساءلة التي تنشئها الوسائل الاجتماعية بالولايات المتحدة الأمريكية، كما تختلف عن نتائج الاستطلاع الميداني الصادرة عن مركز حملة- المركز العربي لتطوير الإعلام الاجتماعي- حول الأمان الرقمي والشباب الفلسطيني في مناطق الضفة الغربية وقطاع غزة وأراضي (٤٨)، حيث كشف عن تعرض (١٩%) من الشباب الفلسطيني لمساءلة أو تحقيق من قبل الاحتلال والسلطات الفلسطينية في الضفة وغزة نتيجة تعبيرهم عن آرائهم^{٦٤}. كما تختلف نتائج الدراسة الحالية عن نتائج عدد من الدراسات فيما يتعلق بإتاحتها مساحة للتفاعل مع المسؤولين الحكوميين مثل دراسة (Eom Seok, Hwang, & Kim Jun, 2018) و (Sobaci & Karkin, 2013) اللتين أوضحنا استخدام رؤساء البلديات في تركيا، وعمدة "سول" لموقع تويتر بهدف التواصل مع المواطنين وتبادل المعلومات، ولكنه يتفق مع نتائج الدراسة الكيفية حيث عبر المسئول عن صفحة القاهرة الجديدة ضد الفساد قائلاً: "عمرها ما كانت مساحة للتفاعل مع المسؤولين لأن المسئول ممكن مش بيستخدم السوشيال ميديا، وممكن تكون صفحته مش معروفة لينا".

٤. آليات المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي^(٥):

جدول (٥)

آليات (طرق) المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

آليات المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	ك	%
التعبير عن مشكلتي على صفحتي الشخصية	١٢٣	٦١.٥%
المشاركة في هاشتاج مؤيد أو رافض لقضية ما.	٧٥	٣٧.٥%
المشاركة في ترند مؤيد أو معارض لقضية ما	٧١	٣٥.٥%
التعليق على الأخبار المتعلقة بالمسؤولين في الصفحات الإخبارية	٦٥	٣٢.٥%
نشر فيديوهات متعلقة بالشكاوى.	٥٦	٢٨%
المشاركة في صفحات مهتمة بالشكاوى والمساءلة الاجتماعية	٥٣	٢٦.٥%
الدخول لصفحات المسؤولين الحكوميين والتعبير عن وجهة نظري	٥١	٢٥.٥%
المشاركة في الاحتجاج عبر مواقع التواصل الاجتماعي ضد قرار أو قانون ما.	٥١	٢٥.٥%
المشاركة في الحشد عبر مواقع التواصل الاجتماعي ضد قرار أو قضية ما	٤٣	٢١.٥%
المشاركة في مجموعات مغلقة متعلقة بالشكاوى والمشكلات	٣٩	١٩.٥%
إنشاء مجموعات لإيصال صوتنا للمسؤولين تجاه القضايا المختلفة	٣٧	١٨.٥%
المشاركة في مبادرات إلكترونية وانتلافات للمطالبة بحقوق ما.	٣٥	١٧.٥%
الكتابة على صفحتي الشخصية مع عمل منشئ للمسئول	٣١	١٥.٥%
التعليق على الأخبار المتعلقة بالمسؤولين في الصفحات الإخبارية	٣١	١٥.٥%
الاتصال المباشر بالمسؤولين عن طريق صفحات المنظمات الحكومية	٢٥	١٢.٥%
إنشاء صفحات لكسب التأييد حول قضية أو مشكلة ما	٢٢	١١%

تعددت آليات وأشكال المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وجاء في مقدمتها "التعبير عن مشكلتي على صفحتي الشخصية" وذلك بنسبة (٦١.٥%) وذلك لأن شبكات التواصل الاجتماعي أضحت في نظر الكثيرين منصة للتعبير ضمن فضاءها عما قد لا يرغب المستخدم في التعبير عنه خارج الإنترنت، حيث تتيح للمستخدمين الوصول إلى آخرين داعمين لهم في أفكارهم وآرائهم قد يصعب الوصول إليهم في محيطهم.

كما كشفت النتائج أن نحو (٣٧.٥%) و(٣٥.٥%) من مفردات العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في المشاركة في هاشتاج أو ترند مؤيد أو رافض لقضية ما، حيث يعكس الهاشتاج المنتشر في توقيت ما مدى اهتمام الرأي العام بهذه القضية وموقفهم حولها من التأييد أو الرفض، وقد ارتبط الهاشتاج ارتباطاً كبيراً بالتحويلات والأحداث المختلفة المهمة في المجتمع المصري، وربما لا ننسى ما عرف بحروب الهاشتاج خلال انتخابات الرئاسة المصرية عام ٢٠١٤؛ حيث قامت حملة الرئيس السيسي ليلة بدء الانتخابات بتدشين هاشتاج #تحيا مصر، فيما دشنت حملة حمدين صباحي هاشتاج #هنكمل الحلم^{٦٧} على شبكات التواصل الاجتماعي. كما انتشر في يوليو

* أُنشئ للمبحوث اختيار أكثر من إجابة.

٢٠١٩م الهاشاج التالي: #رجعوا_التكليف_لتربية، و#إقالة_وزيرة_الصحة_مصر، # و# مصر بتعطش#، والتي عكست بعض القضايا التي شغلت المجتمع المصري بتلك الفترة.

كما أوضحت نتائج الدراسة مشاركة المبحوثين في صفحات مهتمة بالشكاوى والمساءلة الاجتماعية بنسبة (٢٦.٥%)، ودخولهم لصفحات المسؤولين الحكوميين والتعبير عن وجهة نظرهم، فضلاً عن مشاركتهم في الاحتجاج عبر مواقع التواصل الاجتماعي ضد بعض القرارات والقوانين وذلك بنسبة (٢٥.٥%) لكل منهما، حيث أضحت منصات التواصل الاجتماعي منصة لتقديم الشكاوى ومساءلة المسؤولين الحكوميين، كما وفرت مواقع التواصل الاجتماعي للمواطنين مساحات لتنسيق الاحتجاج، فالإنترنت غير مفاهيم الناس من خلال حملات التوعية التي يقوم بها النشطاء المصريين، كما أدت مواقع التواصل الاجتماعي الدور الأكبر في تنظيم المظاهرات، ونقلت نبض الشارع بشكل آني، وأسهمت في تبادل المعلومات حول أماكن التجمعات، وقدمت النصائح حول تفادي الاعتقالات والقنابل المسيلة للدموع خلال ثورة ٢٠١١، وبعد ذلك أضحت الشبكات منصة للحشد ضد القرارات الحكومية. فيما انخفضت نسبة من يستخدمون آليات المساءلة الاجتماعية المتمثلة في الكتابة على الصفحة الشخصية مع عمل منشئ للمسئول، والاتصال المباشر بالمسؤولين عبر صفحات المنظمات الحكومية، وإنشاء صفحات لكسب التأييد حول قضية ما أو مشكلة ما وذلك بنسبة (١٥.٥%)، (١٢.٥%، ١١%) على الترتيب، ويمكن تفسير ذلك في ضوء الخوف من الملاحقات الأمنية؛ حيث يتم تشفير الصفحات الخاصة بالمساءلة، كما يتم مساءلة القائمين عليها، وآخرها كان في أثناء إجراء الدراسة الميدانية؛ حيث تم تشفير الصفحة الخاصة بـ"علماء مصر غاضبون"، كما يمكن تفسيرها في ضوء عدم تمييز الحسابات الرسمية للمسؤولين عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال توثيقها الأمر الذي يقلل من مساءلتهم مباشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويتم اللجوء إلى صفحة المنظمات الحكومية والوزارات بديلاً عنها.

٥. قضايا المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (٥):

جدول (٦)

قضايا المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

القضايا المساءلة الاجتماعية	ك	%
ارتفاع الأسعار	١٣٩	٦٩.٥%
التعليم.	١١٥	٥٧.٥%
تدني الخدمات والبنية التحتية (غاز- كهرباء- مرافق عامة)	٩٦	٤٨%
تدني الخدمات الصحية	٨٧	٤٣.٥%
انخفاض الدعم	٧٨	٣٩%
الأمن الداخلي ومحاربة الإرهاب	٦١	٣٠.٥%
أداء المسؤولين الحكوميين وتصريحاتهم	٦١	٣٠.٥%
انتهاك حقوق الإنسان في أقسام الشرطة	٤٩	٢٤.٥%
سياسات مصر الخارجية	٣٧	١٨.٥%
وضع السياحة في مصر	٣٣	١٦.٥%
المجال الرياضي وضعف أداء اللاعبين	٣٢	١٦%
إصدار قوانين وتشريعات جديدة	٢٦	١٣%
المبادرات الحكومية الاقتصادية	٢٠	١٠%
المبادرات الحكومية الصحية	١٩	٩.٥%
وقف تصدير بعض الزراعات وارتفاع التكلفة	١٧	٨.٥%
المشروعات التنموية	١٦	٨%

تنوعت القضايا الخاصة بالمساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وجاء في مقدمة هذه القضايا "ارتفاع الأسعار" بنسبة (٦٩.٥%) والتعليم بنسبة (٥٧.٥%) وتدني الخدمات والبنية التحتية بنسبة (٤٨%) من عينة الدراسة؛ حيث أضحت هذه القضايا الثلاث من أكثر القضايا تأثيراً على المواطن، فقد أثر ارتفاع الأسعار ورفع الدعم عن الكثير من المنتجات على كافة مناحي الحياة في المجتمع المصري، كما يحظى التعليم بالعديد من المشكلات، منها مشكلات خاصة بالبنية التعليمية، وثانية خاصة بالمعلم ومؤهلاته، وأخرى خاصة بالمناهج، وغيرها متعلق بالطالب ومدى استعداده للتعلم، كما كان لتدني الخدمات وسوء البنية التحتية النصيب الأكبر من مساءلة المسؤولين، ويمكن تفسيره في ضوء أنه الهدف الأسمى والأساسي للمساءلة الاجتماعية والذي يتلخص في سعي المواطنين لتحسين استجابة الحكومة لاحتياجاتهم، وإسهامهم في السياسة العامة، وعلى نطاق أوسع ووفاء الدولة بالعقد الاجتماعي بينها وبين المواطنين.

فيما تجلت قضايا المساءلة الاجتماعية التي شغلت المواطنين بشكل متوسط في الأمن الداخلي ومحاربة الإرهاب، وأداء بعض المسؤولين الحكوميين وتصريحاتهم وذلك بنسبة (٣٠.٥%) من عينة الدراسة الميدانية، حيث يُعد الإرهاب التهديد الرئيسي للأمن القومي في مصر بأبعاده المختلفة، كما احتلت مصر المرتبة الثالثة عشرة في مؤشر الإرهاب العالمي للدول الأكثر تأثراً بالإرهاب عام

• أُنيج للمبحوث اختيار أكثر من إجابة.

٦٨٢٠١٤، بينما قلت مساءلة المواطنين عبر منصات التواصل الاجتماعي في القضايا المتعلقة بالمبادرات الاقتصادية والصحية وذلك بنسبتي (١٠%، ٩.٥%) على الترتيب، حيث مكنت هذه المبادرات بعض فئات المجتمع المختلفة لاسيما الأكثر احتياجاً اقتصادياً واجتماعياً وصحياً كما في مبادرة رئيس الجمهورية ١٠٠ مليون صحة وغيرها الكثير.

٦. الشخصيات التي تمت مساءلتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي^(٧)

جدول (٧)

الشخصيات محل المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الشخصيات محل المساءلة	ك	%
الإعلاميون	١٠٧	٥٣.٥%
رئيس الجمهورية	٧٧	٣٨.٥%
الوزراء	٧٤	٣٧%
رؤساء الأحياء	٦٧	٣٣.٥%
المحافظون	٤٩	٢٤.٥%
الفنانون	٤٩	٢٤.٥%
الرياضيون	٤٧	٢٣.٥%
رجال الدين	٤٥	٢٢.٥%
رئيس الوزراء	٤٢	٢١%
الأطباء	٢٧	١٣.٥%
القضاة	٢٦	١٣%
المديرون	٢٥	١٢.٥%
رؤساء الأجهزة	٢٤	١٢%
رؤساء المجالس المحلية	٢٢	١١%
رؤساء النقابات	١٣	٦.٥%

تعددت الشخصيات التي تمت مساءلتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وجاء في مقدمتهم الإعلاميون ورئيس الجمهورية والوزراء بنسبة (٥٣.٥%) و(٣٨.٥%) و(٣٧%) على الترتيب، حيث أسهمت مبادرة "أسأل الرئيس" - التي أطلقها ضمن فعاليات المؤتمر الوطني الثامن للشباب- في استمرار التواصل والحوار بينه وبين أطراف الشعب المصري، كما أسهمت في تقليل الخوف من المسؤولين ومساءلتهم عن القضايا المختلفة التي تمس أمن الوطن والمواطن.

فيما جاءت مساءلة كل من الرياضيين ورجال الدين ورئيس الوزراء بنسبة (٢٣.٥% و ٢٢.٥%)، (٢١%) على الترتيب؛ حيث حظيت تصريحات بعض الرياضيين وأدائهم بمساءلة رواد شبكات التواصل الاجتماعي، كما ساءل المواطنون رجال الدين حول بعض الفتاوى المنشورة بالصفحات الإخبارية التي تهتم بقضايا هامشية لا تقدم نفعاً للأمة. فيما قلت نسبة مساءلة كل من رؤساء الأجهزة الحكومية ورؤساء المجالس المحلية ورؤساء النقابات لتصل إلى (١٢%، ١١%، ٦.٥%) على الترتيب. ومن الملاحظ أنه كلما زادت السلطة والصلاحيات الممنوحة للمسئول زادت مساءلة

* أتيح للمبحوث اختيار أكثر من إجابة.

المواطنين له، إلى جانب أنه كلما وُجد المسؤولون وتفاعلوا عبر شبكات التواصل الاجتماعي زاد تفاعل ومساءلة المواطنين له.

٧. عدد مرات المساءلة الاجتماعية لعينة الدراسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

جدول (٨)

عدد مرات تقديم الشكوى خلال الأشهر الثلاثة الماضية

عدد مرات تقديم الشكوى خلال الأشهر الثلاثة الماضية	ك	%
أقل من مرتين	٨١	٤٠.٥%
يصعب تحديد عدد المرات من كثرتها	٥٣	٢٦.٥%
من مرتين لأربع مرات	٤١	٢٠.٥%
من أربع مرات لست	١٥	٧.٥%
ست مرات فأكثر	١٠	٥%
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠%

كشفت نتائج الدراسة أن عدد مرات تقديم الشكوى من المواطنين عبر مواقع التواصل الاجتماعي كان (أقل من مرتين) وذلك بنسبة (٤٠.٥%)، فيما عبر (٢٦.٥%) من مفردات العينة عن صعوبة تحديد عدد مرات المساءلة من كثرتها، ويمكن تفسير ذلك في ضوء شيوع مفهوم المساءلة الاجتماعية من خلال تقديم الشكاوى والتعبير عن الآراء تجاه أداء المسؤولين؛ وتفعيل هاشتاغ معين للتعبير عن التأييد أو المعارضة لقضية ما، فضلاً عن السماح بإنشاء مجموعات وصفحات للمطالبة بحقوق أو خدمات معينة؛ حيث يقول أحد المسؤولين بصفحة ائتلاف سكان دار مصر الشروق: "في الوقت الحالي هي دي أفضل طريقة لتوصيل صوتنا للمسؤولين، والاستجابة بتكون بمقدار الضغط"، فيما انخفضت نسبة عدد مرات المساءلة لـ (ست فأكثر) لتصل إلى (٥%).

٨. مدى تكرار المساءلة الاجتماعية في الموضوع نفسه عبر مواقع التواصل الاجتماعي

جدول (٩)

مدى تكرار تقديم الشكوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي

مدى تكرار تقديم الشكوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي	ك	%
كانت كل شكوى أو نقد خاص بموضوع مختلف	١٢١	٦٠.٥%
كررت الشكوى من الموضوع نفسه	٧٩	٣٩.٥%
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠%

أوضحت نتائج الدراسة أن الشكاوى أو النقد المقدم للمسؤولين كان مرتبطاً بموضوع مختلف في كل مساءلة أو شكوى وذلك بنسبة (٦٠.٥%)، فيما تكررت الشكوى في الموضوع نفسه وذلك بنسبة (٣٩.٥%)، ويكشف ذلك أن متخذ القرار قد يستجيب بفاعلية لشكاوى المواطنين في موضوعات ما، فيما قد يلجأ المواطن لتكرار الشكاوى في موضوعات أخرى، كما قد يرتبط بمؤسسات ما؛ فقد تستجيب بعض المنظمات الحكومية للشكاوى بسرعة، فيما قد تحتاج بعض المنظمات لمزيد من الوقت

أو تكرار الشكاوى حتى تستجيب، فضلاً عن أن أغلب الشكاوى تكون فردية دون مطلب جماعي أو تكوين ائتلافات جماعية حولها.

٩. مدى الاستجابة للمساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وحول مدى الاستجابة للمساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي فقد كشف توزيع مفردات العينة أن (٨٠.٥%) منهم يرون أن المؤسسات لا تستجيب للشكاوى المقدمة عبر الشبكات الاجتماعية؛ وهي نسبة كبيرة وتتفق مع نتائج العديد من الدراسات التي تؤكد أن استياء المواطنين من المسؤولين يتعلق إلى حد كبير بقضايا عدم الاستجابة لاحتياجاتهم ومطالبهم، ومن هذه الدراسات دراسة مؤسسة "كيترينج" التي أظهرت أن الجماهير ترى نفسها عاجزة، لفقدانهم السيطرة على الأجندة السياسية، ولا يعتقدون أن الساسة والإداريين سوف يستمعون إلى ملاحظاتهم وآرائهم، والأكثر إزعاجاً أن بعض الساسة المعاصرين يشكون في مستوى الذكاء العام للجماهير المشاركة في الأنشطة الاجتماعية^{٦٩}، كما يمكن تفسيره في ضوء العوامل الرئيسية التي ينبغي توافرها لتحقيق المساءلة، وهي المعلومات، والصوت المسموع، والتفاوض؛ حيث تتم الاستجابة للمطالب في ضوء قدرة المواطنين على التنظيم والتعبئة وبناء الائتلافات والتحدث بصوت واحد مسموع، وهو ما قد ينجح فيه المواطنون عبر شبكات التواصل الاجتماعي في بعض القضايا وليس كلها، بيد أنه قد يقابل هذه النجاح بتضييق الحكومات من خلال غلق الحسابات أو الصفحات، أو إلقاء القبض على القائمين على الائتلافات، وهو ما يرتبط بقدرة الحكومات للخضوع للمساءلة من قبل الشعب وهو العامل الأهم في الاستجابة للمطالب، كما يدعم هذا نتائج المقابلات الكيفية، حيث يقول أحد المسؤولين عن صفحة ائتلاف سكان دار مصر الشروق: (يتم عرض المشاكل فقط دون اتخاذ خطوات فعلية من خلال الرد)، ويضيف مسئول صفحة (القاهرة الجديدة ضد الفساد) قائلاً: (الحكومة المصرية أذن من طين والأخرى من عجين). وتختلف بذلك نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة (Eom Seok, Hwang, & Kim Jun,^{٧٠} 2018) التي أوضحت استجابة رؤساء البلديات في Seoul "بكوريا" لشكاوى المواطنين عبر تويتر والمتعلقة بالضوضاء الناتجة عن البناء، كما يمكن تفسيره في ضوء اختلاف الثقافات ودرجة تفعيل القوانين الخاصة بالمساءلة الاجتماعية ما بين كوريا ومصر، فيما أكد (١٩.٥%) من مفردات العينة الاستجابة للمساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهي نسبة قليلة.

١٠. المدة الزمنية المحددة للاستجابة للمساءلة الاجتماعية من قبل مفردات الدراسة

جدول (١٠)

المدة الزمنية للاستجابة للمساءلة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المدة الزمنية للاستجابة للمساءلة	ك	%
في الأسبوع نفسه	١٤	٣٥.٩%
حسب الظروف	١٤	٣٥.٩%
من أسبوع إلى أسبوعين	٧	١٧.٩%
أكثر من شهر	٣	٧.٧%
من أسبوعين إلى أربع أسابيع	١	٢.٦%
الإجمالي	٣٩	١٠٠%

يتضح من الجدول (١٠) أن توزيع مفردات الدراسة طبقاً لمتغير المدة الزمنية للاستجابة للمساءلة الاجتماعية عبر وسائل التواصل الاجتماعي يشير إلى أن (٣٥.٩%) من مفردات العينة تم الاستجابة لمساءلتهم خلال أسبوع، فيما رأت النسبة نفسها أن الاستجابة للمساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي يتم حسب الظروف دون تحديد لمدى زمني معين.

١١. معوقات المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي^(٥)

جدول (١١)

معوقات المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

معوقات المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	ك	%
الحكومة لا تستجيب لمطالبنا وتتخذ ما تراه مناسباً	١١٠	٥٥%
لخوفي من الملاحقات الأمنية	١٠١	٥٠.٥%
لعدم جدواها على أرض الواقع	٩٠	٤٥%
الخوف من توجيه اللوم والنقد	٥١	٢٥.٥%

يتضح من الجدول السابق تنوع معوقات المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث يشير (٥٥%) من مفردات العينة إلى عدم جدوى المساءلة حيث "لا تستجيب الحكومة للمطالب وتتخذ ما تراه مناسباً من قرارات"، فيما عبر (٥٠.٥%) من المفردات عن خوفهم من الملاحقات الأمنية، ويدعم ذلك نتائج المقابلات المتعمقة حيث قال مسئول صفحة "ائتلاف دار مصر مدينة الشروق": (نحن نسأل الحكومة ثم تساءلنا هي وتخفينا). ويتفق هذا مع نتائج دراسة (داليا مصطفى ٢٠١٩م^(٦))، كما يتفق مع ما جاء في الدليل المرجعي للمساءلة الاجتماعية الذي أعده (البنك الدولي، ٢٠١٥م^(٧))، والذي حدد أهم مخاطر ومعوقات المساءلة الاجتماعية في: ما يتعرض له الأفراد بسبب التعبير عن الرأي؛ حيث إن المواطنين الذين يملكون الجرأة والإقدام في انتقاد أعمال الحكومة، والتشكيك في سلوك السلطات يتعرضون للعديد من المخاطر الشخصية. فيما يرى (٢٥.٥%) من مفردات العينة "عدم جدوى المساءلة الاجتماعية على أرض الواقع"، ويتسق ذلك مع نتائج الدراسة الحالية والمتعلقة بانخفاض نسبة الاستجابة للشكاوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

* أُنحى للمبحوث اختيار أكثر من إجابة.

١٢. فاعلية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الممارسة الاجتماعية على تحسين الخدمات من وجهة نظر المبحوثين.

جدول (١٢)

موقف المبحوثين من مجموعة العبارات التي تقيس إسهام المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الخدمات المقدمة للمواطنين (ن=٢٠٠)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	الموقف			العبارات
		معارض	محايد	موافق	
%٨٥	٢.٥٥	٢٥	٤٠	١٣٥	ك
		%١٢.٥	%٢٠	%٦٧.٥	%
%٨١.٨	٢.٤٦	٢٠	٦٩	١١١	ك
		%١٠	%٣٤.٥	%٥٥.٥	%
%٧٠	٢.١٠	٦٣	٥٤	٨٣	ك
		%٣١.٥	%٢٧	%٤١.٥	%
%٦٦.٨	٢.٠١	٥٢	٩٥	٥٣	ك
		%٢٦	%٤٧.٥	%٢٦.٥	%
%٦٥.٢	١.٩٦	٦٩	٧١	٦٠	ك
		%٣٤.٥	%٣٥.٥	%٣٠	%
%٦٠.٥	١.٨٢	٧٧	٨٣	٤٠	ك
		%٣٨.٥	%٤١.٥	%٢٠	%
%٥٨.٨	١.٧٧	٧٤	٩٩	٢٧	ك
		%٣٧	%٤٩.٥	%١٣.٥	%
%٥٨.٣	١.٧٥	٨٨	٧٤	٣٨	ك
		%٤٤	%٣٧	%١٩	%

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية موقفاً إيجابياً من مفردات الدراسة نحو كون "المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مصدر لمعرفة أوجه القصور في الخدمات" حيث بلغ الوزن النسبي (%٨٥)، حيث أسهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تصوير قصور الخدمات في أماكن مختلفة ونقلها بشتى الصور عبر وسائل التواصل الاجتماعي، بيد أن المسألة لا تتعلق بمعرفة أوجه القصور في الخدمات، ولكنها ترتبط باستجابة الحكومة للمتطلبات؛ وقد أظهرت نتائج الدراسة أن ارتفاع الوزن النسبي لعبارة "تستمع الحكومة للمساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ولكنها في النهاية تتخذ ما تراه مناسباً من قرارات". ليصل إلى (%٨١.٨) من مفردات العينة، ويعكس موقفاً سلبياً من عينة الدراسة نحو استجابة المسؤولين لتحسين الخدمات.

اتخذت مفردات العينة موقفاً متوسطاً تجاه العبارات التالية: "ساهمت المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم الخدمات وفق المواصفات المحددة، وساهمت المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل في تحسين الخدمات والسياسات، وأجبرت المساءلة الاجتماعية عبر مواقع

التواصل الاجتماعي المسؤولين على الاستجابة للمطالب"، حيث بلغ الوزن النسبي (٦٦.٨%)، (٦٥.٢%، ٦٠.٥%) على الترتيب. ويتفق ذلك مع توجه العديد من الصفحات على موقع الفيس بوك لمطالبة المسؤولين بتحسين جودة الخدمات المقدمة لهم، وكان من هذه الصفحات صفحة (ائتلاف سكان دار مصر "مدينة الشروق") ٧٣ والتي هدفت إلى تسهيل التواصل مع سكان مشروع دار مصر في منطقة الشروق، ومساءلة المسؤولين الحكوميين حول مستوى المشروع ومدى مطابقته للمواصفات المحددة. كما مكنت شبكات التواصل الاجتماعي المواطنين أفراداً وجماعات من مراقبة ومحاسبة المسؤولين وممارسة الضغط عليهم لتغيير سياساتهم وأجنداتهم وإيصال أصواتهم لصانعي القرارات من أجل تقويم السلطة الحاكمة وتحقيق الديمقراطية التشاركية ٧٤. بينما كشفت نتائج توزيع مفردات العينة عن شيوع موقف سلبي نحو عبارة "حسنت المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من العلاقة بين المواطنين ومنتخب القرار" حيث بلغ الوزن النسبي (٥٨.٣%).

١٣. فاعلية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المساءلة الاجتماعية على كشف قضايا الفساد من وجهة نظر المبحوثين.

جدول (١٣)

موقف المبحوثين من مجموعة العبارات التي تقيس إسهام المساءلة الاجتماعية في كشف قضايا الفساد بالمجتمع المصري (ن=٢٠٠)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض	محايد	موافق	الموقف	
					ك	%
٨٦.٥%	٢.٦٠	١٩	٤٣	١٣٨	ك	ساهمت المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في كشف الفساد الإداري في الجهاز الحكومي
		٩.٥%	٢١.٥%	٦٩%	%	
٧٩.٨%	٢.٤٠	٢٥	٧١	١٠٤	ك	برغم رصد التجاوزات والانحرافات ونشرها لم يتم اتخاذ إجراء ضدها
		١٢.٥%	٣٥.٥%	٥٢%	%	
٧٥.٢%	٢.٢٦	٤٤	٦١	٩٥	ك	كشفت المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي المتربحين من المال العام
		٢٢%	٣٠.٥%	٤٧.٥%	%	
٧٢.٥%	٢.١٨	٣٩	٨٧	٧٤	ك	عززت المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خوف المسؤولين من المساءلة
		١٩.٥%	٤٣.٥%	٣٧%	%	
٧١.٧%	٢.١٥	٤٤	٨٢	٧٤	ك	تسبب قيامي بتصوير التجاوزات والانحرافات ونشرها في اعتباري من اللجان الإلكترونية المعادية للنظام
		٢٢%	٤١%	٣٧%	%	
٦٩.٢%	٢.٠٨	٥٦	٧٣	٧١	ك	نظراً لدوري في رصد وكشف التجاوزات والانحرافات تم تشفير الصفحات التي أديرها/ أو أنتمي إليها
		٢٨%	٣٦.٥%	٣٥.٥%	%	
٦٤%	١.٩٢	٦٩	٧٨	٥٣	ك	ساعدت المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في معاونة الأجهزة الرقابية على القيام بواجبها على أكمل وجه
		٣٤.٥%	٣٩%	٢٦.٥%	%	
٦١.٨%	١.٨٦	٧٠	٨٩	٤١	ك	أجبرت المساءلة الاجتماعية المسؤولين على علاج الانحرافات والتجاوزات بالمؤسسات الإدارية
		٣٥%	٤٤.٥%	٢٠.٥%	%	

كشفت نتائج الدراسة أن مفردات العينة قد تبنت موقفاً إيجابياً من عدد من العبارات، وهي: "ساهمت المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في كشف الفساد الإداري في الجهاز الحكومي،

كشفت المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي المترجمين من المال العام" وذلك بوزن نسبي بلغ (٨٦.٥%، ٧٥.٢%) على الترتيب، حيث أوضحت شبكات التواصل الاجتماعي مصدرًا أساسيًا من مصادر الكشف عن قضايا الفساد والمشكلات الغائبة، والتعبير عن الآراء ووجهات النظر، حيث تزايدت مساحات النقاش والحوار بين فئات المجتمع ومواطنيه بعيدًا عن قيود السلطة ومؤسسات الهيمنة والسيطرة إلى ساحات الفضاء المعلوماتي، وعلى الرغم من أهمية دور مواقع التواصل الاجتماعي في كشف قضايا الفساد إلا أن الوزن النسبي لعبارة "برغم رصد التجاوزات والانحرافات ونشرها لم يتم اتخاذ إجراء ضدها" ارتفع ليصل إلى (٧٩.٨%)، ويعكس ذلك اتجاهًا سلبيًا يتسم بغياب الثقة من قبل مفردات العينة نحو المسؤولين.

فيما جاء الوزن النسبي لبعض العبارات متوسط مثل: تسبب قياسي بتصوير التجاوزات والانحرافات ونشرها في اعتياري من اللجان الإلكترونية المعادية للنظام، نظرًا لدوري في رصد وكشف التجاوزات والانحرافات تم تشفير الصفحات التي أديرها / أو أنتمي إليها، أجبرت المساءلة الاجتماعية المسؤولين على علاج الانحرافات والتجاوزات بالمؤسسات الإدارية، وذلك بوزن نسبي بلغ (٧١.٧%، ٦٩.٢%، ٦١.٨%) على الترتيب، حيث برز العديد من القضايا التي أجبر المسؤولين عنها على التحقيق فيها من أجل ضغط الرأي العام مثل قضية "محمود البنا"، التي ضغط فيها الرأي العام على المسؤولين الحكوميين بهدف التحقق من تاريخ ميلاد "راجح"، فضلًا عن قضايا المساءلة المتعلقة بفواتير الكهرباء، ورصف الطرق، وتراكم القمامة كما في صفحة (القاهرة الجديدة ضد الفساد^{٧٥}).

١٤. فاعلية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المساءلة الاجتماعية على تمكين المهمشين في المجتمع المصري من وجهة نظر المواطنين.

جدول (١٤)

موقف المبحوثين من مجموعة العبارات التي تقيس إسهام المساءلة الاجتماعية في تمكين الفئات المهمشة بالمجتمع (ن=٢٠٠)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	معارض	محايد	موافق	الموقف	العبارات
٧٨.٢%	٢.٣٥	٣٦	٥٩	١٠٥	ك	أسهمت مساءلتنا الاجتماعية من فهم كثيرين لأبعاد قضايا المهمشين في مصر
		١٨%	٢٩.٥%	٥٢.٥%	%	لا يهتم متخذ القرار بمساءلتنا المتعلقة بحقوق المهمشين
٧٦.٧%	٢.٣٠	٢٦	٨٨	٨٦	ك	ساعدت المساءلة الاجتماعية في حصول المهمشين على بعض من حقوقهم واحتياجاتهم
		١٣%	٤٤%	٤٣%	%	تقل استجابة الحكومة للمساءلة الاجتماعية المتعلقة بالمهمشين
٧٥.٨%	٢.٢٨	٣٣	٧٩	٨٨	ك	سأهت المساءلة الاجتماعية في قيام المبادرات الحكومية لدعم المهمشين اجتماعيًا
		١٦.٥%	٣٩.٥%	٤٤%	%	المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مصدر لالتزام الحكومة بأداء مسؤوليتها نحو الفئات المهمشة
٧٣.٣%	٢.٢٠	٤١	٧٨	٨١	ك	حسنّت المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من أوضاع المهمشين في المجتمع
		٢٠.٥%	٣٩%	٤٠.٥%	%	سأهت المساءلة الاجتماعية في تفعيل بعض القوانين المتعلقة بالمهمشين
٦٩.٥%	٢.٠٩	٥٣	٧٧	٧٠	ك	
		٢٦.٥%	٣٨.٥%	٣٥%	%	
٦٢.٧%	١.٨٨	٧٠	٨٤	٤٦	ك	
		٣٥%	٤٢%	٢٣%	%	
٦٢.٢%	١.٨٧	٧٨	٧١	٥١	ك	
		٣٩%	٣٥.٥%	٢٥.٥%	%	
٦٢%	١.٨٦	٧٥	٧٨	٤٧	ك	

كشفت نتائج الدراسة الميدانية أن مفردات العينة قد تبنت موقفاً إيجابياً متوسط نحو عدد من العبارات، وهي: "أسهمت مساءلتنا الاجتماعية من فهم كثيرين لأبعاد قضايا المهمشين في مصر، ساعدت المساءلة الاجتماعية في حصول المهمشين على بعض من حقوقهم واحتياجاتهم"، بوزن نسبي بلغ (٧٨.٢%، ٧٥.٨%) على الترتيب، وعلى الرغم من فهم الكثيرين لأبعاد قضايا المهمشين إلا أن هناك اتجاهاً سلبياً نحو الإجراءات المتخذة من قبل المسؤولين لدعم قضايا المهمشين؛ حيث يصل الوزن النسبي لعبارة (تقل استجابة الحكومة للمساءلة الاجتماعية المتعلقة بالمهمشين) إلى (٧٣.٣%).

فيما جاء الوزن النسبي لبعض العبارات متوسطاً كما في: (ساهمت المساءلة الاجتماعية في قيام المبادرات الحكومية لدعم المهمشين اجتماعياً، المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مصدر للالتزام الحكومة بأداء مسؤوليتها نحو الفئات المهمشة) وذلك بوزن نسبي بلغ (٦٩.٥%، ٦٢.٧%) على الترتيب؛ حيث أسهمت مبادرات المساءلة الاجتماعية في التمكين من أسباب القوة، وخاصة بالنسبة للفقراء المهمشين، ويتم ذلك عن طريق تقديم المعلومات الواقعية عن حقوق ومستحققات المهمشين، واستحداث آليات تعزيز الصوت المسموع للمواطنين ونفوذهم مقابل نفوذ المسؤولين.

ثانياً: نتائج اختبار الفروض.

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة استخدام منصات التواصل الاجتماعي في المساءلة الاجتماعية وتحسين الخدمات المقدمة للمواطنين من وجهة نظر المبحوثين.

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل الارتباط بيرسون وكانت النتائج على النحو التالي:

جدول (١٥)

معنوية العلاقة بين درجة استخدام منصات التواصل الاجتماعي في المساءلة الاجتماعية وتحسين الخدمات المقدمة للمواطنين من وجهة نظر المبحوثين

مستوى المعنوية	معامل بيرسون	متغيرات الارتباط
٠.٠٠٠	٠.١٩١- **	استخدام فيس بوك
٠.١٣٣	٠.١٠٧	استخدام تويتر

أظهرت نتائج معامل ارتباط بيرسون، وجود ارتباط سالب بين استخدام موقع فيس بوك في المساءلة الاجتماعية وتحسين الخدمات من وجهة نظر المبحوثين؛ حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (بيرسون-٠.١٩١) وذلك عند مستوى (٠.٠١)، وهي ذات دلالة ضعيفة نسبياً، ويعني ذلك أنه كلما زادت المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي قلت استجابة المسؤولين لتحسين الخدمات، ويمكن مناقشة هذه النتيجة وتفسيرها في ضوء هيمنة هياكل وعمليات الحكومة في الدول النامية على الصفحات والقضايا المثارة بها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فضلاً عن هيمنتها على الشروط التي يتم في ضوءها إشراك المواطنين بحيث يتم الانتباه إلى مدخلات المواطنين والاستجابة لها ضمن حدود معينة، الأمر الذي يحد من المساءلة الاجتماعية ودورها في حشد المواطنين نحو الاهتمامات المشتركة والتعبير عنها للمسؤولين الحكوميين، كما تؤثر هياكل وعمليات الحكومة أيضاً

على قدرة الحكومات المحلية ودوافعها للاستجابة. ويتسق ذلك مع نتائج الدراسات السابقة التي أظهرت استجابة متوسطة من قبل المسؤولين الحكوميين لمطالب المواطنين الأمر الذي أثر على العلاقة بينهما، مثل دراسة كل من (ياسمين محمد، ٢٠١٨)، و(مونيكا ميشيل، ٢٠١٧)، اللتين أوضحتا سيادة الاتجاه السلبي من قبل الشباب نحو المسؤولين الحكوميين على صفحات التواصل الاجتماعي.

كما بينت النتائج وجود ارتباط موجب غير دال إحصائياً بين استخدام موقع تويتر في المساءلة الاجتماعية وتحسين الخدمات من وجهة نظر المبحوثين، ويعنى ذلك أنه كلما زادت المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي زادت استجابة المسؤولين لتحسين الخدمات، ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء قوة موقع "تويتر"؛ حيث يمثل "الهاشتاج" أداة للضغط على المسؤولين الحكوميين، كما يُعد "الترند" دليلاً على توجهات ورؤى الرأي العام لقضية أو مشكلة ما، ويتفق هذا مع نتائج المقابلات الكيفية حيث يقول مسئول صفحة "ائتلاف سكان مصر دار الشروق": (المسؤولين يراقبوا الشكاوى في الجروب دون مشاركة ولما بيبتدي يحصل اختناق وتصعيد نلاقي في استجابة بسيطة، ولما بنروح مثلاً نشتكي في الجهاز بنلاقيهم عارفين كل المشاكل ورصدينها).
الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة استخدام منصات التواصل الاجتماعي في المساءلة الاجتماعية وكشف قضايا الفساد بالمجتمع المصري من وجهة نظر المبحوثين.

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل الارتباط بيرسون وكانت النتائج على النحو التالي:

جدول (١٦)

معنوية العلاقة بين درجة استخدام منصات التواصل الاجتماعي في المساءلة الاجتماعية وكشف قضايا الفساد بالمجتمع المصري من وجهة نظر المبحوثين

متغيرات الارتباط	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
استخدام فيسبوك	٠.١٣٤-	٠.٠٥
استخدام تويتر	٠.٠٨٥-	٠.٢٣٣

أظهرت نتائج معامل ارتباط بيرسون وجود ارتباط سالب بين استخدام موقع فيس بوك في المساءلة الاجتماعية وكشف قضايا الفساد من وجهة نظر المبحوثين حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (-٠.١٣٤) وهي دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥)، كما أوضحت نتائج معامل ارتباط بيرسون وجود ارتباط سالب غير دال إحصائياً بين استخدام موقع تويتر في المساءلة الاجتماعية وكشف قضايا الفساد في المجتمع، ويمكن مناقشة هذه النتيجة في ضوء أن مواقع التواصل الاجتماعي على الرغم من كونها أضحت مصدراً أساسياً من مصادر الكشف عن وقائع الفساد من خلال تصويرها ونشرها وتداولها بين جميع الأوساط، والتعبير عن الآراء ووجهات النظر المختلفة بعيداً عن قيود السلطة ومؤسسات الهيمنة والسيطرة إلى ساحات الفضاء المعلوماتي إلا أنها قد تقابل بتضييق من الحكومات من خلال غلق الحسابات أو الصفحات، أو إلقاء القبض على القائمين على الائتلافات، كما أن استجابة المسؤولين الحكوميين لكشف الفساد لم تحظ بالقبول لدى عينة الدراسة من المبحوثين، ويتفق هذا مع

نتائج الدراسة الكيفية حيث يقول مسئول صفحة "القاهرة الجديدة ضد الفساد": "للأسف السوشيال ميديا بتكشف الفساد لكن الحكومة أذن من طين والأخرى من عجين"، ولكنه يختلف عن نتائج دراسة كل من (شدوى عصمت، ٢٠١٥م ٧٧)، (حنين نعمان الشريف، ٢٠١٣م ٧٨)، (زينب عباس زعزوع ٢٠١٤م ٧٩)، حيث أوضحوا دور المساءلة الاجتماعية في كشف قضايا الفساد.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين درجة استخدام منصات التواصل الاجتماعي في المساءلة الاجتماعية وتمكين الفئات المهمشة بالمجتمع من وجهة نظر الباحثين.

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل الارتباط "بيرسون" وكانت النتائج على النحو التالي:

جدول (١٧)

معنوية العلاقة بين درجة استخدام منصات التواصل الاجتماعي في المساءلة الاجتماعية وتمكين الفئات المهمشة بالمجتمع من وجهة نظر الباحثين.

مستوى المعنوية	معامل بيرسون	متغيرات الارتباط
٠.٥٣٥	٠.٠٤٤-	استخدام فيسبوك
٠.٣٠٧	٠.٠٧٣	استخدام تويتر

أظهرت نتائج معامل ارتباط "بيرسون" وجود ارتباط سالب وغير دال إحصائياً بين استخدام موقع فيس بوك في المساءلة الاجتماعية وتمكين المهمشين في المجتمع من وجهة نظر الباحثين حيث بلغت قيمة معامل "بيرسون" (-٠.٠٤٤)، كما تبين وجود ارتباط موجب بين استخدام موقع تويتر في المساءلة الاجتماعية وتمكين المهمشين في المجتمع من وجهة نظر الباحثين حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠.٠٧٣) وهي غير دالة إحصائياً. وهو ما يمكن تفسيره في ضوء أن قضية ارتفاع الأسعار وتداعياتها على الفقراء والمهمشين كانت من أهم قضايا المساءلة الاجتماعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي لعينة الدراسة، فضلاً عن سيادة الاتجاه السلبي من قبل مفردات العينة حول العديد من العبارات المتعلقة بكون المساءلة الاجتماعية مصدرًا لالتزام الحكومة بأداء مسؤوليتها تجاه المهمشين، كما يمكن تفسيره في ضوء الصورة السلبية المتكونة لدى المواطنين عن المسؤولين، فعلى الرغم من الاهتمام الملحوظ في الفترة الأخيرة بتمكين الأطفال والنساء؛ حيث عدَّ رئيس الجمهورية "استراتيجية تمكين المرأة ٢٠٣٠" هي وثيقة العمل في الأعوام القادمة، كما أعلن عام ٢٠١٧ عامًا للمرأة المصرية، و٢٠١٨ عامًا لذوي الاحتياجات الخاصة^٨، وانطلق العديد من المبادرات الصحية والاقتصادية والاجتماعية إلا أن آثار تلك المبادرات قد لا تكون ملموسة لدى عينة الدراسة، وقد تحتاج لبعض الوقت لنلمس آثارها ونتائجها على أرض الواقع.

ومن الملاحظ في أغلب النتائج وجود ارتباط سالب غير دال إحصائياً بين استخدام موقع فيس بوك في المساءلة والقضايا محل الدراسة، في حين يوجد ارتباط موجب بين استخدام موقع تويتر في المساءلة الاجتماعية وبين بعض قضايا الدراسة؛ ويمكن مناقشة هذه النتيجة وتفسيرها في ضوء

وضوح المساءلة أو المشكلة على موقع تويتر؛ حيث يصل عدد الأحرف المكونة للتغريدة (١٤٠ حرف) مما يُعطي لها ثقل ووزن مقارنة بالمواد المنشورة على موقع فيس بوك، كما أن حسابات المسؤولين الحكوميين تكون أكثر مصداقية وأماناً على موقع تويتر مقارنة بموقع فيس بوك الذي يكثر فيه وجود صفحات عديدة تحمل اسم المسئول مما يُصعب التمييز بين الصفحة الحقيقية والمزيفة؛ خاصة إذا لم يتم المسئول بتوثيقها، كما ارتبط اسم موقع الفيس بوك بالعديد من المخاوف والشكوك مثل التجسس، واستخدام إسرائيل له في الاستخبارات، ويخالف موقع الفيس بوك شروط الخصوصية التي تنص عليها بعض الدول. ويتفق هذا مع نتائج دراسة (Dean, Greg, Abu Rahaman, & Jeffery, 2019)، والتي كشفت مساهمة محادثات تويتر في نقل الرسائل من المستخدمين إلى السلطة، والتي تلقى المزيد من الدعم والاستجابة من قبل المسؤولين الحكوميين.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين (عينة الدراسة) بحسب عدد مرات الشكوى ومدى إسهام المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الخدمات المقدمة للمواطنين وكشف قضايا الفساد بالمجتمع المصري وتمكين الفئات المهمشة بالمجتمع. وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب F-test وكانت النتائج على النحو التالي:

جدول (١٨)

معنوية الفروق بين المبحوثين عينة الدراسة بحسب عدد مرات الشكوى في تقديرهم ومدى إسهام المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الخدمات المقدمة للمواطنين وكشف قضايا الفساد بالمجتمع المصري وتمكين الفئات المهمشة بالمجتمع

المتغير	المجموعة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	إحصائي الاختبار	درجة الحرية	مستوى المعنوية
تحسين الخدمات المقدمة للمواطنين	أقل من مرتين	٨١	١٥.٩٩	٢.٧٣٦	F= ٦.١١٦	٤ ١٩٥	٠.٠٠٠
	يصعب تحديد عدد المرات من كثرتها	٥٣	١٦.٨٠	٢.٤٢١			
	من مرتين لأربع مرات	٤١	١٥.٧٣	١.٥٣٤			
	من أربع مرات لست ست مرات فأكثر	١٥	١٧.٣٠	٢.٨٦٩			
كشف قضايا الفساد بالمجتمع المصري	أقل من مرتين	٨١	١٦.٩٩	٢.٤١١	F= ١٣.٥٩	٤ ١٩٥	٠.٠٠٠
	يصعب تحديد عدد المرات من كثرتها	٥٣	١٦.٩٣	٢.٣٣٩			
	من مرتين لأربع مرات	٤١	١٧.٤٠	٢.٠٢٨			
	من أربع مرات لست ست مرات فأكثر	١٥	١٦.٦٠	٢.٦٣٣			
تمكين الفئات المهمشة بالمجتمع	أقل من مرتين	٨١	١٥.٩٥	٣.٢٤٨	F= ٨.٣٢١	٤ ١٩٥	٠.٠٠٠
	يصعب تحديد عدد المرات من كثرتها	٥٣	١٧.٣٤	٢.٩٥٥			
	من مرتين لأربع مرات	٤١	١٦.٥٣	٢.٣٨٦			
	من أربع مرات لست ست مرات فأكثر	١٥	١٧.٨٠	٤.٣٦٧			

كشفت نتائج الجدول السابق عن وجود فروق بين المبحوثين في تقديرهم ومدى إسهام عدد مرات الشكوى (المساءلة الاجتماعية) عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الخدمات المقدمة للمواطنين

في المجتمع المصري، حيث بلغت قيمة (F= 6.116) وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١)، كما يوجد فروق بين المبحوثين في تقديرهم لمدى إسهام عدد مرات الشكاوى (المساءلة الاجتماعية) عبر مواقع التواصل الاجتماعي في كشف قضايا الفساد، حيث بلغت قيمة (F= 13.59) وهي دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠١)، فضلاً عن وجود فروق بين المبحوثين في تقديرهم لمدى إسهام عدد مرات الشكاوى (المساءلة الاجتماعية) عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تمكين الفئات المهمشة، حيث بلغت قيمة (F= 8.٣٢١) وهي دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠١)، ويعني هذا أنه كلما زاد عدد مرات المساءلة الاجتماعية من قبل المواطنين زادت استجابة المسؤولين لتمكين المهمشين، ويتفق هذا مع نتائج الدراسة المقابلات مع المسؤولين عن صفحات ومجموعات المساءلة، حيث يقول مسئول صفحة "القاهرة الجديدة ضد الفساد": "الصوت الواحد ما ينفعش عشان كده عملين الصفحة لتوصيل صوتنا والضغط على المسؤولين". ويمكن تفسيرها في ضوء ما نعيشه اليوم فكثير من القضايا لا يتم الاستجابة لها من قبل المسؤولين إلا بعد الضغط المجتمعي من خلال تفعيل هاشتاج أو تكوين ائتلاف إلكتروني أو حشد المطالبين لإجبار المسؤولين على اتخاذ قرارات معينة.

ولاختبار مصدر الفروق بين المبحوثين (عينة الدراسة) بحسب عدد مرات الشكاوى في تقديرهم، ومدى إسهامها في تحسين الخدمات المقدمة للمواطنين وكشف قضايا الفساد بالمجتمع المصري وتمكين الفئات المهمشة بالمجتمع، قامت الباحثة بإجراء اختبار بعدي PostHoc بطريقة LSD الذي جاءت نتيجته على النحو التالي:

جدول (١٩)

مصدر الفروق بين المبحوثين (عينة الدراسة) بحسب عدد مرات الشكاوى في تقديرهم مدى إسهام المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الخدمات المقدمة للمواطنين وكشف قضايا الفساد بالمجتمع المصري وتمكين الفئات المهمشة بالمجتمع

المتغير	المجموعة	المجموعة المقارنة	الفرق بين المتوسطين	الخطأ المعياري	مستوى المعنوية
تحسين الخدمات المقدمة للمواطنين	أقل من مرتين	من مرتين لأربع مرات	-٠.٨١٧	٠.٥٩٥	٠.١٧١
		من أربع مرات لست	٠.٢٥٤	٠.٨٧٢	٠.٧٧١
		ست مرات فأكثر	-١.٣١٢	١.٠٤٠	٠.٢٠٨
	من مرتين لأربع مرات	يصعب تحديد عدد المرات	*١.٩٨٨	٠.٥٤٨	٠.٠٠٠
		من أربع مرات لست	١.٠٧٢	٠.٩٣٦	٠.٢٥٤
		ست مرات فأكثر	-٠.٤٩٥	١.٠٩٤	٠.٦٥١
		يصعب تحديد عدد المرات	*٢.٨٠٥	٠.٦٤٥	٠.٠٠٠
		من أربع مرات لست	-١.٥٦٧	١.٢٦٦	٠.٢١٨
		ست مرات فأكثر	١.٧٣٣	٠.٩٠٧	٠.٠٥٨
كشف قضايا الفساد بالمجتمع	أقل من مرتين	من مرتين لأربع مرات	٠.٠٦١	٠.٤٩٧	٠.٩٠٣
		من أربع مرات لست	-٠.٤١٢	٠.٧٢٨	٠.٥٧٢
		ست مرات فأكثر	٠.٣٨٨	٠.٨٦٨	٠.٦٥٦

المتغير	المجموعة	المجموعة المقارنة	الفرق بين المتوسطين	الخطأ المعياري	مستوى المعنوية
المصري	من مرتين لأربع مرات	يصعب تحديد عدد المرات	*٣.٠٤٤	٠.٤٥٨	٠.٠٠٠
		من أربع مرات لست	-٠.٤٧٣	٠.٧٨٢	٠.٥٤٦
		ست مرات فأكثر	٠.٣٢٧	٠.٩١٤	٠.٧٢١
	من أربع مرات لست	يصعب تحديد عدد المرات	*٢.٩٨٣	٠.٥٣٩	٠.٠٠٠
		ست مرات فأكثر	٠.٨٠٠	١.٠٥٨	٠.٤٥٠
		يصعب تحديد عدد المرات	*٣.٤٥٧	٠.٧٥٨	٠.٠٠٠
تمكين الفئات المهمشة بالمجتمع	أقل من مرتين	يصعب تحديد عدد المرات	*٢.٦٥٧	٠.٨٩٣	٠.٠٠٣
		من أربع مرات لست	-١.٣٩١	٠.٦٢٤	٠.٠٢٧
		ست مرات فأكثر	-٠.٥٨٣	٠.٩١٥	٠.٥٢٥
	من مرتين لأربع مرات	يصعب تحديد عدد المرات	-١.٨٤٩	١.٠٩١	٠.٠٩٢
		من أربع مرات لست	*٢.١٢٠	٠.٥٧٥	٠.٠٠٠
		ست مرات فأكثر	٠.٨٠٨	٠.٩٨٣	٠.٤١٢
	من أربع مرات لست	يصعب تحديد عدد المرات	-٠.٤٥٩	١.١٤٩	٠.٦٩٠
		ست مرات فأكثر	*٣.٥١١	٠.٦٧٧	٠.٠٠٠
		من أربع مرات لست	-١.٢٦٧	١.٣٢٩	٠.٣٤٢
		يصعب تحديد عدد المرات	*٢.٧٠٣	٠.٩٥٢	٠.٠٠٥
ست مرات فأكثر	يصعب تحديد عدد المرات	*٣.٩٧٠	١.١٢٣	٠.٠٠١	

أوضحت نتائج التحليل أن مصادر الفروق بين المبحوثين في تقديرهم لمساهمة تكرار المساءلة في تحسين الخدمات كانت بين:

- فئة (أقل من مرتين) و(يصعب تحديد عدد المرات من كثرتها) وكانت في اتجاه (يصعب تحديد عدد المرات من كثرتها) وذلك بمتوسط حسابي (١.٩٨٨) عند مستوى دلالة (٠.٠١).
- فئة (من مرتين لأربع مرات) وفئة (يصعب تحديد عدد المرات من كثرتها في اتجاه فئة (يصعب تحديد عدد المرات) وذلك بمتوسط حسابي (٢.٨٠) عند مستوى دلالة (٠.٠١).
- كما توجد فروق بين الفئات نفسها فيما يتعلق بمساهمة تكرار الشكوى في كشف قضايا الفساد وتمكين المهمشين بالمجتمع، ويعني هذا أنه كلما زاد عدد مرات المساءلة الاجتماعية من قبل المواطنين زادت استجابة المسؤولين لتحسين الخدمات، ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء ما أوضحتها تقارير التنمية بأن: نجاح تقديم الخدمات يتطلب علاقات وتواصل يتيح للمواطنين التعبير عن آرائهم بصوت قوي ومسموع في وضع السياسات (الصوت المسموع)، وتمكين العملاء من المراقبة والمعاقبة وفرض الانضباط على مقدمي الخدمات (قوة العملاء) أي إن الاستجابة للمطالب تأتي في إطار صوت قوي ومسموع، بيد أن هذا الصوت لن يكون قوياً ومسموعاً إلا إذا تكرر مرات عديدة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين (عينة الدراسة) بحسب مدى تكرار الشكوى في تقديرهم مدى إسهام المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الخدمات المقدمة للمواطنين وكشف قضايا الفساد بالمجتمع المصري وتمكين الفئات المهمشة بالمجتمع.

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب T-Test وكانت النتائج على النحو التالي:

جدول (٢٠)

معنوية الفروق بين المبحوثين (عينة الدراسة) بحسب مدى تكرار الشكوى في تقديرهم مدى إسهام المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الخدمات المقدمة للمواطنين وكشف قضايا الفساد بالمجتمع المصري وتمكين الفئات المهمشة بالمجتمع

المتغير	المجموعة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	إحصائي الاختبار	درجة الحرية	مستوى المعنوية
تحسين الخدمات المقدمة للمواطنين	كررت الشكوى من الموضوع نفسه	٧٩	١٦.٣٥	٣.٦٨٣	T= ٢.٤١٢	١٩٨	٠.٠١٧
	كانت كل شكوى أو نقد خاص بموضوع مختلف	١٢١	١٥.٢٣	٢.٨٧٧			
كشف قضايا الفساد بالمجتمع المصري	كررت الشكوى من الموضوع نفسه	٧٩	١٦.٢٧	٢.٥٦٦	T= ٠.٣٣٧	١٩٨	٠.٧٣٦
	كانت كل شكوى أو نقد خاص بموضوع مختلف	١٢١	١٦.١٢	٣.١٠٨			
تمكين الفئات المهمشة بالمجتمع	كررت الشكوى من الموضوع نفسه	٧٩	١٦.١٥	٣.٢٦٢	T= ١.١٢١	١٩٨	٠.٢٦٤
	كانت كل شكوى أو نقد خاص بموضوع مختلف	١٢١	١٥.٥٩	٣.٦٢٣			

يتضح من الجدول السابق وجود فروق في تقدير المبحوثين بحسب مدى تكرار الشكوى في تقديرهم ومدى إسهام المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الخدمات حيث بلغت قيمة (T = 2.412) وهي دالة إحصائية عند مستوى (0.01)، ويعني ذلك أنه كلما تكررت الشكوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي كلما استجاب المسئولين لتحسين الخدمات، فيما أوضحت النتائج أنه لا توجد فروق في تقدير المبحوثين لمساهمة المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في كشف قضايا الفساد وتمكين المهمشين بالمجتمع بين من يكررون الشكوى في نفس الموضوع أو من يقدمون شكوى أو نقد في موضوعات مختلفة، ويعني ذلك أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يمارسون المساءلة الاجتماعية بغض النظر عن جدواها.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين (عينة الدراسة) بحسب مدى الاستجابة للشكوى في تقديرهم مدى إسهام المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الخدمات المقدمة للمواطنين وكشف قضايا الفساد بالمجتمع المصري وتمكين الفئات المهمشة بالمجتمع.

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب T-Test وكانت النتائج على النحو التالي:

جدول (٢١)

معنوية الفروق بين المبحوثين (عينة الدراسة) بحسب مدى الاستجابة للشكوى في تقديرهم مدى إسهام المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الخدمات المقدمة للمواطنين وكشف قضايا الفساد بالمجتمع المصري وتمكين الفئات المهمشة بالمجتمع

المتغير	المجموعة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	إحصائي الاختبار	درجة الحرية	مستوى المعنوية
تحسين الخدمات المقدمة للمواطنين	نعم	٣٩	١٧.٤٩	٢.٢٧٠	T=	١٩٨	٠.٠٠٠
	لا	١٦١	١٥.٢٤	٣.٣١٤	٤.٠١٦		
كشف قضايا الفساد بالمجتمع المصري	نعم	٣٩	١٧.٩٥	٢.٣٨٤	T=	١٩٨	٠.٠٠٠
	لا	١٦١	١٥.٧٥	٢.٨٥٧	٤.٤٤٠		
تمكين الفئات المهمشة بالمجتمع	نعم	٣٩	١٨.٠٣	٣.٠٨٢	T=	١٩٨	٠.٠٠٠
	لا	١٦١	١٥.٢٧	٣.٣٧٥	٤.٦٤٥		

يتضح من الجدول السابق وجود فروق في تقدير المبحوثين لمساهمة المساءلة الاجتماعية في تحسين الخدمات تبعاً لمدى الاستجابة لشكاواهم، حيث بلغت قيمة T (4.016) وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01)، ويعني ذلك أن تمت الاستجابة لمساءلتهم يتبنون موقفاً إيجابياً من إسهام المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الخدمات، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي (١٧.٤٩). كما توجد فروق تقدير المبحوثين لمساهمة المساءلة الاجتماعية في كشف قضايا الفساد بالمجتمع تبعاً لمدى الاستجابة لشكاواهم، حيث بلغت قيمة T (٤.٤٤٠) وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01)، ويعني ذلك أن تمت الاستجابة لمساءلتهم يتبنون موقفاً إيجابياً من إسهام المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في كشف قضايا الفساد.

ثالثاً: النتائج العامة للدراسة:

- أوضحت نتائج الدراسة أن نصف مفردات العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في المساءلة الاجتماعية؛ ويرجع ذلك لوعي المواطنين بأهمية المساءلة حتى وإن لم تتحقق الفاعلية من وراء ممارستها في الوقت الراهن.
- كشفت نتائج الدراسة ارتفاع معدل استخدام موقع "الفييس بوك" في المساءلة الاجتماعية عن موقع "تويتر"؛ حيث يتصدر موقع "الفييس بوك" سائر المواقع الإلكترونية في الاستخدام بالمجتمع المصري، كما لا يشترط الموقع عدد أحرف معين للتدوين كما في موقع "تويتر"، وتعد المنظمات الحكومية المصرية أكثر تواجداً ونشاطاً على موقع "الفييس بوك" مقارنة "بتويتر".
- تعددت أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المساءلة الاجتماعية من وجهة نظر المبحوثين وتمثلت في: قدرتها على حشد آخرين مهتمين بنفس القضية، وإتاحتها لعرض المشكلة وتصوير الفساد بالفيديو والصورة ونشره للرأي العام، فضلاً عن سهولتها في الاستخدام للضغط على المسؤولين من أجل الاستجابة للمطالب.

- تنوعت آليات المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الباحثين، وجاء منها: التعبير عن المشكلة على الصفحات الشخصية، والمشاركة في "هاشتاج" أو ترند مؤيد أو معارض لقضية ما، ونشر فيديوهات متعلقة بالشكاوى، فيما قلت نسبة من يقومون بالاتصال المباشر بالمسؤولين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، أو إنشاء صفحات لكسب التأييد حول مشكلة أو قضية ما.
- حدد أفراد العينة قضايا المساءلة الاجتماعية في: ارتفاع الأسعار، والتعليم، وتدني الخدمات والبنية التحتية من (غاز، وكهرباء، ومرافق عامة)، وتدني الخدمات الصحية، وانخفاض نسبة الدعم.
- أوضحت أغلب مفردات العينة أن عدد مرات تقديم الشكاوى خلال الأشهر الثلاثة الماضية كانت أقل من مرتين، فيما رأى (٢٦.٥%) من مفردات العينة صعوبة تحديد عدد مرات المساءلة من كثرتها، كما تبين أن (٨٠.٥%) من عينة الدراسة ترى أن المسؤولين لا يستجيبون للشكاوى المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وفيما يتعلق بنتائج اختبار الفروض:

- كشفت نتائج الدراسة عن وجود ارتباط سالب بين استخدام موقع "قيس بوك" في المساءلة الاجتماعية وتحسين الخدمات وكشف قضايا الفساد وذلك عند مستوى دلالة (٠.٠١)، (٠.٠٥) على الترتيب، فيما وجد ارتباط سالب وغير دال إحصائياً بين استخدام موقع "قيس بوك" في المساءلة الاجتماعية وتمكين المهمشين في المجتمع من وجهة نظر الباحثين.
- أوضحت نتائج الدراسة وجود ارتباط موجب غير دال إحصائياً بين استخدام موقع "تويتر" في المساءلة الاجتماعية وتحسين الخدمات وتمكين المهمشين، فيما وجد ارتباط سالب غير دال إحصائياً بين استخدام موقع "تويتر" في المساءلة الاجتماعية وكشف قضايا الفساد في المجتمع من وجهة نظر الباحثين.
- كما بينت نتائج الدراسة وجود فروق بين الباحثين في تقديرهم لمدى إسهام عدد مرات الشكاوى (المساءلة الاجتماعية) عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الخدمات المقدمة للمواطنين في المجتمع المصري، وفي كشف قضايا الفساد، وتمكين الفئات المهمشة، فضلاً عن وجود فروق في تقدير الباحثين لمساهمة المساءلة الاجتماعية في تحسين الخدمات وكشف قضايا الفساد وتمكين المهمشين تبعاً لمدى الاستجابة لشكاوهم.

توصيات الدراسة:

توصي الدراسة بـ:

- حث المسؤولين على التفاعل مع المواطنين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والاستجابة لمطالبهم وفي حالة عدم الاستجابة يجب إيضاح الجوانب الإدارية والمالية والقانونية التي لم تتح الاستجابة مما يساهم في تعزيز الشفافية وبناء الثقة بين المواطنين والمسؤولين.

- مطالبة المسؤولين الحكوميين وتشجيعهم على تمييز حساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي وتوثيقها، منعاً لانتشار الشائعات بين رواد التواصل الاجتماعي من خلال الحسابات المزيفة.
- مراجعة البنية التشريعية والقوانين الدستورية المتعلقة بالشفافية وحرية تداول المعلومات كمدخل رئيسي لتفعيل مفهوم المساءلة الاجتماعية بالمجتمع المصري.
- كما توصي الباحثة بإثراء الدراسات العربية من خلال دراسة اتجاهات المسؤولين الحكوميين نحو مواقع التواصل الاجتماعي كمنصة للمساءلة الاجتماعية، والكشف عن مدى تقبلهم لآليات (أشكال) ممارستها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فضلاً عن تدريبهم وتأهيلهم لكيفية التفاعل والاستجابة لمطالب المواطنين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- اقتراح نموذج يحكم قواعد التعامل، وينظم عملية التفاعل بين المسؤولين الحكوميين والمواطنين، وذلك لتعظيم الاستفادة القصوى من خصائص الشبكات الاجتماعية في توطيد العلاقات وبناء الثقة بين المسؤولين والمواطنين.
- دراسة السمات الشخصية للقائمين بالمساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتدعيمها وتعزيزها، فضلاً عن تأهيل الجمهور بصفة عامة لممارستها عبر المناهج الأكاديمية والدورات التدريبية بالمؤسسات الحكومية والخاصة، وتوفير كافة الوسائل والإمكانيات للتفاعل والاستجابة لمطالب المواطنين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- بحث العوامل المختلفة التي تعيق المساءلة الاجتماعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وإزالتها، لاستمرار ممارستها بهدف توطيد العلاقات مع المواطنين، وإشراكهم في خطط التنمية بالمجتمع.

هوامش البحث:

- (١) سورة الصافات الآية (٢٤).
- (٢) تم استخلاص المقدمة من المراجع التالية:
- محمود شريف بسيوني، الوثائق الدولية المعنية بحقوق الإنسان، المجلد الثاني، دار الشروق، القاهرة، ٢٠٠٣.
- حنين نعمان علي الشريف. أثر المساءلة الإدارية على الأداء التنظيمي للعاملين الإداريين في وزارة التربية والتعليم العالي بقطاع غزة، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، كلية التجارة، قسم إدارة الأعمال، ٢٠١٣، ص ٤
- محمد حركات، دور المساءلة والرقابة المالية في تحقيق التنمية والوحدة، مركز دراسات الوحدة العربية، المستقبل العربي، العدد الرابع عشر، ديسمبر ١٩٩١، ص ص ٥٩-٤٨.
- Maru, V, Social accountability and legal empowerment, Health and Human Rights,(12), 1, "International assistance and cooperation" and health and human rights obligations beyond borders,2010, Pp. 85.
- شبكة المساءلة الاجتماعية بالعالم العربي وهيئة كير الدولية، مصر، تقييم أولي عن المساءلة الاجتماعية في العالم العربي، تقرير ختامي.
- رواء زكي الطويل(٢٠١٢). الأمن الدولي واستراتيجيات التغيير والإصلاح، ٢٠١٣، متاح <https://books.google.com.eg/books?redir=> بتاريخ ٢٠١٩/٨/١، الساعة ١٢.٣ صباحاً، ص ١٠٢.
- البنك الدولي، الدليل المرجعي للمساءلة الاجتماعية عرض للفصل الثاني بالدليل بعنوان: ماذا تعني المساءلة الاجتماعية بالنسبة للبنك الدولي، ٢٠٠٥، ص ١٣.

16) Fiabane, D., Alves, M. A., & Brelàz, d, G, Social Accountability as an Innovative Frame in Civic Action: The Case of "Rede Nossa São Paulo", International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations, vol 25, no 3 June ٢٠١٤, Pp. 818 - 849, URL: <https://www.jstor.org/stable/43654958>

١٧) غادة عبداللطيف أمين، المحاسبية كآلية للعمل مع المشروعات التنموية ذات التمويل الأجنبي، رسالة ماجستير، جامعة الفيوم، كلية الخدمة الاجتماعية، قسم طرق الخدمة الاجتماعية، ٢٠١٢.

١٨) شدى عصمت عبدالقادر حسن، المساءلة المجتمعية كمدخل لمكافحة الفساد "دراسة حالة الهند"، القاهرة، مجلة البحوث الإدارية، العدد ٣٣، المجلد الأول، يناير ٢٠١٥، ص ص ٢٢٢ - ٢٨١.

١٩) زينب عباس زعزوع، دور المساءلة في إصلاح تردي العلاقة بين الحكومة والمواطن الناجم عن تفشي الفساد في المنظمات العربية بالتطبيق على دولة الإمارات العربية المتحدة، مجلة البحوث الإدارية، القاهرة، السادات للعلوم الإدارية، مركز البحوث والاستشارات والتطوير، العدد ٣٢، المجلد ٤، أكتوبر ٢٠١٤، ص ص ١٣٥ - ٨٣.

20) Sobaci, M, Z.,& Karkin, N., The use of twitter by mayors in Turkey: Tweets for better public services?, Government Information Quarterly Vol 30, 2013 Pp 417-425, Contents lists available at ScienceDirec, Government Information Quarterly, journal homepage: www.elsevier.com/locate/govi

21) Meijjer, A. J., & Torenvlied, R, Social Media and the New Organization of Government Communications: An Empirical Analysis of Twitter Usage by the Dutch Police, American Review of Public Administration, vol 46 , no 2, 2016, Pp, 143- 161, DOI: 10.1177/0275074014551381 arp.sagepub.com.

22) Eom Seok, J., Hwang, H., & Kim Jun, H, Can social media increase government responsiveness? A case study of Seoul, Korea, Government Information Quarterly, vol 35, 2018, Pp 109 -122.

23) Suk Kyoung, K., Min Jae, P., & Jae, Jeung, Effect of the Government's Use of Social Media on the Reliability of the Government: Focus on Twitter, Public Management Review, vol 17, no 3,2015, Pp 328-355, DOI: 10.1080/14719037.2013.822530.

24) Park, M, J., Kang, Do., Rho Jae J., & Lee Duk, H, Policy Role of Social Media in Developing Public Trust: Twitter communication with government leaders, Public Management Review, vol 18, no 9, 2016, Pp1265-1288, <http://dx.doi.org/10.1080/14719037.2015.1066418>

٢٥) مونيكا ميشيل، الصورة الإعلامية لمسئولي الحكومة على مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على صورتهم الذهنية لدى الشباب، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٧
٢٦) ياسمين محمد إبراهيم، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاتجاه نحو أداء الحكومة، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلام، ٢٠١٨

27) Baozhou Lu, S, Z., & Weiguo, F, Social Representations of Social Media Use in Government: An Analysis of Chinese Government Micro blogging From Citizens' Perspective, Social Science Computer Review, vol 34, no 4, 2016 , Pp416-436, sagepub.com/journalsPermissions.

28) EdD Jeff, C., a Scott, D, R., & Akers, P., Pharmacy Students' Facebook Activity and Opinions Regarding Accountability and E-Professionalism, American Journal of Pharmaceutical Education; vol 73 no 16, 2009, Pp1-7.

29) Treem, J. W, Social media as Technologies of Accountability: Explaining Resistance of Implementation with in organizations, American Behavioral Scientist, vol 59, no 1, 2015, Pp53-74.

30) Wu Yan, F., Social media engagement in the digital age Accountability or threats, Newspaper Research Journal, Vol. 39, no 3, 2018, Pp287- 296 DOI: 10.1177/073953291879623.

31) Bertot, G. C., Jaeger, P.T.,& Grimes. J. M, Promoting transparency and accountability through ICTs, social media, and collaborative e-government, Transforming Government: People, Process and

Policy, vol 6, no 1, 2012, Pp. 78-91 Emerald Group Publishing Limited 1750-6166, DOI 10.1108/17506161211214831.

32) Stamati, T., Papadopoulos, T., & Anagnostopoulos, D., Social media for openness and accountability in the public sector: Cases in the Greek context, Government Information Quarterly 32, 2015, Pp 12–29, Access on <http://dx.doi.org/10.1016/j.giq.2014.11.004>

33) Dean Neu , Greg Saxton , Abu Rahaman , Jeffery Everett, Twitter and social accountability: Reactions to the Panama Papers, Critical Perspectives on Accounting, vol 61, 2019 Pp38–53, <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2019.04.003>

34) Ojala, M., Pantti, M., & Laaksonen, S, Networked publics as agents of accountability: Online interactions between citizens, the media and immigration officials during the European refugee crisis, new media & society, vol 21, no2, 2019 Pp279– 297, DOI: 10.1177/1461444818794592

٣٥) داليا مصطفى السواح، دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم مفهوم المساءلة الاجتماعية لدى الشباب المصري "دراسة ميدانية على عينة من الشباب المصري الجامعي، بالجامعات المصرية الحكومية والخاصة، مجلة بحوث العلاقات العامة" الشرق الأوسط، العدد الثالث والعشرين، ٢٠١٩، ص ١٦١ - ٢١٠.

36) Fukukawa, K. E., Shafer, W., & Lee Grace, M, Values and Attitudes Toward Social and Environmental Accountability: a Study of MBA Students, Journal of Business Ethics 71, 2007, Pp381-394

37) Saxton, G. D., & Guo, C, Accountability Online: Understanding the Web-Based Accountability Practices of Nonprofit Organizations, Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly vol 40, no 2, 2011, Pp 270– 295 DOI: 10.1177/0899764009341086

38) Scott, S. V., & Orlikowski, W. J., Reconfiguring relations of accountability: Materialization of social media in the travel sector, Accounting, Organizations and Society (37), 2012, Pp 26–40, Contents lists available at SciVerse ScienceDirect, journal homepage: www.elsevier.com/locate/aos.

39) Craig, D., & Muhammad, A. I., An exploration of NGO and media efforts to influence workplace practices and associated accountability within global supply chains, The British Accounting Review (46), ٢٠١٤, Pp. 397- 415, Access on <http://dx.doi.org/10.1016/j.bar.2014.10.002>

40) Yasmin, S., & Chaudhry, G, The problematic of accountability: Internal responses to external pressures in exposed organizations, Available online 19 January 2019, <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2019.01.002>

٤١) ساهمت هذه المراجع في صياغة المشكلة البحثية:

- مايسة السيد طاهر جميل، أداء المؤسسات الحكومية كما تعكسه المسلسلات والأفلام التي يعرضها التلفزيون وعلاقته باتجاهات الجمهور المصري نحو الحكومة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٨
- ياسمين محمد إبراهيم، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاتجاه نحو أداء الحكومة، مرجع سابق.
- Brinkerhoff, D. W., & Wetterberg, A, Gauging the Effects of Social Accountability on Services, Governance, and Citizen Empowerment, Public Administration Review, vol 76, no2, 2015, Pp. 275, DOI: 10.1111/puar.12399.
 - Dean Neu , Greg Saxton , Abu Rahaman , Jeffery Everett, Twitter and social accountability: Reactions to the Panama Papers, Critical Perspectives on Accounting
 - vol 61, 2019, Pp41, <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2019.04.003>
 - رمضان حسن وأحمد شعبان، كيف أصبحت قضية "البنّا وراجح" تريند السوشيال؟ (تحليل بيانات)، متاح على access on: https://www.masrawy.com/news/news_various/details/2019/10/24/1658550/%D9%8324/10/2019,16/11/2019

٤٢) أحمد السكري، قاموس الخدمة الاجتماعية والخدمات الاجتماعية، إسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2000، ص ١٤.

43) Mulgan, R, Accountability : An – ever-expanding Concept?, Public Administration Review, vol 67, no 3, 2000, P20.

44) Brown L. David, Accountability, Strategy, and International Nongovernmental Organizations, Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, vol 30, no 3, September 2001, Pp 570- 571 © 2001 Sage Publications.

(٤٥) البنك الدولي، الدليل المرجعي للمساءلة الاجتماعية، عرض للفصل الثاني: ماذا تعني المساءلة الاجتماعية بالنسبة للبنك الدولي، ٢٠٠٥، ص ٢٤.

- Morrison, J. B., & Salipante, P., Governance for Broadened Accountability: Blending Deliberate and Emergent Strategizing, Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, vol 36, no 2, 2007, Pp199-200, DOI: 10.1177/0899764006295992.

46) Frink, D., & Klimoski, R., J., Advancing accountability theory and practice: Introduction to the human resource management review special edition, Human Resource Management Review, vol 14, 2004 P5

47) Hickey, S., & King, S, Understanding Social Accountability: Politics, Power and Building New Social Contracts, The Journal of Development Studies, vol 52, no 8, 2016 ,Pp 1226 <http://dx.doi.org/10.1080/00220388.2015.1134778>.

(٤٨) المركز الإقليمي لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي في القاهرة، المشاركون بالرأي والمساءلة من أجل تحسين تقديم الخدمات، مركز أوسلو للحكم التابع لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، وثيقة معلومات أساسية حول فعاليات التدريب الإقليمية التابعة لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي للدول العربية، القاهرة، مصر، ٣-٥ أكتوبر- تشرين الأول ٢٠١٠.

(٤٩) إيمان محمد حسني، الشباب والحركات الاجتماعية، القاهرة، دار العالم العربي، ٢٠١١، ص ١٩
(٥٠) عادل صالح، الإنترنت والسياسة "دراسة في الاستخدام والتأثير في ضوء الخبرات المحلية والدولية، القاهرة، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، ٢٠١٧، متاح على

<https://books.google.com.eg/books?id=vLPEDgAAQBAJ&pg=PA46&dq=> بتاريخ ٦/٨/٢٠١٩، ص ٤٧.

- عبدالرازق محمد الدليمي، الإعلام المتخصص، الأردن، اليازوري للنشر والتوزيع، ٢٠١٩، متاح على <https://books.google.com.eg/books> بتاريخ ٦/٨/٢٠١٩، ص ص ٩٥-٩٦

51) helene pristed, Gender Diversity and The European Public Sphere,

https://www.researchgate.net/publication/38450335_Gender_Diversity_and_the_European_Public_Sphere, 6/8/2019

(٥٢) إيناس السعيد إبراهيم، السوشيال ميديا وأثرها على المجتمع، القاهرة دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٩، متاح على <https://books.google.com.eg/books?id=MzynDwAAQBAJ&pg=PA57&dq=> بتاريخ ٦/٨/٢٠١٩، ص ٥٥.

(٥٣) <https://docs.google.com/forms/d/1mqCGGM4PX1PbiE9mkAUTxGafhwIL5S7ibWk4HRHREZ>, access on: 7/9/2010

<https://www.facebook.com/groups/399016497635399/>, 11/10/2019)٥٤

<https://www.facebook.com/groups/907132865998884/>, 11/10/2019)٥٥

https://www.facebook.com/pg/newcairodedelfasad/about/?ref=page_interna, 11/10/2019.)٥٦

(٥٧) الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، المنشور إحصائية شهرية تصدر عن الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، العدد ٩٢ أكتوبر ٢٠١٩، ص ٧، متاح على

https://www.capmas.gov.eg/Pages/Publications.aspx?page_id=5107&Year=23118

<https://www.facebook.com/groups/powerofSMinEgypt/>)٥٨

<https://www.facebook.com/%D8%A7%D9%85%D8%B3%D9%83-%D9%85%D8%B1%D8%AA%D8%B4%D9%8A-1177171252320600/>

60) Bertot, G. C., Jaeger, P.T., & Grimes. J. M, Promoting transparency and accountability through ICTs, social media, and collaborative e-government, Transforming Government, Ibid.

EdD Jeff, C., a Scott, D, R., & Akers, P., Pharmacy Students' Facebook Activity and Opinions Regarding Accountability and E-Professionalism , Ibid, Pp1-7.

62) Treem, J. W, Social media as Technologies of Accountability: Explaining Resistance of Implementation with in organizations, Ibid, Pp53-74.

63) Wu Yan, F., Social media engagement in the digital age Accountability or threats, Ibid, Pp287-296

٦٤) تقرير صادر عن حملة المركز العربي لتطوير الإعلام الإلكتروني، الأمان الرقمي والشباب الفلسطيني في مناطق الضفة الغربية وقطاع غزة، العدد ٤٨، تشرين الثاني ٢٠١٦.

65) Eom Seok, J., Hwang, H., & Kim Jun, H, Can social media increase government responsiveness? A case study of Seoul, Korea, Ibid, Pp 109 –122.

66) Sobaci, M, Z.,& Karkin, N., The use of twitter by mayors in Turkey: Tweets for better public services?, Ibid, Pp 417–425

٦٧) شريف درويش اللبان، تقييم أداء الإعلام في الانتخابات الرئاسية، المركز العربي للبحوث والدراسات، العدد السابع، يونيو ٢٠١٤، ص ٢١.

٦٨) إيمان مرجب، الفاعلية والتحديات "سياسات مكافحة الإرهاب في مصر، المركز العربي للبحوث والدراسات، ٢٠١٩، متاح على

<http://www.acrseg.org/41342>

٦٩) زينب عباس، الرقابة الشعبية ودورها في تحسين أداء الحكومة بالتطبيق على بريطانيا، وأمريكا، ومصر، دراسة نظرية تحليلية، مرجع سابق، ص ص ٢٩٩-٣٥٦.

70). Eom Seok, J., Hwang, H., & Kim Jun, H, Can social media increase government responsiveness? A case study of Seoul, Korea, Ibid, Pp 109 –122.

٧١) داليا مصطفى السواح، دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم مفهوم المساءلة الاجتماعية لدى الشباب المصري "دراسة ميدانية على عينة من الشباب المصري الجامعي، بالجامعات المصرية الحكومية والخاصة، مرجع سابق.

٧٢) البنك الدولي، الدليل المرجعي للمساءلة الاجتماعية، مرجع سابق، ص ٢٢

٧٣) <https://www.facebook.com/groups/907132865998884/>, 11/10/2019

74) P. Ashraf, The Role of Media in Good Governance: Paid News Culture of Media and the Challenges to Indian Democracy, International Research Journal of Social Sciences, vol 3, no 3,2014 Pp41-43, March, retrieved from <http://www.isca.in/IJSS/Archive/v3/i3/8.ISCA-IRJSS-2014-20.pdf> accessed on 11/12/2019

٧٥) <https://www.facebook.com/newcairoadedelfasad/>

٧٦) مونیکا ميشيل، الصورة الإعلامية لمسئولي الحكومة على مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على صورتهم الذهنية لدى الشباب، مرجع سابق.

٧٧) شذوى عصمت عبدالقادر حسن، المساءلة المجتمعية كمدخل لمكافحة الفساد "دراسة حالة الهند"، القاهرة، مجلة البحوث الإدارية، مرجع سابق، ص ٢٢٢-٢٨١.

٧٨) حنين نعمان على الشريف، أثر المساءلة الإدارية على الأداء الوظيفي للعاملين الإداريين في وزارة التربية والتعليم بقطاع غزة، مرجع سابق.

٧٩) زينب عباس زعزوع، دور المساءلة في إصلاح تردي العلاقة بين الحكومة والمواطن الناجم عن تفشي الفساد في المنظمات العربية بالتطبيق على دولة الإمارات العربية المتحدة، مرجع سابق، ص ص ١٣٥-٨٣.

80) <https://ncw.gov.eg/ar/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8>, access on: 13/11/2019.

81) Dean Neu , Greg Saxton , Abu Rahaman , Jeffery Everett, Twitter and social accountability, Ibid.

The Effectiveness of Using Social Media Sites in the Social Accountability from The perspectives of the respondents

Dr. Eman saber sadek Shaheen
Eman.Shaheen@women.asu.edu.eg
Assistant Professor of mass communication
Ain shams university

Abstract

This study aimed to identify the effectiveness of the respondents' use of social media in social accountability in three key issues: Improving services, detecting corruption issues and empowering the marginalized in society by applying the survey on (200) social networking users, as well as interviewing a number of administrators of social accountability pages and groups via social networking site (Facebook).

Results of the study Showed a negative correlation between the use of Facebook in the social accountability, improving the services and detecting corrupt in issues at the significance points (01,), and (05,), Respectively, there was a negative and statistically non-controversial link between using Facebook as social accountability and empowerment of the marginalized individuals in community from the perspective of the respondents

Results on Twitter's effectiveness in social accountability has revealed a statistically positive correlation between Twitter's uses for social accountability, improved services, and empowering the marginalized. Meanwhile a statistically negative correlation between using Twitter for social accountability and the disclosure of corruption issues in society from the perspective of the respondents.

Results also showed significant differences among respondents in their appreciation of how far the contribution of the number of complaints (social accountability) through social networking sites in improving the services provided to citizens in Egyptian society, uncover corruption issues, and empower marginalized groups, according to how they get respond to their complaints, as those who got response for their concerns adopt a positive attitude toward social accountability through social media sites

keyword: Social Media Sites, Social Accountability.

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

