

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 العائدي (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 المصريين 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 المصريين \$١٥٠.
 - ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين \$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 المصريين \$٣٠٠، ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع. ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
 - بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر \$٣٥٠. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
 - بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ٨٥٠ جنيهاً ومن خارج مصر \$٤٥٠ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
 - جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
 - تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والإيميل المعتمد من المجلة jpr@epra.org.eg، أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

في نهاية العام السابع ومنذ بداية إصدارها في أكتوبر/ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام ليصدر منها أربعة وعشرون عددًا متتابعين، تضم أبحاثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط — وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) — وجد فيها الأساتذة 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)

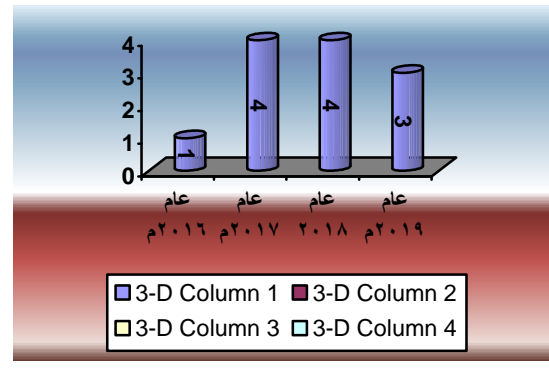
يوضح الوزن النسبي لانتشار المجلة في الجامعات والهيئات العلمية على مستوى دول العالم وفقًا لعدد المشاركين بالنشر

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.



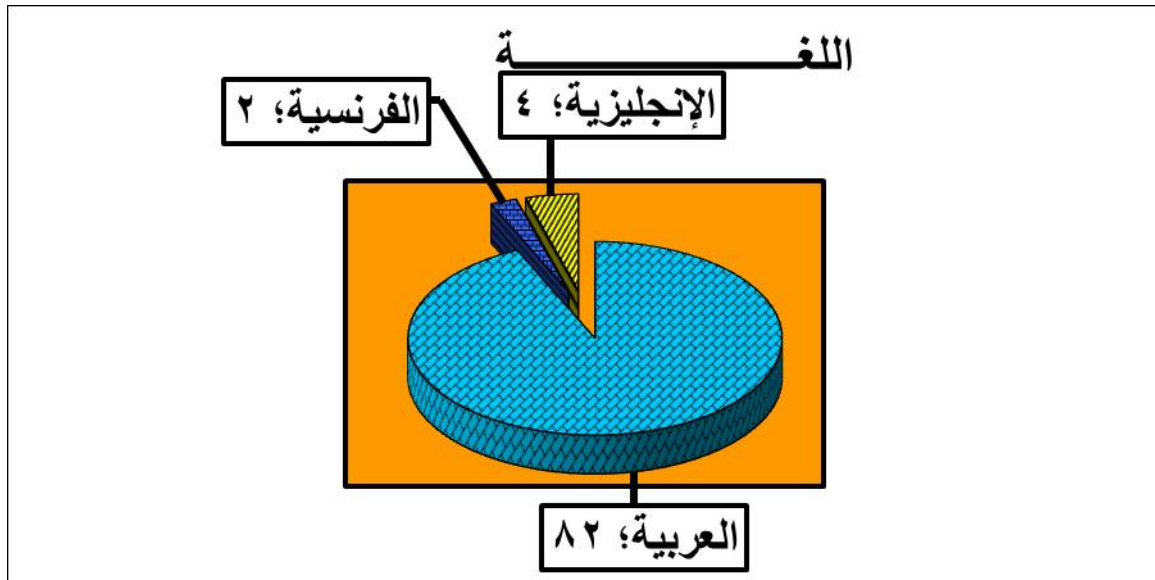
شكل رقم (٢)
يوضح توزيع أعداد المجلة وفقاً لسنة الإصدار

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 بأكثر 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.

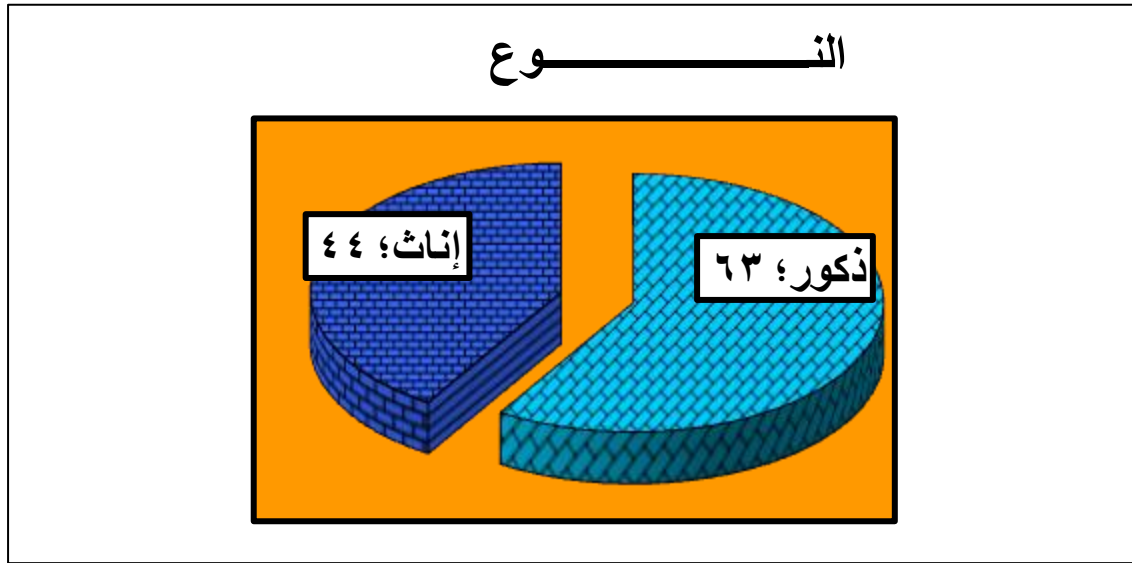
٤- توزيع عدد المشاركات بالمجلة وفقاً للنوع:

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.

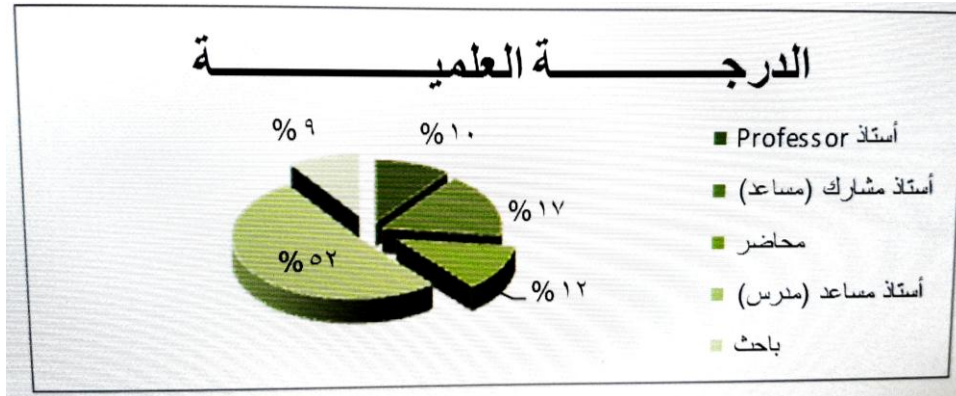
٥- توزيع الدرجات العلمية للباحثين وفقاً للأبحاث المنشورة:-

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.

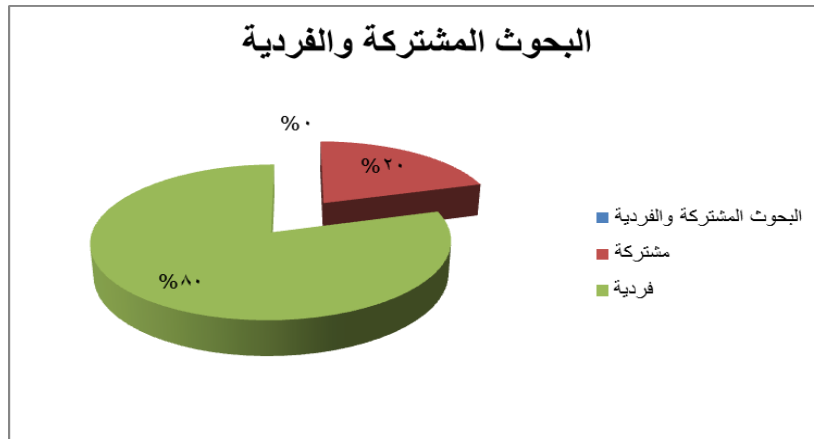
٦- توزيع البحوث المشتركة والفردية:

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

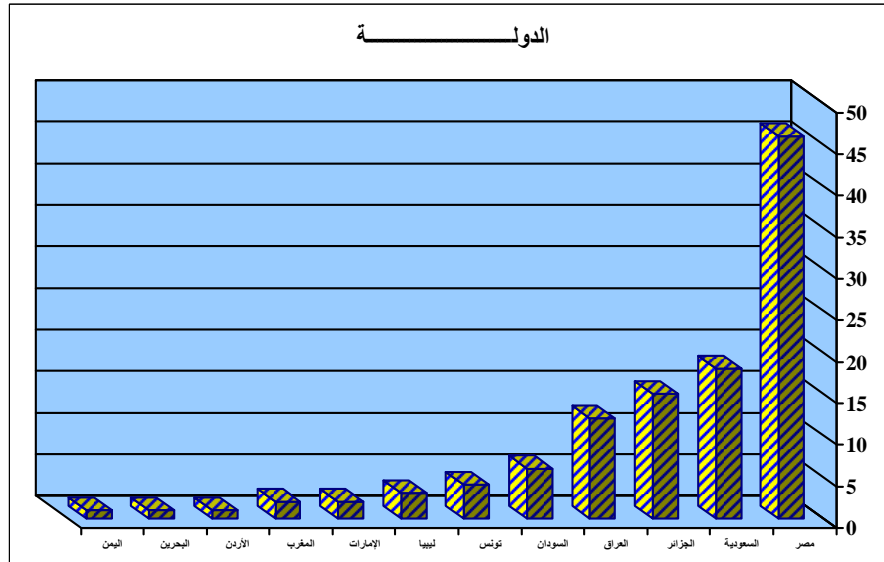
٧- توزيع المشتركين بالنشر في المجلة وفقاً للجنسية:

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

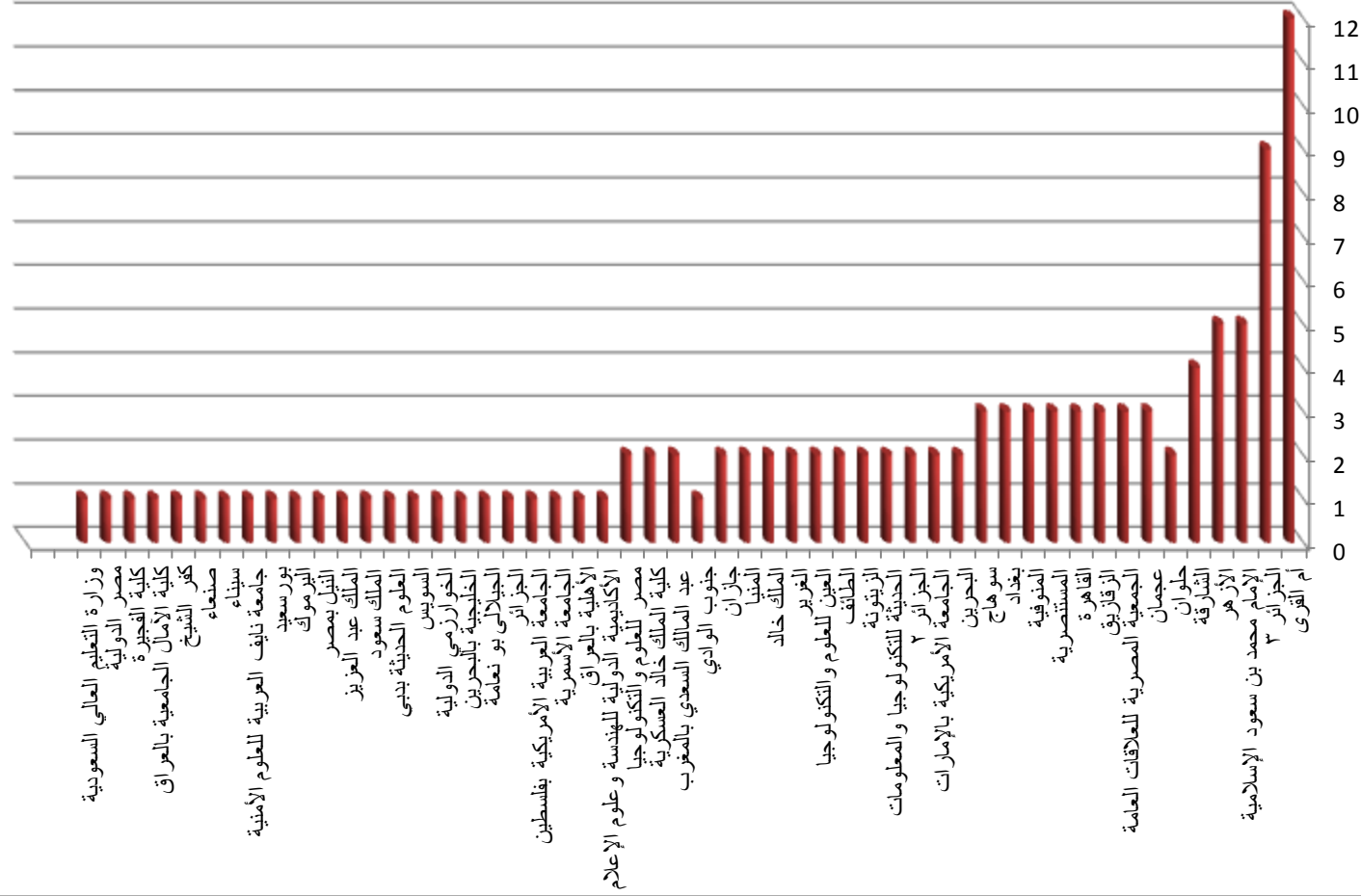
م	الجامعة	سنة النشر				عدد البحوث وملخصات الرسائل العلمية وعروض الكتب	الوزن النسبي
		٢٠١٦م	٢٠١٧م	٢٠١٨م	٢٠١٩م		
١	جامعة أم القرى	١	٣	١	٧	١٢	
٢	جامعة الجزائر ٣	٢	٠	٥	٢	٩	
٣	جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية	٠	١	٣	١	٥	
٤	جامعة الأزهر	١	٢	٢	٠	٥	
٥	جامعة الشارقة	٠	٠	٢	٢	٤	
٦	جامعة حلوان	٠	١	٠	١	٢	
٧	جامعة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

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
AR

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؛ و التي تتوافق مع المعايير العالمية. وحتى نستطيع السير في إجراءات دراسة و استكمال حصول مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط على معامل ارسيف Arcif ضمن تقرير ٢٠٢٠، فنرجو تزويدنا بموافقتكم الكريمة على منحنا حق توفير أو عرض وإتاحة مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط الصادرة عن الجمعية المصرية للعلاقات العامة بال النص الكامل، وبشكل غير حصري في قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة".

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

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

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

أ.د. سامي الخزندار

رئيس مبادرة معامل "ارسيف ARCIF"



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



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



Amman - Jordan
2351 Amman, 11953 Jordan



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

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

الإصدار ٢٠١٨، ١

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

استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بقضايا التنمية المستدامة

إعداد

د. أحمد سامي عبد الوهاب العائدي (*)
رحاب إبراهيم رأفت محمد السيد (**)

(*) مدرس العلاقات العامة والإعلان في كلية الإعلام بنين - جامعة الأزهر.
(**) محاضرة بقسم الاتصال وتقنية الإعلام في كلية الآداب- جامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل.

استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بقضايا التنمية المستدامة

د. أحمد سامي عبد الوهاب العايدي

samyelidy@gmail.com

جامعة الأزهر

رحاب إبراهيم رأفت محمد السيد

rirelsayed@iau.edu.sa

جامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل

ملخص:

تهدف الدراسة إلى التعرف على استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتنمية الوعي بخطط وقضايا التنمية المستدامة بالمملكة، اعتمدت الدراسة على منهج المسح " من خلال عينة من الشباب السعودي قوامها ٤٠٠ مفردة ، ومن أهم نتائج الدراسة:

- ١- جاءت درجة اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة بنسبة ٤٦.٥%، وإلى حد ما بنسبة ٤٥%.
- ٢- جاءت أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص الشباب السعودي على استخدامها في متابعة قضايا التنمية المستدامة، جاء في المرتبة الأولى تويتر يليه انستجرام ثم اليوتيوب.
- ٣- جاءت أهم القضايا التي يتبعها الشباب السعودي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوي متابعة هذه القضايا من قبل الشباب، جاء في المرتبة الأولى القضايا المجتمعية وفي المرتبة الثانية القضايا الثقافية وفي المرتبة الثالثة القضايا السياسية وفي المرتبة الرابعة القضايا الدينية وفي الترتيب الخامس القضايا العلمية وفي الأخير القضايا الرياضية.
- ٤- جاءت درجة وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية المستدامة من خلال متابعتهم لمواقع التواصل الاجتماعي متوسطة بنسبة ٦١.٣%، وفي المرتبة الثانية درجة الوعي مرتفعة بنسبة ٣٥.٨% بينما جاء في المرتبة الأخيرة درجة الوعي المنخفضة بنسبة ٣%.
- ٥- ثبوت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية وبين أنماط تفاعلهم مع مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٦- ثبوت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية وبين اتجاهاتهم نحو هذه القضايا.
- ٧- ثبوت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية وبين الإشباع المتحققة نحو هذه القضايا.

مقدمة:

ظهرت وسائل الإعلام الجديد كمصطلح واسع النطاق في الجزء الأخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل "الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة" مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدتها مجال الاتصال والإعلام؛ حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال في التغلب على الحيز الجغرافي والحدود السياسية، والتي أحدثت تغيير بنيوي في نوعية الكم والكيف في وسائل الإعلام. والمقصود بوسائل الإعلام الجديدة ببساطة هي وسائل الإعلام الرقمية وذلك لتفريقها عن الإنترنت والتفاعلية والشبكية (الغامدي، ٢٠١٢م، ص ٢٠).

إن قوة وسائل الإعلام الجديد لا تقتصر على مجرد خاصية التفاعل التي تتيحها والتي تسمح لكل من المرسل والمستقبل بتبادل أدوار العملية الاتصالية، ولكن تلك الوسائل أحدثت أيضاً ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي متعدد الوسائط والذي يشتمل على النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات الفيديو (كاتب، ٢٠١١م، ص ٥).

فالثورة المذهلة في عالم التقنية الرقمية وما أفرزته من تطورات في وسائل الإعلام الجديد أدت إلى تحوله من حقل للمعلومات يتيح حرية التعبير عن الرأي إلى وسيلة للتفاعل والتواصل والمشاركة. لذلك يمكن القول إن وسائل الإعلام الجديد من خلال منصاتها المتوفرة على الإنترنت والمتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي لها دور مؤثر في تشكيل الرأي العام وتحريك الشعوب، لأن معظم الشعوب تستخدم هذه الوسائل الإعلامية الجديدة وتتفاعل معها، مما يسهم في استغلالها من قبل القائمين عليها في نشر الوعي بخطط التنمية المستدامة بالمملكة العربية السعودية وفق رؤية ٢٠٣٠م. وحيث تستهوي مواقع التواصل الاجتماعي جيل الشباب على صعيد واسع من خلال مميزاتها كونها أكثر انفتاحاً كما يشكل عنصر التفاعلية الميزة الرئيسية السائدة بها، والتي تجعلها في متناول الفئة العمرية عينة الدراسة.

وبما أن جيل الشباب هو الهدف النابض في رؤية ٢٠٣٠م فإن الاهتمام بالتواصل معه يستوجب العمل من أجل بلوغ أقصى درجات التخطيط الإعلامي التنموي لتحقيق الدور التفاعلي للشباب من كلا الجنسين لبلوغ أهداف الرؤية من خلال الإخبار والتحليل والعرض والنقاش لخطط التنمية المستدامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الدراسات السابقة:

هدفت دراسة العليمات (٢٠١٩م) إلى تقصي دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق الوعي الفكري الوطني، ومعالجة القضايا الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع الأردني من وجهة نظر طلبة جامعة البلقاء التطبيقية. اختارت الدراسة الأفراد من خلال العينة العشوائية العنقودية من طلبة

الجامعة وعددهم ١٥٥ طالبًا وطالبة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وخلصت الدراسة إلى أن درجة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق الوعي الفكري الوطني وفي معالجة القضايا الاقتصادية والاجتماعية جاءت متوسطة وأظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق الوعي الفكري الوطني، ومعالجة القضايا الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع الأردني تعزي إلى اختلاف المستوي الدراسي، وعدم وجود فروق ذات دلالة في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق الوعي الفكري الوطني ومعالجة القضايا الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع تعزي للنوع الاجتماعي أو للتفاعل بين المستوي الدراسي والنوع الاجتماعي. فيما أوصت الدراسة بتفعيل دور مواقع التواصل الاجتماعي بصورة إيجابية أكثر يلمس أثرها المواطن والوطن أولاً.

وسعت دراسة الدويري، وعنازه (٢٠١٩م) لمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بقضايا الفساد لدي أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة اليرموك، ومعرفة التأثيرات المترتبة على متابعتها من خلال استخدام المسح الميداني على عينة قوامها (٢٢٠) مفردة من أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة اليرموك، وتوصلت الدراسة إلى اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات حول قضايا الفساد، لعدة أسباب أبرزها "سهولة الاستخدام، والسماح بإبداء الرأي والتعليق في قضايا الفساد"، فيما جاء "الفيسبوك" على قائمة المواقع المتحصل منها على المعلومات تلاه "الواتساب" و"اليوتيوب"، فيما كانت أبرز قضايا الفساد التي تهم المبحوثين هي "هدر المال العام، ثم الوساطة والمحسوبية، تلتها قضية إساءة استخدام السلطة العامة" وأظهرت النتائج أن أبرز التأثيرات المعرفية المترتبة على المتابعة "قدمت لي معلومات مهمة ومفيدة حول مخاطر الفساد"، أما التأثيرات الوجدانية فتمثلت في "زاد شعوري بمخاطر آثار الفساد"، وكانت أبرز التأثيرات السلوكية أن "أصبحت أكثر جدية في متابعة موضوعات قضايا الفساد.

كما هدفت دراسة القاسمي، وغازي (٢٠١٨م) إلى إبراز الدور الريادي الذي لعبته المملكة العربية السعودية في قضايا كل من المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة، وتوصلت الدراسة أن المملكة العربية السعودية لعبت دوراً ريادياً في كل من المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة؛ حيث وقفت عند الأولى على الأبعاد الإنسانية، والأخلاقية، والقانونية، والاقتصادية وتجسد واقع ذلك في بيئة أعمالها وما تحتضنه من منظمات وهيئات مما قلدها حسب أحد تقارير المسؤولية الاجتماعية المرتبة 16 من بين 181 بلداً عام 2009 م، كما تجلت ريادتها على مستوى التنمية المستدامة بأبعادها الاقتصادية، والاجتماعية والبيئية، وتمكنت من الالتزام بمعايير القياس الدولية للتنمية المستدامة بمؤشرات المختلفة، الاجتماعية، والاقتصادية، والبيئية، والمؤسسية وتجلت ذلك في عدالة توزيع الدخل مما يجعل الفرضية التي انطلقت منها الدراسة متجسدة في منظمات الأعمال السعودية، وإن

تحقيق رؤية 2030 بما سطر لها من برامج وسياسات واستراتيجيات مختلفة كفيل بأن يجعل المملكة العربية السعودية في مكانة ريادية مرموقة، ونشر ثقافة كلاً من المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة في المجتمع السعودي خاصة عن طريق الإعلام المتخصص، وضرورة تشجيع معاهد التدريب وأكاديميات الأعمال خاصة تلك التي تهتم بقضايا التنمية المستدامة والمسؤولية الاجتماعية، لتأطير موارد بشرية كفاء.

واستهدفت دراسة عبد الواجد (٢٠١٧م) التعرف على مدى اعتماد الجمهور البحريني على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح والمنهج الاستقرائي في الإجابة على تساؤلات الدراسة، وقد أجريت الدراسة الميدانية على عينة قوامها 250 مفردة من مستخدمي تطبيقات الإعلام الجديد في مملكة البحرين، وأسفرت عن النتائج التالية: أن غالبية المبحوثين يرون أن الإعلام الجديد يقدم معلومات محدودة عن قضايا التنمية المستدامة، وجود قصوراً في أداء الإعلام الجديد فيما يتعلق بالتوعية والتثقيف بشأن قضايا التنمية المستدامة، كما تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقات الإعلام الجديد من وجهة نظر المبحوثين لا تمثل الوسيلة الاتصالية الأنسب للتوعية والتثقيف بشأن التنمية المستدامة والقضايا المرتبطة بها، وأثبتت الدراسة أن أهم القضايا ذات الصلة بالتنمية المستدامة التي تم تناولها في الإعلام الجديد كانت الحفاظ على الموارد الطبيعية، ثم الحفاظ على البيئة النظيفة، وتحقيق النمو الاقتصادي المستدام، وأخيراً تحقيق معدلات التنمية الاجتماعية لخدمة إنسان الحاضر والمستقبل، كما جاء مستوى الثقة الذي يعتقد المبحوثين في المعلومات المقدمة عن التنمية المستدامة عبر الإعلام الجديد وتطبيقاته ترتبط بمدى التوثيق الرسمي لحسابات الشخصيات العامة أو المؤسسات الدولية ومنظمات المجتمع المدني المعنية بهذا المجال، وكذلك ترتبط بمدى الثقة في المؤسسات الإعلامية التقليدية التي تحرص على إنشاء نوافذ إعلامية لها في شبكات التواصل الاجتماعي.

وسعت دراسة عثمان (٢٠١٧م) إلى توضيح كيفية توظيف الإعلام الجديد في نشر الوعي بقضايا التنمية المستدامة - الوعي البيئي نموذجاً- فاعتمد الباحث على تطبيق الدراسة الميدانية على عينة من الإعلاميين وتوصلت الدراسة إلى أن ٦٤% من عينة الدراسة يرون أن الإعلام الجديد لم يوظف في مجال التوعية البيئية وأن ٤٧% موافقون أن الإعلام الجديد مقصر في نشر الوعي بالمشكلات البيئية، وأن ٤٩% يوافقون على أن ما ينشر في الإعلام العربي عن البيئة وحمايتها لا يتناسب مع أهميتها، وأوصت الدراسة إلى ضرورة رفع الوعي البيئي عبر الحملات الإعلامية وضرورة الاهتمام بمحو الأمية الثقافية للمرأة الريفية لتلعب دوراً هاماً في ترشيد مصادر الثروة وإعادة تدوير المخلفات والترويج لموضوع حماية البيئة.

كما استهدفت دراسة بريك (٢٠١٦م) رصد دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب المصري بقضايا التنمية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة وجاءت أهم نتائج الدراسة إلى ارتفاع معدلات استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي حيث جاء بالمرتبة الأولى "الفيس بوك" والمرتبة الثانية "تويتر" ثم "اليوتيوب"، وجاءت مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة الوسائل التي يعتمد عليها الشباب في الحصول على المعلومات عن قضايا التنمية تلتها الصحف الورقية ثم الإذاعة والمؤتمرات والندوات والأصدقاء والمعارف، وجاءت درجة وعي الشباب بقضايا التنمية المستدامة من خلال متابعتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة بنسبة ٥١.٦%.

وسعت دراسة مهري (٢٠١٤م) التعرف على دور توجه الإعلام البيئي كتوجه حديث لدى المؤسسات الاقتصادية، إلى الاتصال المسئول الذي يعنى بنقل الآثار المجتمعية والبيئية من المؤسسة لمختلف الأطراف ذوي العلاقة بها، وقد توصلت إلى أن الاهتمام بالتنمية المستدامة بدأ بالاهتمام بالإعلام البيئي الذي وضح خطورة المشاكل البيئية وآثارها على الإنسان والبيئة، ثم تحول بعد ذلك إلى اتصال مؤسساتي بيئي اجتماعي ومجتمعي يعكس درجة من الوعي حول رهانات التنمية المستدامة التي أصبحت حقا للإنسان في بعض الدساتير العالمية خصوصا بعد أن أصبحت حقوق الإنسان البيئية هي الجيل الثالث من حقوق الإنسان.

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

- أسهمت الدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة والمنهج الذي سيتم تطبيقه، وكذلك تحديد حجم العينة بناءً على حجم العينات في تلك الدراسات، وأدوات جمع البيانات.

- ساعدت الدراسات السابقة في صياغة أهداف وتساؤلات الدراسة، ووضع الفروض الخاصة بالدراسة.

- أوضحت نتائج معظم الدراسات أن تأثير الإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي يتراوح بين محدود إلى متوسط، كما أن توظيف الإعلام الجديد لقضايا التنمية المستدامة يشوبه القصور، ويحتاج إلى مزيد من الدفع نحو الاهتمام باستغلاله الاستغلال الأمثل للتأثير في قضايا التنمية بإيجابية.

مشكلة الدراسة:

يمكن القول إن منصات وسائل الإعلام الجديد لها دور مؤثر في تشكيل الرأي العام وتحريك الشعوب، لأن معظم الشعوب تستخدم هذه المنصات الجديدة وتتفاعل معها، مما يسهم في استغلالها من قبل القائمين عليها في نشر الوعي بخطط التنمية المستدامة بالمملكة العربية السعودية وفق رؤية ٢٠٣٠م. لذلك يحاول الباحثان من خلال الدراسة التعرف على استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية الوعي بخطط وقضايا التنمية المستدامة بالمملكة.

أهمية الدراسة:

- ١- تتبع أهمية الدراسة من أهمية مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة لشريحة كبيرة من الجمهور من بينها الشباب السعودي فهي وسيلة للتفاعل بالنسبة لهم.
- ٢- ارتفاع معدلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية، حيث شهدت تطبيقات وبرامج وسائل التواصل تزايد عدد مستخدميها في المملكة، حيث تضاعف عدد المستخدمين

النشطين خلال الأعوام الأخيرة من ٨.٥ مليون مستخدم إلى ١٢.٨ مليون ثم أخيراً وصل عددهم إلى ١٨.٣ مليون مستخدم بما يعادل ٥٨% من تعداد سكان المملكة العربية السعودية (موقع وزارة الاتصالات، ١٦-١٢-٢٠١٨م).

٣- تعد من الدراسات التي تأخذ على عاتقها توجيه المؤسسات الإعلامية الجديدة والعاملون فيها إلى الخروج من دائرة الاقتصار على نقل الأخبار والأحداث المتعلقة بالقضايا والمشكلات إلى دائرة نشر الوعي بين الشباب بقضايا التنمية داخل المجتمع.

٤- أهمية التنمية بالنسبة للمجتمعات فهي حق من حقوق المواطن.

٥- البدء في تنفيذ خطط التنمية المستدامة داخل المملكة العربية السعودية وفق رؤية المملكة ٢٠٣٠م التي أعلنها صاحب السمو ولي العهد الأمير محمد بن سلمان حفظه الله.

أهداف الدراسة:

يستهدف البحث تحقيق عدة أهداف على النحو التالي:

- التعرف على مدى استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة بالمملكة.
- إبراز أهم قضايا التنمية المستدامة التي يحرص الشباب السعودي على متابعتها.
- مدى إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي لدى الشباب السعودي بقضايا التنمية.
- الوصول إلى أهم المقترحات التي تسهم في نشر الوعي بخطط وقضايا التنمية.

تساؤلات الدراسة:

- ١- ما مدى استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول قضايا التنمية المستدامة؟
- ٢- لماذا يعتمد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة؟
- ٣- ما أبرز قضايا التنمية المستدامة التي يحرص الشباب السعودي على متابعتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات الشباب نحوها؟
- ٤- ما دوافع اعتماد متابعة الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في قضايا التنمية المستدامة؟
- ٥- ما الإشباع المتحققة من اعتماد متابعة الشباب السعودي لقضايا التنمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٦- ما مدى ثقة عينة الدراسة في المعلومات المقدمة عن قضايا التنمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٧- ما مقترحات الشباب السعودي للعمل على نشر الوعي بخطط وقضايا التنمية المستدامة؟

فروض الدراسة:

- ١- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية وبين مدى استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة.
- ٢- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوي وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية وبين أنماط تفاعلهم مع مواقع التواصل الاجتماعي.

٣- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية وبين اتجاهاتهم نحو هذه القضايا.

٤- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية وبين الإشباع المتحققة نحو هذه القضايا.

٥- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة، وكل من:

- نمط تفاعلهم مع المحتوى التنموي المقدم بمواقع التواصل الاجتماعي.
- القضايا التي يتابعونها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- اتجاهاتهم نحو قضايا التنمية المستدامة.
- الإشباع المتحققة لديهم من متابعة قضايا التنمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية كما اعتمدت الدراسة على منهج المسح "SurveyMethod" باعتباره جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث (حسين، ١٩٩٥م، ص ١٣٣). لذلك تستخدم الدراسة منهج المسح من خلال مسح الشباب السعودي عينة الدراسة للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بقضايا التنمية المستدامة لدى الشباب السعودي.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب السعودي بالمنطقة الشرقية (الدمام- الخبر- الجبيل- الإحساء- القطيف) بداية من سن ١٨ فأكثر ويرجع اختيار الشباب بالمنطقة الشرقية لارتفاع المستوى الاقتصادي، ارتفاع نسبة التعليم حيث وصلت إلى ما فوق ٧٠%، وقد تم إعداد الاستبيانات من خلال مستندات google Drive وقد تم إرسالها إلى المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الإطار الزمني للدراسة:

تم إجراء الدراسة الميدانية في الفترة من ١٢/١/١٤٤٠هـ إلى ١٤٤١/٢/١هـ أي حوالي شهرين.

عينة الدراسة:

تحددت عينة الشباب السعودي التي تم سحبها من مجتمع الدراسة لإجراء الدراسة الميدانية عليها بـ (٤٠٠) مفردة، وقد تم اختيار هذا العدد للأسباب التالية:

- يعد حجم العينة ٤٠٠ مفردة عرفاً علمياً متفقاً عليه في الدراسات الإعلامية.
- يسمح هذا العدد بمعرفة مدى التنوع في خصائص العينة، كالتنوع في الخصائص الديموغرافية كالنوع، السن، مستوى التعليم وغيرها.

وتم اختيار الشباب بأسلوب العينة العمدية غير الاحتمالية، باعتبارها الأكثر ملاءمة لطبيعة الدراسة، حيث يتم سحب العينة من مجتمع غير محدد فلا يوجد إطار للعينة أو قائمة بأسماء الأفراد حيث تعتمد الباحثان اختيار مفردات العينة وفقاً لسمات محددة هي:

- أن يستخدم أفراد العينة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي.
- مراعاة ألا يقل مستواهم التعليمي عن متوسط.
- أن يكون السن فوق ١٨ عام.

وكشفت نتائج التحليل الإحصائي للدراسة الميدانية على الشباب السعودي مجموعة من السمات والخصائص الديموغرافية التي اتسمت بها فئات الشباب السعودي عينة الدراسة، التي يوضحها الجدول التالي:

جدول (١)
خصائص أفراد العينة الديموغرافية

النوع	التكرارات	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
النوع	ذكر	33.5	1.6650	.47258
	أنثى	266		
	الإجمالي	400		
مستوى التعليم	ثانوي	30.0	2.7225	.49609
	جامعي	271		
	دراسات عليا	9		
	الإجمالي	400		
الدخل	أقل من ثلاثة آلاف	63.3	1.6175	.85909
	من ثلاثة آلاف إلى أقل من 6 آلاف	47		
	أكثر من 6 آلاف	100		
	الإجمالي	400		

اختبار الصدق والثبات:

تم إجراء اختبارات الصدق والثبات على الاستمارة من خلال تحكيم الاستمارة من الأساتذة المتخصصين في الإعلام، وتمت مراجعة التعديلات طبقاً لرأي المحكمين* .

اختبار الثبات: قام الباحث بإجراء اختبار الثبات للاستمارة، باستخدام Test Re Test فتم تطبيق الاختبار القبلي على عينة بلغت نسبتها (٢٠) مفردة من إجمالي العينة من الشباب السعودي، ثم أعيد تطبيق الاختبار على نفس العينة بعد أسبوعين من تطبيق الاختبار القبلي، وتم حساب معامل الارتباط بين التطبيق الأول والثاني وبلغ معامل الثبات ٠.٨٩ مما يدل على ثبات الاستمارة، حيث تم حساب

معامل الثبات بطريقة التباين باستخدام معادلة "ألفا كرونباخ" وهي تعتمد على تباينات أسئلة الاختبار، فإن صيغة معادلة "ألفا كرونباخ" لقياس ثبات المقاييس ككل كالتالي:

$$\text{معامل الثبات} = \text{ن} - (1 - \text{مجموع تباينات الأسئلة})$$

$$\text{ن} - 1 \quad \text{تباين الدرجات الكلية}$$

حيث إن:

ن: عدد أسئلة الاختبار.

واتضح أن معامل "ألفا كرونباخ" لثبات أداة الدراسة ككل بلغت قيمته ٠.٨١٤ وبحساب تصحيح معامل الارتباط باستخدام معادلة "سبيرمان بروان" نجد أن معامل الثبات يساوي:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{2 \times 0.814}{1 + 0.814} = 0.897$$

أي أن ٠.٨٩٧ وهو معامل ثبات مرتفع ودال إحصائياً؛ لأنه أكبر من ٠.٧، وهي نسبة تشير إلى ثبات الاستمارة وقابليتها للتطبيق، وبعد ذلك تم إعداد الاستمارة في صورتها النهائية.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة ثم إدخالها بعد ترميزها إلى الحاسب الآلي، تتم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم "SPSS" اختصاراً لـ: (Statistical Package for the Social Sciences) وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية الآتية:

- ١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- ٢- المتوسط الحسابي (Means) الانحراف المعياري (Standard Division)
- ٣- تحليل التباين ذو البعد الواحد (One Way Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم "ANOVA" لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين.
- ٤- معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين ويتم اعتبار العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من ٠.٣٠، ومتوسطة ما بين ٠.٣٠ و ٠.٧٠، وقوية إذا زادت على ٠.٧٠.
- ٥- جدول توزيع العينة وجدول عينة الدراسة التحليلية وخطوات بناء الاستبيان وتحكيمة.
- ٦- اختبار (Z) للفروق بين نسبتي، واختبار T للفروق بين متوسطين.
- ٧- اختبار (كا^٢) للاستقلالية، لقياس العلاقة بين متغيرين اسميين.

ثالثاً: الإطار النظري للدراسة:

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تعتمد هذه الدراسة في بنائها النظري علي نظرية " الاعتماد " التي تفترض إمكانية أن تحقق الرسائل الإعلامية نطاقاً واسعاً من التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية عندما توفر النظم الإعلامية خدمات معلوماتية متميزة وأساسية، وتزداد إمكانية التأثير إلي درجة كبيرة عندما تكون هناك درجة عالية من عدم الاستقرار الهيكلي في المجتمع بسبب الصراع والتغير، ويزداد اعتماد الجمهور علي مصادر وسائل الإعلام في أوقات الصراع والتغير الاجتماعي؛ ولذلك يفترض أنه في المجتمعات ذات الأنظمة الإعلامية النامية يزداد اعتماد الجمهور علي مصادر معلومات وسائل الإعلام في أوقات زيادة عدم الاستقرار أو الصراع أي أن كثافة علاقات الاعتماد للفرد ترتبط إيجابياً بإدراك التهديدات.

ويزداد الاعتماد علي وسائل الإعلام في حالة ما تكون القدرة علي تلقي المعلومات المحتاج إليها من خلال مصادر الاتصال الشخصي مقيدة (الطربيشي، السيد، ٢٠٠٦م، ص١٣٦).

ويعتبر النظام الإعلامي مهما للمجتمع وتزداد درجة اعتماد المجتمع عليه في حالة إشباعه لاحتياجات الجمهور كما نقل درجة اعتماده علي النظام الإعلامي وذلك في حالة وجود قنوات بديلة للمعلومات (Melvin، ١٩٨٢م، ص٢٢٥)، وتعتمد وسائل الإعلام علي موارد تتحكم فيها النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية الأخرى لكي تمارس عملها بكفاءة، ويمكن وصف هذا النظام بالاعتماد المتبادل Interdependent فوسائل الإعلام والمنظمات الأخرى لا تستطيع العمل بكفاءة دون الاعتماد علي بعضها البعض (العبد، ٢٠٠٣م، ٢٠٣)، ويختلف الجمهور في درجة اعتماده علي وسائل الإعلام نتيجة اختلافهم في المصالح والأهداف والحاجات الفردية (الطربيشي، السيد، ٢٠٠٦م، ص١٤٤)، وإن الأفراد الذين يعتمدون علي وسيلة معينة يكونون أكثر قدرة علي استخلاص المعلومات من خلال تعرضهم لهذه الوسيلة، وكلما كانت نوعية الاعتماد أكبر كلما كانت درجة الآثار المعرفية مستوي الانتباه والإثارة العاطفية الحب والكره للمحتوي المقدم أثناء التعرض كبيرة.

وينتج عن الاعتماد علي وسائل الإعلام عدد من التأثيرات المختلفة المعرفية والوجدانية والسلوكية تمثل اتجاهات متباينة للتغير في المعرفة أو الشعور أو السلوك (Loges William، ١٩٩٤م، ص٦)، ويحدث اعتماد الجمهور علي وسائل الإعلام من خلال السعي إلي تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي: الفهم والتوجيه والتسلية.

وكلما زاد المجتمع تعقيداً زاد تحقيق الأهداف الشخصية التي تتطلب الوصول إلي مصادر المعلومات عبر وسائل الإعلام والاعتماد علي وسائل الإعلام لا يتم بشكل متساوي بين أعضاء مجتمع معين، فالوضع التركيبي الاجتماعي للأفراد وهو عامل رئيسي في فهم اختلافات نماذج

الاعتماد علي وسائل الإعلام والوضع التركيبي للمجتمع يتم تحديده بمتغيرات الطبقة Class والحالة الاجتماعية والسلطة والوضع البنائي Structural location الذي يشتمل علي متغيرات مثل: الدخل - التعليم - السن - النوع، فالدخل يمكن أن يحد من الوصول لوسائل إعلام معينة والتعليم يمكن أن يحد من قدرة الأفراد في معالجة المعلومات من وسائل الإعلام (loges william، ١٩٩٤م، ص٧).

ومن الانتقادات التي وجهت للنظرية أنها لم تتعرض لدور قنوات الاتصال الشخصي مثل الاتصال داخل الجماعة أو الاتصال داخل المنظمات، وذلك علي الرغم من أن الاتجاه يتزايد نحو تعظيم قدر المعلومات التي يستقبلها الفرد من شبكات الاتصال الشخصي، وتفقر النظرية إلي الدليل المؤيد الموضوعي، ويرجع ذلك إلي صعوبة إجراء دراسة علي نطاق واسع تضم كل المتغيرات الخاصة بالنظرية (الطربيشي، السيد، ٢٠٠٦م، ص١٤٦)، وتطبيق هذه النظرية يحتاج بداية إلي اتفاق علي المصطلحات والمهم منها وتوظيفها والربط بين النماذج المختلفة للإشباع في علاقتها بالمعاني المستقاة من المحتوى الذي يتعرض له الفرد وبجانب الانتقال من وإلي التركيز علي الفرد إلي علاقته في الاستخدام والإشباع بالنظم الاجتماعية الأكبر، وهذا ما يحتاج إلي جهد علمي من الخبراء والباحثين للتوسع بالنظرية وتطبيقاتها تمهيدا لدراسة علاقتها بتأثيرات وسائل الإعلام علي الفرد ثم المجتمع بعد ذلك (عبد الحميد، ٢٠٠٤م، ص٢٣٨)، وتقوم نظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام علي العلاقات الثلاثية التي تتكون من النظام الاجتماعي ووسائل الإعلام والجمهور، لكن معظم البحوث تتعامل مع مدخل الاعتماد علي الأفراد أو المستوي الفردي فقط.

وبالتالي تدرس أبعاد وآثار الاعتماد الناتجة عن اعتماد الأفراد علي الوسائل المختلفة دون التركيز علي النظام الاجتماعي والجماعات، وارتكازها علي خبرات مجتمع ذات خصوصية بنائية ووظيفة قد يفقدها القدرة علي التعميم علي مجتمعات أخرى في البيئات الدولية كما لم تحدد النظرية علاقة كل عنصر من عناصر المجتمع بالنظام الإعلامي.

فعلي سبيل المثال، ما حدود تأثيرات الظروف الاقتصادية؟ ما مدي تأثير الفلسفة السياسية علي تشكيل النظام الإعلامي (الطربيشي، السيد، ٢٠٠٦م، ص١٤٧)، ومبررات استخدام نظرية الاعتماد في هذه الدراسة وأسلوب تطبيقها في البحث الميداني؛ حيث تتضمن نظرية الاعتماد تأثيرات معرفية Cognitive وتأثيرات وجدانية Affective وتأثيرات سلوكية Behavioral وقد استفادت الدراسة من هذا النموذج الخاص بالتأثيرات التي تحدد إلي أي مدي يعتمد الشباب السعودي علي مواقع التواصل الاجتماعي في استيقاء المعلومات حول قضايا التنمية المستدامة؛ حيث تساعد النظرية في التعرف علي التأثيرات الناتجة علي الشباب الجامعي بسبب هذا الاعتماد، وإن هذه النظرية تساعدنا في التعرف علي نوع العلاقة بين حجم اعتماد الشباب الجامعي علي مواقع التواصل الاجتماعي وبين إدراكه لقضايا التنمية المستدامة.

لذا فإن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تعد من أنسب النظريات الإعلامية لهذه الدراسة ولاسيما إنها تفترض أن الشباب السعودي يتفاوت في درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام، وخاصة الإعلام الجديد، نظراً لتعدد مصادر المعلومات لديهم.

رابعاً: الإطار المعرفي للدراسة:

أهمية الوعي في تحقيق خطط التنمية المستدامة من خلال وسائل الاتصال:

ولكي تتحقق الأهداف التنموية لأبد من تبني أنماط من السلوكيات الإيجابية من خلال الخبرات التي تؤدي إلى إرشاد الجمهور عبر وسائل الاتصال بما يحقق استتارة الجماهير نحو الموضوعات المجتمعية والتي تمثل أركان التنمية.

ويعتبر الاتصال جزءاً أساسياً في مجال التنمية والطريقة التي يستخدمها في الدخول إلى المجتمع المحلي وطريقة فهمه ومناقشته للقضايا وكيفية جمعه للمعلومات ومشاركة تلك المعلومات ويعني الاتصال التنموي الاستخدام المخطط لاستراتيجيات وعمليات الاتصال التي تهدف إلى تحقيق التنمية (الدليمي، ٢٠١٢م، ص ١٨٥، ١٨٤).

ويمثل الإعلام التنموي نشاط شامل ومخطط ومتعدد الأبعاد يخاطب الرأي العام بهدف إقناعه بضرورة المشاركة الإيجابية في عملية التنمية والإصلاح الاقتصادي عبر تقديم صورة عن طبيعة التوجهات المستقبلية للاقتصاد، والتعريف بالنشاطات والفعاليات الاقتصادية والتنموية والطاقات المتاحة وتشجيع حركة التبادل الاقتصادي الاستثماري بشتى مجالاته وصوره من خلال ما يسمى بالاتصال المعزز للتنمية، الذي يهدف إلى نشر ثقافة التنمية بعرض وتبسيط وشرح وتفسير وتحليل المضامين الاقتصادية في قوالب إعلامية مهنية جاذبة لخدمة أهداف التعليم والتثقيف ونشر المعلومات وتنشئة المجتمع على مفاهيم تنموية تخدم مصالحهم وتمس حياتهم اليومية ومستقبل أجيالهم (الدليمي، ٢٠١٢م، ص ٢٠٣).

ثانياً: التنمية:

بدأت قضية التنمية بعد الحرب العالمية الثانية وكأنها أكثر القضايا إثارة للجدل وموضع للاهتمام خاصة بعد حصول الدول النامية على استقلالها فقد وجدت هذه الدول نفسها في مواجهة تحديات بالغة الصعوبة بعضها يتصل بالنظام الدولي الجديد والآخر يتعلق بطبيعة البناءات الاجتماعية التي ورثتها هذه الدول، ولقد زاد هذا الموقف صعوبة ذلك التفاوت الاقتصادي والاجتماعي بين هذه الدول النامية من ناحية والدول المتقدمة من ناحية أخرى (الحفناوي، ٢٠١٤م، ص ٢٣).

تعريف التنمية:

التنمية اصطلاحاً تعني زيادة محسوسة في الإنتاج والخدمات شاملة ومتكاملة مرتبطة بحركة المجتمع تأثيراً وتأثراً مستخدمة الأساليب العلمية الحديثة في التكنولوجيا والتنظيم والإدارة (الدليمي، ٢٠١٢م، ص ٢٤).

كما يعرفها البعض بأنها تحسين الحياة المعيشية للأفراد ليكونوا في مستوى أفضل بمعنى تنمية المجتمع، وهي عمليات متكاملة من البرامج والخطط بغرض تحقيق أهداف منشودة للنهوض بالمجتمع وتحسين معيشتهم، ويتوقف ذلك على مدى مساهمة الجهود المبذولة من أفراد المجتمع أنفسهم من ناحية ومدى رغبتهم وتصميمهم تجاه تحسين قيمهم واتجاهاتهم الاجتماعية والثقافية من ناحية أخرى (شافعي، ١٩٧٠م، ص ٧٨).

كما تُعد التنمية عملية ديناميكية، شاملة، معقدة، عميقة، واعية، مقصودة ومدروسة تتم بالإنسان ومن أجل الإنسان وتهدف إلى إحداث تحولات واسعة وشاملة وعميقة في المجتمع، وفي مختلف المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والإعلامية وهذا ما يؤكد أنها عملية مرتبطة بالظروف الخاصة والإمكانات والموارد المادية والبشرية ومن ثم لا يمكن استيرادها أو استعادتها جاهزة بل هي مشروع يجب العمل على إيجاده (خضور، ٢٠٠٣م، ص ٢)، كما تهدف عملية التنمية في المجتمع إلى تحسين الظروف المعيشية للفرد، واستثمار الموارد البشرية داخل المجتمع، ترابط المجتمع بما يسمح بزيادة التواصل بين الجماعات والمؤسسات، ولتحقيق التكامل في جميع المجالات يتحتم التعاون البناء لإشباع الحاجات الرئيسية لأفراد هذا المجتمع.

ظهور مفهوم التنمية المستدامة:

في سنة ١٩٨٧م استخدم المجلس العالمي للبيئة والتنمية مفهوماً جديداً هو التنمية المستدامة، وعرفها بأنها مواجهة حاجات الجيل الحالي بدون التضحية بحاجات الجيل القادم، ويركز مفهوم التنمية المستدامة على الموازنة بين التوازنات البيئية والسكانية والطبيعية (الشمالية، الضلاعين، ٢٠١٤م، ص ٦٠). هذا وتتضمن التنمية المستدامة أبعاداً متعددة متداخلة ومتفاعلة مع بعضها بعضاً هي الأبعاد الاقتصادية والبشرية والبيئية والتكنولوجية، والتنمية المستدامة تنمية موجهة لفائدة المجتمع المحلي مع الأخذ بعين الاعتبار حاجات وحقوق الأجيال القادمة، وهذا ما يسمُّها بطابع الاستدامة (الدليمي، ٢٠١٢م، ص ٤٢).

وفيما يلي تعريفات أخرى أعطيت للتنمية المستدامة منها تعريف مؤتمر الأمم المتحدة المعني بالبيئة والتنمية لعام ١٩٨٧م ويقول هي " التنمية التي تلبي احتياجات الجيل الحالي دون الإضرار بقدرة الأجيال المقبلة على تلبية احتياجاتها الخاصة".

ويعرفها مجلس منظمة الأغذية والزراعة عام ١٩٨٨م بأنها " إدارة قاعدة الموارد الطبيعية وصيانتها وتوجيه التغيرات التكنولوجية والمؤسسية بطريقة تضمن تلبية الاحتياجات البشرية للأجيال الحالية والمقبلة بصورة مستمرة (الدليمي، ٢٠١٢م، ص ٤٣).

محاور التنمية المستدامة:

إن التنمية الحقيقية هي التنمية القابلة للاستمرار، وهي تلك التي تعمل على إشباع حاجات الإنسان وتحقيق آماله في ضوء الأساليب الآتية (الببلاوي، ١٩٩٩م، ص ٦٠، ٥٩):

١. تحسين مستوى معيشة السكان، ورفع المستوى الصحي، وتوفير الخدمات الصحية والتعليمية والطاقة وإيجاد فرص العمل ورفع الإنتاجية.
٢. إعادة النظر في أنماط الاستهلاك، والحفاظ على الموارد الطبيعية.
٣. الالتزام بالنمو الاقتصادي غير المؤثر على البيئة.
٤. شمولية التعاون بين الدول على مستوى دول العالم.
٥. تبادل الخبرات والاستفادة منها.
٦. رفع مستوى الوعي البيئي لدى السكان.
٧. غرس أهمية البيئة لدى الأطفال والشباب عبر المناهج الدراسية.

المعوقات الرئيسية للتنمية المستدامة:

على الرغم من التقدم الكبير الذي تحقق خلال الفترة التي أعقبت إعلان ريو في مجال العمل التنموي فإن هناك بعض المعوقات التي واجهت خطط وبرامج التنمية كان أهمها ما يأتي(الداغر، ٢٠١٢م، ص٦٤):

- ١- الفقر الذي يعد أساساً لكثير من المعضلات الصحية والاجتماعية والأزمات النفسية عد والأخلاقية، وأن على المجتمعات المحلية والوطنية والدولية أن تضع من السياسات التنموية وخطط الإصلاح الاقتصادي ما يقضي على هذه المشاكل بإيجاد فرص العمل والتنمية الطبيعية والبشرية والاقتصادية والتعليمية للمناطق الأكثر فقراً والأشد تخلفاً، والعمل على مكافحة الأمية.
- ٢- الديون إضافة إلى الكوارث الطبيعية بما فيها مشكلات الجفاف والتصحر والتخلف الاجتماعي الناجم عن الجهل والمرض، ويعد الفقر أهم المعوقات التي تحول دون نجاح خطط التنمية المستدامة، وتؤثر سلباً في المجتمعات الفقيرة خاصة والأسرة الدولية عامة، ويصبح من واجب الجميع التضامن للتغلب على هذه الصعوبات بحماية الإنسانية من مخاطرها وتأثيراتها السلبية على المجتمع.
- ٣- الحروب والمنازعات المسلحة التي تؤثر بشكل مضر على البيئة وسلامتها، وضرورة تنفيذ قرارات الأمم المتحدة الداعية إلى التنمية المستدامة، ووضع تشريعات والتزامات تحرم وتجرم تلوث البيئة أو قطع أشجارها أو إبادة حيواناتها ومراعاة الكرامة في معاملة الأسرى طبق للقوانين الدولية وعدم التمثيل بالموتى ومنع تخريب المنازل والمنشآت المدنية ومصادر المياه.
- ٤- التضخم السكاني غير الرشيد وخاصة في مدن الدول النامية وتدهور الأحوال المعيشية في المناطق العشوائية، وتزايد الطلب على الموارد والخدمات الصحية والاجتماعية.
- ٥- تدهور قاعدة الموارد الطبيعية واستمرار استنزافها لدعم أنماط الإنتاج والاستهلاك الحالية مما يزيد في نضوب قاعدة الموارد الطبيعية وإعاقة تحقيق التنمية المستدامة في الدول النامية.
- ٦- عدم توافر التقنيات الحديثة والخبرات الفنية اللازمة لتنفيذ برامج التنمية المستدامة وخططها.

٧- نقص الخبرات اللازمة لدى الدول العربية لتتمكن من الإيفاء بالالتزامات حيال قضايا البيئة العالمية ومشاركة المجتمع الدولي في الجهود الرامية لوضع الحلول لهذه القضايا.

خامساً: نتائج الدراسة الميدانية:

١- مدى استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة.

جدول (٢)

مدى استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرارات	معدل المتابعة
.63766	2.3800	8.5	34	نادراً
		45.0	180	إلى حد ما
		46.5	186	نعم
		%100	400	الإجمالي

تشير نتائج الجدول السابق إلى مدى استخدام واعتماد الشباب السعودي عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة، حيث جاء في المرتبة الأولى الإجابة بنعم بنسبة ٤٦.٥%، وجاء في المرتبة الثانية إلى حد ما بنسبة ٤٥%، وهذا يدل على مدى الوعي لدى الشباب بقضايا التنمية المستدامة وحرصهم على متابعة المواد الإعلامية التي تنتشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وجاء في الترتيب الأخير نادراً بنسبة ٨.٥%، وهذا يتفق مع دراسة (بريك، ٢٠١٦م، ص ٢٧٤) حيث جاءت نسبة اعتماد الشباب المصري في متابعة قضايا التنمية بمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٦٦.٨%، وهذا يدل على مدى حرص الشباب بالمجتمعات العربية على متابعة قضايا التنمية المستدامة بالرغم من حداثة المصطلح.

٢- أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص الشباب السعودي على استخدامها في متابعة قضايا

التنمية المستدامة.

جدول (٣)

أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص الشباب السعودي على استخدامها في متابعة قضايا التنمية المستدامة.

مواقع التواصل الاجتماعي	التكرارات	النسبة من إجمالي التكرارات	النسبة من عدد مفردات العينة (٤٠٠)
-تويتر.	365	33.4%	91.3%
-انستجرام	206	18.9%	51.5%
-يوتيوب	152	13.9%	38.0%
-سنا ب شات	126	11.5%	31.5%
-وات ساب	113	10.3%	28.3%
الفيس بوك.	82	7.5%	20.5%
المدونات	36	3.3%	9.0%
أخرى	7	0.6%	1.8%
ماي سبيس	5	0.5%	1.3%
الإجمالي	1092	%100	

تشير نتائج الجدول السابق إلى مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في الإثراء المعلوماتي لدى الشباب السعودي عن قضايا التنمية؛ حيث جاء في المرتبة الأولى تويتر بنسبة ٣٣.٤% من إجمالي التكرارات وبنسبة ٩١.٣% من إجمالي عينة الدراسة، وجاء في المرتبة الثانية "انستجرام" بنسبة ١٨.٩% من إجمالي التكرارات وبنسبة ٥١.٥% من إجمالي عينة الدراسة، وجاء في المرتبة الثالثة اليوتيوب بنسبة ١٣.٩% من إجمالي التكرارات وبنسبة ٣٨% من إجمالي عينة الدراسة، وجاء في المرتبة الرابعة "سنا ب شات" بنسبة ١١.٥% من إجمالي التكرارات وبنسبة ٣١.٥% من إجمالي عينة الدراسة وجاء في الترتيب الخامس "واتساب" بنسبة ١٠.٣% من إجمالي التكرارات وبنسبة ٢٨.٣% من إجمالي عينة الدراسة، وجاء في الترتيب السادس "الفيس بوك" بنسبة ٧.٥% من إجمالي التكرارات وبنسبة ٢٠.٥% من إجمالي عينة الدراسة، وجاءت المدونات في الترتيب السابع بنسبة ٣.٣% من إجمالي التكرارات وبنسبة ٩% من إجمالي عينة الدراسة، وجاءت أخرى في الترتيب الثامن بنسبة ٠.٦% من إجمالي التكرارات وبنسبة ١.٨% من إجمالي عينة الدراسة وتتنوع أخرى ما بين استخدام موقع "لينكد إن" و"جوجل" وتطبيقات الصحف الإلكترونية، وجاء في المرتبة الأخيرة

"ماي سبيس" بنسبة ٠.٥% من إجمالي التكرارات وبنسبة ١.٣% من إجمالي عينة الدراسة، وهذه النتائج تتفق مع دراسة (عبد الواجد، ٢٠١٧م، ص١٠٦) ودراسة (بريك، ٢٠١٦م، ص٢٧٥) حيث تصدر "تويتر" لشبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً لدى المجتمع البحريني، وربما الخليجي كما تشير إلى ذلك الإحصائيات والدراسات، ثم "الفييس بوك" و"اليوتيوب" كما تشير إلى اكتساب شبكة سناب شات مستخدمين جدد بشكل مستمر، للحد الذي جعلها تسبق موقع "إنستجرام" لنشر الصور وملفات الفيديو القصيرة.

٣- أسباب اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة قضايا التنمية المستدامة.

جدول رقم (٤)

أسباب اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة قضايا التنمية المستدامة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة التأثير						أسباب الاعتماد
				بدرجة ضعيفة		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
.29084	2.9250	100	400	.8	3	6.0	24	93.3	373	السرعة في النشر
.46984	2.7825	100	400	2.5	10	16.8	67	80.8	323	التمكن من التفاعل
.55314	2.6575	100	400	4.0	16	26.3	105	69.8	279	الجرأة في الطرح
.55132	2.5825	100	400	3.0	12	35.8	143	61.3	245	متابعة كافة المستجدات
.68196	2.1900	100	400	15.5	62	50.0	200	34.5	138	الصدق في التناول

تشير نتائج الجدول السابق إلى أسباب اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة؛ حيث جاء في المرتبة الأولى السرعة في النشر بمتوسط حسابي 2.9250 وانحراف معياري 29084.، وجاء في المرتبة الثانية التمكن من التفاعل بمتوسط حسابي 2.7825 وانحراف معياري 46984. وهذا يرجع إلى ما تتمتع به وسائل التواصل من السماح بتفاعل الجماهير من خلال عمل الإعجاب، وإعادة النشر والمشاركة مع الأصدقاء وفي الصفحات المختلفة وكذلك إضافة التعليقات، وجاء في المرتبة الثالثة الجرأة في الطرح بمتوسط حسابي 2.6575 وانحراف معياري 55314.، وجاء في المرتبة الرابعة متابعة كافة المستجدات بمتوسط حسابي 2.5825 وانحراف معياري 55132.، وجاء في الترتيب الخامس والأخير الصدق في التناول بمتوسط حسابي 2.1900 وانحراف معياري 68196..

يعني هذا أن الأولوية في الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي لعينة الدراسة تأتي لأسباب السرعة في النشر، والتمكن من التفاعل ثم الجرأة في الطرح، ومتابعة كافة المستجدات، بينما لا يجد أفراد العينة تخوف من صدق التناول في المادة التنموية المعروضة وهذا يتفق مع دراسة كل من (العليمات، بريك، عبدالوَّاجد).

٤- أنماط تفاعل الشباب السعودي مع المحتوى التنموي المقدم بمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (٥)

يوضح نمط تفاعل الشباب السعودي مع المحتوى التنموي المقدم بمواقع التواصل الاجتماعي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		نمط التفاعل						التفاعل
				منخفض		متوسط		عال		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
.62684	2.3325	100	400	8.5	34	49.8	199	41.8	167	الإعجاب
.65657	2.3000	100	400	11.0	44	48.0	192	41.0	164	المشاركة مع الآخرين
.70166	2.2375	100	400	15.5	62	45.3	181	39.2	157	التشارك الفعلي على أرض الواقع
.78020	1.9825	100	400	31.2	125	39.3	157	29.5	118	إعادة كتابة ما نشر من وجهة نظرك
.74608	1.9525	100	400	30.2	121	44.3	177	25.5	102	التعليق

تشير نتائج الجدول السابق إلى أهم أنماط تفاعل الشباب السعودي مع المحتوى التنموي المقدم بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء في المرتبة الأولى الإعجاب بمتوسط حسابي 2.3325 وانحراف معياري .62684، وجاء في المرتبة الثانية المشاركة مع الآخرين بمتوسط حسابي 2.3000 وانحراف معياري .65657، وجاء في المرتبة الثالثة التشارك الفعلي على أرض الواقع بمتوسط حسابي 2.2375 وانحراف معياري .70166، وجاء في المرتبة الرابعة إعادة كتابة ما نشر من وجهة نظر الشباب عينة الدراسة بمتوسط حسابي 1.9825 وانحراف معياري .78020، وجاء في الترتيب الخامس والأخير التعليق بمتوسط حسابي 1.9525 وانحراف معياري .74608.

وعليه فإن أنماط التفاعل كانت في مجملها ذات بُعد متوسط من حيث الإعجاب والمشاركة مع الآخرين والتشارك الفعلي على أرض الواقع، إعادة الكتابة لما نشر من وجهة نظرك والتعليق وبنسب متفاوتة بين 49.8% إلى 39.3%، بينما تصدر الإعجاب، والمشاركة مع الآخرين نمط تفاعل عالي تلاه التشارك الفعلي على أرض الواقع، فيما لم يكن نمط التفاعل بنفس القدر المرتفع في إعادة كتابة ما نشر من وجهة نظرك، التعليق، وربما يعود ذلك لعامل السرعة حيث إن إعادة الكتابة والتعليق ربما يأخذ جانب من وقت الشباب الذي اعتاد السرعة في الأداء، وقد جاءت بالتبعية النسب المنخفضة على الجانب الآخر في أنماط التفاعل عكسية مبتدأه بالتعليق بنسبة 30.2% ومنتهية بالإعجاب بنسبة 8.5% وهذا ما يتفق جزئياً مع دراسة (بريك، ٢٠١٦م، ص ٢٧٩) حيث جاء التعليق في المرتبة الأولى تلتها المشاركة مع الآخرين ثم إعادة كتابة ما ينشر.

٥- القضايا التي يتبعها الشباب السعودي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (٦)

يوضح القضايا التي يتبعها الشباب السعودي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة المتابعة								القضايا
		لا أتابع		أتابعها بشكل ضعيف		أتابعها بشكل متوسط		أتابعها بشكل كبير		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
.65062	2.4475	.5	2	7.3	29	39.3	157	53.0	212	اجتماعية
.73695	2.0275	1.0	4	22.8	91	48.8	195	27.5	110	ثقافية
.83321	1.8500	10.3	41	12.5	50	59.3	237	18.0	72	سياسية
.81741	1.7975	5.5	22	29.0	116	45.8	183	19.8	79	دينية
1.70448	1.7775	11.8	47	28.3	113	40.0	160	19.5	78	علمية
.87301	1.6725	13.5	54	19.3	77	53.8	215	13.5	54	اقتصادية
.98363	1.5700	14.8	59	34.8	139	29.3	117	21.3	85	تربوية
.89799	1.4250	15.3	61	39.8	159	32.3	129	12.8	51	بيئية
.98888	1.1925	28.0	112	37.8	151	21.3	85	13.0	52	رياضية

تشير نتائج الجدول السابق إلى أهم القضايا التي يتبعها الشباب السعودي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوي متابعة هذه القضايا من قبل الشباب، حيث جاء في المرتبة الأولى القضايا الاجتماعية بمتوسط حسابي 2.4475 وانحراف معياري 65062. وجاء في المرتبة الثانية

القضايا الثقافية بمتوسط حسابي 2.0275 وانحراف معياري.73695، وجاء في المرتبة الثالثة القضايا السياسية بمتوسط حسابي 1.8500 وانحراف معياري.83321، وجاء في المرتبة الرابعة القضايا الدينية بمتوسط حسابي 1.7975 وانحراف معياري.81741، وجاء في الترتيب الخامس القضايا العلمية بمتوسط حسابي 1.7775 وانحراف معياري 1.70448، وجاء في الترتيب السادس القضايا الاقتصادية بمتوسط حسابي 1.6725 وانحراف معياري.87301، وجاء في الترتيب السابع القضايا التربوية بمتوسط حسابي 1.5700 وانحراف معياري.98363، وجاء في الترتيب الثامن القضايا البيئية بمتوسط حسابي 1.4250 وانحراف معياري.89799، وجاء في الترتيب الأخير القضايا الرياضية بمتوسط حسابي 1.1925 وانحراف معياري.98888.

وعليه فإن الأولوية في الاهتمام حصدها القضايا الاجتماعية بنسبة 53%، تلتها الثقافية، ثم السياسية، الدينية، علمية، اقتصادية، بيئية، وأخيراً رياضية بنسب تراوحت بين 12.3% إلى 19.8%، بينما ارتفع الاهتمام بالقضايا التربوية نوعاً ما إلى 21.3%، أما عدم المتابعة فكانت النسبة الأكبر للقضايا الرياضية بنسبة 28%، وربما يعود ذلك إلى أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة من الإناث، وهذا يختلف مع دراسة (بريك، ٢٠١٦م، ص ٢٧٧) حيث جاءت قضايا النمو الاقتصادي في المقدمة بنسبة ٨٣.٢٥% تلتها قضايا البطالة بنسبة ٧٨.٩% ثم قضايا الطاقة والفقير والتعليم ويرجع ذلك لاختلاف الوضع الاقتصادي بين المملكة العربية السعودية ومصر، ويختلف أيضاً مع دراسة (عبد الواجد، ٢٠١٧م، ص ١٠٧) حيث جاء الحفاظ علي الموارد الطبيعية في المقدمة تلتها الحفاظ علي البيئة ثم النمو الاقتصادي واخيراً التنمية الاجتماعية.

٦- اتجاهات الشباب السعودي نحو قضايا التنمية المستدامة:

جدول (٧)

يوضح اتجاهات الشباب السعودي نحو قضايا التنمية المستدامة

الاتجاهات	درجة الموافقة								
	معارض		محايد		موافق		الاتجاهات		
	%	ك	%	ك	%	ك			
ضرورة من أجل المستقبل	2.7350	100	400	2.5	10	21.5	86	76.0	304
تحسين ظروف المعيشة في المجتمع	2.6825	100	400	.8	3	30.3	121	69.0	276
مشاركة الشباب بها واجب وطني	2.6775	100	400	2.0	8	28.3	113	69.8	279
ترفع مستوى دخل الفرد	2.5750	100	400	2.3	9	38.0	152	59.8	239
مشاريع وهمية	1.8625	100	400	28.8	115	56.3	225	15.0	60
حلم يمكن تحقيقه لا	1.6750	100	400	46.8	187	39.0	156	14.3	57
لا تناسب مجتمعنا	1.6425	100	400	48.8	195	38.3	153	13.0	52

تشير نتائج الجدول السابق إلى أهم اتجاهات الشباب السعودي نحو قضايا التنمية المستدامة؛ حيث جاء في المرتبة الأولى أن قضايا التنمية المستدامة هي ضرورة من أجل المستقبل بمتوسط حسابي 2.7350 وانحراف معياري 49537، وجاء في المرتبة الثانية تحسين ظروف المعيشة في المجتمع بمتوسط حسابي 2.6825 وانحراف معياري 48195، وجاء في المرتبة الثالثة مشاركة الشباب بها واجب وطني بمتوسط حسابي 2.6775 وانحراف معياري 50906، وجاء في المرتبة الرابعة ترفع مستوى دخل الفرد بمتوسط حسابي 2.5750 وانحراف معياري 53861، وجاء في الترتيب الخامس مشاريع وهمية بمتوسط حسابي 1.8625 وانحراف معياري 64780، وجاء في

الترتيب السادس حلم لا يمكن تحقيقه بمتوسط حسابي 1.6750 وانحراف معياري 71108، وجاء في الترتيب السابع لا تتناسب مجتمعنا بمتوسط حسابي 1.6425 وانحراف معياري 70066 جاءت نسب موافقة عينة الدراسة على الاتجاهات الإيجابية الأولى كونها (ضرورة من أجل المستقبل، تحسن ظروف المعيشة في المجتمع، مشاركة الشباب بها واجب وطني، ترفع مستوي دخل الفرد) مرتفعة وتكاد تكون نسب المعارضة منعدمة، بينما زادت نسب معارضة عينة الدراسة من الشباب نحو الاتجاهات السلبية للتنمية وقلت الموافقة، جاءت درجة الحياد متوازنة نوعا ما فيما عدا التوجه نحو كونها مشاريع وهمية التي ارتفعت نسبته قليلا.

٧- الإشباعات المتحققة لدى الشباب السعودي من متابعة قضايا التنمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (٨)

الإشباعات المتحققة لدى الشباب السعودي من متابعة قضايا التنمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الإشباعات المتحققة	درجة الموافقة								الإشباع
	معارض		محايد		موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	
	%	ك	%	ك	%	ك			
جعلتني معرفة بقضايا التنمية	29.3	117	70.0	280	2.6925	47803	100	400	أكثر
وسعت مداركاتي بقضايا المجتمع المحلية	28.3	113	68.3	273	2.6475	54680	100	400	مدركاتي
كونت لدي رؤية نقدية للموضوعات	34.0	136	63.5	254	2.6100	53724	100	400	رؤية
شجعتني على المشاركة في الأعمال الخاصة بقضايا المجتمع	47.5	190	45.5	182	2.3850	61459	100	400	شجعتني

تشير نتائج الجدول السابق إلى الإشباعات المتحققة لدى الشباب السعوديين نحو متابعة قضايا التنمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء في المرتبة الأولى أن جعلتني أكثر معرفة بقضايا التنمية بمتوسط حسابي 2.6925 وانحراف معياري 47803، وجاء في المرتبة الثانية وسعت مداركاتي بقضايا المجتمع المحلية بمتوسط حسابي 2.6475 وانحراف معياري 54680، وجاء في المرتبة الثالثة كونت لدي رؤية نقدية للموضوعات بمتوسط حسابي 2.6100 وانحراف معياري 53724، وجاء في المرتبة الرابعة شجعتني على المشاركة في الأعمال الخاصة بقضايا المجتمع بمتوسط حسابي 2.3850 وانحراف معياري 61459.

يتضح من الجدول الآثار المعرفية التي اكتسبها الشباب السعودي من متابعة قضايا التنمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث جاءت نسب الموافقة للإشباع على خيار الموافقة كان مرتفعاً؛ حيث تراوح تنازلياً من 70% إلى 45.5% ما بين الأربع خيارات (جعلتني أكثر معرفة بقضايا التنمية، وسعت مدركاتي بقضايا المجتمع المحلية، كونت لدي رؤية نقدية للموضوعات، شجعتني على المشاركة في الأعمال الخاصة بقضايا المجتمع)، فيما تدنت نسب عينة الدراسة بالمعرضة نحو هذه الإشباع وتراوحت من 0.8% إلى 7%، وبقت نسب المحايدة متوازنة ما بين 28.3% إلى 34%، إلا أنها ارتفعت في الإشباع الأخير (شجعتني على المشاركة في الأعمال الخاصة بقضايا المجتمع) إلى 47.5%، وهذا ما يتفق مع دراسة (بريك، ٢٠١٦م، ص ص ٢٨٢، ٢٨١) ٨- درجة وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية المستدامة من خلال متابعتهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (٩)

يوضح درجة وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية المستدامة من خلال متابعتهم لمواقع التواصل.

درجة الوعي	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
مرتفعة	143	35.8	2.9250	.29084
متوسطة	245	61.3		
منخفضة	12	3.0		
الإجمالي	400	100%		

تشير نتائج الجدول السابق إلى درجة وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية المستدامة من خلال متابعتهم لمواقع التواصل الاجتماعي حيث جاء في المرتبة الأولى درجة الوعي متوسطة بنسبة 61.3%، وفي المرتبة الثانية درجة الوعي مرتفعة بنسبة 35.8% بينما جاء في المرتبة الأخيرة درجة الوعي المنخفضة بنسبة 3%، وتتفق النتائج إلى حد ما مع دراسة (بريك، ٢٠١٦م، ص ٢٨٠) حيث جاءت درجة الوعي المتوسطة بنسبة 51.6% بينما المرتفعة بنسبة 34% والمنخفضة بنسبة 14.4%.

٩- مقترحات الشباب السعودي للعمل على نشر الوعي بخطط وقضايا التنمية المستدامة:

جاءت أهم مقترحات الشباب السعودي لنشر الوعي بخطط التنمية، والتي من خلالها يتضح التأثيرات السلوكية على الشباب السعودي من الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن قضايا التنمية وهي مشاركة الشباب للخطط في جميع مواقع التواصل الاجتماعي والحرص على معرفة كل جديد، والقيام بحملات توعية مكثفة عن خطط التنمية المستدامة وفق رؤية ٢٠٣٠م، وأن يكون هناك مصداقية في طرح القضايا عبر وسائل الإعلام المختلفة والعمل على

مناقشتها بأرض الواقع من خلال المحاضرات والندوات والمؤتمرات، ونشر كل المستجدات في هذا المجال، والنقطة الأهم هي العمل على تنمية الأشخاص بالعلم والمعرفة، والتوعية التي تؤدي للإحساس بالمسؤولية الشخصية والمجتمعية، فوعي الإنسان ووعي المجتمع، من ثم تصبح التنمية أمراً سهلاً المنال، العمل على تفعيل الدور الحكومي بشكل أكبر، وان تخاطب حملات التوعية كافة المجتمع وليس فئات محددة دون غيرها.

نتائج فروض الدراسة:

١- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوي وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية وبين مدى استخدامهم لهذه المواقع في متابعة قضايا التنمية المستدامة.

جدول (١٠)

يوضح العلاقة بين مستوي وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية وبين مدى استخدامهم لهذه المواقع في متابعة قضايا التنمية المستدامة

درجة الوعي	درجة الاستخدام	
.032	معامل الارتباط	
.482	مستوي الدلالة	
400	العدد	

تشير بيانات الجدول السابق إلى:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية وبين مدى استخدامهم لهذه المواقع في متابعة قضايا التنمية المستدامة، حيث بلغ معامل الارتباط (٠.٠٣٢) وهي غير دالة عند مستوي معنوية ٠.٤٨٢، وهذا يشير إلى أن مستوى وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية المستدامة ليس له علاقة بمدى الاستخدام والاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة ويدل ذلك على اعتماد الشباب السعودي على وسائل الإعلام الأخرى في متابعة قضايا التنمية المستدامة.

وبالتالي عدم ثبوت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية وبين مدى استخدامهم لهذه المواقع في متابعة قضايا التنمية المستدامة.

٢- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوي وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية وبين أنماط تفاعلهم مع مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (١١)

يوضح العلاقة بين مستوي وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية وبين أنماط تفاعلهم مع مواقع التواصل الاجتماعي.

أنماط التفاعل	درجة الوعي	
.098	معامل الارتباط	
.029	مستوي الدلالة	
400	العدد	

تشير بيانات الجدول السابق إلى:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية وبين أنماط تفاعلهم مع مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغ معامل الارتباط (٠.٠٩٨) وهي دالة عند مستوى معنوية ٠.٠٢٩، وهذا يشير إلى أن كلما زادت درجة الوعي لدى الشباب السعودي أثر ذلك في سلوكهم من خلال أنماط التفاعلي التي يمارسها هذا الشباب.

وبالتالي ثبوت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية وبين أنماط تفاعلهم مع مواقع التواصل الاجتماعي.

٣- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية وبين اتجاهاتهم نحو هذه القضايا.

جدول (١٢)

يوضح العلاقة بين مستوى وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية وبين اتجاهاتهم نحو هذه القضايا.

درجة الوعي		
.105	معامل الارتباط	الاتجاه
.018	مستوي الدلالة	
400	العدد	

تشير بيانات الجدول السابق إلى:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية وبين اتجاهاتهم نحو هذه القضايا، حيث بلغ معامل الارتباط (٠.١٠٥) وهي دالة عند مستوى معنوية ٠.٠١٨. وهذا يشير إلى أن كلما زاد اتجاه الشباب السعودي نحو قضايا وخطط التنمية بالمملكة أثر ذلك في درجة وعي الشباب بهذه القضايا.

وبالتالي ثبوت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى

وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية وبين اتجاهاتهم نحو هذه القضايا.

٤- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية وبين الإشباع المتحققة نحو هذه القضايا.

جدول (١٣)

يوضح العلاقة بين مستوى وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية وبين الإشباع المتحققة نحو هذه القضايا.

درجة الوعي		
.580	معامل الارتباط	الإشباع
.000	مستوي الدلالة	
400	العدد	

تشير بيانات الجدول السابق إلى:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية وبين الإشباع المتحققة نحو هذه القضايا، حيث بلغ معامل الارتباط (٠.٥٨٠) وهي دالة عند

مستوي معنوية ٠.٠٠٠٠٠. وهذا يشير إلى أن كلما زاد درجة وعي الشباب السعودي نحو قضايا وخطط التنمية بالمملكة أثر ذلك في الإشباع التي تحقق لدى الشباب. وبالتالي ثبوت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية وبين الإشباع المتحققة نحو هذه القضايا.

٥- توجد علاقة ارتباطية بين استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة، وكل من:

- نمط تفاعلهم مع المحتوى التنموي المقدم بمواقع التواصل الاجتماعي.
- القضايا التي يتابعونها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- اتجاهاتهم نحو قضايا التنمية المستدامة.
- الإشباع المتحققة لديهم من متابعة قضايا التنمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (١٤)

يوضح العلاقة بين استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة ونمط تفاعلهم مع المحتوى التنموي المقدم بمواقع التواصل الاجتماعي

نمط تفاعلهم مع المحتوى التنموي المقدم		
253.	معامل الارتباط	استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي
000.	مستوى الدلالة	
400	العدد	

تشير بيانات الجدول السابق إلى:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة، ونمط تفاعلهم مع المحتوى التنموي المقدم بمواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغ معامل الارتباط 253، وهي دالة عند مستوى معنوية 000.

جدول رقم (١٥)

يوضح العلاقة بين مدى اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة والقضايا التي يتابعونها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

متابعة القضايا		
.231	معامل الارتباط	استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي
.000	مستوى الدلالة	
400	العدد	

تشير بيانات الجدول السابق إلى:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة والقضايا التي يتابعونها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغ معامل الارتباط 231، وهي دالة عند مستوي معنوية 000.

جدول رقم (١٦)

يوضح العلاقة بين استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة واتجاهاتهم نحو قضايا التنمية المستدامة

اتجاهاتهم نحو قضايا التنمية المستدامة		
.051	معامل الارتباط	استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي
.307	مستوى الدلالة	
400	العدد	

تشير بيانات الجدول السابق إلى:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة واتجاهاتهم نحو قضايا التنمية المستدامة؛ حيث بلغ معامل الارتباط 051، وهي غير دالة عند مستوي معنوية 307.

جدول رقم (١٧)

يوضح العلاقة بين استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة والإشباع المتحققة لديهم من متابعة قضايا التنمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الإشباع المتحققة لديهم		
معامل الارتباط	.323	استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي
مستوى الدلالة	.000	
العدد	400	

تشير بيانات الجدول السابق إلى:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة والإشباع المتحققة لديهم من متابعة قضايا التنمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغ معامل الارتباط .323، وهي دالة عند مستوى معنوية .000.

وبالتالي يثبت جزئياً صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية بين استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة، وكل من:

- نمط تفاعلهم مع المحتوى التنموي المقدم بمواقع التواصل الاجتماعي.
- القضايا التي يتابعونها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- اتجاهاتهم نحو قضايا التنمية المستدامة.
- الإشباع المتحققة لديهم من متابعة قضايا التنمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

سادساً: أهم نتائج الدراسة:

- ١- جاءت درجة استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة بنسبة ٤٦.٥%، وإلى حد ما بنسبة ٤٥%.
- ٢- أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص الشباب السعودي على استخدامها في متابعة قضايا التنمية المستدامة، جاء في المرتبة الأولى تويتر بنسبة ٣٣.٤%، وفي المرتبة الثانية انستجرام بنسبة ١٨.٩%، وفي المرتبة الثالثة اليوتيوب بنسبة ١٣.٩%.
- ٣- جاءت السرعة في النشر بنسبة ٩٣.٣% من أهم أسباب اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة.

- ٤- أهم أنماط تفاعل الشباب السعودي مع المحتوى التنموي المقدم بمواقع التواصل الاجتماعي، جاء في المرتبة الأولى الإعجاب، وجاء في المرتبة الثانية المشاركة مع الآخرين، وجاء في المرتبة الثالثة التشارك الفعلي على أرض الواقع وجاء في المرتبة الرابعة إعادة كتابة ما نشر.
- ٥- أهم القضايا التي يتبناها الشباب السعودي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوي متابعة هذه القضايا من قبل الشباب، جاء في المرتبة الأولى القضايا المجتمعية وجاء في المرتبة الثانية القضايا الثقافية وجاء في المرتبة الثالثة القضايا السياسية وجاء في المرتبة الرابعة القضايا الدينية وجاء في الترتيب الخامس القضايا العلمية وجاء في الترتيب الأخير القضايا الرياضية.
- ٦- جاءت نسب موافقة عينة الدراسة على الاتجاهات الإيجابية الأولى كونها (ضرورة من أجل المستقبل، تحسن ظروف المعيشة في المجتمع، مشاركة الشباب بها واجب وطني، ترفع مستوى دخل الفرد) مرتفعة وتكاد تكون نسب المعارضة منعدمة، بينما زادت نسب معارضة عينة الدراسة من الشباب نحو الاتجاهات السلبية للتنمية وقلت الموافقة، جاءت درجة الحياد متوازنة نوعا ما فيما عدا التوجه نحو كونها مشاريع وهمية التي ارتفعت نسبته قليلا.
- ٧- الإشباع المتحققة لدى الشباب السعودي من متابعة قضايا التنمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، جاء في المرتبة الأولى أن جعلتني أكثر معرفة بقضايا التنمية ثم وسعت مداركاتي بقضايا المجتمع المحلية وفي المرتبة الثالثة كونت لدي رؤية نقدية للموضوعات وجاء في المرتبة الرابعة شجعتني على المشاركة في الأعمال الخاصة بقضايا المجتمع.
- ٨- درجة وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية المستدامة من خلال متابعتهم لمواقع التواصل الاجتماعي جاء في المرتبة الأولى درجة الوعي متوسطة بنسبة ٦١.٣%، وفي المرتبة الثانية درجة الوعي مرتفعة بنسبة ٣٥.٨% بينما جاء في المرتبة الأخيرة درجة الوعي المنخفضة بنسبة ٣%.
- ٩- جاءت أهم مقترحات الشباب السعودي لنشر الوعي بخطط التنمية وهي مشاركة الخطط في جميع مواقع التواصل الاجتماعي والحرص على معرفة كل جديد، و القيام بحملات توعية مكثفة عن خطط التنمية المستدامة وفق رؤية ٢٠٣٠م ، وأن يكون هناك مصداقية في طرح القضايا عبر وسائل الإعلام المختلفة والعمل على مناقشتها بأرض الواقع من خلال المحاضرات والندوات والمؤتمرات، ونشر كل المستجدات في هذا المجال، والنقطة الأهم هي العمل على تنمية الأشخاص بالعلم والمعرفة، والتوعية التي تؤدي للإحساس بالمسؤولية الشخصية والمجتمعية، فوعي الإنسان وعي المجتمع، من ثم تصبح التنمية أمرا سهل المنال، العمل على تفعيل الدور الحكومي بشكل أكبر، وأن تخاطب حملات التوعية كافة المجتمع وليس فئات محددة دون غيرها.
- ١٠- ثبوت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوي وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية وبين أنماط تفاعلهم مع مواقع التواصل الاجتماعي.

- ١١- ثبوت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية وبين اتجاهاتهم نحو هذه القضايا.
- ١٢- ثبوت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية وبين الإشباعات المتحققة نحو هذه القضايا.
- ١٣- ثبت جزئياً صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية بين استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة، وكل من:
- نمط تفاعلهم مع المحتوى التنموي المقدم بمواقع التواصل الاجتماعي.
 - القضايا التي يتابعونها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
 - اتجاهاتهم نحو قضايا التنمية المستدامة.
 - الإشباعات المتحققة لديهم من متابعة قضايا التنمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

التوصيات:

- ١- العمل علي تدشين حملات توعوية عبر وسائل الإعلام الجديد بقضايا وخطط التنمية المستدامة علي مستوي المملكة العربية السعودية تستهدف الشباب.
- ٢- العمل علي تدريس الدور التنموي لوسائل الإعلام في كليات ومعاهد الإعلام.
- ٣- إجراء المزيد من الدراسات العلمية حول تأثيرات الإعلام الجديد الإيجابية في نشر الوعي بقضايا التنمية الاقتصادية والتنمية الاجتماعية... الخ.
- ٤- أن تقوم وسائل الإعلام بنوعيتها (التقليدية والجديدة) بإنتاج المضامين الإعلامية التي تصب في صالح التوعية بقضايا وخطط التنمية المستدامة، وتثقيف المجتمع بتفاصيلها وقضاياها.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

- (١) أديب خضور(٢٠٠٣م)،"الإعلام المتخصص، الاقتصادي، الرياضي، الثقافي، السكاني، العلمي، خصائص الكتابة للإذاعة والتلفزيون"، دمشق، ٢٠٠٣.
- (٢) أمال مهري، "التوجه من الإعلام البيئي إلى الاتصال المسئول في إطار التنمية المستدامة لدى المؤسسة الاقتصادية"، بحث منشور في مجلة العلوم الاجتماعية، (جامعة سطيف، الجزائر، العدد 19 ديسمبر 2014)
- (٣) أيمن بريك،" دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب المصري بقضايا التنمية دراسة ميدانية"(مجلة بحوث العلاقات العامة- الشرق الأوسط، العدد ١٣، أكتوبر -ديسمبر ٢٠١٦م)
- (٤) حازم الببلاوي: "دور الدولة في الاقتصاد"،(القاهرة: دار الشروق، ١٩٩٩م)
- (٥) رضا عبد الواحد، "اعتماد الجمهور على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة، دراسة ميدانية علي الجمهور البحريني" المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال،(العدد ١٧، إبريل/ يونيو ٢٠١٧م)
- (٦) رنيم فاروق الدويري، و عزام علي عنانزه، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بقضايا الفساد لدى أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة اليرموك: دراسة مسحية" رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة اليرموك، إربد، ٢٠١٩.

مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/977974>

- (٧) سعود صالح كاتب، "الإعلام الجديد وقضايا المجتمع"، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، ٢٠١١م.
- (٨) السعيد قاسمي، أسامة غازي، "الدور الريادي للمملكة العربية السعودية في قضايا المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة"، (مجلة جامعة أم القرى للعلوم الاجتماعية العدد ٢٠١٠ مجلد ١٠).
- (٩) سمير محمد حسين، "بحوث الإعلام"، ط٢ (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٥).
- (١٠) عاطف عدلي العبد، "نظريات الإعلام والرأي العام"، (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٣).
- (١١) عبد الرزاق محمد الدليمي، "الإعلام والتنمية"، (عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢).
- (١٢) عبير راشد علي، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق الوعي الفكري الوطني ومعالجة القضايا الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع الأردني من وجهة نظر طلبة جامعة البلقاء التطبيقية"، مجلة كلية التربية: جامعة أسيوط- كلية التربية مجلد ٣٥، ٦٤، ٢٠١٩.
- مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/969830>
- (١٣) علي فلاح الضلاعين، ماهر الشمالية، محمود اللحام، مصطفى الكافي، "الإعلام التنموي والبيئي"، (عمان، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٤).
- (١٤) فينان عبد الله أغمادي: التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة الإعلام والأمن الإلكتروني، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية، (٢٠١٢).
- (١٥) مجدي الداغر، "دور وسائل الإعلام والاتصال في دعم خطط التنمية المستدامة والنهوض بها في البلدان العربية دراسة حول دور الصحافة في معالجة مشكلات التنمية المستدامة بالتطبيق على عينة من الصحف العربية اليومية في الفترة من ٢٠٠٥-٢٠٠٧م، (الكويت: الحولية الثالثة والثلاثون - حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، ٢٠١٢م).
- (١٦) محمد الحفناوي، "الإعلام والتنمية في عصر العولمة"، (دسوق، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، ٢٠١٤).
- (١٧) محمد زكي شافعي، "التنمية الاقتصادية"، (القاهرة، دار النهضة العربية، ١٩٧٠)، ص٧٨.
- (١٨) محمد عبد الحميد، "نظريات الإعلام واتجاهات التأثير" (القاهرة: علم الكتب، ٢٠٠٤).
- (١٩) مرفت الطربيشي وعبد العزيز السيد، "نظريات الاتصال"، (القاهرة: دار الأيمان للطباعة، ٢٠٠٦).
- (٢٠) نصر الدين عبد القادر، "توظيف الإعلام الجديد في نشر الوعي بقضايا التنمية المستدامة، الوعي البيئي نموذجاً- دراسة ميدانية، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد ١٥، يونيو ٢٠١٧م.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- 22- loges william " canaries in the goal Mine perception of threat dependency relation communication resarch" - vol1- 1994-
- 23- Melvin De fleur and sandra rokeach " theory of mass communication" - New york: longman 3 rd 1982
- 24)Boyd, d. m., & Ellison, N. B. "Social network sites: definition, history, and scholarship. Journal of Computer- Mediated Communication, Vo. 13 , No.1.2007. p.13. Available Online: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>
- 25) Kreutz, Christian."The next billion – the rise of social network sites in developing countries". Available Online:<http://www.web2fordev.net/component/content/article/1-latestnews/69-social-networks>
- 26) Nick McGillivray. "What Are the Effects of Social Media on Youth?". 2015 , Available Online: <https://turbofuture.com/internet/effects-of-social-media-on-our-youth>
- 24) http://www.mcit.gov.sa/Ar/MediaCenter/Pages/News/News-08061437_643.aspx
- موقع وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات بالمملكة العربية السعودية تاريخ الدخول ١٦/١٢/٢٠١٨م.

Saudi youth's usage of social networking sites and its relationship to sustainable development issues

Dr. Ahmed Sami AbdulWahab AlAydi
samyelidy@gmail.com

Assistant Professor of Public Relations & Advertising,
 Faculty of Mass Communication, Boys
 Al-Azhar university

Rehab Ibrahim Raafat Mohamed ElSayed
rirelsayed@iau.edu.sa

Lecturer, Department of Communication and Media Technology,
 College of Arts,
 Imam Abdul Rahman bin Faisal University

Abstract

The study aims to identify the Saudi youth usage of social networking sites and its relationship in improving their awareness of sustainable development plans and issues in the Kingdom, The study relied on the survey method through a sample of Saudi youth consisting of 400 individuals.

Results:

1. The degree of dependence of Saudi youth on social networking sites in pursuing sustainable development issues was 46.5%, and to some extent 45%.
- 2 - The most important social networking sites used by young people in the pursuit of sustainable development issues were Twitter, Instagram and YouTube—in that order.
- 3 - The most important issues followed by the Saudi youth through social networking sites were, in first place, community issues and second place cultural issues and third place political issues and fourth place religious issues and in fifth place scientific issues and in the last sports issues.
- 4 - The degree of awareness of Saudi youth on sustainable development issues through their follow-up to social networking sites was medium by 61.3%, and in the second place the awareness degree is high by 35.8%, while came in the last place the low awareness degree by 3%.
- 5 - Proved the hypothesis that, there is a statistical, significant difference between the level of awareness of Saudi youth on development issues and the ways of their interaction with social networking sites.
- 6 - Proved the hypothesis that, there is a statistical, significant difference between the level of awareness of Saudi youth on development issues and their attitudes towards these issues.
- 7 - Proved the hypothesis that, there is a statistical, significant difference between the level of awareness of Saudi youth on development issues and the satisfaction achieved towards these issues.

keyword: Saudi youth's, social networking sites, sustainable development.

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

