

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

نائب رئيس التحرير: أ.م.د/ أحمد سالم - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)

أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير:

أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ/ جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

التدقيق اللغوي:

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد السابع والستون - الجزء الأول - ربيع الأول ١٤٤٥ هـ - أكتوبر ٢٠٢٣ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وأخر بالغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق
بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي عبدالله (لبنان)
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

محتويات العدد

- ٩ دور الصحف الإلكترونية في تشكيل معارف الجمهور عن مؤسسات القطاع الثالث
أ.د/ غادة عبد التواب اليماني
- ٧٣ استهلاك الأخبار المضللة وعلاقته بالصحة النفسية لدى شباب المناطق الحدودية
أ.م.د/ فرج خيرى درويش
- ١١٧ تسويق الصحف الإلكترونية لفكرة الطرف الثالث في الصراعات الدولية - دراسة تحليلية
أ.م.د/ أسماء محمد مصطفى عرام
- ١٦٧ صفحات الأدب الرقمي على الفيسبوك واتجاهات الجمهور العربي نحوها - دراسة تحليلية
د/ أم الرزق محمود عبد العال القبلي
- ٢١٥ الإعلان والواقع الاجتماعي، مقارنة سيميولوجية (إعلان محمد صلاح لشركة «Mountain View» نموذجًا) دراسة سيميائية
د/ نيفين محمد عرابي حماد
- ٢٨٩ دور دراما القصص المتعددة بالتلفزيون المصري في تشكيل اتجاهات الشباب نحو ثقافة قبول الآخر (دراسة تحليلية - ميدانية)
د/ شيرين كامل العراقي كامل
- ٤٠١ اعتماد الجمهور السعودي على وسائل الإعلام التقليدي والرقمي كمصدر للمعلومات خلال أزمة كورونا - دراسة ميدانية
د/ حسن محاسنه، د/ هبة الله محمود

- تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى معرفته بخطط التنمية المستدامة في إطار رؤية مصر ٢٠٣٠
٤٧٩ د / أمال حمدي حسن ناصف
-
- اتجاهات بحوث توظيف تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في الإعلام التربوي خلال الفترة من ٢٠١٢-٢٠٢٢ «دراسة تحليلية ورؤية مستقبلية»
٥٢٣ د/ بوسي فاروق محمود غندر
-
- صورة المرأة وقضاياها في الدراما الكويتية بين الأنماط التقليدية والحديثة - دراسة لمسلسلي العائلة (١٩٩٠) وعافك خاطر (٢٠٢٠)
٦٠٩ ثامر عزيز كدموس الديحاني
-

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

«وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ
إِلَى عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ»

سورة التوبة - الآية ١٠٥

بقلم: الأستاذ الدكتور

رضا عبد الواحد أمين

رئيس التحرير

الافتتاحية

مجلة البحوث الإعلامية .. ثلاثون عاما من الريادة والتميز

الحمد لله والصلاة والسلام على سيدنا رسول الله .
وبعد

أعزاءنا القراء من الباحثين والمهتمين بعلوم الإعلام والاتصال بفروعه المختلفة، نعتز بأن نقدم لكم العدد السابع والستين من مجلة البحوث الإعلامية الصادرة عن كلية الإعلام جامعة الأزهر، والذي يصادف مرور ثلاثين عاما على إنشائها، حيث صدر العدد الأول منها عام ١٩٩٣م ، والتي نعتز فيها بإقامة جسور تواصل علمية مع نخبة من أكفأ الأساتذة الأفاضل في مجال التخصص لتحكيم وتقيق البحوث العلمية والدراسات المجازة للنشر ، وصولا إلى الغاية المبتغاة ، وهي الارتقاء بالعملية البحثية ، وقيادة المجتمع العلمي للممارسات التي من شأنها الحفاظ على قوة ومكانة الدورية العلمية محليا وإقليميا وعالميا، مع التأكيد على أن عملية التحكيم تتم في جميع مراحلها عبر النظام الإلكتروني للمجلة، وأن البحث الواحد يحكم من قبل اثنين من الأساتذة في تخصص البحث بالنظام المعمى اتساقا مع المعايير العالمية في مراجعة البحوث والدراسات المعدة للنشر في الدوريات العلمية المرموقة.

وكم يسعدنا أن نتلقى ردود الفعل المثنية - من الباحثين - على الانضباط في كل عمليات التعامل مع البحث والباحث من المتابعة المستمرة ، وتجسير الهوة الزمنية بين تاريخ استقبال البحث وتاريخ نشره أو إجازته للنشر ، دون أن يؤثر ذلك على جودة كل المراحل التي يتم التعامل فيها مع البحث ، كما أن هناك نظام داخلي للتدقيق المستمر للتأكد من الشفافية والعدالة والموضوعية في كل بحث يتم الاتفاق على إجازته للنشر من قبل الأساتذة المحكمين.

وترجمة لهذه الثقة المطردة من قبل الباحثين والأساتذة فإننا يسرنا أن نعلن أن عدد قراءة الدراسات المنشورة في الموقع الإلكتروني للمجلة وهو : <https://jsb.journals.ekb.eg/> زاد عن ٨٥٠ ألف قراءة ، وأن عدد تحميل البحوث Download بلغت ٥٦٨ ألفا وفقا لإحصائيات الموقع الإلكتروني في نهاية ديسمبر ٢٠٢٢م، وذلك بخلاف الاطلاع على النسخ الورقية في مكتبة كلية الإعلام جامعة الأزهر أو المكتبة المركزية بالجامعة أو أي وسيلة أخرى.

وهذا الأمر يضاعف من المسؤوليات الملقاة على عاتق أسرة تحرير المجلة التي تعمل على المضي قدما في عمليات التحديث والتطوير ، في محاولة للإسهام الفاعل في البيئة العلمية والبحثية في تخصص مهم هو الإعلام والاتصال ، ونسأل الله أن يكون ذلك كله من باب العلم الذي ينتفع به ، و ندعوه سبحانه أن يجعل كل ما يتم من عمليات مستمرة في مجلة البحوث الإعلامية خدمة للباحثين والمهتمين في ميزان حسنات كل من له دور في ذلك ، وإنما التوفيق والعون من الله وحده ، فله - سبحانه - الحمد في الأولى والآخرة ، « وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ » (الآية رقم ٨٨ من سورة هود)

أ.د/ رضا عبد الواحد أمين

عميد كلية الإعلام جامعة الأزهر

ورئيس التحرير

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	السنة	نقاط المجلة
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام	2536-9393	2735-4008	2023	7
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356-914X	2682-4663	2023	7
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	2536-9237	2735-4326	2023	7
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356-9158	2682-4620	2023	7
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356-9131	2682-4671	2023	7
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	1110-5836	2682-4647	2023	7
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	1110-5844	2682-4655	2023	7
8	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2023	7
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق	2357-0407	2735-4016	2023	7
10	الدراسات الإعلامية	مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الإعلام العربية	2356-9891	2682-4639	2023	7
11	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	2314-8721	2314-873X	2023	7
12	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بني سويف، كلية الإعلام	2735-3796	2735-377X	2023	7
13	الدراسات الإعلامية	المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات	جمعية تكنولوجيا البحث العلمي والفنون	2812-4812	2812-4820	2023	7

تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى

معرفته بخطط التنمية المستدامة في إطار رؤية مصر 2030

- The Exposure of University Youth to Social Media and Its Relation to the Standard of Their Knowledge of the Sustainable Development Plans in the Frame of Egypt Vision 2030

د / أمال حمدي حسن ناصف ●

مدرس بكلية التربية النوعية - جامعة طنطا

Email: amal.nasif@sed.tanta.edu.eg

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى تحديد أسباب تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي التي تناقش قضايا التنمية المستدامة وتأثيرها في إدراك الشباب الجامعي لها في ضوء رؤية 2030 سواء على الصعيد المعرفي، أو الوجداني، أو السلوكي. واستخدمت الدراسة منهج المسح، وأداة الاستبانة بالتطبيق على عينة ممثلة للشباب الجامعي يبلغ عددها 400 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

يختلف معدل استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث ذكر أفراد العينة «أتصفحها أكثر من مرة خلال اليوم» بنسبة (37.8%)، «أتصفحها مرة واحدة يوميًا بنسبة (25.5%)، وأتصفحها خمس مرات أسبوعيًا بنسبة (19.3%)، كما تنوع مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب الجامعي، فكان «فيس بوك» في المقدمة بنسبة (91.3%)، ثم «تويتر» بنسبة (79.3%)، يلي ذلك «واتساب» بنسبة (73.5%) وأخيرًا «اليووتيوب» بنسبة (65%). وتتعدد الأنشطة التي يقوم بها الشباب الجامعي في استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي؛ فكان الإعجاب على الصورة أو الحالة في المقدمة بنسبة (88.8%)، ثم التعليق بنسبة (88%)، والمشاركة مع الآخرين بنسبة (62.8%)، وتأتي «إعادة كتابة ما نشر» بنسبة (61.5%)، ثم المشاركة الفعلية على أرض الواقع بنسبة (59.3%)، وأخيرًا «التصفح الصامت» بنسبة (40.5%).

وأثبتت الدراسة وجود علاقة بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة والاتجاه نحوها، كما توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة ودرجة استيعاب تلك القضايا من خلال مواقع التواصل الاجتماعي. الكلمات المفتاحية: الشباب الجامعي- مواقع التواصل الاجتماعي- خطط التنمية المستدامة.

Abstract

The study aims to indicate the reasons for the exposure of academic youth to social media which discusses the issues of sustainable development and their effects on the realization of academic youth in the light of Vision 2030 on the cognitive, behavioral, and emotional levels.

The study used the survey and the questionnaire through the application on a sample of academic youth which numbered nearly 400 persons.

The results of the study:

The average use of the sample of social media differs. The members of the sample have mentioned that " I use it more than one time a day " with a percentage of (37.8%) and " I use it one time a day " with a percentage of (29%). "I use it five times a week "with a percent of (19.3%).

The variety of the social media sites which the academic youth use: Facebook comes on the top of social media with a percentage of (91.3%). Then, Twitter in a percentage of (79.3%), After that comes what 'sup in a percentage of (73.5%). Finally, YouTube in a percentage of (65%).

The activities of the academic youth vary in the use of social media. On the top comes the admiration of a photo or a case with a percentage of (88.8%). Then, the comment of a percent of (88%). Then, they share with others a percentage of (62.8%). Then, the actual share of reality in a percent of (59.3%). Finally, silent reading has a percentage of (40.5%).

There is a relation between the dense use of social media in following sustainable development issues and the direction towards it.

key words: University youth - Social media sites - Sustainable development plans.

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 للحاسوب وتكنولوجيا الاتصالات وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدتها مجال الاتصال والإعلام⁽¹⁾، فكان لها التأثير القوي في جميع المجالات الاجتماعية، والاقتصادية، والسياسية، والإعلامية، فأصبحت هذه الوسائل شريكاً فاعلاً في عملية إدراك المجتمع للواقع الذي يعيش فيه⁽²⁾.

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⁽³⁾.

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 منصات المتوفرة على الإنترنت والمتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي لها دور مؤثر في تشكيل الرأي العام وتحريك الشعوب، وبما أن عملية التنمية أساساً تستهدف تطوير القدرات البشرية وتعبئتها للتغلب على المشكلات والعقبات التي تحول دون الوصول لتحقيقها، تكتسب رؤية 2030 أهميتها من كونها خارطة طريق واضحة المعالم أعدت لترشد مصر نحو مستقبل مشرق في جميع المجالات التنموية.

وبما أن جيل الشباب هو الهدف النابض في رؤية 2030 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.

أولاً: الدراسات السابقة:

تعددت الدراسات التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتنمية الوعي العام، على ضوء ذلك تنقسم الدراسات السابقة إلى محورين، هما:

المحور الأول: دراسات تناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي العام.

المحور الثاني: الدراسات التي اهتمت بالبحث في العلاقة بين الإعلام وقضايا التنمية المستدامة، والقضايا التنموية بصفة عامة.

دراسات المحور الأول:

هدفت دراسة "عبد الكريم سرحان، مريم زياد حسن عبد الله (2021)"⁽⁴⁾ إلى معرفة مدى اعتماد الجمهور على شبكة الفيس بوك كمصدر للتوعية الصحية ضد وباء كورونا، ومعرفة دور وزارة الصحة الفلسطينية في مواجهة الأخبار الكاذبة التي تنشر عبر شبكات الإنترنت، ودور الفيس بوك في زيادة وعي المواطنين نحو الرعاية الصحية. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي والمقابلة المتعمقة، بالإضافة إلى الاستبانة كأداة لجمع البيانات. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

جاء الفيس بوك من أعلى المنصات الإعلامية استخداماً، يليه اليوتيوب، ثم سناب شاب. كما جاء ترتيب استخدام الفيس بوك الأول في الحصول على الأخبار، يليه التواصل مع الآخرين، ثم التسلية والترفيه، ثم العمل والدراسة.

بينما هدفت دراسة "جاسم خليل ميرزا (2020)"⁽⁵⁾ إلى الكشف عن دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي والمعرفة لدى أفراد المجتمع حول أزمة فيروس كوفيد 19، والتعرف على دور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في التعامل مع هذه الجائحة، وتقييم مصداقيتها في الدول العربية لإيصال الأخبار والمعلومات الصحيحة حول هذه الأزمة إلى الجمهور.

استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي؛ من خلال أسلوب مسح وسائل الإعلام والمنصات الإلكترونية المستخدمة من قبل الجمهور في الوطن العربي للتواصل مع أجهزة الدولة للحصول على المعلومات المختلفة المتعلقة بأزمة كوفيد 19.

وقام الباحث بتصميم استبانة لجمع البيانات الخاصة بهذه الدراسة مكونة من 7 محاور وتضم 50 سؤالاً، وبلغت عينة الدراسة 1060 مشاركاً من أفراد المجتمع على مستوى الوطن العربي ذكوراً وإناً ممن بلغت أعمارهم ما بين 20 و60 عاماً يمثلون 19 دولة عريقة. وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

نجاح الإحاطات الإعلامية والمؤتمرات الصحفية التي عقدتها الحكومة العربية خلال أزمة كورونا، وكذلك ظهور المتحدث الرسمي في هذه الأزمة بصورة مقنعة ومنطقية، بالإضافة إلى نجاح وسائل الإعلام، بالإضافة إلى توعية المجتمع بالإجراءات الوقائية والاحترازية عبر البرامج التلفزيونية والإذاعية ومواقع التواصل الاجتماعي.

ولكن سعت دراسة عبير راشد عليمات (2019)⁽⁶⁾ إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الوعي الوطني الفكري لدى طلاب جامعة البلقاء، ومعرفة أثر متغير المستوى الدراسي والنوع الاجتماعي على الطلاب لتحقيق فكرة الوعي الوطني؛ من خلال التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي والعينة العشوائية العنقودية من طلبة جامعة البلقاء، واستخدمت أداة الاستبانة في جمع البيانات. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

حققت مواقع التواصل الاجتماعي الوعي الفكري لدى الطلبة الأردنيين بنسبة متوسطة تمثل (3.65) وانحراف معياري بنسبة (0.48)، وجاءت درجة وعي الطلبة الأردنيين في معالجة القضايا السياسية والاجتماعية في المجتمع الأردني بنسبة متوسطة تمثل (3.62) وانحراف معياري (0.61).

بينما جاءت دراسة **Xinyueye, et all** (2019)⁽⁷⁾ لتوضح كيف حافظت السلوكيات والتفاعلات البشرية على منصات التواصل الاجتماعي على كونها أنظمة اجتماعية حقيقية فعالة ممثلة في الوعي الاجتماعي للفرد في شكل بدائل رقمية حقيقية مميزة، كما تقدم الدراسة الفرص والتحديات التي تقدمها وسائل التواصل الاجتماعي البشرية الفعالة للحياة الرقمية، وبحث انتشار المعلومات على وسائل الاتصال الاجتماعي والتأثيرات المتعددة لها، وكذلك بعض من القضايا الواقعية. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

أسهمت وسائل التواصل الاجتماعي في فهم التطور البشري في كثير من المجالات كالصحة العامة والاستجابة لكل ما هو طارئ واتخاذ القرار والإسهام في العدالة الاجتماعية، ومن جهة أخرى ستتسبب وسائل الاتصال الاجتماعي في تحديات غير مقصودة كالثائعات وتزييف الموقع الجغرافي.

كما هدفت دراسة **Arun Vishwangth** (2014) (8) للبحث في مدى تأثير عادات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومحدداتها في قابلية الفرد للتصدي لهجمات التصيد على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)، والتزام الأفراد بمواقفهم وقلقهم بشأن خصوصية معلوماتهم. واعتمدت الدراسة على منهج المسح عن طريق استمارة استبانة، وتم تطبيق الدراسة على 150 من طلاب كلية الإعلام بجامعة بافلو تم تعريفهم للتصيد من المستويين الأول والثاني على موقع الفيسبوك. وتوصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى ما يلي:

تتوقف عادات استخدام الفيس بوك على تردد الفرد على حسابه واستجاباته، تتبعها عدم القدرة على التنظيم مع وجود أعداد كبيرة من الأصدقاء، ثم قابلية الفرد للتعرض لهجمات التصيد من المستوى الأول.

إن التعاطي المستمر مع الفيسبوك يجعل قبول طلبات الصداقة شيئاً روتينياً دون وعي ويسبب التلقائية في قبول طلبات الصداقة.

دراسات المحور الثاني:

هدفت دراسة أحمد سامي عبد الوهاب العايدي (2021) (9) إلى التعرف على مدى استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة بالمملكة، وإبراز أهم قضايا التنمية المستدامة التي يحرص الشباب السعودي على متابعتها، واعتمدت الدراسة على منهج المسح من خلال مسح عينة من الشباب السعودي بداية من سن 18 فأكثر، وتم سحب 400 مفردة، وتم اختيار الشباب بأسلوب العينة العمدية غير الاحتمالية. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

جاءت درجة استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة بنسبة 46.5%، وإلى حد ما بنسبة 45%.

أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص الشباب السعودي على استخدامها في متابعة قضايا التنمية المستدامة تويتر، ثم إنستجرام، ثم جاء في المرتبة الثالثة موقع اليوتيوب.

وجاءت أهم القضايا التي يتابعها الشباب السعودي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى متابعة تلك القضايا من قبل الشباب في المرتبة الأولى القضايا المجتمعية، ثم القضايا الثقافية، ثم القضايا السياسية، ثم القضايا الرياضية، يليها القضايا العلمية، وجاء في الترتيب الأخير القضايا الدينية.

كما بحثت دراسة إيمان مرسى (2020) ⁽¹⁰⁾ باستخدام منهج المسح وأداة الاستبانة بالتطبيق على عينة ممثلة لجمهور المرأة السعودية بلغ عددهن 200 مفردة. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

تنوع مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها المبحوثات فكان الواتساب في المقدمة، ثم سناب شات، يليه الإنستغرام، وأخيراً الفيس بوك.

توجد علاقة بين كثافة التعرض لقضايا التنمية المستدامة على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاه العينة نحو كفاءة التغطية الإعلامية لمحاوَر التنمية.

توجد علاقة دالة إحصائياً بين كثافة التعرض لصفحات مواقع التواصل الاجتماعي والاهتمام بالتعرض للصفحات التي تناقش قضايا التنمية المستدامة.

وعالجت دراسة نرمين إبراهيم على اللبان (2018) ⁽¹¹⁾ شبكة الفيس بوك في مجال

التنمية المستدامة من قبل الأرشيفات الوطنية، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لتحليل المنشورات المختصة بعينه من الأرشيفات الوطنية العربية والأجنبية المتاحة عبر شبكة الفيس بوك في الفترة من 2016/9/13 إلى 2017/9/13.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أهمها:

أهمية ضبط استخدام شبكة الفيس بوك في مجال التنمية المستدامة من قبل الأرشيفات الوطنية، كما أوصت بضرورة إنشاء شبكة تنمية مستدامة تواصلية اجتماعية موحدة تضم المجتمع الأرشيفي العالمي؛ لدعم الجهود التنموية الأرشيفية وتوحيدها في مجالات التنمية المستدامة.

وهدفت دراسة توماس جاكوب (2010)⁽¹²⁾ إلى البحث في العلاقة بين الإعلام والتنمية الإعلامية ودور الإعلام في هذه العمليات التنموية. وتوصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى ما يلي:

أهمية وسائل الإعلام في إحداث التنمية المستدامة بكل أنواعها؛ نظراً لدور وسائل الإعلام القوي والفعال داخل المجتمعات المختلفة.

• أوجه 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.

- تحديد متغيرات الدراسة الميدانية، وهو ما ساعد في صياغة تساؤلات وفروض الدراسة الميدانية.

- معظم الدراسات السابقة ركزت على المجتمع السعودي، وهناك قلة في الدراسات داخل المجتمع المصري وهو ما دفع الباحثة لإجراء هذه الدراسة.

- الاستعانة بها في تحديد مدى الاتفاق والاختلاف مع نتائج الدراسة الميدانية بما يساعد في تفسير الدراسة الإحصائية.

ثانياً: مشكلة الدراسة:

إن منصات وسائل الإعلام الجديد لها دور مؤثر في تشكيل الرأي العام وتحريك الشعوب؛ لأن معظم الشعوب تستخدم هذه المنصات الجديدة وتتفاعل معها، بما يسهم في استغلالها من قبل القائمين عليها في نشر الوعي بخطط التنمية المستدامة بمصر وفق رؤية 2030.

لذا فقد تمثلت المشكلة البحثية في التعرف على استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى معرفته بخطط وقضايا التنمية المستدامة.

ثانياً: أهمية الدراسة:

أولاً: الجانب النظري:

تركز الدراسة الحالية على تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي المعرفية والوجدانية والسلوكية، وكذلك التأثيرات في التفاعلات الاجتماعية للشباب الجامعي كأحد المجالات البحثية المشتقة من مجال الإعلام الجديد والتأثيرات والتنمية المجتمعية، حيث إن غالبية

الدراسات العربية التي أجريت في هذا المجال تركز على طبيعة المعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي وتحديداً موقع الفيس بوك بشكل أساسي. إلا أن الدراسة الحالية تركز على تأثيرات هذه المعلومات في تشكيل الإدراك بالمعلومة، وهو ما يترتب عليه ضرورة التزام الرسالة الإعلامية شكلاً ومضموناً بمعايير تراعي القيم المجتمعية وتحت على ترابطها وتماسكها.

• ثانياً: الجانب العملي:

أصبحت قضايا التنمية المستدامة تحتل مكانة ومساحة كبرى في وسائل الإعلام العربية؛ فهي حق من حقوق المواطن، الأمر الذي أكد دور الشباب الجامعي في المجتمع وحقه في المعرفة، فبناء المجتمع المعرف المتكامل واقتصاداته التي تسعى خطط التنمية المستدامة لرؤية 2030 المصرية إلى تحقيقه؛ لن يتحقق إلا بوعي الشباب بدوره في التنمية لتفعيل دوره في التنمية الشاملة بالمجتمع المصري.

أما عن الأهمية الملموسة للدراسة، فتأتي من الجانب التطبيقي منها، الذي ظهر به رأي الشباب الفعلي ووجهات نظره في دوره التنموي من خلال تعرضه لمواقع التواصل الاجتماعي، وتحديد مستوى معرفته عن طريق هذه المواقع لخطط التنمية المستدامة. رابعاً: أهداف الدراسة:

يستهدف البحث تحقيق عدة أهداف على النحو التالي:

- تحديد كثافة تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي عامة ولقضايا التنمية التي تثار على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة.
- التعرف على أسباب تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي التي تناقش قضايا التنمية المستدامة في القطاعات المختلفة.
- الكشف عن مدى إدراك الشباب الجامعي لخطط التنمية المستدامة التي يتم إثارتها على مواقع التواصل الاجتماعية.
- معرفة أوجه مشاركة الشباب الجامعي في مواقع التواصل الاجتماعي وتحديداً في الصفحات التي تناقش قضايا التنمية المستدامة وبناء مجتمع مصري في ظل رؤية 2030.

- تقييم الشباب الجامعي لمعالجة قضايا التنمية المستدامة على مواقع التواصل الاجتماعي.

- تحديد التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لمعالجة مواقع التواصل الاجتماعي لقضايا التنمية المستدامة.

خامسا: تساؤلات الدراسة:

- ما كثافة استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما درجة اهتمام عينة الدراسة بصفحات مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما الأنشطة التي تقوم بها عينة الدراسة بصفحات مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما دوافع استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما مستوى اعتماد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بقضايا التنمية المستدامة؟

- ما تأثيرات اعتماد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بقضايا التنمية المستدامة؟
- ما اتجاه عينة الدراسة نحو صفحات مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بقضايا التنمية المستدامة؟

- ما درجة إدراك عينة الدراسة لصفحات مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بقضايا التنمية المستدامة؟

سادسا: فروض الدراسة:

الفرض الرئيس الأول: توجد علاقة ارتباطية بين الاهتمام بالتعرض لقضايا التنمية المستدامة على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات العينة نحو الصفحات التي تناقش قضايا التنمية المستدامة.

الفرض الرئيس الثاني: توجد علاقة ارتباطية بين دوافع التعرض لقضايا التنمية المستدامة على مواقع التواصل الاجتماعي وتفاعل العينة مع مضمون الصفحات التي تناقش قضايا التنمية المستدامة.

الفرض الرئيس الثالث: توجد علاقة ارتباطية بين كثافة التعرض لصفحات مواقع التواصل الاجتماعي والاهتمام بالتعرض للصفحات التي تناقش قضايا التنمية المستدامة.

الفرض الرئيس الرابع: توجد علاقة ارتباطية بين معدل تعرض عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة اعتماد العينة على هذه المواقع في المعرفة بأخبار التنمية المستدامة.

الفرض الرئيس الخامس: توجد فروق معنوية دالة إحصائية بين خصائص عينة الدراسة وتأثيرات الاعتماد على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي التي تناقش قضايا التنمية المستدامة.

الفرض الرئيس السادس: توجد فروق معنوية دالة إحصائية بين خصائص عينة الدراسة من جمهور الشباب الجامعي والاتجاه نحو صفحات مواقع التواصل الاجتماعي التي تناقش قضايا التنمية المستدامة.

سابعاً: الإطار النظري للدراسة:

نظرية "الاعتماد على وسائل الإعلام":

تعتمد هذه الدراسة في بنائها النظري على 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 إلى درجة كبيرة عندما تكون هناك درجة عالية من عدم الاستقرار الهيكلي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير، ويزداد اعتماد الجمهور على مصادر وسائل الإعلام في أوقات الصراع والتغيير الاجتماعي؛ ولذلك يفترض أنه في المجتمعات ذات الأنظمة الإعلامية النامية يزداد اعتماد الجمهور على مصادر معلومات الإعلام في أوقات زيادة عدم الاستقرار أو الصراع؛ أي أن كثافة علاقات الاعتماد للفرد ترتبط إيجابياً بإدراك التهديدات.

ويزداد الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة ما تكون القدرة على تلقي المعلومات

المحتاج إليها من خلال مصادر الاتصال الشخصي مقيدة⁽¹⁴⁾.

حيث يتمثل الافتراض الأساسي للنظرية في أنه "كلما زاد اعتماد الأفراد في المجتمع على وسائل الإعلام في اكتساب المعلومات، زادت أهمية وسائل الإعلام للأفراد، ويزداد هذا الوضع في المجتمعات الحديثة لأمداد الأفراد بما يحدث داخل المجتمع⁽¹⁵⁾.

ومن هنا يعد الهدف الأساسي لهذه النظرية هو معرفة أسباب تعرض الأفراد لوسائل الإعلام، وتأثيرات هذا التعرض في معلوماتهم واتجاهاتهم وسلوكياتهم⁽¹⁶⁾.

رغم اختلاف هذه الأهداف أو الاحتياجات لدى الأفراد متأثرة بعدد من العوامل إلا أنه يمكن حصرها في ثلاثة أبعاد رئيسية، هي:

الفهم: ويشمل الحاجة لفهم الذات ومساعدة الفرد في الكشف عن قدراته، ويشير الفهم الاجتماعي إلى معرفة أشياء عن عالم الفرد المحيط والمجتمع والثقافات الأخرى⁽¹⁷⁾.

التوجه: بمعنى تصرف الفرد بطريقه تتفق مع المعايير الاجتماعية، ويشمل التوجه الخاص بالفعل والتوجه الخاص بالتفاعل وهو ما يتضمن سلوك الفرد نحو الآخرين وفي الإطار المجتمعي⁽¹⁸⁾.

التسلية: تتم بشكل فردي أو جماعي، وتشمل المتعة والاسترخاء، والاستشارة⁽¹⁹⁾.

يقوم المدخل على مجموعة من الافتراضات على النحو التالي:

- الاعتماد على الوسيلة التي تقدم معلومات مهمة للفرد وتلك التي تلبى لديه حاجات أكثر، وبالتالي يكون لوسائل الإعلام تأثير قوي مقابل ضعف تأثير الوسائل الأخرى⁽²⁰⁾.

- درجة الاستقرار أو التغيير الاجتماعي السائد، ففي حالات الصراع والأزمات يزداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام؛ من أجل إعادة تقييم مواقفهم واتخاذ قرارات جديدة⁽²¹⁾، بينما يقل الاعتماد في حالات الاستقرار الاجتماعي⁽²²⁾.

* ينتج عن هذا الاعتماد على المعلومات المستمدة من الوسيلة الإعلامية مجموعة من التأثيرات، تشمل⁽²³⁾:

(أ) تأثيرات معرفية: تتميز تلك التأثيرات عن تلك التأثيرات التي تؤثر في السلوك بشكل صريح وواضح، وتتمثل في مجالات عدة، هي: تجاوز مشاكل الغموض الناتجة عن تناقض المعلومات التي يتعرض لها الفرد، أو نقصها، أو عدم قدرتها على تقديم التفسيرات الممكنة للظاهرة، كما أن هناك تأثيرات معرفية في تشكيل الاتجاهات، وفي تحديد وترتيب

اهتمامات المتلقين بالنسبة للموضوعات أو الأفكار التي تنشرها وسائل الإعلام، بالإضافة إلى التأثير في نظم معتقدات الأفراد عن طريق زيادتها، وكذلك قيمهم.

(ب) تأثيرات وجدانية: هي تلك العمليات الوجدانية التي تشير للفئات المختلفة من المشاعر والعواطف والمكونات الأساسية من الحب والكراهية وغيرها. ويظهر هذا التأثير عندما تقدم معلومات معينة من خلال الرسائل الإعلامية تؤثر في مشاعر الأفراد واستجاباتهم، ومن أمثلة هذه التأثيرات الفطور العاطفي، والقلق، والخوف، والتأثيرات الأخلاقية والمعنوية، أو تحقيق الدعم المعنوي والاعتراب.

(ج) تأثيرات سلوكية: فالتغير في الاتجاهات، أو المعتقدات، أو الحالات العاطفية هي أشياء يهتم بها الجميع، حيث تؤثر في سلوكهم بشكل صريح وواضح. وقد حصر ميلفين ديفلير وركيتش الآثار السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام في سلوكين أساسيين، هما: التشييط والخمول.

• لذا فإن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تعد من أنسب النظريات الإعلامية لهذه الدراسة؛ ولا سيما أنها تفترض أن الشباب الجامعي يتفاوت في درجة اعتماده على وسائل الإعلام، وخاصة الإعلام الجديد؛ نظراً لتعدد مصادر المعلومات لديهم.

ثامناً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

*نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من نوعية البحوث أو الدراسات الوصفية التي تستهدف جمع المعلومات اللازمة لوصف أبعاد ومتغيرات الظاهرة⁽²⁴⁾، فضلاً عن أن هذه النوعية من البحوث تعتمد على تساؤلات وفروض معدة مسبقاً خاصة في ظل اعتمادها على إطار نظري، وتحديد مستوى الارتباط بين متغيرات الدراسة⁽²⁵⁾، بالإضافة إلى اختبار تأثير متغيرات الدراسة المستقلة والتابعة والوسيط، وتوصيف البيانات التي تم جمعها من صحيفة الاستقصاء، وتحليلها، وتفسيرها، واستخلاص المعلومات والنتائج والدلالات منها⁽²⁶⁾.

* منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح "survey" باعتباره جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث⁽²⁷⁾، لذلك تستخدم الدراسة منهج المسح من خلال مسح الشباب الجامعي عينة الدراسة؛ للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بقضايا التنمية المستدامة لدى الشباب الجامعي.

* مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في جمهور الشباب الجامعي لمن هم فوق 18 عاماً في كل من جامعتي طنطا والمنصورة، وتعتمد الدراسة على اختيار عينة متاحة منهم بلغ حجمها (400) مفردة، وتم اختيار هذا العدد للأسباب التالية:

- يعد حجم العينة 400 مفردة عرفاً علمياً متفقاً عليه في الدراسات الإعلامية.
- يسمح هذا العدد بمعرفة مدى التنوع في خصائص العينة، كالتنوع في الخصائص الديموجرافية كالنوع، السن، مستوى التعليم وغيرها.

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

خصائص عينة الدراسة:

جدول (1)
يوضح وصف عينة الدراسة

إجمالي		المتغيرات	
%	ك		
50	200	ذكور	النوع
50	200	إناث	
100	400	جملة	
50	200	طنطا	الجامعة
50	200	المنصورة	
100	400	جملة	
57	228	نظرية	الكلية
43	172	عملية	
100	400	جملة	
58	232	ريف	الإقامة
42	168	حضر	
100	400	جملة	
30.3	121	أقل من 3000 جنيه	الدخل
46	184	من 3000-6000 جنيه	
23.8	95	أكثر من 6000 جنيه	
100	400	جملة	
24.8	99	منخفض	المستوى الاقتصادي الاجتماعي
51.8	207	متوسط	
23.5	94	مرتفع	
100	400	جملة	

من حيث النوع: نسبة 50% من أفراد العينة ذكور ونسبة 50% منهم إناث.
من حيث الجامعة: نسبة 50% من أفراد العينة بجامعة طنطا، ونسبة 50% منهم بجامعة المنصورة.

من حيث الكلية: نسبة 57% من أفراد العينة بكليات نظرية، ونسبة 43% منهم بكليات عملية.

من حيث الإقامة: نسبة 58% من أفراد العينة يقيمون بالريف ونسبة 42% منهم يقيمون بالحضر.

من حيث الدخل: نسبة 30.3% من أفراد العينة دخلهم أقل من 3000 جنيه، ونسبة 46% منهم دخلهم من 3000 إلى 6000 جنيه، ونسبة 23.8% منهم دخلهم أكثر من 6000 جنيه.

من حيث المستوى الاجتماعي الاقتصادي: نسبة 24.8% من أفراد العينة مستواهم الاجتماعي والاقتصادي منخفض، ونسبة 51.8% منهم مستوى متوسط، ونسبة 23.8% منهم مستوى مرتفع.

* الإطار الزمني للدراسة:

تم إجراء الدراسة الميدانية في الفترة من 2022/10/1 إلى 2022/11/1.

* أداة جمع البيانات:

تم تصميم صحيفة الاستقصاء لجمع البيانات من جمهور الشباب الجامعي، وتشمل مجموعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة، علاوة على صياغة مجموعة من العبارات التي تتمثل في تكاملها لتشكيل مقاييس متعلقة بالاعتماد والتأثيرات والاتجاه وإدراك خطط التنمية المستدامة.

* اختبار الصدق والثبات:

اختبار الصدق:

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

اختبار الثبات: قامت الباحثة بإجراء اختبار الثبات لاستمارة، باستخدام Test Re

Test فتم تطبيق الاختبار القبلي على عينة بلغت نسبتها 10% من إجمالي العينة أي

(40) مفردة من إجمالي العينة من الشباب الجامعي، ثم أعيد تطبيق الاختبار على نفس

العينة بعد أسبوعين من تطبيق الاختبار القبلي، وتم حساب معامل الارتباط بين التطبيق

الأول والثاني وبلغ معامل الثبات 0.91؛ مما يدل على ثبات الاستمارة.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

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

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

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين.
- اختبار كا² (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).
- اختبار (T- Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).
- تحليل التباين ذي البعد الواحد (One Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).
- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (Least Significance Difference) والمعروف اختصاراً باسم (LSD) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائية بينها.

تاسعا: مفاهيم الدراسة:

- المعرفة: يقصد بها مدى وعي الشباب الجامعي لدور وسائل الإعلام الجديد في المجتمع المصري وقدرتها على صياغة ونقل رسالتها الإعلامية، والقيام بوظائفها التتموية.

- التنمية المستدامة: يقصد بها "عملية مخطط لها ومقصودة لإحداث تغيير إيجابي في نوعية الحياة للأفراد والمجتمعات؛ من خلال توفير خيارات وفرص أوسع تنعكس على نوعية الحياة، واستدامة موارد الأجيال القادمة والمحافظة عليها".
- رؤية 2030: يقصد بها خريطة الطريق التي ترسم ملامح مستقبل الدولة كما يتطلع إليها المواطنون في جميع مناحي الحياة.
حيث يتم إعدادها بمشاركة مجتمعية واسعة لتراعي مستهدفات الوزارات والأجهزة الحكومية المختلفة. حيث يعد منهج المشاركة أحد الأسس الواضحة التي تركز عليها رؤية 2030.
- الشباب: يعرف الشباب في هذه الدراسة بأنهم فئة طلاب الجامعة؛ وذلك لاعتبارها الفئة الأكثر نشاطاً في المجتمع والتي بإمكانها أن تخدم هذه الدراسة في كافة جوانبها.
- مواقع التواصل الاجتماعي: تعرف بأنها مواقع على شبكة الإنترنت يستطيع من يملك حساباً فيها القيام بالتواصل بعدة طرق كتابة، وصوتاً، وصورة مع الأصدقاء أو الزبائن؛ حيث يمكن تبادل الأفكار والآراء والمشاعر، أو الترويج لسلعة، أو منتج، أو إنجاز أشخاص لأعمال في المجتمع الافتراضي.
الإطار المعرفي للدراسة:
أهمية الوعي في تحقيق خطط التنمية المستدامة من خلال وسائل الاتصال:
لكي تتحقق الأهداف التنموية لابد من تبني أنماط من السلوكيات الإيجابية من خلال الخبرات التي تؤدي إلى إرشاد الجمهور عبر وسائل الاتصال بما يحقق استثارة 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 (28).

ويمثل الإعلام التنموي نشاطاً شاملاً ومخططاً ومتعدد الأبعاد، يخاطب الرأي العام بهدف إقناعه بضرورة المشاركة الإيجابية في عملية التنمية والإصلاح الاقتصادي؛ عن طريق تقديم صورة عن طبيعة التوجهات المستقبلية للاقتصاد 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⁽²⁹⁾.

• ظهور مفهوم التنمية المستدامة:

في سنة 1987 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⁽³⁰⁾.

وفيما يلي تعريفات أخرى أعطيت للتنمية المستدامة، منها تعريف مؤتمر الأمم المتحدة المعني بالبيئة والتنمية لعام 1987، ويقول هي "التنمية التي تلبى احتياجات الجيل الحالي دون الإضرار بقدرة الأجيال المقبلة على تلبية احتياجاتها الخاصة". ويعرفها مجلس منظمة الأغذية والزراعة عام 1988 بأنها: "إدارة قاعدة الموارد الطبيعية وصيانتها، وتوجيه التغيرات التكنولوجية والمؤسسية بطريقة تضمن تلبية الاحتياجات البشرية للأجيال الحالية والمقبلة بصورة مستمرة"⁽³¹⁾.

• محاور التنمية المستدامة:

إن التنمية الحقيقية هي التنمية المقابلة للاستمرار، وهي تلك التي تعمل على إشباع حاجات الإنسان وتحقيق آماله في ضوء الأساليب التالية⁽³²⁾:

- 1- تحسين مستوى معيشة السكان، ورفع المستوى الصحي، وتوفير الخدمات الصحية والتعليمية والطاقة، وإيجاد فرص العمل ورفع الإنتاجية.
- 2- إعادة النظر في أنماط الاستهلاك والحفاظ على الموارد الطبيعية.
- 3- الالتزام بالنمو الاقتصادي غير المؤثر على البيئة.

- 4- شمولية التعاون بين الدول على مستوى دول العالم.
 - 5- تبادل الخبرات والإفادة منها.
 - 6- رفع مستوى الوعي البيئي لدى السكان.
 - 7- غرس أهمية البيئة لدى الأطفال والشباب عبر المناهج الدراسية.
- **المعوقات الرئيسية للتنمية المستدامة:**
 - 1- الفقر الذي يعد أساساً لكثير من العضلات الصحية والاجتماعية والأزمات النفسية، وعلى 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.
 - 2- الديون، إضافة إلى الكوارث الطبيعية بما فيها مشكلات الجفاف، والتصحر، والتخلف الاجتماعي الناجم عن الجهل والمرض.
 - 3- 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 بكافة أشكالها طبقاً للقوانين الدولية.
 - 4- التضخم السكاني غير الرشيد وخاصة في مدن الدول النامية، وتدهور الأحوال المعيشية في المناطق العشوائية، وتزايد الطلب على الموارد والخدمات الصحية والاجتماعية.
 - 5- تدهور قاعدة الموارد الطبيعية واستمرار استنزافها لدعم أنماط الإنتاج والاستهلاك الحالية؛ بما يزيد في نضوب قاعدة الموارد الطبيعية، وإعاقة تحقيق التنمية المستدامة في الدول النامية.
 - 6- عدم توافر الخبرات الفنية اللازمة لتنفيذ برامج التنمية المستدامة وخططها والتقنيات الحديثة.

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

عاشرا نتائج الدراسة:

- مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة:

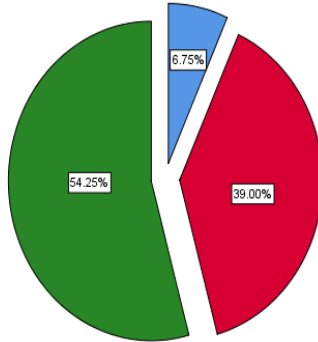
جدول (2)

يوضح مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة

مستوى المعنوية د ح 2	ك 2	الإجمالي		مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة
		%	ك	
0.001	141.155	54.3	217	دائماً
		39	156	أحياناً
		6.8	27	نادراً
		100	400	الجملة

مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة

نادراً
الى حد ما
دائماً



○ يتضح من الجدول السابق أن نسبة 54.3% من أفراد العينة يستخدموا مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة دائماً، ونسبة 39% منهم يستخدمونها أحياناً، ونسبة 6.8% منهم نادراً ما يستخدمونها.

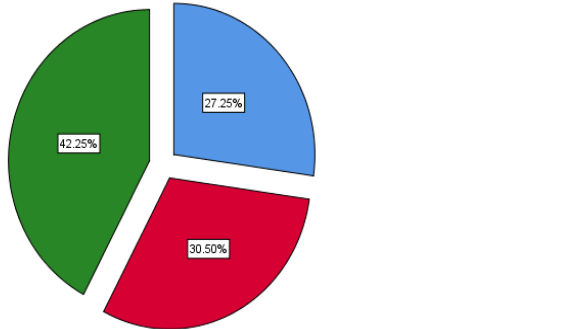
- كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة، حيث كانت قيمة $\chi^2 = 141.155$ وهي دالة عند مستوى دلالة 0.001، ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة دائماً.
- 2- متى بدأت استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (3)

يوضح بداية استخدام العينة لمواقع التواصل الاجتماعي

مستوى المعنوية د ح ²	ك ²	الإجمالي		بدأت استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
		%	ك	
0.001	14.945	27.3	109	أقل من سنة
		30.5	122	من سنة إلى سنتين
		42.3	169	أكثر من سنتين
		100	400	الجملة

متى بدأت استخدام مواقع التواصل الاجتماعي



- يتضح من الجدول السابق أن نسبة 42.3% من أفراد العينة بدأوا استخدام مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من سنتين، ونسبة 30.5% منهم يستخدمونها من سنة إلى سنتين، ونسبة 27.3% منهم يستخدمونها أقل من سنة.

○ كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في بداية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة $\chi^2 = 14.945$ وهي دالة عند مستوى دلالة 0.001، ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين بدأوا استخدام مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من سنتين.

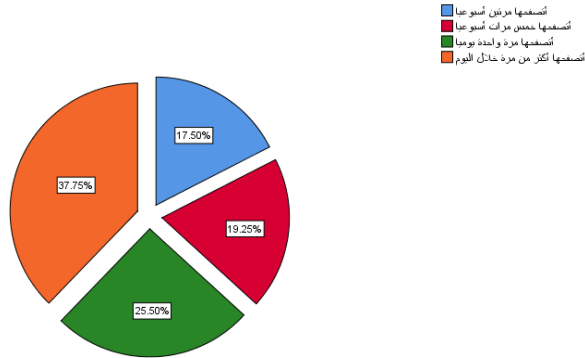
3- معدل استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (4)

يوضح معدل استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي

مستوى المعنوية د ح 3	كا ²	الإجمالي		معدل استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي
		%	ك	
0.001	40.340	17.5	70	أتصفحها مرتين أسبوعياً
		19.3	77	أتصفحها خمس مرات أسبوعياً
		25.5	102	أتصفحها مرة واحدة يومياً
		37.8	151	أتصفحها أكثر من مرة خلال اليوم
		100	400	الجملة

معدل تصفح مواقع التواصل الاجتماعي



○ يتضح من الجدول السابق أن نسبة 37.8% من أفراد العينة يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من مرة خلال اليوم، ونسبة 25.5% منهم يتصفحونها مرة واحدة يومياً، ونسبة 19.3% منهم يتصفحونها خمس مرات أسبوعياً.

- كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في معدل استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة $\chi^2 = 40.340$ وهي دالة عند مستوى دلالة 0.001، ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من مرة خلال اليوم.

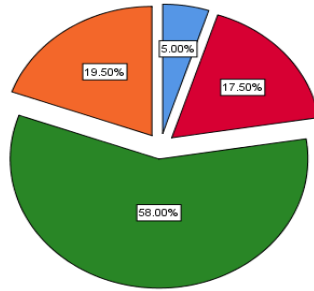
4- عدد الساعات التي تقضيها في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (5)

يوضح عدد الساعات التي تقضيها في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

مستوى المعنوية د ح 3	كا 2	الإجمالي		عدد الساعات التي تقضيها في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
		%	ك	
0,001	252,080	5	20	أقل من ساعة
		17.5	70	من ساعة إلى ثلاث ساعات
		58	232	من ثلاث إلى خمس ساعات
		19.5	78	خمس ساعات فأكثر
		100	400	الجملة

عدد الساعات التي تقضيها في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي



- يتضح من الجدول السابق أن نسبة 58% من أفراد العينة يقضون في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من ثلاث إلى خمس ساعات، ونسبة 19.5% منهم

يقضون خمس ساعات فأكثر، ونسبة 17.5% منهم يقضون من ساعة إلى ثلاث ساعات.

- كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في عدد الساعات التي تقضيها في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة $\chi^2 = 252.080$ وهي دالة عند مستوى دلالة 0.001، ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يقضون في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من ثلاث إلى خمس ساعات.
- 5- أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تحرص على استخدامها في متابعة قضايا التنمية المستدامة:

جدول (6)

يوضح أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تحرص على استخدامها في متابعة قضايا التنمية المستدامة

الدلالة د ح 1	كا ²	الترتيب	إجمالي ن=400		أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تحرص على استخدامها في متابعة قضايا التنمية المستدامة
			ك	%	
0,001	136,890	2	317	79,3	تويتر
0,001	12,250	5	235	58,8	انستجرام
0,001	36,000	4	260	65	يوتيوب
0,05	5,760	6	224	56	سناپ شات
0,01	88,360	3	294	73,5	واتساب
0,001	272,250	1	365	91,3	فيس بوك
0,05	4,840	7	222	55,5	المدونات

- يتضح من الجدول السابق أن نسبة 91.3% من أفراد العينة يرون أن أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تحرص على استخدامها في متابعة قضايا التنمية المستدامة الفيس بوك، ونسبة 79.3% منهم يرون أنه موقع تويتر، ونسبة 73.5% منهم يرون أنه موقع واتساب، ونسبة 65% منهم يرون أنه موقع يوتيوب.

○ كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تحرص على استخدامها في متابعة قضايا التنمية المستدامة، حيث كانت قيم χ^2 دالة عند مستوى دلالة أقل 0.05.

6- أسباب الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة:

جدول (11)

يوضح أسباب الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة

ن=400

الاتجاه	المتوسط المرجح	معارض		محايد		موافق		الاستجابة العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	2.67	12	48	9	36	79	316	السرعة في النشر
موافق	2.39	24.3	97	12.5	50	63.3	253	المصداقية في معالجة القضايا
موافق	2.41	16.5	66	25.8	103	57.8	231	متابعة كل ما هو جديد
موافق	2.43	17.8	71	21.5	86	60.8	243	التمكن من التفاعل
موافق	2.34	25.3	101	15.8	63	59	236	لتوافرها باستمرار معي
12.2 بمتوسط مرجح 2.44 موافق								المتوسط العام

من 1-1.66 معارض مصداقية ضعيفة، من 1.67 إلى 2.33 محايد مصداقية متوسط، من 2.34 إلى 3 موافق مصداقية كبيرة.

● يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة كانوا موافقين على أسباب الاعتماد على مواقع

التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة بمتوسط 2.34:

- السرعة في النشر بمتوسط 2.67.

- التمكن من التفاعل بمتوسط 2.43.

- متابعة كل ما هو جديد بمتوسط 2.41.

- المصداقية في معالجة القضايا بمتوسط 2.39.

- لتوافرها باستمرار معي بمتوسط 2.34.

7- أشكال التفاعل مع المحتوى التنموي المقدم بمواقع التواصل الاجتماعي:
جدول (6)

يوضح أشكال التفاعل مع المحتوى التنموي المقدم بمواقع التواصل الاجتماعي

الدالة د ح 1	كا ²	الترتيب	إجمالي ن=400		أشكال التفاعل مع المحتوى التنموي المقدم بمواقع التواصل الاجتماعي
			%	ك	
0.001	240.250	1	88.8	355	الإعجاب
0.001	26.010	3	62.8	251	المشاركة مع الآخرين
0.001	13.690	5	59.3	237	المشاركة الفعلية على أرض الواقع
0.001	21.160	4	61.5	246	إعادة كتابة ما نشر من وجهة نظرك
0.001	231.040	2	88	352	التعليق
0.001	14.440	6	40.5	162	التصفح الصامت

- يتضح من الجدول السابق أن نسبة 88.8% من أفراد العينة يتفاعلون مع المحتوى التنموي المقدم بمواقع التواصل الاجتماعي بالإعجاب، ونسبة 88% منهم يتفاعلون مع المحتوى بالتعليق عليه، ونسبة 62.8% منهم يتفاعلون مع المحتوى بالمشاركة مع الآخرين، ونسبة 65% منهم يتفاعلون مع المحتوى بإعادة كتابة ما نشر من وجهة نظرهم.
- كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في أشكال التفاعل مع المحتوى التنموي المقدم بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيم كا² دالة عند مستوى دلالة أقل 0.05.

8- أهم القضايا التي تتابعها بمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (6)

يوضح أهم القضايا التي تتابعها بمواقع التواصل الاجتماعي

الدلالة دح ¹	كا ²	الترتيب	إجمالي ن=400		أهم القضايا التي تتابعها بمواقع التواصل الاجتماعي
			ك	%	
0.001	108.160	3	304	76	السياسية
0.01	9.610	5	231	57.8	الاقتصادية
0.001	252.810	1	359	89.8	الاجتماعية
0.001	240.250	2	355	88.8	الثقافية
0.110 غير دالة	2.560	7	216	54	الدينية
0.001	77.440	4	288	72	الرياضية
0.230 غير دالة	1.440	9	188	47	العلمية
0.057 غير دالة	3.610	6	219	54.9	التربوية
0.368 غير دالة	0.810	8	209	52.3	البيئية

- يتضح من الجدول السابق أن نسبة 89.8% من أفراد العينة يرون أن أهم القضايا التي يتابعونها بمواقع التواصل الاجتماعي هي القضايا الاجتماعية، ونسبة 88.8% منهم يرون أنها القضايا الثقافية، ونسبة 76% منهم يرون أنها القضايا السياسية، ونسبة 72% منهم يرون أنها القضايا الرياضية.
- كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في أهم القضايا التي تتابعها بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيم كا² دالة عند مستوى دلالة أقل 0.01، بينما لم يكن بينهم فروق ذات دلالة إحصائية في كل من القضايا الدينية والقضايا العلمية والقضايا البيئية والقضايا التربوية، حيث كانت قيم كا² غير دالة عند مستوى دلالة 0.05.

9-الاتجاه نحو قضايا التنمية المستدامة المعروضة بوسائل التواصل الاجتماعي:
جدول (11)

يوضح الاتجاه نحو قضايا التنمية المستدامة المعروضة بوسائل التواصل الاجتماعي ن=400

الاتجاه	المتوسط المرجح	معارض		محايد		موافق		الاستجابة العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	2.77	8.8	35	5.5	22	85.8	343	ضرورة من أجل مستقبل أفضل
موافق	2.43	22.5	90	11.8	47	65.8	263	تحسن ظروف معيشة المجتمع
موافق	2.52	14	56	20.5	82	65.5	262	تحسن من مستوى دخل الفرد
معارض	2.55	69.3	277	16.3	65	14.5	58	لا تناسب مجتمعنا
معارض	2.67	81	324	5.3	21	13.8	55	مشاريع وهمية
محايد	2.23	51	204	21	84	28	112	حلم لا يمكن تحقيقه
موافق	2.45	22.5	90	9.8	39	67.8	271	تعلم كيفية ترشيد استهلاكي
موافق	2.44	21.3	85	13.8	55	65	260	تعمل على رفع المستوى الصحي
20.1 متوسط مرجح 2.51 موافق								المتوسط العام

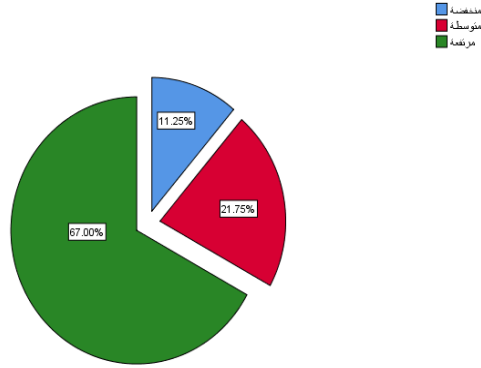
- من 1 - 1.66 معارض، من 1.67 إلى 2.33 محايد، من 2.34 إلى 3 موافق
- يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة كان اتجاههم نحو قضايا التنمية المستدامة المعروضة بوسائل التواصل الاجتماعي إيجابيا بمتوسط 2.51:
- - ضرورة من أجل مستقبل أفضل بمتوسط 2.77.
- - مشاريع غير وهمية بمتوسط 2.67.
- - تناسب مجتمعنا بمتوسط 2.55.
- - تحسن من مستوى دخل الفرد بمتوسط 2.52.
- - تعلم كيفية ترشيد استهلاكي بمتوسط 2.45.
- - تحسن ظروف معيشة المجتمع بمتوسط 2.43.
- - تعمل على رفع المستوى الصحي بمتوسط 2.44.
- - حلم يمكن تحقيقه بمتوسط 2.23.

10- مدى استيعابك لقضايا التنمية المستدامة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي: جدول (15)

يوضح مدى استيعابك لقضايا التنمية المستدامة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

مستوى المعنوية د ح 2	ك ²	الإجمالي		مدى استيعابك لقضايا التنمية المستدامة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي
		%	ك	
0,001	210,635	67	268	مرتفعة
		21,8	87	متوسطة
		11,3	45	منخفضة
		100	400	الجملة

مدى استيعابك لقضايا التنمية المستدامة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي



- يتضح من الجدول السابق أن نسبة 67% من أفراد العينة استيعابهم لقضايا التنمية المستدامة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي مرتفع، ونسبة 21.8% منهم استيعابهم متوسط، ونسبة 11.3% منهم استيعابهم منخفض.
- كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مدى استيعاب عينة الدراسة لقضايا التنمية المستدامة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة $\chi^2 = 210.635$ وهي دالة عند مستوى دلالة 0,001، ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين كان استيعابهم لقضايا التنمية المستدامة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي مرتفعاً.

11- تأثير متابعتك لقضايا التنمية المستدامة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي:
جدول (11)

يوضح تأثير متابعتك لقضايا التنمية المستدامة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ن=400

الاتجاه	المتوسط المرجح	معارض		محايد		موافق		الاستجابة العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	2.89	5	20	1.5	6	93.5	374	جعلتني أكثر معرفة بقضايا التنمية المستدامة
موافق	2.61	3	12	33.5	134	63.5	254	كونت لدي رؤية نقدية للموضوعات
موافق	2.75	1	4	23	92	76	304	وسعت مداركاتي بقضايا المجتمع المحلية
معارض	2.58	0.8	3	40.5	162	58.8	235	دفعتني للمشاركة في خطط التنمية بالمجتمع
معارض	2.53	2.8	11	41.3	165	56	224	جعلتني أهتم بالمشروعات الصغيرة
محايد	2.57	4	16	35.3	141	60.8	243	رفعت مستوى وعيي بقضايا البيئية
15.9 متوسط مرجح 2.65 موافق								المتوسط العام

- من 1 - 1.66 معارض، من 1.67 إلى 2.33 محايد، من 2.34 إلى 3 موافق
- يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة كان تأثير متابعتهم لقضايا التنمية المستدامة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي إيجابياً بمتوسط 2.65:
- جعلتني أكثر معرفة بقضايا التنمية المستدامة بمتوسط 2.89.
- وسعت مداركاتي بقضايا المجتمع المحلية بمتوسط 2.75.
- كونت لدي رؤية نقدية للموضوعات بمتوسط 2.61.
- دفعتني للمشاركة في خطط التنمية بالمجتمع بمتوسط 2.58.
- رفعت مستوى وعيي بقضايا البيئية بمتوسط 2.57.
- جعلتني أهتم بالمشروعات الصغيرة بمتوسط 2.53.

فروض الدراسة:

1- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة والاتجاه نحو قضايا التنمية المستدامة.

جدول (18)

يوضح العلاقة بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة والاتجاه نحو قضايا التنمية المستدامة

مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	المتغير
0.01	متوسط	طردي	**0.547	كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة
				الاتجاه نحو قضايا التنمية المستدامة بمواقع التواصل الاجتماعي

يتضح من الجدول السابق:

○ وجود علاقة طردية متوسطة بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة والاتجاه نحو قضايا التنمية المستدامة بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت ($0.3 < r < 0.7$) وهي عند مستوى 0.01، أي أنه كلما زادت كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة كان الاتجاه إيجابياً نحو قضايا التنمية المستدامة بمواقع التواصل الاجتماعي.

ومما سبق يتضح تحقق الفرض الأول كلياً.

2- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة ودرجة استيعاب قضايا التنمية المستدامة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (19)

يوضح العلاقة بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة ودرجة استيعاب قضايا التنمية المستدامة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة	**0.220	طردي	ضعيف	0.01
درجة استيعاب قضايا التنمية المستدامة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي				

يتضح من الجدول السابق:

- وجود علاقة طردية ضعيفة بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة ودرجة استيعاب قضايا التنمية المستدامة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت ($r > 0.3$) وهي عند مستوى 0.01، أي أنه كلما زاد كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة زادت درجة استيعاب قضايا التنمية المستدامة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي. ومما سبق يتضح تحقق الفرض الثاني كلياً.

3- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين خبرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة استيعاب قضايا التنمية المستدامة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (20)

يوضح خبرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة استيعاب قضايا التنمية المستدامة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
خبرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	**0.654	طردي	متوسط	0.01
درجة تأثيرها على سلوكياتهم وكيفية التعامل معها				

يتضح من الجدول السابق:

- وجود علاقة طردية متوسطة بين خبرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة استيعاب قضايا التنمية المستدامة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت $(0.3 < r < 0.7)$ وهي عند مستوى 0.01. أي أنه كلما زادت خبرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ارتفعت درجة استيعاب قضايا التنمية المستدامة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

ومما سبق يتضح تحقق الفرض الثالث كلياً.

4- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاه نحو قضايا التنمية المستدامة بمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع- نوع الدراسة- الإقامة- المستوى الاجتماعي الاقتصادي).

4 (أ)- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في الاتجاه نحو قضايا التنمية المستدامة بمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (21)

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطى درجات الذكور والإناث في الاتجاه نحو قضايا التنمية المستدامة بمواقع التواصل الاجتماعي

الدلالة د. ح 398	ت	إناث (ن=200)		ذكور (ن=200)		النوع المتغير
		ع	م	ع	م	
0.001	5.566	4.125	19.06	2.901	21.05	الاتجاه نحو قضايا التنمية المستدامة بمواقع التواصل الاجتماعي

يتضح من الجدول السابق:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في الاتجاه نحو قضايا التنمية المستدامة بمواقع التواصل الاجتماعي لصالح الذكور، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى دلالة 0.001.

4 (ب)- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الكليات النظرية والعملية في الاتجاه نحو قضايا التنمية المستدامة بمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (23)

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات طلاب الكليات النظرية والعملية في الاتجاه نحو قضايا التنمية المستدامة بمواقع التواصل الاجتماعي

الدلالة د. ح 398	ت	عملية (ن=172)		نظرية (ن=228)		نوع الدراسة المتغير
		ع	م	ع	م	
0.001	3.715	4.165	19.28	3.187	20.64	الاتجاه نحو قضايا التنمية المستدامة بمواقع التواصل الاجتماعي

يتضح من الجدول السابق:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات طلاب الكليات النظرية والعملية في الاتجاه نحو قضايا التنمية المستدامة بمواقع التواصل الاجتماعي لصالح طلاب الكليات النظرية، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى دلالة 0.001.

4(ج)- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في الاتجاه نحو قضايا التنمية المستدامة بمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (24)

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الطلاب المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في الاتجاه نحو قضايا التنمية المستدامة بمواقع التواصل الاجتماعي

الدلالة د. ح 398	ت	حضر (ن=168)		ريف (ن=232)		الإقامة المتغير
		ع	م	ع	م	
0.165 غير دالة	1.390	3.388	19.76	3.899	20.28	الاتجاه نحو قضايا التنمية المستدامة بمواقع التواصل الاجتماعي

يتضح من الجدول السابق:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الطلاب المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في الاتجاه نحو قضايا التنمية المستدامة بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى دلالة 0.05.

4 (د)- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاه نحو قضايا التنمية المستدامة بمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف المستوى الاقتصادي:
جدول (25)

يوضح الفروق في الاتجاه نحو قضايا التنمية المستدامة بمواقع التواصل الاجتماعي باختلاف المستوى الاجتماعي الاقتصادي

مرتفع	متوسط	الدلالة	ف	انحراف معياري	متوسط	ن	المستوى الاجتماعي الاقتصادي	
- 0.828	0.577	0.01	4.807	3.398	20.16	99	منخفض	الاتجاه نحو قضايا التنمية المستدامة بمواقع التواصل الاجتماعي
- *1.405				4.109	19.58	207	متوسط	
				2.777	20.99	94	مرتفع	
				3.698	20.06	400	جملة	

من خلال الجدول السابق يتضح:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف المستوى الاجتماعي الاقتصادي في الاتجاه نحو قضايا التنمية المستدامة بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.01.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط وأفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع في الاتجاه نحو قضايا التنمية المستدامة بمواقع التواصل الاجتماعي لصالح أفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع عند مستوى 0.05.

أي أن الفرض الرابع تحقق جزئياً.

5- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة باختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع- نوع الدراسة- الإقامة- المستوى الاجتماعي الاقتصادي).

5 (أ) - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة.

جدول (26)

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطى درجات الذكور والإناث في كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة

الدلالة د.ح 398	ت	إناث (ن=200)		ذكور (ن=200)		النوع المتغير
		ع	م	ع	م	
0.001	3.519	2.046	9.03	1.989	9.74	كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة

يتضح من الجدول السابق:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطى درجات الذكور والإناث في كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة لصالح الذكور، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى دلالة 0.001.

5 (ب) - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الكليات النظرية والعملية في كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة.

جدول (28)

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطى درجات طلاب الكليات النظرية والعملية في كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة

الدلالة د.ح 398	ت	عملية (ن=172)		نظرية (ن=228)		الكلية المتغير
		ع	م	ع	م	
0.001	3.265	2.198	9.00	1.878	9.67	كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة

يتضح من الجدول السابق:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات طلاب الكليات النظرية والعملية في كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة لصالح طلاب الكليات النظرية، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى دلالة 0.001. ⁵(ج)- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة. جدول (29)

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الطلاب المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة

الدلالة د.ج 398	ت	حضر (ن=168)		ريف (ن=232)		الإقامة المتغير
		ع	م	ع	م	
0.179 غير دالة	- 1.346	2.205	9.54	1.919	9.26	كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة

يتضح من الجدول السابق:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الطلاب المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى دلالة 0.05.
- ⁵(د)- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة باختلاف المستوى الاجتماعي الاقتصادي: جدول (30)

يوضح الفروق في كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة باختلاف المستوى الاجتماعي الاقتصادي

الدلالة	ف	انحراف معياري	متوسط	ن	المستوى الاجتماعي الاقتصادي	كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة
0.206 غير دالة	1.585	2.101	9.52	99	منخفض	
		2.069	9.21	207	متوسط	
		1.918	9.62	94	مرتفع	
		2.046	9.38	400	جملة	

من خلال الجدول السابق يتضح:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف المستوى الاجتماعي الاقتصادي في كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى 0.05. أي أن الفرض الخامس تحقق جزئياً.

التوصيات:

- ضبط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مجال التنمية المستدامة من قبل الأرشيفات الوطنية؛ كما أوصت بضرورة إنشاء شبكة تنمية مستدامة تواصلية اجتماعية موحدة تضم المجتمع الأرشيفي العالمي لدعم الجهود التنموية الأرشيفية وتوحيدها في مجالات التنمية المستدامة.
- دعم دور التعليم في تطوير القوى البشرية وبنيت مسؤولياته في موائمة مخرجات التعليم العالي مع متطلبات سوق العمل. وأن الجامعات يقع على كاهلها مسؤولية كبيرة في تحقيق رؤية 2030، ولا تقتصر دور الجامعات فقط على السعي لتطبيق ما ورد في الرؤية، بل إن دورها يتجاوز ذلك إلى المشاركة في كافة القطاعات الحكومية.
- تغيير أوضاع المجتمع المصري وتطويره خاصة فيما يتعلق بوضع الشباب؛ لأن الشباب أصبح شريكاً أساسياً في تنمية المجتمع، مع ضرورة دراسة مفهوم التنمية المستدامة في القضايا الموجهة للشباب.

المراجع:

- (1) فينان عبد الله الغامدي، "التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني"؛ ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة الإعلام والأمن الإلكتروني، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية، 2012.
- (2) فوزية الخليوي، "المرأة السعودية المُفتري عليها!!"، مقال منشور في موقع: <http://www.lahaonline.com/index.php?option=content&id>
- (3) سعود صالح كاتب، "الإعلام الجديد وقضايا المجتمع"، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي: جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 2011.
- (4) عبد الكريم سرحان، مريم زياد حسن عبد الله، "توظيف شبكة الفيس بوك في تعزيز التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا، فلسطين، جامعة النجاح الوطنية، المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 22، 2021.
- (5) جاسم خليل ميرزا، "دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي والمعرفة لدى أفراد المجتمع حول أزمة فيروس كوفيد 19 المستجد، (الشارقة جمعية الاجتماعيين، مجلد 37، العدد 148)، 2020.
- (6) عبير راشد عليمات، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق الوعي الفكري الوطني ومعالجة القضايا الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع الأردني من وجهة نظر طلبة جامعة البلقاء التطبيقية، جامعة أسيوط، المجلة العلمية لكلية التربية، المجلد 35، العدد 6، يونيو، 2019.
- (7) Xinyueye, et all, Social Media and Jocial awarenen . Manual of digital Eurth, projects: location spoofing, Computational social science, November, 2019.
- (8) Arun Vishwanath, "Habitual Face book use and Its Impact on Getting Deceived on social media, In Journal of Computer mediated Communication, Vol. 17, N, lo, act, 2014.
- (9) أحمد سامي عبد الوهاب العايدي، "مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تحقيق الوعي لدى الشباب السعودي بقضايا التنمية المستدامة"، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، العدد 16، 2021.
- (10) إيمان مرسى، "تعرض المرأة السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى إدراكها لخطة التنمية المستدامة"؛ كلية الاتصال والإعلام، المجلة العلمية لجامعة الملك عبد العزيز، 2020.
- (11) نرمين إبراهيم علي اللبان، "استخدام الأرشيفات الوطنية لشبكة الفيس بوك في التنمية المستدامة"، المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات، الجمعية المصرية للمكتبات والمعلومات والأرشيف، م ج 5، ع 2، يونيو 2018.

- (12) Jacobson, Thomas, **'Habe mas's Contribution to paradigms of media development**, "paper presented at the annual meeting of the theory vs policy? Connecting Scholars and practitioners, (New orleans Hilton. Riverside Hotel, the loews New orlean Hotel Feb 17, 2010.
- (13) مرفت الطراييشي وعبد العزيز السيد، "نظريات الاتصال"، (القاهرة: دار الإيمان للطباعة، 2006).
- (14) taxi, Z and sun, J, "**media Dependencies in the cyber-Age: The Case of the 2003 SARS Epidemic in china**", paper presented at the annual meeting of the international Communication ASSoCiations (Sheraton New yourk, New York City, My on line 2009) From [http://www, all academic ,Com /meta/p14476 - index, html](http://www.allacademic.com/meta/p14476-index.html).
- (15) Baranas", S. j. do DAVIS, D. R, "**Mass Communication theory, Foundation, Ferment and future**," (New York و by wads, Worth publishing Company, 1995).
- (16) Stephanie A, skumarich and David p, **Kints Father Individual media Dependency Relations within television Shopping programming**", Communication Re Search (Vol. 18, No, 6, 1991).
- (17) Melvin L, Defleur and Sandraj, Ball Rokeach, op, cit, p 240-243
- (18) August E, Grant, K, Kerdall Guthrie and Sandra J, Ball Rokeach, "**television shopping A media system Dependency perspective**", Communication Research (Vol. 18, No, 6, 1991).
- (19) Stephen W, little johns "**theories of Man Communications**", (United Kingdom: Wadsworth 2002) p14.
- (20) محمد منير حجاب، "نظريات الاتصال"، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010).
- (21) Stephen W, little john, op, cit, 2002, p: 325.
- (22) حسن عماد مكاوي وليلى حسين، "الاتصال ونظرياته المعاصرة"، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2004).
- (23) سامي طابع، "بحوث الإعلام"، ط 1، (القاهرة: دار النهضة العربية، 2001).
- (24) شيماء ذو الفقار زغيب، "مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية"، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009).
- (25) سمير محمد حسين، "بحوث الإعلام": دراسات في مناهج البحث العلمي، (القاهرة: عالم الكتب، 1997).
- (26) سمير محمد حسين، "بحوث الإعلام"، ط 2، (القاهرة: عالم الكتب، 1995).
- (27) عبد الرازق محمد الدليمي، "الإعلام والتنمية"، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2012).
- (28) الدليمي، مرجع سابق، ص 203.

(29) علي فلاح الضلاعين، وآخرون، "الإعلام التنموي والبيئي"، (عمان، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، 2014).

(30) الدليمي، مرجع سابق، ص 43.

(31) حازم البيلاوي، "دور الدولة في الاقتصاد"، (القاهرة، دار الشروق، 1999).

(32) 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 2005-2007، (الكويت: الحولية الثالثة والثلاثون- حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، 2012).

References

- Alghamidi, F. (2012). "altawafuq waltanafur bayn al'ielam altaqlidii wal'ielam al'iiliktrunii"; waraqatan bahthiitan muqadimatan 'iilaa nadwat al'ielam wal'amn al'iiliktrunii, jamieat Al'amir Nayif alearabiat lileulum al'amniati, 2012.
<http://www.laha.com/index.php?option=content&id>
- katibi, S. (2011). "al'ielam aljaded waqadaya almujtamaei", almutamar alealami althaani lil'ielam al'iislami: jamieat almalik Abd Aleaziz, Jeddah.
- Sarhan, A. (2021), "tawzif shabakat alfis buk fi taeziz altaweiati alsihiyat lilwiqayat min fayrus kuruna, filastin, jamieat alnajah alwataniati, almajalat alduwaliat lileulum al'iinsaniat walajjtimaieati, 22(1).
- Mirza, G. (2020) "dur wasal al'ielam fi tashkil alwaey walmaerifat ladaa 'afraad almujtamae hawl 'azmat fayrus kufid 19 almustajadi, (Alshaariqa jameiat alajjtimaieiyina, 148(2).
- Aleimat, A. (2019). "dawr mawaqie altawasul alajjtimaieii fi tahqiq alwaey alfikrii alwatani wamuealajat alqadaya alaiqtisadiat walajjtimaieiat fi almujtamae al'urduniyi min wijhat nazar talbat jamieat Albalqa' altatbiqiyati, jamieat 'Asyut, almajalat aleilmiat likuliyat altarbiati, 6(2).
- Xinyueye, et all, Social Media and Jocial awarenen . Manual of digital Eurth, projects: location spoofing, Computational social science, November, 2019.
- Arun Vishwanath, "**Habitual Face book use and Its Impact on Getting Deceived on social media**, In Journal of Computer mediated Communication, Vol. 17, N, lo, act, 2014.
- Aleaydi, A. (2021). "mawaqie altawasul alajjtimaieii wadawruha fi tahqiq alwaey ladaa alshabab alsaeudii biqadaya altanmiat almustadamati", kuliyat al'ielami, jamieat Al'azhar, almajalat aleilmiat libuhuth alealaqat aleamat wal'ielani, 16(2).
- Morsi, E. (2020). "taerad almar'at alsaeudiat limawaqie altawasul alajjtimaieii wamadaa 'iidrakiha likhutat altanmiat almustadamati"; kuliyat alaitisal wal'ielami, almajalat aleilmiat lijameiat almalik Abd Al -Aziz.
- Alllaban, N. (2018). "aistikhdam al'arshifat alwataniat lishabakat alfis buk fi altanmiat almustadamati", almajalat alduwaliat lieulum almaktabat walmaelumati, aljameiat Almisriat lilmaktabat walmaelumati wal'arshif, 2(1).
- (12) Jacobson, Thomas, "**Habe mas's Contribution to paradigms of media development**, "paper presented at the annual meeting of the theory vs policy? Connecting Scholars and practitioners, (New orleans Hilton. Riverside Hotel, the loews New orlean Hotel Feb 17, 2010.
- Altarabishi, M. (2006). "nzariaat aliatisali, (Alqahira: dar Al'iiman liltibaeati).
- (14) taxi, Z and sun, J, "**media Dependencies in the cyber-Age: The Case of the 2003 SARS Epidemic in china**", paper presented at the annual meeting of the international Communication ASSoCiations (Sheraton New yourk, New York City, My on line 2009) From [http://www, all academic ,Com /meta/p 14476 - index, html](http://www.allacademic.com/meta/p14476-index.html).
- (15) Baranas", S. j. do DAVIS, D. R, "**Mass Communication theory, Foundation, Ferment and future**," (New York و by wads, Worth publishing Company, 1995).

- (16) Stephanie A, skumarich and David p, **Kints Father Individual media Dependency Relations within television Shopping programming**", Communication Re Search (Vol. 18, No, 6, 1991).
- (17) Melvin L, Defleur and Sandraj, Ball Rokeach, op, cit, p 240-243
- (18) August E, Grant, K, Kerdall Guthrie and Sandra J, Ball Rokeach, **"television shopping A media system Dependency perspective"**, Communication Research (Vol. 18, No, 6, 1991).
- (19) Stephen W, little johns **"theories of Man Communications"**, (United Kingdom: Wadsworth 2002) p14.
- Hijab, M. (2010). "nzariaat aliatisali", (Alqahira: dar Afajr llnashr waltawziei).
- (21) Stephen W, little john, op, cit, 2002, p: 325.
- Mikawi, H. (2004). "aliaitisal wanazariaatuh almueasiratu", (Alqahira: aldaar Almisriat allubnaniati).
- Taye, S. (2001). "buhuth al'ielami", t 1, (Alqahira: dar Alnahdat alearabiati).
- Zogheib, S. (2009). "manahij albahth waliaistikhdamat al'ihsayiyat fi aldirasat al'ielamiati", (Alqahira: aldaar Almisriat Allubnaniati).
- Hussein, S. (1997). "buhuth al'ielami": dirasat fi manahij albahth aleilmi, (Alqahira: Alam Akatub).
- Hussein, S. (1995). "buhuth al'ielami", t 2, (Alqahira: Alam alkatub).
- Aldilimi, M. (2012). "al'ielam waltanmiatu", (Amman: dar Almasirat llnashr waltawziei).
- Al-Dala'een, A. (2014). "al'ielam altanmawiu walbiyyi", (Amman, maktabat almujtamae alearabii llnashr waltawziei).
- Albiblawii, H. (1999). "dawr aldawlat fi aliaqtisadi", (Alqahira, dar Alsharuq).
- Aldaaghir, M. (2012). "dur wasayil al'ielam walaitisal fi daem khutat altanmiat almustadamat walnuhud biha fi albuldan alearabiati.. dirasatan hawl dawr alsahafat fi muealajat mushkilat altanmiat almustadamat bialtatbiq ealaa eayinat min alsuhuf alearabiati alyawmiat fi alftrat min 2005- 2007, (Alkuayt: alhawliat althaalithat walthalathun- hawliaat aladab waleulum alaijtimaeiati).

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof. Salama Daoud President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Deputy Editor-in-chief: Dr. Ahmed Salem

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
(Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ahmed Abdo: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

● Issue 67 October 2023 - part 1

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.