دورُ شَبَكَاتِ التَّوَاصُلِ الاجتمَاعِيِّ فِي تَوعِيَةِ السُّعُودِيينَ بِالتَّنمِيَةِ المُسْتَدَامَة

حصَّة عبد الله قطيم الحبيل*

إشراف د.حسن نيازي الصيفي**

المُلَخَّص:

تعد التنمية المستدامة من أهم القضايا التي تواجه اليوم العالم عموما والسعودية خاصة، حيث تسعى إلى تحقيق التوازن بين النمو الاقتصادي والعدالة الاجتماعية والحماية البيئية. وفي ظل التطور السريع لوسائل الاتصال والتواصل الاجتماعي أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي تؤدي دورًا حاسمًا في تشكيل وجهات نظر الأفراد وتأثيرهم على المجتمع لا سيما المجتمع السعودي. وفي هذا السياق يأتي دورها المهم في توعية هذا الجمهور بقضايا التنمية المستدامة، حيث توفر منصة قوية للمعلومات والتواصل حول هذه القضايا الحيوية.

وقد سعت الدراسة إلى رصد وتحليل طبيعة الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الجمهور السعودي بالتنمية المستدامة. واعتمدت على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، لتفسير الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي، وتم تطبيق منهج المسح على عينة مكونة من 400 مفردة من السعوديين من مختلف الفئات العمرية والاجتماعية والاقتصادية.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج رئيسة، أهمها:

- نسبة متابعة الجمهور السعودي عينة الدراسة لقضايا التنمية المستدامة على وسائل التواصل الاجتماعي بصفة مستمرة 45%، وبصفة منتظمة 35%، وبصفة غير منتظمة 5%، بينما بلغت نسبة من لا يتابعون مطلقًا قضايا التنمية المستدامة على وسائل التواصل الاجتماعي 15%.
- أهم أسباب متابعة المبحوثين لقضايا التنمية المستدامة على وسائل التواصل الاجتماعي هي:
  - تكوين خلفية لدي عن قضايا التنمية المستدامة حتى يمكن تجنبها في المستقبل.
  - المشاركة في نقاشات حول هذه القضايا.
- احتلت (مكافحة الفقر والتعليم وقضايا التغير المناخي) مقدمة قضايا التنمية المستدامة التي يتابعها المبحوثين عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- نسبة من يثقون بدرجة كبيرة بالمعلومات التي يحصلون عليها عن قضايا التنمية المستدامة من وسائل التواصل الاجتماعي بلغت 68.8%.

* **خريجة ماجستير إعلام تخصص أتصال استراتيجي ، جامعة الملك فيصل . باحثة دكتوراة بالعلاقات العامة والإعلان جامعة القاهرة.**

** **أستاذ العلاقات العامة والإعلان المشارك، جامعة الملك فيصل بالمملكة العربية السعودية.**

- تسهم شبكات التواصل الاجتماعي بشكل فعال في زيادة الوعي بقضايا التنمية المستدامة لدى الجمهور السعودي.
- درجة استفادة المبحوثين عينة الدراسة من وسائل التواصل الاجتماعي في بناء معرفتهم بقضايا التنمية المستدامة جاءت بدرجة شديدة بلغت 91%.
- أهم التحديات التي تقع فيها مواقع التواصل الاجتماعي في تناول قضايا التنمية المستدامة، هي:
  - صعوبة التفاعل مع المحتوى.
  - كثرة المعلومات المغلوطة.
- أهم الأهداف التي يمكن أن تحققها شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بقضايا التنمية المستدامة، هي جودة صفحات متخصصة مصنفة لقضايا التنمية المستدامة.

وبناءً على نتائج الدراسة، توصي الباحثة بما بضرورة دعم جهود الجهات الحكومية والخاصة في إنتاج محتوى إعلامي متميز عن قضايا التنمية المستدامة على شبكات التواصل الاجتماعي. وتطوير آليات مكافحة المعلومات المغلوطة حول قضايا التنمية المستدامة على شبكات التواصل الاجتماعي.

الكلماتُ الدالة: شبكات التواصل الاجتماعي- التوعية - التنمية المستدامة.

The role of social media networks in educating Saudis about sustainable development

Abstract:

Sustainable development is one of the most important issues facing the world, especially Saudi Arabia, as it seeks to achieve a balance between economic growth, social justice, and environmental protection. In the context of the rapid development of communication and social media, social media has become a critical player in shaping individual perspectives and influencing society, particularly Saudi society. In this context, social media plays an important role in raising awareness of these critical issues, providing a strong platform for information and communication.

The study sought to monitor and analyze the nature of the role played by social media in raising awareness of sustainable development among Saudis. It relied on the media dependency Theory to interpret the nature of the role played by social media platforms. A survey method was applied to a sample of 400 Saudis from different age, social, and economic groups.

The study found several key findings, including:

- 45% of Saudis in the study sample follow sustainable development issues on social media regularly, 35% follow them regularly, 5% follow them occasionally, and 15% do not follow them at all.
- The most important reasons for following these issues are to gain background and participate in discussions.
- Climate change is the most popular sustainable development issue on social media.
- Most respondents trust the information they find on social media about sustainable development.
- Social media is an effective tool for raising awareness of sustainable development issues.
- The study recommends that social media platforms work to improve the quality of information and combat misinformation.

Keywords: social media, awareness, sustainable development

المُقَدَّمَة:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي أحد أبرز الأدوات الاتصالية التي يستخدمها الأفراد في المجتمعات على مستوى العالم، وكذلك الدول العربية ومن بينها المملكة العربية السعودية.

وامتد الأمر للمجتمع السعودي، حيث تتمتع شبكات التواصل الاجتماعي بشعبية داخل المجتمع السعودي، في ضوء تعدد تلك الشبكات والتطبيقات، وتعدد مجالات استخدامها نتيجة التوسع والانتشار لتلك الشبكات.

وبالنظر للمجتمع السعودي، سعت المملكة إلى استخدام وسائل الإعلام في زيادة معدلات التثقيف والتوعية للجماهير، ووضعت المملكة في رؤيتها 2030 ضرورة توعية الجماهير بمفهوم التنمية المستدامة، وذلك بالاعتماد على مجموعة من الأدوات، من بينها شبكات التواصل الاجتماعي، من أجل توعية الجمهور بقضايا التنمية، وتشجيع الجهور السعودي على العمل نحو التغيير وتحقيق مستقبل أكثر استدامة.

وتكمن أهمية دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية حول قضايا التنمية المستدامة في أنها لا تستهدف فئة معينة من الجمهور السعودي، بل جميع من يستخدمون تلك الوسائل من أفراد المجتمع، كما أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤدي دورًا محوريًا في دعم النقاش، وتوجيه الرأي العام، وتشجيع الشباب على اكتساب الوعي وتغيير سلوكياتهم نحو مواجهة قضايا التنمية المستدامة. ويمكن الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الأخبار والمقالات حول القضايا والمشكلات المتعلقة بالتنمية المستدامة، كالتحكم في المخلفات وإدارة الموارد المائية.[1]

وفي هذا الإطار ظهرت العديد من المبادرات الخاصة بتعزيز استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؛ لتوعية الشباب بقضايا التنمية المستدامة. بدأت من خلال تدشين تطبيق: (أنصار البيئة الخضراء) على فيسبوك كمجتمع معرفي بأهمية البيئة النظيفة كأحد أهم قضايا التنمية المستدامة، وجذب هذا التطبيق ما يزيد عن مليوني مشارك، ويسمح هذا التطبيق للمشاركين بالاطلاع وطرح مواقفهم البيئية على صفحتهم الخاصة، وتوفير الفرصة لأصحاب الآراء المتشابهة من الشباب حول القضية بالدردشة ومشاركة المعلومات والأفكار.[2]

كما أطلقت المملكة مبادرة السعودية الخضراء عام 2021، وذلك من أجل تحقيق أهداف المناخ العالمية. وتمهد المملكة الطريق نحو غدٍ أكثر استدامة عبر اتباع نهج استثماري يشمل جميع فئات المجتمع، وذلك من خلال العمل على تعزيز جهود حماية البيئة وتسريع رحلة انتقال الطاقة وبرامج الاستدامة لتحقيق أهدافها الشاملة في مجال تعويض وتقليل الانبعاثات الكربونية، وزيادة أعمال التشجير واستصلاح الأراضي وحماية المناطق البرية والبحرية في المملكة.[3]

الدِّرَاسَات السَّابِقَة:

1) دراسة شريف جمعة(2024)[4]، بعنوان: (دور البرامج الحوارية بالقنوات التلفزيونية كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة 2030): هدفت الدراسة إلى رصد مدي اعتماد الجمهور على البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية كمصدر للحصول على كل ما

يخص قضايا التنمية المستدامة 2030، وإلقاء الضوء على مدي اهتمام البرامج الحوارية بعرض قضايا التنمية المستدامة للجمهور. تنتمي هذا الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتعتمد على منهج المسح الوصفي. وتمثلت عينة الدراسة في 320 مفردة من المواطنين الجمهور المتابعين للبرامج الحوارية، واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات.

وتوصلت الدِّرَاسَة إلى عدة نتائج، من أهمها: أن البرامج الحوارية ظاهرة برامجية متميزة، وقد ارتبطت شهرتها وتميزها في العديد من القنوات على اهتمام قطاع عريض من الجمهور بمختلف فئاته، كما أنها تناقش مشروعات وقضايا هامة ومن أهمها قضايا التنمية المستدامة 2030، والتي وجد أن نسبة من يشاهدون البرامج الحوارية التي تغطي قضايا التنمية المستدامة بصفة منتظمة قد بلغت 30%، كذلك جاءت نسبة من يشاهدون تلك البرامج بصفة غير منتظمة أحيانا 47%، وأثبتت الدراسة أن نسبة متوسطة من المراهقين يثقون بدرجة كبيرة في البرامج الحوارية كوسيلة للتعرف علي خطة التنمية المستدامة.

2) دراسة هاجر حلمي حبيش(2023)[5]، بعنوان: (استخدام الصحافة المدفوعة بالبيانات في معالجة قضايا التنمية المستدامة على الصفحات الإخبارية للسوشيال ميديا وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الشباب المصري نحوها: دراسة ميدانية): هدفت الدراسة إلى استخدام الصحافة المدفوعة بالبيانات في معالجة قضايا التنمية المستدامة على الصفحات الإخبارية للسوشيال ميديا وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الشباب المصري نحوها، وتم الاعتماد على منهج المسح الإعلامي، وتطبيق استمارة استبيان على عدد 400 مفردة من الشباب المصري من مناطق الريف، الحضر، الصحراوي، الساحلي.

وتوصلت الدِّرَاسَة إلى عدة نتائج، من أهمها: وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الصحافة المدفوعة بالبيانات في معالجة قضايا التنمية المستدامة على الصفحات الإخبارية للسوشيال ميديا وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الشباب المصري نحوها، كما ثبت صحة الفرض توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ثقة الشباب في المضامين الصحفية حول قضايا التنمية المستدامة بالصفحات الإخبارية للصحاف الإلكترونية على السوشيال ميديا واتجاهاتهم نحو هذه القضايا.

3) دراسة أحمد محمد رزق البحيري(2023)[6]، بعنوان: استخدام ممارسو العلاقات العامة لتكنولوجيا الاتصال الرقمي ودورها في تحقيق أهداف التنمية المستدامة في قطاع التعليم العالي: دراسة ميدانية: تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام ممارسي العلاقات العامة لتكنولوجيا الاتصال الرقمي، ودورها في تحقيق أهداف التنمية المستدامة. تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي، بتطبيق استمارة استبيان على عينة قوامها (120) مفردة من ممارسي العلاقات العامة في بعض الجامعات الحكومية وكلياتها.

وتوصلت الدِّرَاسَة إلى عدة نتائج، من أهمها: أن ممارسي العلاقات العامة يستخدمون تكنولوجيا الاتصال الرقمي في عملهم، كما يستخدمها الأغلبية منهم مع كل العملاء دون تمييز، ولتقديم صورة كافية عن خطة التنمية المستدامة، ويتواصلون باستخدام هذه التكنولوجيا مع الطلاب بنسبة (100%).

4) دراسة مها مختار حسن(2023)[7]، بعنوان: "اعتماد النخب المصرية على المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات حول قضايا التنمية المستدامة وتقييمهم لأدائها الإعلامي": تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد النخب المصرية على المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات حول قضايا التنمية المستدامة والتعرف على معدل متابعة المبحوثين لتغطية مشاريع التنمية المستدامة في المواقع. اعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتمثلت عينة الدراسة في عينة من النخبة المصرية قوامها (106) مفردة من النخب المصرية، وذلك باستخدام أداة استقصاء كأداة لجمع البيانات.

وتوصلت الدِّرَاسَة إلى عدة نتائج، من أهمها: تبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تأثير متابعة النخب لقضايا التنمية المستدامة على المواقع الإخبارية ومدى ثقتهم في تغطية المواقع الإخبارية لمشاريع التنمية المستدامة. وأوصت الدراسة بإنشاء أقسام خاصة في المواقع الإخبارية لمتابعة خطط التنمية المستدامة حتى ينمكن المواطنون من متابعة المستجدات في سهولة ويسر.

5) دراسة **(Sinha, A & Padhy, M.K,2022)**، بعنوان: "دور وسائل التواصل الاجتماعي في خلق الوعي البيئي في لكناو": هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في خلق الوعي تجاه القضايا البيئية في مدينة (لكناو). اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وتمثلت عينة الدراسة في عينة عشوائية قوامها (75) مبحوثًا تتراوح أعمارهم بين (18 – 30) سنة، وذلك باستخدام أداة الاستبانة كأداة لجمع البيانات.

وتوصلت الدِّرَاسَة إلى عدة نتائج، من أهمها: أثبتت نتائج الدراسة بأن وسائل التواصل الاجتماعي لديها قدرة كبيرة جدا في التأثير على اهتمام المستخدمين من خلال ديناميكية النقاشات الجماعية حول المشكلات المتعلقة بالبيئة، وبالتالي خلق وعي بيئي جماعي لدى المستخدمين، كما كشفت الدراسة أيضًا على أن العديد من المنظمات والنشطاء البيئيين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لجذب انتباه مستخدمي الشبكات الاجتماعية لأنها تساعدهم على إثارة القضية على المستوى العالمي، وتقديم الحلول المناسبة ومعالجتها بفاعلية، تبين أن هذه الشبكات يمكن نشر الوعي من خلال طرق متعددة مثل المنشورات والقصص ومقاطع الفيديو والصور، وبالتالي فإن وسائل التواصل الاجتماعي لها دور في تعزيز الوعي البيئي يفوق بكثير دور وسائل الإعلام التقليدية.

6) دراسة فاطمة عبد الكاظم حمد وزينة عبدالخالق عبد الله (2022) [8]، بعنوان: (تسويق قضايا التنمية المستدامة في مواقع التواصل الاجتماعي - دراسة تحليلية لصفحة منظمة اليونسكو عبر الفيس بوك): هدفت الدِّرَاسَة إلى الكشف عن قضايا التنمية المستدامة التي تسعى منظمة اليونسكو تسويقها إلى العالم، كما أن الغرض من تسويق تلك القضايا التقصي عن الاستعمالات التي وظفتها في عملية التسويق، وقد تم الاستناد إلى المنهج المسحي عن طريق تحليل مضامين المواد المنشورة في صفحة اليونسكو على الفيس بوك بطريقة الحصر الشامل أثناء المدة من (1/4/2022) ولغاية (2022/1/7).

وتوصلت الدِّرَاسَة إلى عدة نتائج، من أهمها: تبين اهتمام منظمة اليونسكو بالبُعدين: الاجتماعي والبيئي، وإعطائهما أولوية مقارنة بالبُعد الاقتصادي للتنمية المستدامة، إذ ركزت

اليونسكو في مضامينها التسويقية على قضايا توفير فرص التعليم للجميع، والتنوع الثقافي في العالم والارتقاء بالنظم البيئية البرية واستدامتها كركائز أساسية للتنمية المستدامة، كما أكدت ضرورة وجود أنماط استهلاك وإنتاج مستدامة عن طريق حظر استخدام الأكياس البلاستيكية أحادية الاستخدام ومحاربة التلوث والاعتماد على المشاريع الصديقة للبيئة. وقد اعتمدت اليونسكو على الاستعمالات العقلية بالدرجة الأساس عن طريق الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية المدعومة بالحجج الإحصائية في مخاطبة الجمهور وإقناعه. وتمثل الهدف الرئيس من تسويق تلك القضايا بأخبار العالم بقضايا الاستدامة والترويج الأنشطة منظمة اليونسكو وإسهاماتها في مجال تحقيق أهداف التنمية المستدامة ونشر الوعي العالمي بتلك القضايا.

7) دراسة هدير محمود عبد الله(2022)[9]، بعنوان: (استخدام الحكومة المصرية لوسائل التواصل الاجتماعي لترويج الأهداف المستدامة): الصفحة الرسمية لرؤية مصر 2030 على فيسبوك نموذجًا: هدفت الدِّرَاسَة إلى التعرف على دور الصفحة الرسمية لرؤية مصر 2030 على فيسبوك في الترويج للتنمية المستدامة وأهدافها، وأشكال مشاركة الجمهور على منشورات الصفحة قامت الدِّرَاسَة بالتحليل الكمي والكيفي لعينة من منشورات الصفحة على مدار ثلاثة أعوام 2019-2021، بلغ قوامها 475 منشورًا.

وتوصلت الدِّرَاسَة إلى عدة نتائج، من أهمها: إنّ ما يقارب من نصف منشورات الصفحة على مدار ثلاثة أعوام ذات طابع تعريفي بالتنمية المستدامة وأهدافها، وعدم التوازن في الاهتمام بأبعاد التنمية المستدامة الثلاث: البُعد الاقتصادي والبُعد الاجتماعي والبُعد البيئي، كما تبين اتباع الصفحة لنمط الاتصال أحادي الاتجاه، وندرة تفاعل مديري الصفحة مع الجمهور، كما قدمت الدِّرَاسَة العديد من التوصيات لمديري الصفحة لتحسين أداء الصفحة في تحقيق أهدافها.

8) دراسة مي وليد سلامة(2022)[10]، بعنوان: (دور موقع التواصل الاجتماعي تويتر في تشكيل اتجاهات المرأة السعودية نحو إدراك خطط التنمية المستدامة): هدفت الدِّرَاسَة إلى تحقيق هدف رئيس يتمثل بدور موقع التواصل الاجتماعي تويتر في تشكيل اتجاهات المرأة السعودية نحو إدراك خطط التنمية المستدامة، والكشف عن التأثيرات المترتبة على متابعة عينة الدِّرَاسَة لمضامين خطط التنمية المستدامة عبر موقع تويتر، واستندت الدِّرَاسَة في بناء متغيراتها وتفسير نتائجها إلى نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية، كما تم توظيف منهج المسح، وفي إطاره تم مسح عينة، قوامها 400 مفردة من النساء السعوديات من المستويات العمرية والتعليمية المختلفة، وتم توظيف أداة الاستبانة لمعرفة آرائهم حول دور تويتر.

وتوصلت الدِّرَاسَة إلى عدة نتائج، من أهمها: إن موقع تويتر جاء في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي التي تتابعها عينة الدِّرَاسَة، ويمكن إرجاع ذلك إلى تعدد أدوات التفاعلية الخاصة بموقع تويتر، كما تمثلت أهم الأدوار التي قام بها تويتر بتشكيل الاتجاهات من خلال تقديم رؤية واقعية لأبعاد التنمية المستدامة للمملكة، وإسهامه في الإقناع بجدوى خطط التنمية المستدامة واستراتيجياتها.

9) دراسة مروة محمد صبحي(2020)[11]، بعنوان: (دور الصفحات الرسمية المصرية على وسائل التواصل الاجتماعي بدعم التنمية البينية المستدامة): هدفت الدِّرَاسَة إلى قياس دور الصفحات الرسمية المصرية على وسائل التواصل الاجتماعي في دعم التنمية البيئية المستدامة بالتطبيق على مبادرة (اتحضر للأخضر): ووظفت الدِّرَاسَة منهجي المسح وتحليل المضمون على عينة تحليلية من منشورات الصفحة بلغت 161 منشورًا، وعينة من متابعي الصفحة بلغت 200 مفردة.

وتوصلت الدِّرَاسَة إلى عدة نتائج، من أهمها: فاعلية الصفحة في إشراك الجمهور المصري في الاتصالات البيئية من خلال تحفيز التفاعل بين المتابعين، كذلك ترتفع نسبة مشاركة المبحوثين للمنشورات وممارستهم للاتصال الشفهي الإلكتروني، وأثبتت الدِّرَاسَة فاعلية الصفحة في التأثير على وعي المبحوثين البيئي، كما توصلت إلى أهمية متغير اشتراك الجمهور في الاتصال البيئي في تدعيم اتجاهات الجمهور نحو الاستدامة البيئية.

10) دراسة أيمن محمد إبراهيم بريك(2021)[12]، بعنوان: (دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب المصري بقضايا التنمية المستدامة): هدفت الدِّرَاسَة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب بقضايا التنمية المستدامة، كذلك رصد دور تلك المواقع في توعية الشباب عن طريق دراسة العلاقة بين معدلات استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافع هذا الاستخدام والإشباعات المتحققة منه، فضلاً عن معرفة طبيعة المواقع التي يحرصون على استخدامها ومستوى وعي هؤلاء الشباب بقضايا التنمية المستدامة وتفاعلهم معها. واعتمد الباحث على المنهج المسحي عن طريق استمارة استبانة وزعت على عينة قصدية من الشباب المصري من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، قوامها (372).

وتوصلت الدِّرَاسَة إلى عدة نتائج، من أهمها: ارتفاع معدلات استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، إذ جاء فيسبوك في المرتبة الأولى، يليه تويتر ثم يوتيوب، وبعدها جوجل بلس وإنستغرام ثم لينكد إن، وجاءت قضايا النمو الاقتصادي بالمرتبة الأولى من بين قضايا التنمية المستدامة التي يحرص الشباب على متابعتها، تليها قضايا التنمية التكنولوجية والتقنية، فالصحة وإدارة الموارد، وبالمرتبة الرابعة قضايا التنمية البينية، وبعدها قضايا التنمية السياحية ثم التنمية الريفية.

11) دراسة أسامة بن غازي زين المدني(2020)[13]، بعنوان: (دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي بقضايا التنمية المستدامة- دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعتي أم القرى والملك عبد العزيز): هدفت الدِّرَاسَة إلى الكشف وتوصيف الدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي بقضايا التنمية المستدامة لدى الشباب الجامعي السعودي، والتعرف على اتجاهات طلاب الجامعات نحو تناول وسائل التواصل الاجتماعي لقضايا التنمية المستدامة، واعتمد البحث على منهج المسح بالعينة. وتمثلت الأدوات باستمارة الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتم اختيار عينة عمدية، قوامها 400 مبحوثٍ من الشباب الجامعي السعودي من جامعتي: (جامعة أم القرى بمكة المكرمة وجامعة الملك عبد العزيز بجدة في المملكة العربية السعودية).

وتوصلت الدِّرَاسَة إلى عدة نتائج، من أهمها: ثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الشباب الجامعي السعودي لوسائل التواصل الاجتماعي ومستوى وعيهم بقضايا التنمية المستدامة على وسائل التواصل الاجتماعي تمثلت (بتكوين خلفية عن قضايا التنمية المستدامة) في الترتيب الأول، و(للحصول على معلومات بشأن قضايا التنمية المستدامة) في الترتيب الثاني، و(التعرف على وجهات النظر المختلفة حول قضايا التنمية المستدامة) في الترتيب الثالث. أما الترتيب الرابع، فجاءت فقرة: (تتيح لي حرية الرأي والتعبير والتعليق والحوار حول قضايا التنمية المستدامة).

12) دراسة أحمد سامي عبد الوهاب العايدي، ورحاب رأفت السيد(2019) [14] بعنوان: (استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بقضايا التنمية المستدامة): هدفت الدِّرَاسَة إلى التعرف على استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية الوعي بخطط وقضايا التنمية المستدامة بالمملكة، اعتمدت الدِّرَاسَة على منهج المسح من خلال عينة من الشباب السعودي، قوامها ٤٠٠ مفردة، وذلك باستخدام أداة الاستبيان.

وتوصلت الدِّرَاسَة إلى عدة نتائج، من أهمها: جاءت درجة اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة بنسبة 46.5% وإلى حد ما بنسبة 45%، وجاءت موقع تويتر في صدارة أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يحرص الشباب السعودي على استخدامها في متابعة قضايا التنمية المستدامة، يليه انستجرام ثم اليوتيوب. وجاءت القضايا المجتمعية في مقدمة أهم القضايا التي يتبعها الشباب السعودي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى متابعة هذه القضايا من قبل الشباب، وفي المرتبة الثانية القضايا الثقافية، وفي المرتبة الثالثة القضايا السياسية، وفي المرتبة الرابعة القضايا الدينية، وفي الترتيب الخامس القضايا العلمية، وأخيرًا القضايا الرياضية. وتبين أن درجة وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية المستدامة من خلال متابعتهم لمواقع التواصل الاجتماعي متوسطة بنسبة 61.3%، وفي المرتبة الثانية درجة الوعي جاءت مرتفعة بنسبة 35.8% بينما جاءت في المرتبة الأخيرة درجة الوعي المنخفضة بنسبة 3%. وثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية وبين أنماط تفاعلهم مع مواقع التواصل الاجتماعي. كما ثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية وبين اتجاهاتهم نحو هذه القضايا. وثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى وعي الشباب السعودي بقضايا التنمية وبين الإشباعات المتحققة نحو هذه القضايا.

13) دراسة بوركو توران تشيمشير وحسين أوزونبويلو (Burcu Turan Cimsir & Hüseyin Uzunboylu,2019) [15]: هدفت الدراسة إلى تطوير تطبيق للمحمول وتطبيقه وتقييمه لتوعية طلاب الجامعة بأهداف التنمية المستدامة. وأكدت الدِّرَاسَة أنه من أجل تحقيق أهداف التنمية المستدامة، فإن المجتمع ككل يتحمل مسؤولية محاولة القضاء على الفقر وحماية البيئة، والتأكد من أن جميع الناس يعيشون في سلام ورخاء. ومع الاستخدام اليومي المتزايد لتقنيات الهاتف المحمول في التعليم، فإن هذه التقنيات تُظهر إمكاناتٍ مهمة في زيادة الوعي بأهداف التنمية المستدامة.

وتوصلت الدِّرَاسَة إلى عدة نتائج، من أهمها: تبين أن تطبيقات الهاتف المحمول المتقدمة لها تأثير إيجابي على وعي طلاب الجامعة بأهداف التنمية المستدامة.

14) دراسة سامي عطاالله أبو غولة (2019)[16]، بعنوان: (دور وسائل التواصل الاجتماعي في تناول قضايا التنمية المستدامة: شبكة تويتر نموذجاً): هدفت الدِّرَاسَة إلى التعرف على معالجة شبكات التواصل الاجتماعي لقضية بالتنمية المستدامة في الوطن العربي متخذة من شبكة التدوين المصغر تويتر نموذجًا على ذلك. وتعدّ الدِّرَاسَة من البحوث الوصفية، وقد استخدمت منهج المسح الإعلامي، ومن خلاله أسلوب تحليل المضمون، وجمعت البيانات عن طريقة استمارة تحليل المضمون، وكان مجتمع الدِّرَاسَة التغريدات على شبكة تويتر. أما العينة، فهي التغريدات التي تناولت قضايا التنمية المستدامة في الوطن العربي، وتم بناء الدِّرَاسَة على أدبيات نظرية المسؤولية الاجتماعية.

وتوصلت الدِّرَاسَة إلى عدة نتائج، من أهمها: تبين أن 15.7% من القضايا التي تم التغريد لها كانت عقد شراكات لتحقيق أهداف التنمية المستدامة، ثم جاء هدف السلام والعدل والمؤسسات القوية بنسبة 10.6%. تبين أن نسبة 31.5% من مصادر التغريدات المتعلقة بالتنمية المستدامة في الوطن العربي كانت مؤسسات المجتمع المدني، ثم جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 22% المؤسسات الحكومية، تبين أن أكثر الدول العربية تغريدا بما يتعلق بالتنمية المستدامة كانت السعودية بنسبة 37.7%، تلتها الإمارات بنسبة 13.6%، ثم مصر بنسبة 6.8%.

15) دراسة ندى يوجاجة (2019)[17]، بعنوان: (وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التوعية البيئية وتحقيق التنمية المستدامة): هدفت الدِّرَاسَة إلى التعرف على الدور الذي يؤديه موقع الفيس بوك في التوعية البيئية وتحقيق التنمية المستدامة، كذلك الأساليب ووسائل التوعية عبر موقع الفيس بوك، فقد استند إلى المنهج المسحي عن طريق توزيع استبانة على عينة قصدية من طلبة الدكتوراه في معهد علم المكتبات والتوثيق بقسنطينة بواقع (25) مبحوثاً.

وتوصلت الدِّرَاسَة إلى عدة نتائج، من أهمها: يؤدي الفيس بوك دوراً مهماً في التوعية البيئية عن طريق توعية المستخدمين بأهمية حماية البيئة لتحقيق التنمية المستدامة، وتبين أن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر من بين أهم الأساليب ووسائل التوعية البيئية وخاصة موقع الفيسبوك، كما تبين أن الفيسبوك يساهم بشكل فعال في التوعية البيئية وتحقق التنمية المستدامة وذلك عن طريق تقديم معلومات حول الحفاظ على البيئة ونشر مواضيع عن التربية البيئية.

16) دراسة نصر الدين عبد القادر عثمان(2017)[18]، بعنوان: (دور الإعلام الجديد في الترويج للشائعات وآليات التصدي لها دراسة ميدانية على أساتذة الإعلام والإعلاميين): هدفت هذه الدِّرَاسَة إلى الكشف عن دور الإعلام الجديد في الترويج للشائعات وآليات التصدي لها، بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي - دراسة تطبيقية على عينة من الإعلاميين لمدة عام كامل، استخدم الباحث مسح أساليب الممارسة بالنسبة للممارسين من الإعلام بأنواعه المختلفة لأنهم الأكثر قدرة على تقديم الفائدة للبحث.

وتوصلت الدِّرَاسَة إلى عدة نتائج، من أهمها: إن 64% من عينة البحث ترى أن الإعلام الجديد لم يوظف في مجال التوعية البيئية، ويرى 26% أنه تم توظيفه إلى حد ما، و10% فقط يرون أنه تم توظيفه؛ مما يؤكد أن المؤسسات العربية لم تهتم بالإعلام الجديد كما يجب، ومن هنا توصي الدِّرَاسَة بضرورة الترويج لموضوع حماية البيئة.

17) دراسة رضا عبد الواجد أمين(2017)[19]، بعنوان: (اعتماد الجمهور على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة): هدف البحث إلى الكشف عن مدى تناول شبكات التواصل الاجتماعي للقضايا التوعوية، فضلاً عن رصد ثقة الجمهور في شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة، واعتمد الباحث على المنهج الوصفي في دراسته عن طريق توزيع استمارة استبانة على عينة عشوائية مكونة من (250) مبحوثًا من محافظات مملكة البحرين.

وتوصلت الدِّرَاسَة إلى عدة نتائج، من أهمها: إن تويتر كان أكثر استخداماً كمصدر للمعلومات عن قضية التنمية المستدامة لدى المجتمع البحريني، تلته مواقع سناب شات وانستغرام والفيس بوك، كما أظهرت النتائج أن معظم أفراد العينة تثق بدرجة كبيرة في المعلومات التي يتعرض لها عن طريق تلك الشبكات.

18) دراسة **(winy Mehta & Maretzki**،2016)[20]، بعنوان: (استخدام تكنولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي في خلق تأكيد معارف ووعي الشباب حول قضايا التنمية المستدامة في شرق أفريقيا): هدفت الدِّرَاسَة إلى استكشاف مدى ملاءمة شبكات التواصل الاجتماعي في بناء وتأكيد معرفة ووعي الشباب بقضايا التنمية المستدامة في شرق أفريقيا، واستخدم البحث المنهج التجريبي والنوعي على دراسة الحالة، وتكوّن مجتمع البحث من مجموع الشباب الأمريكي مستخدمي الإنترنت (ما بين 18 – 24 عامًا) من ذوي حسابات والفيسبوك. أما العينة الفعلية، فقد تكونت من إجراء دراسة حالة على معالجة قضايا التنمية المستدامة التغيرات المناخية والاستدامة البيئية)، تم تحليل البيانات باستخدام الأداة التالية: الدِّرَاسَات القياسية ضمن مشروع (بيو) للإنترنت والحياة الأمريكية.

وتوصلت الدِّرَاسَة إلى عدة نتائج، من أهمها: التحقق من فاعلية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة لبناء وتأكيد الشباب حول قضايا التنمية المستدامة؛ نظراً لأنها تتسم بالانفتاح والإتاحة أمام الجميع من الشباب، وأظهرت التحليلات أن حرية الوصول والمشاركة في النقاش عبر شبكات التواصل الاجتماعي أسهم بزيادة وعي الشباب حول قضايا التغيرات المناخية والاستدامة البيئية؛ نظراً لأنها تقتصر على من يتشاركون بالاهتمام نفسه فقط في الصفحات أو المجموعات أو الفعاليات عبر الصفحة.

19) دراسة (**Reiter**2016)[21]، بعنوان: (بحث دور شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة وعي الشباب بقضايا التنمية المستدامة البيئية): دراسة استكشافية): هدفت هذه الدِّرَاسَة الاستكشافية إلى فحص مدى إمكانية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كآلية محتملة لتوعية الشباب بقضايا التنمية المستدامة، واستخدمت الدِّرَاسَة التصاميم الاستكشافية عبر إجراء استطلاع رأي إلكتروني حول أثر شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب بقضايا التنمية المستدامة، وتكونت عينة الدِّرَاسَة من (783) شابًا وشابة تم تجميعهم

إلكترونياً عشوائياً عبر إرسال استمارة استطلاع الرأي، وشارك من بين أفراد العينة 25 شابًا وشابةً متوسط أعمارهم بين 18 إلى 23 عامًا، وتم إجراء مقابلات شبه بنائية معهم، وتم تجميع بيانات الدِّرَاسَة باستخدام الأدوات التالية: استمارة استطلاع الرأي الإلكتروني، والمقابلة شبه البنائية مع مجموعة التركيز.

وتوصلت الدِّرَاسَة إلى عدة نتائج، من أهمها: وجود علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي ونمو الوعي بقضايا التنمية المستدامة. وأظهرت قضايا التنمية المستدامة التي تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بها على النحو التالي: التغير المناخي (73)، والتصحر (59)، والبيئة الخضراء (39)، ومواجهة التلوث (22) ثم ندرة المياه (7).

20) دراسة(2016Aguilera) [22]، بعنوان: (شبكات التواصل الاجتماعي واستراتيجيات التوعية بالبيئة الخضراء): دراسة استكشافية لتأثير شبكات التواصل الاجتماعي على توعية الشباب بقضايا التنمية المستدامة): هدفت الدِّرَاسَة إلى كشف دور شبكات التواصل الاجتماعي في نوعية الشباب بقضايا التنمية المستدامة، بالإضافة إلى تحليل الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في شبكات التواصل الاجتماعي لتحقيق التوعية بقضايا التنمية المستدامة البيئة الخضراء)، واستخدمت الدِّرَاسَة التصميمين النوعي والاستنباطي، وتكونت عينة البحث من تحليل محتوى تداول قضايا التنمية المستدامة عبر شبكات التواصل الاجتماعي: تويتر والفيسبوك، بالإضافة إلى عينة بشرية تكونت من 78 شابًا وشابةً متوسط أعمارهم أقل من 22 عامًا من مرتادي شبكات التواصل الاجتماعي: تويتر والفيسبوك، وتم تجميع البيانات باستخدام استمارة تحليل المحتوى.

وتوصلت الدِّرَاسَة إلى عدة نتائج، من أهمها: إن هناك دورًا قويًّا لشبكات التواصل الاجتماعي، مثل: تويتر والفيسبوك في توعية الشباب بقضية البيئة الخضراء، وبروز استراتيجيات اتصالية، أهمها: الصورة بانحراف معياري (177.6)، ثم النص (176.4) ثم الفيديو بانحراف معياري (12.176)، ووجود ارتباط التعرض الشبكات التواصل الاجتماعي بنمو وعيهم حول قضية البيئة الخضراء وغيرها... من قضايا المقابلات شبه البنائية مع أفراد العينة، وتم التوصل من خلال التحليلات إلى التنمية المستدامة.

التَّعليقُ علَى الدِّرَاسَات السَّابِقَة :

من خلال استعراض الدراسات السابقة ذات الصلة بمتغيرات الدراسة، يمكن ملاحظة الآتي:

- ظهور علاقة وطيدة ما بين قضايا التنمية المستدامة ووسائل الإعلام وتحديدًا شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي، في ظل قيام العديد من الدراسات بالجمع بينهما، الأمر الذي يعطي معقولية للربط بين هذين المتغيرين بالتطبيق على المجتمع السعودي.
- تبين وجود مجموعة من الأبعاد التي تكون مفهوم التنمية المستدامة وبالتبعية القضايا الخاصة بها، وذلك ظهر من خلال الدراسات العربية والأجنبية، والتي قسمت أبعاد التنمية المستدامة إلى ثلاثة أبعاد رئيسية هي (الاجتماعي – الاقتصادي – البيئي)، حيث أمكن تصنيف القضايا المطروحة في الدراسات السابقة تحت مظلة تلك الأبعاد الرئيسية،

الأمر الذي يعطي لنا رؤية حول أهمية مفهوم التنمية المستدامة ودراسته بشكل كافي، نظرًا لتشعب موضوعاته وقضاياه، وبالتبعية تأثيرها الكبير على مستقبل الدول والمجتمعات.

- اتضح اهتمام وسائل الإعلام بقضايا التنمية المستدامة، سواء وسائل الإعلام التقليدية مثل الإذاعة، أو وسائل الإعلام الرقمي مثل مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي وكذلك التطبيقات الرقمية، علاوة على المواقع الإلكترونية المختلفة على شبكة الانترنت. وإن ظهر اهتمام كبير لوسائل الإعلام الرقمي بقضايا التنمية المستدامة كما ظهر في الدراسات الحالية، الأمر الذي يمكن إرجاعه لارتفاع أعداد مستخدمي تلك الشبكات على مستوى دول العالم، وبيان لقدرة شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي في تطويعها لعرض وتقديم الموضوعات والمضامين المختلفة.
- تنوعت الدراسات في عملية جمع البيانات بالنسبة لموضوع التنمية المستدامة، فاعتمدت أغلب الدراسات على أداة الاستبيان، بينما اعتمد البعض الآخر على أداة تحليل المضمون.
- اتفقت معظم الدِّرَاسَات على أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤدي دورًا مهمًا في تنمية الوعي بقضايا التنمية المستدامة، وذلك من خلال عدة آليات وطرق، من أبرزها: توفير المعلومات والمعرفة عن قضايا التنمية المستدامة، تعزيز المشاركة المجتمعية في قضايا التنمية المستدام.، وتشجيع الحوار وتبادل الآراء حول قضايا التنمية المستدامة.
- تبين اهتمام الجمهور بقضايا التنمية المستدامة من خلال نتائج الدراسات، الأمر الذي يعكس قدرة شبكات التواصل الاجتماعي في الوصول للجمهور لعرض تلك القضايا بالشكل المناسب، وفي نفس الوقت تبين أن ضعف استجابة الجمهور وعدم تفاعلهم كما أظهرته عدد من الدراسات ربما يرجع لإساءة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالشكل الأمثل والصحيح.
- يوجد اهتمام في المملكة العربية السعودية بتقديم قضايا التنمية المستدامة، وهو الأمر الذي عكسته عدد من الدراسات السابقة، خاصة في ظل اهتمام المملكة بتلك القضية ووضعها في مساحة كبيرة ضمن مرتكزات رؤية المملكة 2030م.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- استفادت الباحثة من التأكد من معقولية الربط بين متغيري الدراسة (شبكات التواصل الاجتماعي) و(التنمية المستدامة)، وذلك من خلال استعراض الدراسات السابقة ذات الصلة.
- الحاجة إلى اختبار العلاقة بين المتغيرين في ضوء الحرص نحو تقديم مزيد من الشرح والايضاح لأهمية دور الإعلام الرقمي ممثلًا في شبكات التواصل الاجتماعي في التصدي لقضايا المجتمع ومن أبرزها قضايا وموضوعات التنمية المستدامة.
- تمكنت الباحثة من تحديد مشكلتها البحثية في ضوء ما انتهى إليه الآخرون في الدراسات التي تناولت المحورين.
- تعرفت الباحثة على المنهجيات المستخدمة وأدوات جمع البيانات، مما ساعدها في اختيار المنهج والأدوات المناسبة لإجراء بحثها.

فعلى مستوى المنهج: جاء الاستخدام الأكبر للمنهج المسحي في تناول موضوعات التنمية المستدامة وربطها بوسائل الإعلام وتحديدًا مواقع التواصل الاجتماعي.

على مستوى الأدوات: كان الظهور الأكبر لأداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، بجانب استخدام أداة تحليل المضمون في بعض الأحيان وكذلك المقابلات بدرجة أقل.

أهميةُ الدِّرَاسَة:

تحظى قضية التنمية المستدامة باهتمام متزايد من المجتمعات كافة، فهي مطلب حياتي وهدف أساس تسعى إليه جميع المجتمعات. وتتطلب التنمية المستدامة إحداث تغيرات في بناء المجتمعات، وتنمية أهدافها، وتعديل النظم القائمة، واستحداث أهداف جديدة يتبناها المجتمع وأعضاؤه. وفي هذا السياق، تؤدي شبكات التواصل الاجتماعي دورًا مهمًّا في التوعية بقضايا التنمية المستدامة، حيث توفر هذه الشبكات منصة واسعة للتواصل والتفاعل بين الأفراد والمجموعات حول هذه القضايا؛ لذلك، فإن هذه الدِّرَاسَة تسعى إلى تسليط الضَّوء على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي بقضايا التنمية المستدامة لدى الجمهور السعودي.

- الأهميَّةُ العِلميَّةُ للدِّرَاسَة:

تناول أدوار الإعلام الرقمي ممثلة في شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق الفائدة المجتمعية، وذلك من خلال اختبار قدرتها في التوعية بقضايا التنمية المستدامة.

- الأهميَّةُ العمليَّةُ للدِّرَاسَة:

تساعد هذه الدِّرَاسَة الجهات المعنية بقضايا التنمية المستدامة في فهم كيفية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لزيادة الوعي بهذه القضايا لدى الجمهور السعودي. كما يمكن الاستفادة من نتائج هذه الدِّرَاسَة في تطوير برامج وأنشطة توعوية أكثر فعالية.

مشكلةُ الدِّرَاسَة:

لاحظت الباحثة خلال الفترة الأخيرة زيادة اعتماد الجمهور السعودي نحو مفهوم التحول الرقمي في كافة المجالات والحصول على الخدمات المختلفة، في ضوء تبني المملكة العربية السعودية لهذا الاتجاه وفقًا لرؤيتها في 2030، وذلك بالتزامن مع اهتمام المملكة بقضايا التنمية المستدامة من خلال تضمين أهداف التنمية المستدامة التي أوردتها هيئة الأمم المتحدة ضمن رؤيتها.

ومن أبرز محاور التنمية المستدامة في رؤية 2030 المحور البيئي، إذ وضعت المملكة له مجموعة من الإجراءات ضمن برنامج التحول الوطني تحت هدف ضمان الاستدامة البيئية.

ووفقًا للتقرير الرقمي عام 2022 عن السعودية، بلغ عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في المملكة 29.30 مليون في يناير 2022، أي ما يعادل 82.3% من إجمالي عدد السكان .[23]

وتشير نتائج الدراسة إلى قدرة شبكات التواصل الاجتماعي المتزايدة في العصر الحديث على ربط الأفراد والمنظومات عبر العالم. ولقد أصبحت تلك الشبكات مهمة ومنتشرة جداً لدرجة أنها بدأت في تغيير الحالة المادية للمجتمع، وأثرت على جوانب الحياة البشرية كافة. ولا تُستثنى قضايا التنمية المستدامة، فقد اتخذت صورًا جديدة نتيجةً لانتشار شبكات التواصل الاجتماعي، وقد تحولت إلى ساحة لمناقشة القضايا التنموية من المستوى القومي إلى العالمي؛ الأمر الذي يؤكد ضرورة دراستها وتوظيفها لدعم قضايا التنمية المستدامة، وتعزيز قدرة الجمهور السعودي على التواصل حول تلك القضايا، واستثمار القدرات الجماهيرية التي تجذبها مثل هذه المواقع في دعمها.[24]

ومما سبق تتبلور مشكلة الدِّرَاسَة في التساؤل الرئيسي التالي: ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية وعي الجمهور السعودي بقضايا التنمية المستدامة؟

أهدافُ الدِّرَاسَة:

- التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي بقضايا التنمية المستدامة لدى الجمهور السعودي.
- رصد أهم قضايا التنمية المستدامة التي تناولتها شبكات التواصل الاجتماعي من وجهه نظر الجمهور السعودي.
- تحديد درجة ثقة الجمهور السعودي في محتوى شبكات التواصل الاجتماعي للتوعية بقضايا التنمية المستدامة.
- التعرف على سبل توعية الجمهور السعودي بقضايا التنمية المستدامة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.
- تحليل تأثير انتشار شبكات التواصل الاجتماعي على الجمهور السعودي ودوره في تحقيق التوعية بقضايا التنمية المستدامة.

تساؤلاتُ الدِّرَاسَة:

تتمثل تساؤلات الدِّرَاسَة بالتساؤل الرئيس التالي: ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي بقضايا التنمية المستدامة لدى الجمهور السعودي؟

وتتفرع من التساؤل الرئيس مجموعةٌ من التساؤلات الفرعية التالية:

1) ما مدى متابعة المبحوثين لقضايا التنمية المستدامة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي؟
2) ما أسباب متابعة المبحوثين لقضايا التنمية المستدامة على شبكات التواصل الاجتماعي؟
3) ما أهم قضايا التنمية المستدامة التي قام المبحوثين بمتابعتها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي؟
4) ما مدى ثقة المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة في التعرف على قضايا التنمية المستدامة؟
5) ما مدى استفادة المبحوثين من شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة وعيهم بقضايا التنمية المستدامة؟

6) ما أهم التحديات التي تواجه استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بقضايا التنمية المستدامة لدى الجمهور السعودي؟

فرضياتُ الدِّرَاسَة:

الفرضية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في وعيهم بقضايا التنمية المستدامة تبعاً للمتغيرات الديموغرافية: (النوع - السن- التعليم – المستوى الاقتصادي).

الفرضية الثانية: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الجمهور السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي ومستوى ثقتهم بمحتوى قضايا التنمية المستدامة.

الفرضية الثالثة: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ثقة الجمهور السعودي في شبكات التواصل الاجتماعي ودوافع استخدامهم لها.

الفرضية الرابعة: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ثقة الجمهور السعودي في شبكات التواصل الاجتماعي ومستوى وعيهم بقضايا التنمية المستدامة.

الفرضية الخامسة: توحد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو تأثيراتها في التوعية بقضايا التنمية المستدامة.

نوعُ الدِّرَاسَة ومنهجُها:

تنتمي الدِّرَاسَة للدراسات الوصفية التي تسعى إلى وصف دور شبكات التواصل الاجتماعي وتشخيصه في توعية الجمهور السعودي بقضايا التنمية المستدامة.

وتعتمد الدِّرَاسَة على منهج المسح بالعينة؛ بغية تحديد القضايا والتوجهات ذات الاهتمام الواسع، والكشف عن العوامل التي تدفع الجمهور للتغيير نحو التنمية المستدامة. ويهدف هذا النوع من الدِّرَاسَة إلى لفت النظر إلى أبعاد هذه المشكلة، وتسليط الضوء على أهمية دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الجمهور بقضايا التنمية المستدامة لدى الجمهور السعودي. ويعدّ هذا البحث أساسًا لتعزيز الوعي وتشجيع المشاركة الفاعلة في جهود التنمية المستدامة في المجتمع.

أداةُ الدِّرَاسَة:

تم استخدام استمارة الاستبانة كأداة لجمع البيانات في هذه الدِّرَاسَة، حيث وزعت على عينة من الجمهور السعودي، وتكونت الاستمارة من ثلاثة محاور رئيسة تهدف إلى جمع البيانات التالية:

- المحور الأول: البيانات الأولية المتعلقة بالمشاركين، مثل: الجنس، والعمر، والمستوى التعليمي والحالة الاقتصادية.
- المحور الثاني: أنماط التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي وعاداته، مثل: الحضور اليومي على الشبكات الاجتماعية، والأنواع المفضلة من المنصات الاجتماعية، وتفضيلات المشاركة والتفاعل على هذه المنصات.

– المحور الثالث: مستوى الوعي بقضايا التنمية المستدامة، مثل: فهم مصطلح التنمية المستدامة، والمعرفة بأهمية الاستدامة البيئية والاجتماعية والاقتصادية.

مجتمعُ الدِّرَاسَة وعيِّنَتُها:

مجتمع الدِّرَاسَة: يتمثل مجتمع الدِّرَاسَة في الجمهور السعودي من الفئة العمرية 18 سنة فما فوق من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي.

عينة الدِّرَاسَة: من خلال مجتمع الدِّرَاسَة قامت الباحثة باختيار عينة طبقية، قوامها 400 مفردة من الجمهور السعودي من الفئة العمرية 18 سنة فما فوق من مختلف الخصائص الديموغرافية: (النوع - السن – التعليم - المستوى الاقتصادي) من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي.

آلية سحب العينة: تم تقسيم مجتمع الدراسة الخاص بالجمهور السعودي من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي طبقًا للخصائص الديموغرافية، مع سحب عينة من كل مجموعة طبقًا لأسلوب التوزيع المتناسب.

خصائصُ عيِّنةُ الدِّرَاسَة:

يتصف أفراد عينة الدِّرَاسَة بعدد من الخصائص تتمثل بالنوع، والعمر، والحالة الاجتماعية، والمؤهل التعليمي وفقًا لِما يلي:

جدول رقم (1): توزيع أفراد عينة الدِّرَاسَة وفقاً لمتغير النوع

النوع	التكرار	النسبة
ذكر	141	%35.2
أنثى	259	%64.8
المجموع	400	100

يتضح من الجدول السابق أن نسبة (35.2%) من أفراد عينة الدِّرَاسَة هم من الذكور بواقع (141) مفردة من الجمهور السعودي، بينما بلغت نسبة الإناث (64.8%) بواقع (259) مفردة.

جدول رقم (2): توزيع أفراد عينة الدِّرَاسَة وفقاً لمتغير العمر

العمر	التكرار	النسبة
من 18 إلى 28 سنة	68	%17
من29 إلى 39 سنة	169	%42.3
من 40 سنة فيما فوق	163	%40.7
المجموع	400	100

يتبين من الجدول السابق أن نسبة (42.3%) من أفراد عينة الدِّرَاسَة متوسط أعمارهم من (29 إلى 39 سنة)، تليها نسبة (40.7%) من أفراد عينة الدِّرَاسَة تبدأ أعمارهم من (40 سنة فما فوق)، وأخيراً نسبة (17%) يتمثل عمرهم من (18 إلى 28 سنة).

جدول رقم (3): توزيع أفراد عينة الدِّرَاسَة وفقاً للمستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة
ثانوي وما دون	68	17%
بكالوريوس	200	50%
دراسات عليا	132	33%
المجموع	400	100

يتضح من الجدول السابق أن نسبة (50%) من أفراد عينة الدِّرَاسَة يتمثل مستواهم التعليمي بالبكالوريوس، بينما بلغت نسبة (33%) من أفراد عينة الدارسة في الدِّرَاسَات العليا، وأخيراً يتمثل مستوى تعليم أفراد عينة الدِّرَاسَة للثانوي وما دون ذلك بنسبة (17%).

جدول رقم (4): يوضح توزيع أفراد عينة الدِّرَاسَة وفقاً لمتغير المؤهل العلمي

الحالة الوظيفية	التكرار	النسبة
طالب	87	%21.7
موظف	263	%65.8
متقاعد	50	%12.5
المجموع	400	100

يتضح من الجدول السابق أن الحالة الوظيفية للجمهور السعودي أفراد عينة الدِّرَاسَة جاءت بنسبة(65.8%) للموظفين، تليها نسبة (21.7%) للطلاب، وأخيراً نسبة (12.5) للمتقاعدين.

مصطلحاتُ الدِّرَاسَة:

1) **الوعي**: هو عملية إدراك القضايا والإحساس بها والبحث عن طرق لحلها .[25]

التعريف الإجرائي:

المقصود بالوعي في الدراسة هي مجموعة المعلومات والأفكار والمعارف التي يحصل عليها الجمهور السعودي حول قضايا التنمية المستدامة، من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت.

2) **التنمية المستدامة**:التنمية المستدامة هو مصطلح اقتصادي اجتماعي أممي، رسمت به هيئة الأمم المتحدة خارطة للتنمية البيئية والاجتماعية والاقتصادية على مستوى العالم، هدفها الأول هو تحسين ظروف المعيشية لكل فرد في المجتمع، وتطوير وسائل الإنتاج وأساليبه، وإدارتها بطرق لا تؤدي إلى استنزاف موارد كوكب الأرض الطبيعية، حتى لا نحمل الكوكب فوق طاقته، ولا نحرم الأجيال القادمة من هذه الموارد، (تلبية احتياجات الجيل

الحالي دون إهدار حقوق الأجيال القادمة)، ودون الإفراط في استخدام الموارد الطبيعية المتبقية على كوكبنا .[26]

التعريف الإجرائي:

المقصود بها في الدراسة هي مجموعة المفاهيم والإجراءات التي تقوم بها المملكة العربية السعودية على المستوى الاقتصادي والبيئي والمجتمعي من أجل تحسين إدارة الموارد الطبيعية وتطوير حياة الأفراد بشكل يوفر مصادر التنمية للبشرية في الوقت الحالي وللأجيال القادمة في المستقبل.

3) **شبكات التواصل الاجتماعي،** تعرّف بأنها: "تطبيقات تسمح للمستخدمين بالتواصل من خلال عمل صفحات للمعلومات الشخصية، ودعوة الأصدقاء والزملاء للاطلاع على هذه الصفحات وإرسال الرسائل والمحادثات بينهم. ويمكن أن تحتوي الصفحة الشخصية على أي نوع من المعلومات، مثل: الصور والفيديوهات وملفات الصوت والمدونات".[27]

التعريف الإجرائي:

المقصود بها في الدراسة هي الحسابات والصفحات عبر شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة مثل اكس وانستجرام وفيسبوك ويوتيوب وسناب شات وغيرها، التي تهتم بعرض مضامين تتناول قضايا التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية.

الإطارُ النظريُّ:

(نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Dependency Theory):

في العقدين الأخيرين نظراً للتطور التقني الهائل والثورة المعرفية التي نعيشها ازداد الاهتمام بهذه النظرية، حيث أشار "دينيس ماكويل" إلي أن وجود الإنترنت وتأثره المتزايد بإمكاناته المعلوماتية الهائلة واستخداماته المتعددة، قد أحدث تطويراً في البيئة الإعلامية، وفي العلاقات التقليدية بين الفرد والنظام الإعلامي .[28] **(Denis,Mc Quail,2010)**

ونظرية الإعتماد علي نظام الإعلام بمفهومها البسيط تفترض أنه كلما زاد إعتماد الشخص علي إشباع احتياجاته بواسطة استخدام وسائل الإعلام، كلما زادت أهمية الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام في حياة الشخص .[29]

وتكمن الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في ضَوْء النظرية فيما يلي:

- التأثيرات المعرفية: تتمثل باستبانة الحقائق والمعارف المرتبطة بقضايا حقوق الإنسان، حيث يلجأ الشباب للصحافة الإلكترونية لإشباع الفضول، وفهم المستجدات في قضايا حقوق الإنسان وتكوين الاتجاهات والآراء نحوها.
- التأثيرات الوجدانية: تتمثل ببناء نوع من الألفة، والتخلص من المخاوف من متابعة الأحداث والدعم المعنوي، والتغلب على اللامبالاة نحو القضايا المهمة، كقضايا حقوق الإنسان.

- التأثيرات السلوكية: تؤثر الصحافة الإلكترونية على سلوكيات الشباب عبر تنشيطهم وتحفيزهم للعمل والمشاركة في دعم قضايا حقوق الإنسان. [30]

فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تؤكد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أن للأفراد علاقات مختلفة في اعتمادها على وسائل الإعلام أو مع مضامين هذه الوسائل، وتكون هذه العلاقات نتيجة أهداف معلوماتية متعددة يسعى الأفراد إلى تحقيقها وذلك عن طريق اعتمادهم على مصادر المعلومات الخاصة بوسائل الإعلام، وكذلك تؤكد النظرية على أنه عند استخدام الأفراد للوسيلة لتحقيق أهدافهم فإن علاقات اعتمادهم على هذه الوسائل تكون أقوى وينتج عنها اختلاف في تأثيرات هذه الوسائل .[31]

إن نظرية الاعتماد تفترض وجود علاقات معقدة ومتبادلة بين وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع، وهذا الاعتماد يقوم على دعامتين رئيستين تتمثل في حاجة الجمهور إلى المعلومات التي تلبي حاجاته وتُحقق أهدافه سواء أكانت الأهداف فردية أم جماعية، وكذلك عد نظام الإعلام نظام معلومات يتم توظيفه لتلبية هذه الحاجات وتحقيق الأهداف .[32]

وبشكل عام فإن مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام يقوم على الفروض الآتية:

1) إن درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه تختلف نتيجة التغيرات المستمرة، وتبعاً لهذا الاختلاف تزيد وتقل الحاجة إلى المعلومات والأخبار، أي إن زيادة اعتماد الفرد على وسائل الإعلام ترتبط إيجابياً بإدراك التهديد والغموض في البيئة الطبيعية والاجتماعية.[33]
2) إن زيادة إمكانية تحقيق الرسائل الإعلامية أوسع نطاقاً من التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية، كلما قامت وسائل الإعلام بتوفير معلومات متميزة ودقيقة وكافية ولها تماس مباشر أو قريب من مصالحهم المباشرة وحياتهم اليومية.
3) يقل اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام الجماهيرية كلما توافرت لديهم مصادر بديلة تمكنه من الحصول على المعلومات المطلوبة.
4) تختلف درجة اعتماد الأفراد فيما بينهم على وسائل الإعلام، فالجمهور المهتم بقضية معينة يكون أكثر اعتماداً وتركيزاً بما تقدمه وسائل الإعلام حول القضية نفسها عن غيرهم مثل الجمهور الرياضي، وكذلك يمكن أن يحدد الاختلاف في درجة الاعتماد على وسائل الإعلام تبعًا للاختلاف في المتغيرات الديموغرافية للجمهور .[34]

الاتجاهات الحديثة في النظرية:

بعد الثورة التكنولوجية الهائلة في وسائل الإعلام مؤخراً، وشبكة الإنترنت عامة والصحافة الإلكترونية خاصة، أصبحت نظرية "الاعتماد علي وسائل الإعلام" صالحة للتطبيق علي الإنترنت حيث أتاح الإنترنت والإعلام الإلكترونى خيارات متعددة أمام الأفراد، وكسر حاجز (الجمهور الأسير) لوسائل معينة كوسائل الإعلام التقليدية (التليفزيون – الصحف الورقية)، بل أصبح الجمهور مشارك في صنع سياسات الإعلام الإلكترونى وتوجهاته وعزز من حرية الاختيار بين بدائل كثيرة .[35]

ويمكن توظيف نظرية "الإعتماد علي وسائل الإعلام" وتطبيقها من خلال محاولة توظيف فروض النظرية حتي يمكن فهم العلاقة بين الإعلام والجمهور، وتتركز في هذا علي إجابة سؤال: لماذا يتابع الجمهور الإنترنت باعتباره وسيلة إعلام؟، فالجمهور عنصر فعال وحيوي في الاتصال في فرضيات هذه النظرية، ويمكن من خلال ذلك فهم العلاقة بين طلبة الجامعات مثلا وشبكة الإنترنت، بأنها إعتماد أحد الطرفين (طلبة الجامعات) علي مصادر الطرف الآخر (شبكة الإنترنت) لتحقيق أهدافه .[36]

وتشير النظرية إلي أن زيادة الصراعات في المجتمع يزيد من اعتماد الفرد علي وسائل الإعلام، ويمكن توظيف هذه الفكرة المهمة في هذا الوقت بالذات، الذي تزايدت فيه الصراعات والحروب والثورات في كثير من الدول العربية، فهذه الأحداث (بناءً علي فكرة النظرية) تزيد من إعتماد الجمهور علي وسائل الإعلام، وخاصة الإنترنت لسرعته في نقل الحدث، وإمكانية نشر معلومات لا تنشر في وسائل الإعلام التقليدية، ويشكل طلبة الجامعات جزءا مهما من هذا الجمهور، وذلك من خلال الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية ومواقع التواصل الإجتماعي كالفيس بوك وتويتر واليوتيوب وتطبيقات الهواتف الذكية .[37]

علاقةُ النظريةِ بدراسةِ دورِ وسائلِ التواصلِ الاجتماعيِّ في تنميةِ الوعيِ بقضايا التنميةِ المُستدامَة:

تشير نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تؤدي دورًا مهمًا في تنمية الوعي بقضايا التنمية المستدامة، وذلك من خلال توفير المعلومات والمحتوى المتعلق بهذه القضايا بشكل مميز ومكثف. وعلى وجه الخصوص، يمكن أن تسهم وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي بقضايا التنمية المستدامة من خلال:

- توفير المعلومات والمعرفة حول هذه القضايا، إذ يمكن أن تقدم وسائل التواصل الاجتماعي معلوماتٍ ومعارفَ حول مختلف جوانب التنمية المستدامة، بما في ذلك البيئة والمجتمع والاقتصاد.
- تعزيز النقاش والحوار حول هذه القضايا: يمكن أن توفر وسائل التواصل الاجتماعي منصاتٍ للنقاش والحوار حول قضايا التنمية المستدامة؛ مما يساعد على نشر الوعي بهذه القضايا وتعزيز الفهم لها.
- تشجيع المشاركة في العمل من أجل التنمية المستدامة: يمكن أن تشجع وسائل التواصل الاجتماعي الجمهور على المشاركة في العمل من أجل التنمية المستدامة، وذلك من خلال عرض نماذج وأفكار إيجابية حول هذا العمل.

صدقُ أداةِ الدِّرَاسَةِ وثباتُهَا:

تم التحقق من صدق الاتساق الداخلي عن طريق احتساب معامل ارتباط بيرسون في برنامج الحزم الإحصائية المستخدمة في العلوم الاجتماعية (spss)، وبعد التأكد من الصدق الظاهري لأداة الدِّرَاسَة قام الباحث باحتساب معامل الارتباط بيرسون المعروفة بالصدق الداخلي للاستبانة وذلك عن طريق احتساب معامل الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارة الاستبانة بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه الفقرة،

كما استخدم الباحث معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدِّرَاسَة، حيث تم التعرف على ثبات المحاور الرئيسة للاستبانة، وتم احتساب ذلك لكل محور من محاور أداة الدِّرَاسَة.

جدول رقم (5): اتجاهات المبحوثين نحو علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بالتنمية المستدامة

المحور	العبارة	معامل الارتباط بالمحور
اتجاهات المبحوثين نحو علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بالتنمية المستدامة	تؤدي شبكات التواصل الاجتماعي دوراً مهمًّا في تنمية الوعي بقضايا التنمية المستدامة لدى الجمهور السعودي.	.514**
	جودة المعلومات المتاحة على شبكات التواصل الاجتماعي وموثوقيتها تؤثر على الوعي بقضايا التنمية المستدامة	.617**
	يؤثر تفاعل الأشخاص والمؤسسات على شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي بقضايا التنمية المستدامة	.626**
	تنوع الرسائل المتعلقة بالتنمية المستدامة على شبكات التواصل الاجتماعي وتكرارها يمكن أن يعزز الوعي بتلك القضايا	.648**
	استخدام الصور والفيديوهات في نشر قضايا التنمية المستدامة على شبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن يعزز الوعي بهذه القضايا	.675**
	التفاعل مع الجمهور عبر الأسئلة والاستطلاعات حول قضايا التنمية المستدامة على شبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن يعزز الوعي بهذه القضايا	.689**

** دال عند مستوى الدلالة (0.01)

يتضح من الجدول السابق أن جميع عبارات محور: (اتجاهات المبحوثين نحو علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بالتنمية المستدامة) مع الدرجة الكلية للمحور جاءت دالة عند مستوى (0.01)، حيث تراوحت قيم معامل الارتباط ما بين (0.514) و (0.689) وجميعها معامل ارتباط جيدة جداً، وهذا يعطي دلالة على ارتفاع معامل الاتساق الداخلي، كما يشير إلى مؤشرات صدق عالية يمكن الوثوق بها في تطبيق أداة الدِّرَاسَة الحالية.

جدول رقم (6): اتجاهات المبحوثين نحو الأهداف التي تحققها شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بقضايا التنمية المستدامة

المحور	العبارة	معامل الارتباط بالمحور
اتجاهات المبحوثين نحو الأهداف التي تحققها شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بقضايا التنمية المستدامة	تعزيز أهمية قضايا التنمية المستدامة وقيمتها عبر التواصل الاجتماعي	.548**
	وجود صفحات متخصصة مصنفة لقضايا التنمية المستدامة	.546**
	توفير الفرصة للتفاعل بخصوص قضايا التنمية المستدامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي	.617**
	استخدام التواصل الاجتماعي في متابعة آفاق قضايا التنمية المستدامة	.675**

	بحث الأفكار والحلول المتعلقة بقضايا التنمية المستدامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي	.686**
	جمع ومتابعة تطورات قضايا التنمية المستدامة المنشورة على مواقع الإنترنت	.680**
	نشر الإعلانات التوعوية عبر وسائل التواصل الاجتماعي	.741**
	بناء الوعي والاهتمام بقضايا التنمية المستدامة	.676**

** دال عند مستوى الدلالة (0,01)

يتضح من الجدول السابق أن جميع عبارات محور: (اتجاهات المبحوثين نحو الأهداف التي تحققها شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بقضايا لتنمية المستدامة) مع الدرجة الكلية للمحور جاءت دالة عند مستوى (0.01)، حيث تراوحت قيم معامل الارتباط ما بين (0.546) و (0.741)، وجميعها معامل ارتباط جيدة جداً،

وهذا يعطي دلالة على ارتفاع معامل الاتساق الداخلي، كما يشير إلى مؤشرات صدق عالية يمكن الوثوق بها في تطبيق أداة الدِّرَاسَة الحالية.

جدول رقم (7) معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة

المتغيرات	عدد العبارات	ألفا كرونباخ
العلاقة	6	0.695
الأهداف	8	0.801
الثبات الكلي	14	0.833

يتضح من الجدول السابق أن معاملات ثبات ألفا كرونباخ كانت مقبولة في جميع المحاور، وتراوحت بين (0.695) و (0.801)، وبلغت قيمة معامل الثبات للمحاور (0.833)، وهي قيم مرتفعة تدل على جودة أسئلة الاستبانة؛ مما يعني أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات يمكن الاعتماد عليها في التطبيق الميداني للدِّرَاسَة.

المعالجةُ الإحصائيةُ للبيانات :

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدِّرَاسَة، تم إدخالها –بعد ترميزها – إلى الحاسب الآلي ثم معالجتها وتحليلها واستخراج البيانات الإحصائية باستخدام برنامج: (الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS)، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
- معامل ألفا كرونباخ لاحتساب معامل ثبات المحاور المختلفة لأداة الدِّرَاسَة.
- معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين ولاحتساب صدق الاتساق الداخلي لأداة الدِّرَاسَة.
- اختبار T-Test لدراسة مستوى الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة.

- تحليل ANOVA لدراسة مستوى الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة.

نتائجُ الدِّرَاسَة:

جدول رقم (8): مدى متابعة المبحوثين لقضايا التنمية المستدامة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي

مدى متابعة المبحوثين لقضايا التنمية المستدامة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة
متابعة مستمرة	180	%45
متابعة منتظمة	140	%35
متابعة غير منتظمة	20	%5
لا أتابعها	60	%15
المجموع	400	100

يوضح الجدول السابق أن نسبة كبيرة من المبحوثين عينة الدِّرَاسَة تتابع قضايا التنمية المستدامة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، حيث بلغت نسبة متابعتهم المستمرة 45%، تليها متابعتهم المنتظمة بنسبة 35%. وهذا يشير إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤدي دورًا مهمًا في تنمية الوعي بقضايا التنمية المستدامة.

أما نسبة المبحوثين الذين لا يتابعون قضايا التنمية المستدامة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي بلغت 15%، وهذا يشير إلى أن هناك فئةً من الجمهور لا تستفيد من هذه الوسائل في الحصول على المعلومات حول قضايا التنمية المستدامة، بينما نسبة المبحوثين الذين يتابعون قضايا التنمية المستدامة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي بصفة غير منتظمة بلغت 5%. وهذا يشير إلى أن هناك فئة من الجمهور تتابع هذه القضايا بشكل غير منتظم، مما يعني أنهم قد لا يحصلون على معلومات كافية حولها.

جدول رقم (9): دوافع متابعة المبحوثين لقضايا التنمية المستدامة على شبكات التواصل الاجتماعي

دوافع متابعة المبحوثين لقضايا التنمية المستدامة على شبكات التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة
لمتابعة المستجدات كافة.	74	%18.5
للتعرف على وجهات النظر المختلفة حول قضايا التنمية المستدامة.	128	%32
لتكوين خلفية لدي عن قضايا التنمية المستدامة حتى يمكن تجنبها في المستقبل.	99	%24.7
لزيادة معرفتي بهذه القضايا.	50	%12.5
للمشاركة في نقاشات حول هذه القضايا.	23	%5.8
للتعلم من الآخرين حول كيفية الإسهام في هذه القضايا.	26	%6.5
المجموع	400	100

يُظهر الجدول السابق أن دوافع متابعة للمبحوثين لمتابعة قضايا التنمية المستدامة على شبكات التواصل الاجتماعي. ويعدّ (التعرف على وجهات النظر المختلفة حول قضايا التنمية المستدامة) هو الدافع الأهم والأكثر تأثيرًا، حيث يُشار إليه بنسبة 32%، يليه (تكوين خلفية حول قضايا التنمية المستدامة لتجنبها في المستقبل) بنسبة 24.7%، وتأتي بعدها (متابعة المستجدات كافة) بنسبة 18.5%، يليها (لزيادة معرفتي بهذه القضايا) بنسبة 12.5%، وتأتي (التعلم من الآخرين حول كيفية الإسهام في هذه القضايا) بنسبة 6.5%، وأخيرًا تأتي (المشاركة في نقاشات حول هذه القضايا) بنسبة 5.8%.

توضح هذه النسب المئوية أن المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لاستكشاف وجهات النظر المختلفة وفهمها حول قضايا التنمية المستدامة، كما يهتمون بتكوين خلفية قوية حول هذه القضايا لتجنب الأخطاء في المستقبل.

بالإضافة إلى ذلك، يرغبون في متابعة آخر المستجدات في مجال التنمية المستدامة والاطلاع على آراء الآخرين والمشاركة في نقاشات تفصيلية؛ بهدف الاستفادة من الخبرات والمعرفة المتاحة على هذه الشبكات.

كما يلاحظ سيطرة الدوافع المعرفية في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لمعرفة قضايا التنمية المستدامة، وهو الأمر الذي تفسره الباحثة برغبة الجمهور في التعرف على معلومات أكثر حول قضايا التنمية المستدامة، في ظل تعددها وتنوع مجالاتها، الأمر الذي يزيد من أهمية الحصول على معلومات أكثر حول تلك القضايا، خاصة مع الجهود التي تقوم بها المملكة العربية السعودية في هذا الصدد.

جدول رقم (10) مدى ثقة المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة في التعرف على قضايا التنمية المستدامة

مدى ثقة المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة في التعرف على قضايا التنمية المستدامة	التكرار	النسبة
أثق فيها بدرجة كبيرة	275	%68.7
أثق فيها بدرجة متوسطة	91	%22.8
أثق فيها بدرجة ضعيفة	34	%8.5
المجموع	400	100

يتضح من الجدول السابق أن ثقة المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة في التعرف على قضايا التنمية المستدامة، جاءت بدرجة كبيرة بنسبة (68.7%) في الترتيب الأول، يليها المبحوثين ممن يثقون فيها بدرجة متوسطة بنسبة (22.8%)، يليها المبحوثين ممن يثقون فيها بدرجة ضعيفة بنسبة (8.5%).

وتتمثل مستوى الثقة في درجة تصديقهم وإدراكهم بصحة المعلومات الواردة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول قضايا التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية، وتبين من خلال النتائج أن درجة الثقة العالية ترجع إلى اعتماد الجمهور السعودي على الصفحات

والحسابات الرسمية التابعة للوزارات والهيئات التابعة للمملكة، ومن ثم تمتع المعلومات الواردة بها بدرجة عالية من الموثوقية لدى الجمهور السعودي عينة الدراسة.

جدول رقم (11) مدى استفادة المبحوثين من شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي بقضايا التنمية المستدامة

مدى استفادة المبحوثين من شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي بقضايا التنمية المستدامة	التكرار	النسبة
استفدت بدرجة كبيرة	364	%91
استفدت بدرجة متوسطة	24	%6
استفدت بدرجة ضعيفة	12	%3
المجموع	400	100

يتضح من الجدول السابق أن المبحوثين يستفيدون بدرجة كبيرة من شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي بقضايا التنمية المستدامة، حيث بلغت النسبة 91%، تأتي بعدها من يستفيدون بدرجة متوسطة بنسبة 6%، وجاء ممن يستفيدون بدرجة ضعيفة في المرتبة الأخيرة بنسبة 3%، هذه النتائج تشير إلى أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يؤدي دورًا مهمًّا في زيادة الوعي بقضايا التنمية المستدامة وتعزيز المعرفة والفهم حولها.

ويمكن للمبحوثين الاستفادة من محتوى متنوع ومشاركة الأفراد والمنظمات المهتمة بالتنمية المستدامة لتعميق فهمهم وتوسيع رؤيتهم. إذ تعدّ زيادة الوعي بقضايا التنمية المستدامة أمرًا أساسيًا لاتخاذ قرارات مستدامة والإسهام في التغيير الإيجابي في المجتمع والبيئة.

وتتفق تلك النتيجة مع نتيجة دراسة (أحمد سامي عبد الوهاب العايدي، ورحاب رأفت السيد،2019) والتي تشير إلى أن درجة اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة جاء بنسبة46.5%، وإلى حد ما بنسبة 45%.

جدول رقم (12) أهم قضايا التنمية المستدامة التي قام المبحوثين بمتابعتها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي

أهم قضايا التنمية المستدامة التي قام المبحوثين بمتابعتها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة
التغير المناخي	40	%10
مكافحة الفقر	162	%40
الجوع	19	%4.8
التعليم	113	%28.6
الماء	16	%4
الطاقة	19	%4.8
التقنية	31	%7.8
المجموع	400	100

يتضح من الجدول السابق أن (مكافحة الفقر) في مقدمة قضايا التنمية المستدامة التي يقوم المبحوثين بمتابعتها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة (40%)، يليها التعليم بنسبة

(28.6%) في الترتيب الثاني، ثم (التغير المناخي) بنسبة (10%) في الترتيب الثالث، يليها (التقنية) في الترتيب الرابع بنسبة (7.8%)، وتقاسم كل من (الجوع) و(الطاقة) الترتيب الخامس، بنسبة (4.8%) لكل منهما.

وتختلف تلك النتيجة مع نتيجة دراسة (**Reiter**،2016) والتي أظهرت قضايا التنمية المستدامة التي تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بها على النحو التالي: التغير المناخي في الترتيب الأول (73%)، والتصحر (59%)، والبيئة الخضراء (39%)، ومواجهة التلوث (22%) ثم ندرة المياه (7%).

وترى الباحثة أن هذه النتائج تشير إلى أن المبحوثين يولون اهتمامًا كبيرًا لقضايا التنمية المستدامة المتعلقة بمكافحة الفقر وضمان تحقيق العدالة الاجتماعية والاقتصادية. كما يركزون على أهمية التعليم ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، بالإضافة إلى ذلك فهم يهتمون بالتغير المناخي وضرورة التصدي له وتبني سلوكيات مستدامة وتقنيات حديثة لتحسين الحياة، وأخيرًا يعدّون الجوع والطاقة قضيتين مهمتين تتعلق بالأمن الغذائي وضمان توفر الطاقة المستدامة للجميع.

جدول رقم (13) أهم التحديات التي تقع فيها مواقع التواصل الاجتماعي في تناول قضايا التنمية المستدامة

أهم التحديات التي تقع فيها مواقع التواصل الاجتماعي في تناول قضايا التنمية المستدامة	التكرار	النسبة
كثرة المعلومات المغلوطة	79	%19.8
قلة المحتوى الموثوق به	156	%39
صعوبة التفاعل مع المحتوى	74	%18.5
عدم وجود استراتيجية واضحة من الجهات المعنية؛ مما يحد من فعالية شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بقضايا التنمية المستدامة	91	%22.7
المجموع	400	100

يتضح من الجدول السابق أن (قلة المحتوى الموثوق به) هي واحدة من أهم التحديات التي تواجهها شبكات التواصل الاجتماعي في تناول قضايا التنمية المستدامة، حيث بلغت النسبة 39%، يأتي بعدها: (عدم وجود استراتيجية واضحة من الجهات المعنية؛ مما يحدّ من فعالية شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بقضايا التنمية المستدامة) بنسبة 22.7%. وتأتي (كثرة المعلومات المغلوطة) في المرتبة الثالثة بنسبة 19.8%. وأخيرًا، تأتي: (صعوبة التفاعل مع المحتوى) بنسبة 18.5%، هذه النتائج تشير إلى وجود تحديات مهمة تؤثر على فعالية شبكات التواصل الاجتماعي في تناول قضايا التنمية المستدامة.

وترى الباحثة أن قلة المحتوى الموثوق به يعني أن هناك حاجة لتحسين جودة وموثوقية المعلومات المنشورة على هذه الشبكات، بالإضافة إلى ذلك، عدم وجود استراتيجية واضحة من الجهات المعنية يعني أنه يجب على المسؤولين والمهتمين بقضايا التنمية المستدامة تطوير استراتيجيات فعالة للتوعية والتفاعل على شبكات التواصل الاجتماعي.

كما يجب التصدي لكثرة المعلومات المغلوطة وتوفير مصادر موثوقة وموثوقة للمعلومات. وأخيراً، يجب تسهيل التفاعل مع المحتوى وتشجيع المستخدمين على المشاركة والإسهام في النقاشات حول قضايا التنمية المستدامة.

جدول رقم (14): اتجاهات عينة الدِّرَاسَة نحو علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بالتنمية المستدامة

م	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	حجم العينة	متوسط حسابي	انحراف معياري	النسبة المئوية	اتجاه العينة	الترتيب
1	تؤدي شبكات التواصل الاجتماعي دوراً مهماًفي تنمية الوعي بقضايا التنمية المستدامة لدى الجمهور السعودي.	104	0	39	253	4	400	3.13	1.3	62.6	محايد	1
2	يؤثر تفاعل الأشخاص والمؤسسات على شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي بقضايا التنمية المستدامة	125	0	80	188	4	400	2.88	1.33	57.6	محايد	2
3	استخدام الصور والفيديوهات في نشر قضايا التنمية المستدامة على شبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن يعزز الوعي بهذه القضايا	134	0	54	186	17	400	2.84	1.43	56.8	محايد	3
4	جودة المعلومات المتاحة وموثوقيتها على شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر على الوعي بقضايا التنمية المستدامة	135	0	69	190	6	400	2.83	1.36	56.6	محايد	4
5	التفاعل مع الجمهور عبر الأسئلة والاستطلاعات حول قضايا التنمية المستدامة على شبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن يعزز الوعي بهذه القضايا	137	0	70	183	10	400	2.82	1.38	56.4	محايد	5
6	تنوع الرسائل المتعلقة بالتنمية المستدامة وتكرارها على شبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن يعزز الوعي بتلك القضايا	142	0	68	175	15	400	2.8	1.4	56	محايد	6
	المحور ككل							2.88	1.37	57.6%	محايد	

يتضح من الجدول السابق أن اتجاهات أفراد عينة الدِّرَاسَة نحو علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بالتنمية المستدامة جاءت بدرجة مرتفعة، حيث بلغ المتوسط العام لاتجاهات أفراد عينة الدِّرَاسَة (2.88)، وهو متوسط يقع في الفئة الثالثة من فئات مقياس ليكرت الخماسي من (2.6 إلى 3.39)، وهي الفئة التي تشير إلى خيار (محايد) في أداة الدِّرَاسَة؛ مما يدل على أن أفراد عينة الدِّرَاسَة محايدون على علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بالتنمية المستدامة.

ومن خلال النتائج الموضحة أعلاه تباينت محايدة أفراد العينة نحو علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بالتنمية المستدامة، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية للعبارات ما بين (2.8) و(2.88)، إذ جاءت عبارة (تؤدي شبكات التواصل الاجتماعي دوراً مهمًّا في تنمية الوعي

بقضايا التنمية المستدامة لدى الجمهور السعودي) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.13)، وبانحراف معياري، قيمته (1.3)، تليها في المرتبة الثانية عبارة: (يؤثر تفاعل الأشخاص والمؤسسات على شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي بقضايا التنمية المستدامة) (2.88) وبانحراف معياري (1.33).

تليها في المرتبة الثالثة عبارة (استخدام الصور والفيديوهات في نشر قضايا التنمية المستدامة على شبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن يعزز الوعي بهذه القضايا) بمتوسط حسابي بلغ (2.84)، وبانحراف معياري، قيمته (1.43)، ثم في المرتبة الرابعة عبارة (جودة المعلومات وموثوقيتها المتاحة على شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر على الوعي بقضايا التنمية المستدامة) بمتوسط حسابي بلغ (2.83)، وبانحراف معياري، قيمته (1.36).

وفي المرتبة الخامسة جاءت عبارة (التفاعل مع الجمهور عبر الأسئلة والاستطلاعات حول قضايا التنمية المستدامة على شبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن يعزز الوعي بهذه القضايا) بمتوسط حسابي بلغ (2.82)، وبانحراف معياري، قيمته (1.38). تليها في المرتبة السادسة عبارة (تنوع وتكرار الرسائل المتعلقة بالتنمية المستدامة على شبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن يعزز الوعي بتلك القضايا) بمتوسط حسابي بلغ (2.8)، وبانحراف معياري، قيمته: (1.4).

توضح هذه النتائج أن أفراد العينة يرون دورًا مهمًا لشبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي بقضايا التنمية المستدامة، وأن تفاعل الأشخاص والمؤسسات على تلك الشبكات يؤثر على هذا الوعي.

كما يشير استخدام الصور والفيديوهات في نشر تلك القضايا إلى إمكانية تعزيز الوعي بها. ومع ذلك، يجب الانتباه إلى أن هذه الاتجاهات لا تزال في المستوى المحايد وتوضح تباينًا في الاستجابات والآراء بين أفراد العينة.

واتفقت تلك النتيجة مع نتيجة دراسة (أسامة بن غازي زين المدني ،2020)، والتي تبين من خلالها ثبوت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الشباب الجامعي السعودي لوسائل التواصل الاجتماعي ومستوى وعيهم بقضايا التنمية المستدامة على وسائل التواصل الاجتماعي، حيث تمثلت (بتكوين خلفية عن قضايا التنمية المستدامة) في الترتيب الأول، و(للحصول على معلومات بشأن قضايا التنمية المستدامة) في الترتيب الثاني، و(التعرف على وجهات النظر المختلفة حول قضايا التنمية المستدامة) في الترتيب الثالث. أما الترتيب الرابع، فجاءت عبارة (تتيح لي حرية الرأي والتعبير والتعليق والحوار حول قضايا التنمية المستدامة).

جدول رقم (15) اتجاهات المبحوثين نحو التأثيرات التي تحققها شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بقضايا التنمية المستدامة

م	العبارة	مهم جدا	مهم	أقل أهمية	غير مهم	لا أعرف	حجم العينة	متوسط حسابي	انحراف معياري	النسبة المئوية	اتجاه العينة	الترتيب
1	وجود صفحات متخصصة مصنفة لقضايا التنمية المستدامة.	142	0	64	209	3	400	2.92	1.34	58.4	أقل أهمية	1
2	تعزيز أهمية قضايا التنمية المستدامة وقيمتها عبر التواصل الاجتماعي	142	0	30	225	3	400	2.87	1.41	57.4	أقل أهمية	2
	استخدام التواصل الاجتماعي في متابعة آفاق قضايا التنمية المستدامة.	145	0	64	188	3	400	2.76	1.38	55.2	أقل أهمية	3
3	توفير الفرصة للتفاعل بخصوص قضايا التنمية المستدامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	148	0	61	188	3	400	2.74	1.38	54.8	أقل أهمية	4
5	بحث الأفكار والحلول المتعلقة بقضايا التنمية المستدامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	155	0	59	180	6	400	2.7	1.4	54	أقل أهمية	5
5	بناء الوعي والاهتمام بقضايا التنمية المستدامة.	154	7	52	180	7	400	2.7	1.41	54	أقل أهمية	5
6	جمع تطورات قضايا التنمية المستدامة المنشورة ومتابعتها على مواقع الإنترنت.	158	0	61	174	7	400	2.68	1.41	53.6	أقل أهمية	6
7	نشر الإعلانات التوعوية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.	164	2	54	176	4	400	2.64	1.41	52.8	أقل أهمية	7

يتضح من الجدول رقم السابق أن اتجاهات أفراد عينة الدِّرَاسَة نحو التأثيرات التي تحققها شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بقضايا التنمية المستدامة (أقل أهمية)، حيث بلغ المتوسط العام لاتجاهات أفراد عينة الدِّرَاسَة (2.75)، وهو متوسط يقع في الفئة الثالثة من فئات مقياس ليكرت الخماسي من (2.6 إلى 3.39)، وهي الفئة التي تشير إلى خيار (أقل أهمية) في أداة الدِّرَاسَة؛ مما يدل على أن اتجاهات أفراد عينة الدِّرَاسَة يرون أن الأهداف التي تحققها شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بقضايا التنمية المستدامة (أقل أهمية).

ومن خلال النتائج الموضحة أعلاه تباينت أن اتجاهات أفراد العينة نحو الأهداف التي تحققها شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بقضايا التنمية المستدامة (أقل أهمية)، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية للعبارات ما بين (2.64) و (2.92)، إذ جاءت عبارة (وجود صفحات متخصصة مصنفة لقضايا التنمية المستدامة) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (2.92)

وبانحراف معياري، قيمته (1.34)، تليها في المرتبة الثانية عبارة (تعزيز أهمية قضايا التنمية المستدامة وقيمتها عبر التواصل الاجتماعي) بمتوسط حسابي بلغ (2.87) وبانحراف معياري قيمته (1.41)، تليها في المرتبة الثالثة عبارة (استخدام التواصل الاجتماعي في متابعة آفاق قضايا التنمية المستدامة) بمتوسط حسابي بلغ (2.76)، وبانحراف معياري، قيمته (1.38)، تليها في المرتبة الرابعة عبارة (توفير الفرصة للتفاعل بخصوص قضايا التنمية المستدامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي) بمتوسط حسابي بلغ (2.74)، وبانحراف معياري، قيمته (1.38).

وفي المرتبة الخامسة جاءت عبارة (بحث الأفكار والحلول المتعلقة بقضايا التنمية المستدامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي)، و(بناء الوعي والاهتمام بقضايا التنمية المستدامة) بمتوسط حسابي بلغ (2.7)، وبانحراف معياري، قيمته (1.41) و (1.4) على التوالي، تليها في المرتبة السادسة عبارة (جمع ومتابعة تطورات قضايا التنمية المستدامة المنشورة على مواقع الإنترنت) بمتوسط حسابي بلغ (2.68)، وبانحراف معياري، قيمته (1.41)، تليها في المرتبة السابعة عبارة (نشر الإعلانات التوعوية عبر وسائل التواصل الاجتماعي) بمتوسط حسابي بلغ (2.64)، وبانحراف معياري، قيمته (1.41).

تشير هذه النتائج إلى أن أفراد العينة يرون أن وجود صفحات متخصصة لقضايا التنمية المستدامة وتعزيز أهمية تلك القضايا وقيمتها عبر التواصل الاجتماعي يمكن أن يكون له تأثير إيجابي.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة (winy Mehta & Maretzki، 2016)[38] التي أكدت فاعلية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة لبناء وتأكيد الشباب حول قضايا التنمية المستدامة؛ نظراً لأنها تتسم بالانفتاح والإتاحة أمام الجميع من الشباب، وأظهرت التحليلات أن حرية الوصول والمشاركة في النقاش عبر شبكات التواصل الاجتماعي أسهم بزيادة وعي الشباب حول قضايا التغيرات المناخية والاستدامة البيئية؛ نظراً لأنها تقتصر على من يتشاركون الاهتمام نفسه فقط في الصفحات أو المجموعات أو الفعاليات عبر الصفحة، ودراسة بريك، (أيمن محمد إبراهيم، 2021)[39]. وقد خلصت الدِّرَاسَة إلى تأكيد وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الشباب الجامعي السعودي لوسائل التواصل الاجتماعي ومستوى وعيهم بقضايا التنمية المستدامة على وسائل التواصل الاجتماعي تمثلت (بتكوين خلفية عن قضايا التنمية المستدامة) في الترتيب الأول. و(للحصول على معلومات بشأن قضايا التنمية المستدامة) في الترتيب الثاني، و(التعرف على وجهات النظر المختلفة حول قضايا التنمية المستدامة) الترتيب الثالث. أما الترتيب الرابع، فجاءت: (تتيح لي حرية الرأي والتعبير والتعليق والحوار حول قضايا التنمية المستدامة).

اختبارُ فرضيات الدِّرَاسَة:

- **نتائجُ الفرضيةِ الأُولى:**

تنص الفرضية الأولى على أنه (عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي التي تتناول قضايا التنمية المستدامة تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع - السن- التعليم)، وعلى مقياس وعيهم بقضايا التنمية المستدامة).

جدول رقم: (16) اختبار (T) للعينتين المستقلتين T-Test بين متوسطات درجات المبحوثين الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي التي تتناول قضايا التنمية المستدامة تبعاً لمتغير الجنس، وعلى مقياس وعيهم بقضايا التنمية المستدامة

العينات	حجم العينة	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	قيمة المعنوية	الاستنتاج
ذكر	141	18.7376	5.07746	0.137	0.712	غير دالة
أنثى	259	18.6757	5.23137			

يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي التي تتناول قضايا التنمية المستدامة تبعاً للجنس، حيث بلغت قيمة ت (0.137) عند مستوى معنوية (0.712)، وهي قيمة أكبر من (0.05)، وبالتالي نرفض الفرضية البديلة، ونقبل الفرضية الصفرية التي تنص على أنه: (لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي التي تتناول قضايا التنمية المستدامة تبعاً لمتغير الجنس).

جدول رقم (17): تحليل التباين أحادي الاتجاه (OnWay-ANOVA) بين متوسطات درجات المبحوثين الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي التي تتناول قضايا التنمية المستدامة تبعاً للعمر، وعلى مقياس وعيهم بقضايا التنمية المستدامة

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	Sig	الاستنتاج
بين المجموعات	57.122	2	28.561	1.068	0.345	غير دالة
داخل المجموعات	10613.275	397	26.734			
التباين الكلي	10670.397	399				

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات العمر، حيث بلغت قيمة ف (1.068)، وهذه القيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.345)، وبالتالي نرفض الفرضية البديلة، ونقبل الفرضية الصفرية: (لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط مجموعات العمر).

جدول رقم (18): تحليل التباين أحادي الاتجاه (OnWay-ANOVA) بين متوسطات درجات المبحوثين الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي التي تتناول قضايا التنمية المستدامة تبعاً للمستوى التعليمي وعلى مقياس وعيهم بقضايا التنمية المستدامة

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	Sig	الاستنتاج
بين المجموعات	16.420	2	8.210	0.306	0.737	غير دالة
داخل المجموعات	10653.977	397	26.836			
التباين الكلي	10670.398	399				

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المستوى التعليمي، حيث بلغت قيمة ف (2.377)، وهذه القيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0,05)، وبالتالي نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية: (لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط مجموعات المستوى التعليمي).

- **نتائجُ الفرضيةِ الثانية:**

تنص الفرضية الثانية على أنه: (توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الجمهور السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي وبين مستوى ثقة الجمهور السعودي بمحتوى قضايا التنمية المستدامة).

جدول رقم (19): توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الجمهور السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي ومستوى ثقتهم بمحتوى قضايا التنمية المستدامة

العلاقة بين معدل التعرض ومستوى الثقة بالمحتوى	معامل بيرسون	مستوى المعنوية sig	مستوى الدلالة	حجم العينة	الدلالة
	0.448	0.000	0.05	400	دالة إحصائياً

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين معدل تعرض الجمهور السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي ومستوى ثقتهم بمحتوى قضايا التنمية المستدامة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.448) عند مستوى دلالة (0.000) أكبر من (05، 0)؛ مما يدل على وجود علاقة طردية بين معدل تعرض الجمهور السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي ومستوى ثقتهم بمحتوى قضايا التنمية المستدامة، أي كلما زادت ثقة الجمهور السعودي بمحتوى قضايا التنمية المستدامة زاد معدل تعرض الجمهور السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي.

- **نتائجُ الفرضيةِ الثالثة:**

تنص الفرضية الثالثة على أنه: (توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ثقة الجمهور السعودي في شبكات التواصل الاجتماعي وبين دوافع استخدامهم لها).

جدول رقم (20) توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ثقة الجمهور السعودي في شبكات التواصل الاجتماعي وبين دوافع استخدامهم لها

العلاقة بين ثقة الجمهور السعودي في شبكات التواصل الاجتماعي وبين دوافع استخدامهم لها	معامل بيرسون	مستوى المعنوية sig	مستوى الدلالة	حجم العينة	الدلالة
	0.063	0.209	0.05	400	دالة إحصائياً

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ودالة إحصائياً بين دوافع استخدام الجمهور السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي وبين مستوى ثقتهم بقضايا التنمية المستدامة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.063) عند مستوى دلالة (0.209) أكبر من (05، 0)؛ مما يدل على وجود علاقة طردية بين دوافع تعرض الجمهور السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي وبين مستوى ثقتهم بتلك الشبكات، أي كلما زادت دوافع الجمهور السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي زادت ثقة الجمهور السعودي بها.

- **نتائجُ الفرضيةِ الرابعة:**

تنص الفرضية الرابعة: (توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ثقة الجمهور السعودي في شبكات التواصل الاجتماعي وبين مستوى وعيهم بقضايا التنمية المستدامة).

جدول رقم (21): توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ثقة الجمهور السعودي في شبكات التواصل الاجتماعي وبين مستوى وعيهم بقضايا التنمية المستدامة

العلاقة بين ثقة الجمهور السعودي في شبكات التواصل الاجتماعي وبين مستوى وعيهم	معامل بيرسون	مستوى المعنوية sig	مستوى الدلالة	حجم العينة	الدلالة
	0.243	0.000	0.05	400	دالة إحصائياً

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ودالة إحصائياً بين ثقة الجمهور السعودي في شبكات التواصل الاجتماعي وبين مستوى وعيهم بقضايا التنمية المستدامة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.243) عند مستوى دلالة (0.000) أكبر من (05، 0)؛ مما يدل على وجود علاقة طردية بين ثقة الجمهور السعودي في شبكات التواصل الاجتماعي ومستوى وعيهم بقضايا التنمية المستدامة، أي كلما زادت ثقة الجمهور السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي زاد مستوى وعيهم.

- **نتائجُ الفرضيةِ الخامسة:**

الفرضية الخامسة: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو تأثيراتها في التوعية بقضايا التنمية المستدامة.

جدول رقم (22): توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو تأثيراتها في التوعية بقضايا التنمية المستدامة

العلاقة بين دوافع استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو تأثيراتها في التوعية بقضايا التنمية المستدامة	معامل بيرسون	مستوى المعنوية sig	مستوى الدلالة	حجم العينة	الدلالة
	0.245	0.212	0.05	400	دالة إحصائياً

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ودالة إحصائياً بين دوافع استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو تأثيراتها في التوعية بقضايا التنمية المستدامة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.245) عند مستوى دلالة (0.212) أكبر من (05، 0)؛ مما يدل على وجود علاقة طردية بين دوافع استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو تأثيراتها في التوعية بقضايا التنمية المستدامة، أي كلما زادت معدل استخدام الجمهور السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي زاد مستوى تأثيرات تلك الشبكات على اتجاهاتهم نحو مفهوم التوعية بقضايا التنمية المستدامة، وجاء ذلك لصالح التأثيرات المعرفية على وجه الخصوص.

النتائجُ العامةُ للدِّراسة:

- اوضحت الدراسة أن نسبة كبيرة من المبحوثين عينة الدِّرَاسَة تتابع قضايا التنمية المستدامة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، حيث بلغت نسبة متابعتهم المستمرة 45%، تليها متابعتهم المنتظمة بنسبة 35%، وهذا يشير إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤدي دورًا مهمًا في تنمية الوعي بقضايا التنمية المستدامة، تتفق مع دراسة بريك، أيمن محمد إبراهيم (2021)، حيث توصلت إلى نتائج، أهمها ارتفاع معدلات استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، إذ جاء فيس بوك في المرتبة الأولى، وتتفق مع دراسة المدني، أسامة بن غازي زين (2020)، حيث اوضحت الدراسة أن نسبة متابعة قضايا التنمية المستدامة على وسائل التواصل الاجتماعي بصفة منتظمة بلغت 51.25%، وبلغت نسبة من يتابعون قضايا التنمية المستدامة فيها بصفة غير منتظمة (أحياناً) 38.5%، بينما بلغت نسبة ممن لا يتابعون قضايا التنمية المستدامة على وسائل التواصل الاجتماعي مطلقاً 10.25%.
- أما نسبة المبحوثين الذين لا يتابعون قضايا التنمية المستدامة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي بلغت 15%، وهذا يشير إلى أن هناك فئةً من الجمهور لا

تستفيد من هذه الوسائل في الحصول على المعلومات حول قضايا التنمية المستدامة، بينما نسبة المبحوثين الذين يتابعون قضايا التنمية المستدامة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي بصفة غير منتظمة بلغت 5%، وهذا يشير إلى أن هناك فئة من الجمهور تتابع هذه القضايا بشكل غير منتظم، مما يعني أنهم قد لا يحصلون على معلومات كافية حولها.

- كشفت الدراسة عن أهم أسباب متابعة المبحوثين لقضايا التنمية المستدامة لشبكات التواصل الاجتماعي، حيث جاء في الترتيب الأول: (التعرف على وجهات النظر المختلفة حول قضايا التنمية المستدامة)، هو السبب الأهم والأكثر تأثيرًا، حيث يُشار إليه بنسبة 32%، يليه: (تكوين خلفية حول قضايا التنمية المستدامة لتجنبها في المستقبل) بنسبة 24.7%، وتأتي بعدها (متابعة المستجدات كافة) بنسبة 18.5%، يليها: (لزيادة معرفتي بهذه القضايا) بنسبة 12.5%، يليها (التعلم من الآخرين حول كيفية الإسهام في هذه القضايا) بنسبة 6.5%، وأخيرًا تأتي: (المشاركة في نقاشات حول هذه القضايا) بنسبة5.8%.
- كشفت الدراسة أن نسبة من يثقون بدرجة كبيرة بالمعلومات التي يحصلون عليها عن قضايا التنمية المستدامة من شبكات التواصل الاجتماعي بلغت (68.7%)، تليها ثقة متوسطة بنسبة (22.8%)، تليها ثقة ضعيفة بنسبة (8.5%)، كما يتضح من الجدول السابق أن ثقة المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة في التعرف على قضايا التنمية المستدامة، ثقة كبيرة بنسبة (68.7%)، تليها ثقة متوسطة بنسبة (22.8%)، تليها ثقة ضعيفة بنسبة (8.5%).
- أوضحت الدراسة أن المبحوثين يستفيدون بشكل كبير من شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي بقضايا التنمية المستدامة، حيث بلغت النسبة 91%، تأتي بعدها استفادة متوسطة بنسبة 6%، وتأتي استفادة ضعيفة في المرتبة الأخيرة بنسبة 3%، وهذه النتائج تشير إلى أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يؤدي دورًا مهمًّا في زيادة الوعي بقضايا التنمية المستدامة وتعزيز المعرفة والفهم حولها، تختلف مع دراسة المدني، أسامة بن غازي زين (2020)، حيث أثبتت نتائج الدراسة أن درجة استفادة المبحوثين من وسائل التواصل الاجتماعي في بناء معرفتهم بقضايا التنمية المستدامة، (استفيد دائماً) من كل من موقع (فيسبوك Facebook – جوجل بلس + Google – انستغرام Instagram – يوتيوب You Tube- تويتر Twitter – ماي سبيس Myspace)، في حين جاءت درجة استفادة (استفيد (نادرا) على كل من لينكد إن LinkedIn – تمبلر Tumblr - سناب شات snapchat) .
- جاءت (مكافحة الفقر) في الترتيب الأول لأهم قضايا التنمية المستدامة التي أشار المبحوثين بمتابعتها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة (40%)، وجاء في الترتيب الثاني: (التعليم) بنسبة (28.6%)، يليه: (التغير المناخي) بنسبة (10%)، تليه التقنية بنسبة (7.8%)، يليها الجوع والطاقة بنسبة (4.8%)، هذه

النتائج تشير إلى أن المبحوثين يولون اهتمامًا كبيرًا لقضايا التنمية المستدامة المتعلقة بمكافحة الفقر وضمان تحقيق العدالة الاجتماعية والاقتصادية، كما يركزون على أهمية التعليم ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، بالإضافة إلى ذلك فهُم يهتمون بالتغير المناخي وضرورة التصدي له وتبني سلوكيات مستدامة وتقنيات حديثة لتحسين الحياة، وأخيرًا يعدّون الجوع والطاقة قضيتين مهمتين تتعلق بالأمن الغذائي وضمان توفر الطاقة المستدامة للجميع، تختلف مع دراسة بريك، أيمن محمد إبراهيم (2021)، حيث جاءت قضايا النمو الاقتصادي بالمرتبة الأولى من بين قضايا التنمية المستدامة التي يحرص الشباب على متابعتها، تليها قضايا التنمية التكنولوجية والتقنية، فالصحة وإدارة الموارد، وبالمرتبة الرابعة قضايا التنمية البينية، وبعدها قضايا التنمية السياحية ثم التنمية الريفية، وتتفق مع دراسة المدني، أسامة بن غازي زين (2020)، حيث جاءت القضايا البيئية في الترتيب الأول لأهم قضايا التنمية المستدامة التي أشار المبحوثين بمتابعتها من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وجاء في الترتيب الثاني: "قضايا تكنولوجيا"، وجاء في الترتيب الثالث: "قضايا اقتصادية"، وجاء في الترتيب الرابع: "قضايا سياسية"، وجاء في الترتيب الخامس: "قضايا اجتماعية".

- جاءت عبارة (قلة المحتوى الموثوق به) من أهم التحديات التي تواجهها شبكات التواصل الاجتماعي في تناول قضايا التنمية المستدامة، بنسبة بلغت 39%، يليها: (عدم وجود استراتيجية واضحة من الجهات المعنية؛ مما يحد من فعالية شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بقضايا التنمية المستدامة) بنسبة 22.7%، وتأتي (كثرة المعلومات المغلوطة) في المرتبة الثالثة بنسبة 19.8%. وأخيرًا، تأتي (صعوبة التفاعل مع المحتوى) بنسبة 18.5%، هذه النتائج تشير إلى وجود تحديات مهمة تؤثر على فعالية شبكات التواصل الاجتماعي في تناول قضايا التنمية المستدامة، إن قلة المحتوى الموثوق به يعني أن هناك حاجة لتحسين جودة المعلومات وموثوقيتها المنشورة على هذه الشبكات، بالإضافة إلى ذلك، عدم وجود استراتيجية واضحة من الجهات المعنية يعني أنه يجب على المسؤولين والمهتمين بقضايا التنمية المستدامة تطوير استراتيجيات فعالة للتوعية والتفاعل على شبكات التواصل الاجتماعي.

- جاءت اتجاهات أفراد عينة الدِّرَاسَة نحو علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بالتنمية المستدامة جاءت بدرجة مرتفعة، حيث بلغ المتوسط العام لاتجاهات أفراد عينة الدِّرَاسَة (2.88)، وهو متوسط يقع في الفئة الثالثة من فئات مقياس ليكرت الخماسي من (2.6 إلى 3.39)، وهي الفئة التي تشير إلى خيار (محايد) في أداة الدِّرَاسَة؛ مما يدل على أن أفراد عينة الدِّرَاسَة محايدون على علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بالتنمية المستدامة.

- جاءت اتجاهات أفراد عينة الدِّرَاسَة نحو الأهداف التي تحققها شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بقضايا التنمية المستدامة (أقل أهمية)، حيث بلغ المتوسط العام لاتجاهات أفراد عينة الدِّرَاسَة (2.75)، وهو متوسط يقع في الفئة الثالثة من

فئات مقياس ليكرت الخماسي من (2.6 إلى 3.39)، وهي الفئة التي تشير إلى خيار: (أقل أهمية) في أداة الدِّرَاسَة؛ مما يدل على أن اتجاهات أفراد عينة الدِّرَاسَة يرون أن الأهداف التي تحققها شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بقضايا التنمية المستدامة (أقل أهمية).

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي التي تتناول قضايا التنمية المستدامة تبعاً للجنس، حيث بلغت قيمة ت (0.137) عند مستوى معنوية (0.712)، وهي قيمة أكبر من (0.05)، وبالتالي نرفض الفرضية البديلة، ونقبل الفرضية الصفرية التي تنص على أنه: (لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي التي تتناول قضايا التنمية المستدامة تبعاً لمتغير الجنس).

- وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين معدل تعرض الجمهور السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي ومستوى ثقتهم بمحتوى قضايا التنمية المستدامة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.448) عند مستوى دلالة (0.000) أكبر من (05، 0)؛ مما يدل على وجود علاقة طردية بين معدل تعرض الجمهور السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي ومستوى ثقتهم بمحتوى قضايا التنمية المستدامة، أي كلما زادت ثقة الجمهور السعودي بمحتوى قضايا التنمية المستدامة زاد معدل تعرض الجمهور السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي.

- وجود علاقة ارتباطية ودالة إحصائياً بين دوافع استخدام الجمهور السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي وبين مستوى ثقتهم بتلك الشبكات، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.063) عند مستوى دلالة (0.209) أكبر من (05، 0)؛ مما يدل على وجود علاقة طردية بين دوافع تعرض الجمهور السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي وبين مستوى ثقتهم بتلك الشبكات، أي كلما زادت دوافع الجمهور السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي زادت ثقة الجمهور السعودي بها.

- وجود علاقة ارتباطية ودالة إحصائياً بين ثقة الجمهور السعودي في شبكات التواصل الاجتماعي وبين مستوى وعيهم بقضايا التنمية المستدامة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.243) عند مستوى دلالة (0.000) أكبر من (05، 0)؛ مما يدل على وجود علاقة طردية بين ثقة الجمهور السعودي في شبكات التواصل الاجتماعي ومستوى وعيهم بقضايا التنمية المستدامة، أي كلما زادت ثقة الجمهور السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي زاد مستوى وعيهم.

- وجود علاقة ارتباطية ودالة إحصائياً بين دوافع استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو تأثيراتها في التوعية بقضايا التنمية المستدامة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.245) عند مستوى دلالة (0.212) أكبر من (05، 0)؛ مما يدل على وجود علاقة طردية بين دوافع استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو تأثيراتها في التوعية بقضايا التنمية المستدامة،

أي كلما زادت معدل استخدام الجمهور السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي زاد مستوى تأثيرات تلك الشبكات على اتجاهاتهم نحو مفهوم التوعية بقضايا التنمية المستدامة، وجاء ذلك لصالح التأثيرات المعرفية على وجه الخصوص.

التوصيات:

- التوسع نحو زيادة أدوات الإعلام الرقمي الرسمي في التواصل مع الجمهور سواء في المملكة العربية السعودية أو دول المنطقة العربية للترويج والتوعية بقضايا التنمية المستدامة.
- تطوير آليات عمل شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج لقضايا التنمية المستدامة، وذلك من خلال التدقيق في طبيعة المعلومات الواردة، التحديث المستمر للمضامين، وزيادة آليات التفاعل مع الجمهور.
- الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بالمضامين المختلفة لرؤية المملكة 2030 من خلال عرض المحاور المختلفة لها، والأدوار التي من شأن الجمهور السعودي أن يقوم بها لتحقيق أهداف الرؤية الطموحة للمملكة.
- دعم جهود الجهات الحكومية والخاصة في إنتاج محتوى إعلامي متميز عن قضايا التنمية المستدامة على شبكات التواصل الاجتماعي. وتطوير آليات مكافحة المعلومات المغلوطة حول قضايا التنمية المستدامة على شبكات التواصل الاجتماعي.

المراجِع:

[1] - Alan. T. K. H. (2015). Students Perceptions On Climate Change And Engagement In Low-Carbon Behaviors: Implications For Climate Change Education In Hong Kong. PhD Thesis, The University Of Hong Kong, p.12.

[2] - Mensah, M. M. (2014). Social Networks Use & Sustainable Development Issues: A Contradiction? MA Thesis, University of Bonn, p.4-5.

[3] - مبادرتي السعودية الخضراء والشرق الأوسط الأخضر، رابط الزيارة: https://www.greeninitiatives.gov.sa/ar-sa/about-sgi/ ، تاريخ الزيارة: 2024/7/1م، الساعة: 5:53 صباحًا.

[4] - شريف جمعة، دور البرامج الحوارية بالقنوات التلفزيونية كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة 2030، مجلة بحوث كلية الآداب، (جامعة المنوفية، فبراير 2024).

[5] - هاجر حلمي حبيش، استخدام الصحافة المدفوعة بالبيانات في معالجة قضايا التنمية المستدامة على الصفحات الإخبارية للسوشيال ميديا وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الشباب المصري نحوها: دراسة ميدانية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 25، الجزء 3، يناير/ يونيو 2023).

[6] - أحمد البحيري، استخدام ممارسو العلاقات العامة لتكنولوجيا الاتصال الرقمي ودورها في تحقيق أهداف التنمية المستدامة في قطاع التعليم العالي (دراسة ميدانية)، مجلة كلية الآداب، (جامعة المنوفية، المجلد 34، العدد 4، أكتوبر 2023)، ص ص 3، 34.

[7] - مها مختار حسن، اعتماد النخب المصرية على المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات حول قضايا التنمية المستدامة وتقييمهم لأدائها الإعلامي، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 25، الجزء الثاني، يناير 2023)، ص ص 429، 501.

[8] - فاطمة عبد الكاظم حمد وزينة عبدالخالق عبد الله ، تسويق قضايا التنمية المستدامة في مواقع التواصل الاجتماعي) دراسة تحليلية لصفحة منظمة اليونسكو عبر الفيس بوك، المجلة المصرية لبحوث الإعلام – العدد 81 (الجزء الثالث) أكتوبر/ ديسمبر 2022.

[9] - هدير محمود عبد الله ، استخدام الحكومة المصرية لوسائل التواصل الاجتماعي للترويج الأهداف المستدامة: الصفحة الرسمية لرؤية مصر 2030 على فيسبوك نموذجًا، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد٨٠، ٢٠٢٢

[10] - مي وليد سلامة ، دور موقع التواصل الاجتماعي تويتر في تشكيل اتجاهات المرأة السعودية نحو إدراك خطط التنمية المستدامة، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال – العدد التاسع (ج2)، ٢٠٢٢م.

[11] - مروة محمد صبحي، دور الصفحات الرسمية المصرية على وسائل التواصل الاجتماعي بدعم التنمية البيئية المستدامة، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد٥٢، المجلد ٣، اكتوبر ٢٠٢٠م

[12] - أيمن محمد إبراهيم بريك، دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب المصري بقضايا التنمية المستدامة دراسة ميدانية، مجلد 4، العدد 13، مجلة بحوث العلاقات العامة – الشرق الأوسط القاهرة 2021.

[13] - أسامة بن غازي زين المدني، دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي بقضايا التنمية المستدامة: دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعتي أم القرى والملك عبد العزيز، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال المدني، العدد23، مايو ٢٠٢٠، ص ١١-٦٨.

[14] - أحمد سامي عبد الوهاب العايدي، ورحاب رأفت السيد ، استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بقضايا التنمية المستدامة، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، المجلد ٥٢، العدد٢، ديسمبر 2019، ص ص 401-369

[15] - Burcu Turan Çimşir and Hüseyin Uzunboylu (2019),)Awareness Training for Sustainable Development: Development, Implementation and Evaluation of a Mobile Application(, Sustainability, MDPI

[16] - سامي عطاالله أبو غولة ، دور وسائل التواصل الاجتماعي في تناول قضايا التنمية المستدامة: شبكة تويتر نموذجاً، مجلة العربي للدراسات الإعلامية، المركز العربي للأبحاث والدراسات العدد٣، اكتوبر ٢٠١٩، ص ص ٤١-٦٦.

[17] - ندى يوجاجة ، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في النوعية البيئية وتحقيق التنمية المستدامة / موقع والفيسبوك أنموذجا مجلد 26، العدد 46، المجلة العربية للأرشيف والتوثيق والمعلومات، قسنطينة 2019.

[18] - نصر الدين عبد القادر عثمان، (دور الإعلام الجديد في الترويج للشائعات وآليات التصدي لها دراسة ميدانية على أساتذة الإعلام والإعلاميين)، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد 23، (٢٠١٧)

[19] - رضا عبد الواجد أمين ، اعتماد الجمهور على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة / دراسة ميدانية، العدد 17، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال السعودية، ٢٠١٧م

[20] -Owiny, S. A.: Mehta, K., & Maretzki, A. N. (2016). The Use of Social Media Technologies to Create", Preserve, and Disseminate Knowledge and Awareness of Youth to Sustainable Development Issues in East Africa. International Journal of Communication; 8.

[21] -Reiter, L. (2016). Investigating The Role Of Social Networking Sites In Increasing Youth Awareness For Environmentally Sustainable Issues: An Exploratory Study. PhD Thesis, KANSAS STATE UNIVERSITY: Manhattan, Kansas.

[22] -Aguilera, P. (2015). Social Media And Green Environment Awareness Strategies: An Exploratory Study Of Social Media Effects On Youth Awareness Of Sustainable Development Issues". MA Thesis, Lund University.

[23] - 29.3 مليون مستخدم لمنصات التواصل الاجتماعي بالسعودية، موقع اليوم، https://www.alyaum.com/articles/642527.

[24] - Shi, S. (2015). New Media for Sustainable Development Issues for Youth in China. MA Thesis, University of Massachusetts.

[25] - Scoullos, M. J. (Ed.) (2016). Environment and society: Education and public awareness for sustainability. Proceedings of the Thessaloniki International Conference organised by UNESCO and the Government of Greece, p.49.

[26] - موقع وزارة البيئة والمياه والزراعة السعودية، رابط الزيارة: https://www.mewa.gov.sa/ar/Pages/default.aspx ، تاريخ الزيارة: 2023/9/20م.

[27] - Leach, H. S., Komo, L. W., & Ngugi, 1. K. (2016). Engaging Consumers Through Company Social Media Websites. Computing and Information Systems, 16(2), p.5-7.

[28] - Denis, McQuail (2010) ,Mass Communication Theory,6th.(London: Sage Publications Ltd.).

[29] - Baran A.Stanley&Davis K.Dennis (2003) ,**Mass Communication Theory Foundation Ferment & Future**,)USA : Lawrence Erlbaum Associates Publisher.

[30] - Daft. R., Lengel, R., Trevino, L. (2009) Message equivocality, media selection, and manager performance: implications for information systems. MIS Quarterly 11 (3) . P335.

[31] - Connie de Boer, AartVelthuijsen,(2001), "Participation in conversations about the news", (International Journal of Public opinion Research, Vol.13, No. 2) .

[32] - محمد عبد الحميد، (2015)، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، (القاهرة: عالم الكتب).

[33] ميرفت الطرابيشي وعبد العزيز السيد، (2006)، نظريات الاتصال، (القاهرة: دار النهضة العربية).

[34] سوزان القليني، (2007)، علم النفس الإعلامي: المداخل النفسية للإعلام، (القاهرة: دار النهضة العربية).

[35] علي محمد القاضي،(2013)، "دور مواقع الشبكات الاجتماعية في المشاركة السياسية للشباب اليمني : دراسة ميدانية بالتطبيق علي فيس بوك "، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان).

[36] حسني محمد نصر، (2015)، نظريات الإعلام، (الإمارات : دار الكتاب الجامعي).

[37] Katherine Ognyanova, Sandra J. Ball-Rokeach. (2015), "Political Efficacy On The Internet: A Media System Dependency Approach" ,Communication and Information Technologies Annual Politics, Participation, and Production Studies in Media and Communications, Volume 9.

[38] -Owiny, S. A.: Mehta, K., & Maretzki, A. N. (2016). The Use of Social Media Technologies to Create", Preserve, and Disseminate Knowledge and Awareness of Youth to Sustainable Development Issues in East Africa. International Journal of Communication; 8.

[39] - أيمن محمد إبراهيم بريك، دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب المصري بقضايا التنمية المستدامة دراسة ميدانية، مجلد 4، العدد 13، مجلة بحوث العلاقات العامة – الشرق الأوسط القاهرة 2021.