

## دور الإعلام الرقمي في تعزيز استراتيجيات التنمية المستدامة لتحقيق المزايا التنافسية

د. دعاء فتحى سالم(\*)

### المقدمة:

يعتبر الإعلام آلية هامة لإحداث التغيير داخل المجتمع وكذا لربط مختلف التفاعلات التي يمكن أن تنشأ بين أفرادها، فالإعلام مفهوم ذو أبعاد مختلفة وكونه علماً قائم بذاته له أصوله المتميزة ومصطلحاته الخاصة كغيره من الحقول المعرفية فهو يضطلع بدراسة وتحليل ووصف وكذا معالجة مختلف الظواهر الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والبيئية، إلى غيرها من الظواهر التي تحكم مسيرة التطور الهائل في شتى المجالات<sup>(1)</sup>

وتؤدي وسائل الإعلام بشكل عام -والإعلام الرقمي بشكل خاص - في العصر الحديث أدوراً مهمة ومؤثرة في حياة الأفراد والمجتمعات، إذ يناط بها تسليط الأضواء على زمام المبادرة في طرح الخطط وإثارة المعرفة الإنسانية فيما يتعلق بعمليات الوعي المعرفي والسلوكي التي تؤدي بدورها إلى تنمية المجتمع بشكل عام<sup>(2)</sup>

وإذا كان للإعلام دوراً هاماً في التعريف بقضايا التنمية المستدامة، وفي ابتكار الأفكار التي تدفع في هذا الاتجاه، فإن لوسائل الإعلام الرقمي بشكل خاص دور كبير يمكن أن تؤديه، لما لهذا النمط من الإعلام من انتشار كثيف بين قطاعات كبيرة من الجماهير.

ولما كانت المملكة العربية السعودية تمثل جزءاً حيوياً من الاقتصاد العالمي الذي يسير بخطى حثيثة على طريق التحول إلى اقتصاد قائم على المعرفة، فإنها قد حرصت على مواكبة التطورات العالمية المتسارعة في مجالات العولمة، والتخطيط للاندماج في السوق الدولية، ومواصلة برامج التطوير والإصلاح لتعزيز عملية النمو في شتى المجالات.

وتلتزم المملكة بتنفيذ أهداف واستراتيجيات التنمية المستدامة وتضعها في مقدمة أولوياتها بما يتفق مع خصوصيتها وثوابتها، وتنسجم رؤية المملكة 2030 في مجملها مع هذه الأهداف، وتوفر الرؤية وبرامجها التنفيذية الاثنا عشر مثل برنامج التحول الوطني 2020 الأسس التي تدعم إدماج أهداف التنمية المستدامة في عملية التخطيط الوطني، ويعد

\* أستاذ مشارك بكلية الاتصال والإعلام جامعة الملك عبد العزيز.  
أستاذ الإعلام المساعد بكلية التربية النوعية - جامعة المنصورة

الهدف الحادي عشر والمتمثل في مدن ومجتمعات محلية مستدامة أحد أبرز أهداف التنمية المستدامة.

ويُعد برنامج المدن السعودية المستقبلية برنامج تعاون فني بين وزارة الشؤون البلدية والقروية وبرنامج الأمم المتحدة للمستوطنات البشرية، ويسعى البرنامج إلى تطوير رؤية جديدة وإطار تخطيط استراتيجي للمستقبل الحضري المستدام في المملكة العربية السعودية متبعاً المعايير العالمية والتي تتماشى مع خطة التحول الاستراتيجي الجديدة، ويتمثل الهدف الرئيس للبرنامج في توفير مدن مزدهرة منتجة وعادلة وشاملة اجتماعياً، وذات بنية تحتية كافية ومناسبة وذات جودة حياتية مرتفعة. ويهدف البرنامج أيضاً إلى تحقيق التحضر المستدام في المملكة، وأعدت المملكة العديد من الاستراتيجيات والخطط التي تعزز أهداف التنمية المستدامة السبعة عشر، ومن ضمنها الاستراتيجية الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة (3)

وانطلاقاً من الأدوار الوظيفية التي يمكن أن يلعبها الإعلام الرقمي، بل وقدرته على تعريف مستخدميه بطرق تفكير الآخرين وآرائهم حيال قضايا التنمية المختلفة، فكيف يمكن له أن يدعم وينشر المفاهيم والآليات المرتبطة باستراتيجيات التنمية المستدامة لدى مستخدميه؟ وكيف يمكن أن يعزز هذه الاستراتيجيات، وانطلاقاً من هذه التساؤلات تنطلق الدراسة الحالية إلى محاولة طرح نموذج للعلاقة بين العامل الإعلامي المتمثل في الإعلام الرقمي، ودوره على تعزيز استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة.

### مشكلة الدراسة:

تأتي المملكة العربية السعودية في مقدمة الدول العربية استخداماً لوسائل الإعلام الجديد وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يقدر عدد مستخدميها 9.2 مليون مستخدم، وهو ما يعادل نصف مستخدمي الإنترنت البالغ عددهم 18.3 مليون مستخدم (4)

وقد أدى ظهور الإعلام الرقمي إلى تطور ملحوظ، يغير من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة سابقاً فواكب الحركة الاتصالية الجديدة، ومنع احتكار صناعة الرسالة الإعلامية، لينقله إلى مدى أوسع وأكثر شمولية، وبقدرة تأثيرية وتفاعلية لم يتصورها خبراء الاتصال، فالهدف كان الاتساع والإشهار والتأثير بأكثر عدد ممكن مع تداول الرسالة الإعلامية حسب مستخدمي المواقع.

وتعد التنمية المستدامة هي الهدف الاستراتيجي الذي تسعى إليه المملكة العربية السعودية خلال الفترة المقبلة خاصة في ظل ما يواجهه العالم من تحديات، وباعتبار أن المملكة جزء من المجتمع الدولي فهي ملتزمة بتحقيق أهداف التنمية المستدامة، عبر اعتماد الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية لهذه التنمية، ويتطلب ذلك اهتماماً قوياً بالنواحي الاجتماعية والبيئية مثل العمل على دعم الابتكار والفن والإبداع والإعلام، ومن ثم تعد إمكانية تحقيق التحول الإستراتيجي والتنوع أمراً هاماً من خلال إنشاء رؤى استراتيجية بعيدة الأمد، تدعمها قدرة وسائل الإعلام، لاسيما وسائل الإعلام الرقمية.

ولما كان الإعلام الرقمي يمثل ركنا أساسيا من أركان المنظومة الجديدة الذي أصبح يلعب بها دورا كبيرا ومهما كأداة للتعبئة الجماهيرية، فإن هذه الدراسة تسعى إلى التعرف على دور الإعلام الرقمي في تعزيز استراتيجيات التنمية المستدامة لتحقيق المزايا التنافسية.

### أهمية الدراسة:

1- تكمن أهمية الدراسة الحالية في كونها تركز على الجمهور السعودي باعتباره من أكثر الجماهير ارتباطا من غيرهم بالتقنيات الحديثة، وذلك وفقا لما تم الإعلان عنه من قبل موقع (Internet World Stats) المتخصص في إحصائيات مستخدمي الإنترنت حول العالم.(5)

2- الأهمية التي حظيت بها المدن والمجتمعات المحلية المستدامة، حيث صنفت من أهم أهداف التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية، باعتبار أن المدن تعد من أهم محركات الاقتصاد العالمي، ومن دون تنظيم المدن ووضعها على مسار يلاحق متطلبات العصر تزيد العشوائية، وتتفاقم مشكلات المواصلات والإسكان والمياه والطاقة والنظافة وإدارة المخلفات، ويتعذر تقديم خدمات تعليمية وصحية لائقة.

3- الإطار النظري الذي اعتمدت عليه الدراسة والمتمثل في نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency، وأيضاً مدخل الاستخدامات والأشباعات Uses and Gratification Approach، مما يسهم في تحليل الظاهرة محل الدراسة، والوقوف على أسباب حدوثها والعوامل والمتغيرات المؤثرة فيها، وذلك للتعرف على الدور الذي يقوم به الإعلام الرقمي في تعزيز إستراتيجيات التنمية المستدامة وخاصة المرتبطة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة، وما يوفره من إمكانيات لمستخدميه للتواصل والتشارك في المعارف والاستجابات الوجدانية بدرجاتٍ عاليةٍ من التفاعلية.

4- أن الإعلام الرقمي بما يمثله من انتشار كبير واستحواذ على اهتمام قطاعات متنامية من جماهير وسائل الإعلام ربما بإمكانه القيام ببعض الأدوار في تعزيز الاستراتيجيات الخاصة ببعض القضايا الملحة لاسيما المرتبطة بالتنمية المستدامة.

5- اهتمام الكيانات الإعلامية في العالم العربي بدراسة أفضل السبل الممكنة للاستفادة من التقنيات الحديثة في الترويج للاستراتيجيات المختلفة الخاصة بخطط التنمية للمستهلك.

### أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف والتي تتركز على:

1- التعرف على أكثر استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية متابعة في وسائل الإعلام الرقمية .

2- رصد أنواع التأثيرات المترتبة على متابعة استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة من خلال وسائل الإعلام الرقمية.

3- التعرف على مدى إسهام الإعلام الرقمي في تعزيز استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة.

4- الكشف عن أهم المزايا التنافسية التي يمكن أن تتحقق من خلال إسهام الإعلام الرقمي في تعزيز استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة.

5- رصد أهم دوافع الإعتماد على وسائل الإعلام الرقمية في متابعة استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة .

6- التعرف على أهم أشكال نشاط عينة الدراسة من الجمهور السعودي مع ما يقدم عبر وسائل الإعلام الرقمية عن استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية السعودية .

## الإطار النظري للدراسة:

يشمل الإطار النظري للدراسة عنصرين رئيسيين وتمثلا في الآتي:

1- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

2- مدخل الاستخدامات والاشباع.

### أولاً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency

تعتمد الدراسة في بنائها الأساسي على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام والتي يتم توضيحها كالتالي:

تقوم الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على أن استخدام وسائل الإعلام بشكل مكثف يعمل على التأثير في الجمهور، سواء كان تأثيراً معرفياً أو سلوكياً أو وجدانياً، وذلك من خلال الرسائل المميزة والمكثفة التي تقدمها هذه الوسائل للحصول على المعلومات والأخبار<sup>(6)</sup>، بالإضافة إلى ذلك فإن فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيراً مرتداً لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال، وهذا هو معني العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع.<sup>(7)</sup>

وتعتمد فكرة هذه النظرية على أنه كلما زاد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام في تحقيق احتياجاته زاد ذلك من أهمية الدور الذي تقوم به تلك الوسائل في حياة الفرد وبالتالي تنطبق هذه الفكرة على المجتمع ككل، حيث أنه كلما زاد اعتماد أفراد المجتمع على وسائل الإعلام، زاد ذلك من حجم التأثير الكلي لهذه الوسائل، ومن ثم تزداد أهمية الوظائف التي يمكن أن تؤديها لهذا المجتمع<sup>(8)</sup>.

وقد أشارت الدراسات الإعلامية التي ركزت على تأثيرات وسائل الإعلام على معارف ومعلومات الجمهور، مثل دراسات وضع الأجندة، وفجوة المعرفة، والاعتماد على وسائل الإعلام، إلا أن هناك دوافع وأسباباً تحفز الجمهور للتعرض للمضمون الإعلامي، لعل أهمها دافع مراقبة العالم من حوله، والرغبة في معرفة ما يحدث في العالم، أو دوافع الحاجة للتوجيه، والإلمام بالشئون العامة، والقضايا المثارة؛ مما يدفعهم إلى الاعتماد بشكل متزايد على وسائل الإعلام للحصول على تلك المعلومات عن الموضوعات والقضايا المثارة.<sup>(9)</sup>

وتقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين هما:

1- الأهداف: أن هناك أهدافاً للأفراد يريدون تحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها المصادر المختلفة سواء كانت هذه الأهداف شخصية أو اجتماعية.

2- المصادر: اعتبار أن وسائل الإعلام نظام معلومات يتحكم في مصادر تحقيق الأهداف الخاصة بالأفراد، كما تتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات هي:

أ - جمع المعلومات: فالمندوب الصحفى يجمع المعلومات التى نحتاج إلى معرفتها، ويقدم كاتب السيناريو معلومات عن أحداث حقيقية أو خيالية تتيح لنا هدف اللعب أو المرح أو الاسترخاء.

ب- تنسيق المعلومات: ويشير إلى تنقيح المعلومات التى تم جمعها بالزيادة أو النقصان، لكي تخرج بصورة مناسبة فى شكل قصة صحفية أو برنامج إذاعى أو فيلم سينمائى.

ج- نشر المعلومات: وتعنى القدرة على توزيعها إلى جمهور غير محدود. (10)

وبناءً عليه؛ فإن الاعتماد على وسائل الإعلام يرتبط بدرجة أهمية وسيلة معينة للأفراد كمصدر عن الأحداث والقضايا المثارة، ولا يرتبط الاعتماد على وسيلة باستخدامها، فقد يقضى الفرد فترة طويلة في استخدام وسيلة معينة بينما يعتمد على وسيلة أخرى كمصدر لمعلوماته، فالاستخدام يعنى معدل المتابعة، أما الاعتماد فيعنى درجة أهمية هذه الوسيلة للفرد كمصدر لمعلوماته واختياره وتفضيله. وتتوقف درجة اعتماد أفراد الجمهور على المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام على أمرين:

أ- درجة الثبات والاستقرار داخل المجتمع: حيث تفترض النظرية زيادة هذا الاعتماد في حالات الصراع والأزمات حيث لا تتوفر للأفراد وسائل ومصادر مباشرة أو شخصية في هذه الحالات.

ب- حجم وأهمية المعلومات المستمدة من وسائل الإعلام، فضلاً عن الوظائف الأخرى التي تضطلع بها هذه الوسائل في إطار المجتمع. (11)

وقد قدم كل من ساندرابول، روكيتش وديفلور عام 1976 أول إطار لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتتلخص فكرتها في أن المتلقى داخل المجتمعات الحديثة يعتمد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات تساهم في تكوين معارفه. (12)

وقد رصد كل من ساندرا بول، روكيتش وديفلور ثلاث أنواع من التغييرات المتعلقة بالتأثير المعتمد على وسائل الإعلام والتي يمكن عرضها على النحو التالي:

#### الآثار المعرفية: Cognitive Effects

وتشمل كشف الغموض الناتج عن تناقض المعلومات أو نقصها أو عدم كفايتها، وتشكيل الاتجاهات نحو قضايا المجتمع، وترتيب أولويات الاهتمام بالنسبة للجمهور، وتوسيع دائرة معتقداته والتأثير في القيم. (13)

#### الآثار الوجدانية: Affective Effects

نجد أن التأثير العاطفي لدى الناس يمكن أن يحدث عندما تقدم معلومات معينة من خلال رسائل إعلامية تؤثر على مشاعرهم، ومن هذه التأثيرات الفتور العاطفي، والخوف والقلق، والدعم المعنوي والاعتزاز. (14)

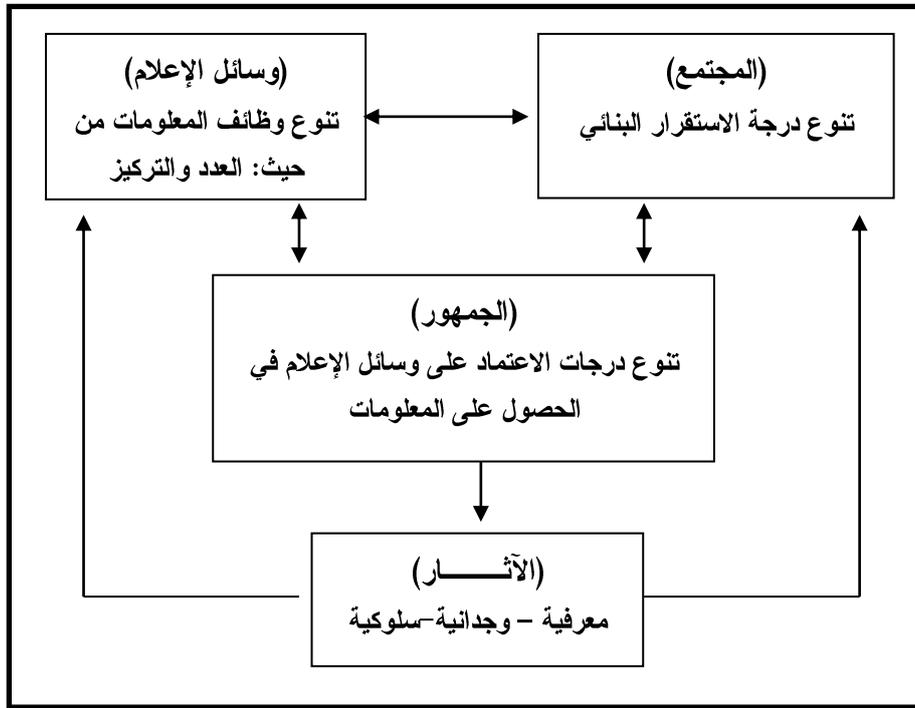
#### الآثار السلوكية: Behavioral Effects

تُعد الآثار السلوكية من أهم تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام، وتنحصر هذه الآثار في مجالين أساسيين هما: التنشيط، والخمول. (15)

#### النموذج الذي وضعه كل من ملفين ديفلير وساندرا روكيتش عام 1976 :

تركز نظرية الاعتماد على أن العلاقات بين وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعي تتسم بخصائص اجتماعية من الاعتماد المتبادل الذي تفرضه سمات المجتمع الحديث، حيث يعتمد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام كنظام فرعي لإدراك وفهم نظام فرعي آخر هو المحيط الاجتماعي من حولهم، وبذلك تمثل وسائل الإعلام مصادر رئيسية يعتمد عليها أفراد الجمهور في استقاء المعلومات عن الأحداث الجارية، وتتنزىد درجة الاعتماد بتعرض المجتمع لحالات من عدم الاستقرار والتحول والصراع الذي يدفع أفراد الجمهور لاستقاء المزيد من المعلومات من وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعي من حولهم (16)

ويوضح الشكل التالي النموذج الذي وضعه كل من ملفين ديفلير وساندرا روكيتش عام 1976 لتوضيح العلاقات التبادلية بين المجتمع ووسائل الإعلام والجمهور، والآثار الناتجة على هذا الاعتماد المتبادل (17)



شكل رقم (1) يوضح نموذج ملفين ديفلير وساندرا روكيتش لبيان العلاقات التبادلية بين المجتمع ووسائل الإعلام والجمهور

### ومن خلال النموذج يتضح الآتي:

أن العلاقة بين العناصر الثلاثة (المجتمع - وسائل الإعلام - الجمهور) متداخلة ومتبادلة، وذلك بالرغم من أن هذه العلاقة يمكن أن تختلف من مجتمع لآخر، كما أن كل عنصر من هذه العناصر يمكن أن يتغير بطرق قريبة لاحتمالية التأثير في الجمهور، لذا فهذه العلاقة متبادلة، وليست ذات اتجاه واحد، ومن هنا فلا بد من الأخذ في الاعتبار عند تفسير هذا النموذج أن العلاقة بين المكونات الرئيسية الثلاثة، قد تختلف من مجتمع إلى آخر؛ حيث تحكم بعض المجتمعات السيطرة على نظمها الإعلامية، بينما تملك النظم الإعلامية في مجتمعات أخرى السلطة والقدرة على التأثير في المجتمع، كما إن تأثير وسائل الإعلام على الجمهور يختلف أيضاً؛ فأحياناً تتبع وسائل الإعلام الجمهور وتعكس آراءه، وفي أحيان أخرى تلعب وسائل الإعلام دوراً قيادياً وأكثر سيطرة. (18)

### تقوم نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام على عدة إفتراضات رئيسية منها: (19)

- يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة ما تكون القدرة على تلقي المعلومات المحتاج إليها من خلال مصادر الاتصال الشخصي مقيدة .
- كلما زادت الحاجة إلى المعلومات، زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، وكلما زاد احتمال أن تغير المعلومات التي تطرحها وسائل الإعلام أشكالاً مختلفة من معارف الجمهور ومشاعره وسلوكياته، وبالتالي يطور المجتمع علاقات متبادلة ومعقدة وكثيفة مع وسائل الإعلام.
- تزداد احتمالية أو إمكانية أن تحقق الرسائل الإعلامية نطاق واسع 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.
- يزداد اعتماد الجمهور على مصادر معلومات ووسائل الإعلام في أوقات الصراع والتغيير الاجتماعي.
- من العوامل التي تؤثر على مستوى الاعتماد على وسائل الإعلام: مسألة إمكانية الوصول للمعلومات Accessibility والتي ترتبط بإتاحة المعلومات لأعضاء الجمهور، وإمكانية الوصول بمفردها ليست شرط كافي لتحديد مدى الاعتماد على وسائل الإعلام وإنما يضاف لها المصداقية وتقييمات المصدر للمعلومات المتاحة له.
- يختلف الجمهور من حيث درجة اعتماده على وسائل الإعلام، فالصفوة أكثر احتمالاً لأن يعتمدوا على مصادر متعددة من هذه الوسائل للحصول على المعلومات التي يرغبونها كما يؤثر السن، والخبرات السابقة على مستوى الاعتماد.
- أن النظام الإعلامي يكون هاماً للمجتمع وتزداد درجة الاعتماد عليه في حالة إشباعه لاحتياجات الجمهور وعدم وجود بدائل أخرى، وتقل درجة الاعتماد على النظام الإعلامي في حالة وجود قنوات بديلة للمعلومات.
- أن الأفراد الذين يعتمدون على وسيلة معينة يكونون أكثر قدرة على استخلاص المعلومات من خلال تعرضهم لهذه الوسيلة.
- ويختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة اختلافاتهم في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية.

- تؤثر دوافع الفرد نحو قضايا معينة في درجة اعتماده على وسيلة معينة بمعنى أن قوة الدافع تعزز من درجة الاعتماد والعكس صحيح.

### **الاستفادة من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في الدراسة الحالية:**

- \* تُعتبر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من أهم النظريات التي اعتمدت عليها الدراسة الحالية، حيث تم استخدامها لأنه يوضع في الاعتبار الاحتياجات الفردية والظروف الاجتماعية التي من شأنها أن تؤثر على استخدام الفرد للتكنولوجيا .
- \* ويمكن توظيف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وتطبيقها من خلال محاولة توظيف فروض النظرية، حتى يمكن فهم العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور (الجمهور السعودي – وسائل الإعلام الرقمية) بأنها علاقة اعتماد أحد الطرفين (الجمهور السعودي) على أحد روافد شبكة الانترنت (وسائل الإعلام الرقمية) لتحقيق أهدافه .
- \* وبناء على نظرية الاعتماد فقد تزايدت الأحداث في الآونة الأخيرة مما أدى الى زيادة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام الرقمية نظرا لسرعتها في تغطية الحدث، وإمكان نشر معلومات لا تنتشر في وسائل الإعلام التقليدية.
- \* توظف الدراسة الحالية نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في رصد وتحليل دوافع وتأثيرات اعتماد الجمهور السعودي على وسائل الإعلام الرقمية من خلال رصد المتغيرات العلمية التالية:

- التعرف على دوافع الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية في متابعة استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة.
- رصد وتحليل مدى وطبيعة اعتماد الجمهور السعودي على وسائل الإعلام الرقمية في تكوين آرائهم ومعارفهم نحو استراتيجيات المدن والمجتمعات المحلية المستدامة، وتأثير ذلك على تعزيز هذه الاستراتيجيات.
- كما تقوم الدراسة برصد أنواع التأثيرات المترتبة على متابعة استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة.

### **ثانياً: مدخل الاستخدامات والإشباع**

#### **Uses and Gratification Approach**

يحظى مدخل الاستخدامات والإشباع باهتمام خاص في الدراسات الإعلامية وذلك لتركيزه على الجمهور الذي يستخدم الوسيلة الإعلامية بشكل نشط لتحقيق حاجات معينة،

حيث يعتبر من المداخل النظرية المفسرة لدوافع تعرض الجمهور لمضامين وسائل الإعلام والشبكات المتحققة منها، وقد اهتمت الدراسات في الآونة الأخيرة بدراسة دوافع وإشباعات الإنترنت كوسيط اتصالي مكمل لدور الاتصال الشخصي ولقدرته على الوصول لأكبر قدر من الأفراد. (20)

ويقوم المدخل في ظل التكنولوجيا الجديدة بمعرفة ما تقدمه هذه التكنولوجيا من خدمات لمستخدميها، وإيضاح مدى مساهمة هذه الخدمات في توصيل المعلومة، ومعرفة الإشباعات التي تحققها لهم. (21)

ومن ثم نجد تكيف مدخل الاستخدامات والإشباعات مع طبيعة الإعلام الجديد، وذلك من خلال تعمد متصفح الإنترنت البحث عن محتوى محدد لإشباع حاجات محددة، وهذا على النقيض من مستهلكي مضامين الوسائل التقليدية الذين يستخدمونها من باب الروتين والتعود بدون وجود دوافع محددة. (22)

**وأوضحت دراسة Thomas Stafford and Dennis Gonier أن هناك أربع إشباعات أساسية يمكن تحقيقها عند طريق استخدام الإنترنت وتتمثل في الآتي: (23)**

- **البحث:** من خلال ما يسمح به الإنترنت من تصفح لمختلف المواقع في شتى المجالات.
- **المعلومات:** من خلال تزويد الفرد بالأخبار والآراء والمعارف عن مختلف القضايا والأحداث.
- **الاتصال:** من خلال البريد الإلكتروني وبرامج المحادثة والتطبيقات المختلفة وما إلى ذلك.
- **التواصل الاجتماعي:** من خلال ما يتيح الإنترنت من تواصل مع الأصدقاء لتحقيق المتعة أو الاسترخاء.

**وقد ساعد انتشار استخدام شبكة الإنترنت في إحياء مدخل الاستخدامات والإشباعات وذلك للأسباب التالي: (24)**

1- أن وسائل الاتصال الحديثة تحتاج إلى جمهور على درجة عالية من النشاط والتفاعلية مقارنة بوسائل الاتصال التقليدية، حيث غيرت المواقع الشخصية والمدونات والمواقع الإلكترونية الأخرى وغيرها من دور المستخدمين من مستهلكين تقليديين للرسائل إلى منتجين لها، بل وناشرين أيضا، على عكس الوسائل التقليدية فالإتصال فيها لا يزال أحادي الاتجاه من الوسيلة إلى الجمهور فقط.

2- أن شبكة الانترنت تتسم بالتفاعلية، بمعنى قدرتها على الاستجابة الفورية لاحتياجات المستخدمين من الأنشطة الاتصالية الشخصية والجماعية، حيث تمكنهم من التفاعلات التزامنية واللاتزامنية مع غيرهم، وتبادل المعلومات مع الأفراد والمجموعات بشكل مستمر، وبأقصى سرعة ممكنة.

### **الاستفادة من مدخل الاستخدامات والإشباع في الدراسة الحالية:**

يُمكن الاستفادة من مدخل الاستخدامات والإشباع في توضيح نتائج الدراسة من خلال التعرف على دوافع تعرض الجمهور السعودي للمضامين التي تقدمها وسائل الإعلام الرقمية لاسيما استراتيجيات المدن والمجتمعات المحلية المستدامة، وتحديد مدى تفاعل الجمهور معها .

### **الدراسات السابقة:**

تم تقسيم الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة الحالية إلى محورين رئيسيين هي:

**أولاً:** الدراسات التي تناولت أهداف واستراتيجيات التنمية المستدامة.

**ثانياً:** الدراسات التي تناولت وسائل الإعلام والتنمية المستدامة.

### **المحور الأول: الدراسات التي تناولت أهداف واستراتيجيات التنمية المستدامة:**

شهد النتاج الفكرى في مجال التنمية المستدامة، العديد من الدراسات التي تركز على أهداف واستراتيجيات التنمية المستدامة وإسهام مؤسسات المعلومات في هذا الصدد، وكان من أبرزها دراسة عماد أبوغازى (2017)<sup>(25)</sup> والتي حاول فيها رصد رؤية المجتمع المصرى لمنظومة المعلومات من خلال الوثائق الرسمية، حيث تعرض لوثيقتين رسميتين صدرتا بعد ثورة 25 يناير و30 يونيو: الدستور المصرى الصادر في يناير 2014، واستراتيجية التنمية المستدامة محاولة لتتبع ما يتعلق بالمعلومات في الوثيقتين، وأكدت الدراسة على ضرورة الاستمرار في مشروعات الرقمنة وتطوير البنية الأساسية لمنظومة المعلومات، والإسراع بإصدار قانون حرية تداول المعلومات، بينما رصدت دراسة أمل مصطفى (2017)<sup>(26)</sup> الدور الذى تقوم به المكتبة الوطنية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، وذلك من خلال أدائها لوظائفها الرئيسية وخاصة المتعلقة بجمع التراث الفكرى الوطنى والتعريف به وحمايته، وتوصلت الباحثة إلى إبراز الجهود التي تقوم بها مكتبة الملك فهد الوطنية في الوقوف على ما جاء برؤية المملكة 2030 فيما يتعلق بالتنمية المستدامة.

وعلى صعيد آخر استعرضت دراسة شريف شاهين (2017)<sup>(27)</sup> مؤسسات المعلومات والاقتصاد القائم على المعرفة بين رؤيتي للتنمية المستدامة في مصر والسعودية، والتي أكدت على عدم ورود مصطلح اقتصاد المعرفة أو إدارة ومؤسسات المعلومات في كلا الرؤيتين وهو أمر يستحق من الأكاديميين والمهنيين التفكير في كيفية ادماجهما في كيان المجتمع، وجاءت دراسة M<sup>a</sup> del Mar Ramos (2017)<sup>(28)</sup> لتؤكد تشكيل مكانة المؤسسة من خلال تنظيم المشروعات المستدامة وتبنى السلوك الأخلاقي، كما أوضحت أن السلوك الأخلاقي للمؤسسة وشعورها بالمسؤولية تجاه المجتمع يؤديان دوراً إيجابياً في تشكيل مكانة المؤسسة لدى الجمهور، كما أكدت النتائج أن بناء الحوكمة الجيدة يؤدي دوراً حيوياً يتدخل في العلاقة بين الإدارة المسؤولة ومكانة المؤسسة.

وفي اتجاه تحقيق الشفافية وكفاءة المؤسسات الحكومية جاءت دراسة طارق الحصرى (2016)<sup>(29)</sup> عن استراتيجية التنمية المستدامة: رؤية مصر 2030 والتي أكدت على ضرورة تكوين جهاز إداري فعال يحسن إدارة الدولة ويتسم بالشفافية، مع تقديم خدمات متميزة مرتفعة الجودة تستخدم الأساليب الحديثة، مع وجود نظام يتسم بالشفافية يتفاعل مع المواطن ويخضع للمساءلة المجتمعية، وعن القدرة على الاستدامة جاءت دراسة Vathana Bathmanathan (2016)<sup>(30)</sup> حول دور القدرة على الاستدامة وأسلوب إدارة العمل في تحديد مكانة الشركات العاملة في المجالات المرعية للبيئة، وقد توصلت إلى أهمية عنصر الاستدامة في اتجاه الباحثين من ممارسة الأعمال التقليدية إلى مجال الأعمال التنافسية، مما يترتب عليه إضافة قيمة لعلاماتها التجارية .

أما من حيث الشراكة بين التنمية المستدامة والمسؤولية الاجتماعية جاءت دراسة Oyewole Simon (2016)<sup>(31)</sup> التي استهدفت البحث في كيفية دعم المؤسسات الصناعية في الدول الإفريقية جنوب الصحراء لخطط التنمية المستدامة في إطار نماذج المسؤولية الاجتماعية للشركات، وأكدت على ضرورة وعي المؤسسات الصناعية بالقيمة الحقيقية لتنفيذ نماذج الأعمال المستدامة من أجل تحقيق التكيف مع التغيرات المعقدة والمتزايدة التي تشهدها بيئة العمل، وفي إطار تحقيق الجودة الشاملة جاءت دراسة إلهام شيلي (2014)<sup>(32)</sup> التي تناولت دور إستراتيجية الجودة الشاملة في تحقيق التنمية المستدامة في المؤسسة الاقتصادية، حيث يتم اعتماد المؤسسة على أساليب من أجل تحسين أدائها والحفاظ على سمعتها، وفي نفس الاتجاه جاءت دراسة Kalfagianni, Agni (2011)<sup>(33)</sup> لتؤكد على محددات الحوكمة المرتبطة بخطط التنمية المستدامة وتقييم الظروف الفعالة التي من شأنها أن تدعم خطط التنمية المستدامة في مواجهة الاستثمارات

الخاصة بالشركات عابرة الحدود في المجال الزراعي، وذلك بالتركيز على الدور المحتمل لكل من المجتمع المدني والجهات الفاعلة العامة في مواجهة الشركات عابرة الحدود.

### المحور الثاني: الدراسات التي تناولت وسائل الإعلام والتنمية المستدامة:

كما شهد النتاج الفكري في مجال وسائل الإعلام والتنمية المستدامة، العديد من الدراسات التي تركز على دعم خطط وقضايا واستراتيجيات التنمية المستدامة، وكان من أهمها دراسة نصر الدين عثمان (2017)<sup>(34)</sup> والتي تناولت توظيف الإعلام الجديد في نشر الوعي بقضايا التنمية المستدامة، وتوصلت إلى أن الإعلام الجديد لم يتم توظيفه في مجال التوعية البيئية بشكل كبير، وأن ما يتم نشره في وسائل الإعلام العربية عن البيئة وحمايتها لا يتناسب مع أهميتها، وجاءت دراسة رضا أمين (2017)<sup>(35)</sup> لنتائج اعتماد الجمهور على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة، حيث توصلت إلى أن غالبية المبحوثين يرون أن الإعلام الجديد يقدم معلومات محدودة عن قضايا التنمية المستدامة، إضافة إلى أن الإعلام العربي لا يعطى هذه القضايا مساحة كبيرة من الأهمية، وجاء تويتر في مقدمة شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً من قبل الجمهور.

وعن دور الإعلام في دعم خطط التنمية المستدامة كانت دراسة فوزية الحربي (2016)<sup>(36)</sup> والتي أكدت على تنوع أدوات الإعلام التي تسهم بدور فعال في التنمية المستدامة، وفي إطار توعية الشباب بقضايا التنمية المستدامة جاءت دراسة أيمن بريك (2016)<sup>(37)</sup> حيث أكدت على دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب بقضايا التنمية المستدامة بالتطبيق على رؤية 2030، حيث جاءت قضايا النمو الاقتصادي في المرتبة الأولى من حيث القضايا التي يتابعها الشباب، وجاءت دراسة Ruhet Genc (2016)<sup>(38)</sup> والتي استهدفت البحث في الدور الذي تؤديه وسائل الاتصال لدعم استراتيجيات الاستدامة، وذلك من خلال دورها في إتاحة الفرصة أمام الجمهور للتعبير عن أفكارهم ومشاعرهم، وأكدت على أهمية تأسيس اتصال فعال داخل مختلف المؤسسات، مع ضرورة مراعاة العملية الاتصالية لخصائص النوع الاجتماعي والاختلافات الثقافية بين أفراد الجمهور .

وفي إطار التكامل بين وسائل الإعلام والتنمية المستدامة جاءت دراسة Jeff Sutton (2016)<sup>(39)</sup> والتي توصلت إلى أن الشبكات الاجتماعية وخاصة الفيس بوك وتويتر أدت إلى تبادل الأدوار وتقديم مزيد من الأساليب لنقل المعلومات واستقبالها، كما أتاحت للشركات استخدام قنوات محددة من أجل نقل وتوصيل رسائلها الخاصة بمبادرات الاستدامة إلى جمهورها المستهدف، وتأكيداً على ذلك جاءت دراسة Anne H. Reilly

(2014)<sup>(40)</sup> التي تناولت العلاقة بين الاتصالات المؤسسية وخطط الاستدامة وشبكات التواصل الاجتماعي، وأكدت على اختلاف أنماط الاتصال بين الشركات محل الدراسة وفقاً لمبادرات تعزيز الاستدامة وفقاً لمقاييس التوظيف التي تتبعها هذه الشركات، ووسائل الاتصال المستخدمة فيها، كما قدمت مجموعة من التوصيات للشركات الساعية نحو تطوير أساليب توظيف وسائل الإعلام الاجتماعي والاتصال المستدام.

واستهدفت دراسة (2014) Paolo Mefalopulos and Lucia Grenna<sup>(41)</sup> تقديم رؤية حول نشاط الاتصالات التنموية التي تقوم بها وحدة عمليات الاتصال من أجل تحقيق التنمية المستدامة، وتوصلت إلى أن هذه المسؤولية تقع على عاتق القائمين بالاتصال لإبراز هذه الصلة من أجل التأكيد على عدم وجود أي تناقضات بين عملية الاتصال وعمل المنظمة، بينما هدفت دراسة Cristian Bogdan Onete (2013)<sup>(42)</sup> إلى رصد وتحليل الدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي في تدعيم الأعمال التجارية المستدامة، وتوصلت إلى تأكيد قدرة وسائل التواصل الاجتماعي على التأثير إيجابياً على العلاقة بين كل من وكلاء التوزيع والمتعهدين على نحو يؤدي إلى تدعيم الأعمال المستدامة، وفي إطار دعم خطط التنمية المستدامة جاءت دراسة S. Melkote (2011)<sup>(43)</sup> تناولت الدراسة البحث في طبيعة الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام في مجال دعم وتشجيع خطط التنمية في بلدان العالم الثالث، وأكدت في نتائجها أنه يتم توظيف وسائل الإعلام بطرق مختلفة ومتعددة في إدارة المناقشات حول قضايا التنمية، ودعم وتعزيز خطط وإستراتيجيات التنمية المستدامة.

وتوصلت دراسة رضا عبد الواحد أمين (2008)<sup>(44)</sup> عن دور وسائل الإعلام في تحقيق التنمية المستدامة في بلدان العالم الإسلامي إلى أن وسائل الإعلام بإمكانها القيام بدور مؤثر وفعال في تحقيق التنمية المستدامة لما لها من قدرة على إيصال وشرح وتفسير الأفكار المستحدثة تمهيداً لإقناع الجمهور المتلقي لهذه الرسائل، كما أنها قادرة على حشد الجماهير حول قضايا التنمية المستدامة، خاصة في الوقت الذي قفزت فيه وسائل الإعلام قفزات تكنولوجية هائلة في العشر سنوات الماضية من خلال الانتشار الكبير لشبكة المعلومات الدولية الإنترنت، وقدرتها على حمل مضامين إعلامية متنوعة ومتعددة إلى أي بقعة في العالم.. كما أن الرصد الإعلامي لأداء الشبكة يثبت قيامها بدور هام في عمليات التنمية المستدامة في الشق الاجتماعي والثقافي المتعلق بنشر ثقافة الحقوق الأساسية التي كفلتها المواثيق الدولية ومن قبلها التعاليم السماوية والتعاليم الإسلامية على وجه الخصوص كالحق في حرية الرأي والتعبير، كما توصلت إلى أن وسائل الإعلام قادرة على وضع

أجندة الجماهير وإعادة ترتيب أولويات المرحلة الراهنة من مراحل التطور الإنساني التي تحتاج إلى مزيد من الوعي بالمخاطر البيئية التي تحدد بالأرض والموارد الطبيعية.

### التعليق على الدراسات السابقة:

- يلاحظ بوجه عام أن أغلب الدراسات التي تم إجراؤها على دعم خطط التنمية المستدامة، ودعم استراتيجياتها، والقدرة على الاستدامة وأسلوب إدارة العمل، وتم استخدام أغلبها للمنهج الوصفي.
- اهتمام الدراسات الغربية بالتحليل الشبكي لمواقع التواصل الاجتماعي وتحديد موقع تويتر والفايس بوك، وكذلك تناولت العلاقة بين الاتصالات المؤسسية وخطط الاستدامة وشبكات التواصل الاجتماعي في مقابل عدم اهتمام الدراسات العربية سوى بالشق الميداني عند دراسة المواقع.
- بينما لم تحدد أغلب الدراسات الاستراتيجيات الخاصة بالتنمية المستدامة التي تم اختيارها.

وقد أفادت الدراسات السابقة الدراسة الحالية من خلال تحديد المشكلة البحثية، وتحديد المداخل النظرية المناسبة للدراسة، بجانب اختيار عينة الدراسة والمتمثلة في الجمهور السعودي.

### **تساؤلات وفروض الدراسة:**

#### **أولاً: تساؤلات الدراسة:**

- 1- ما معدل تعرض الجمهور السعودي لوسائل الإعلام الرقمية ؟
- 2- ما مدى اعتماد الجمهور السعودي على وسائل الإعلام الرقمية في متابعة قضايا وأهداف التنمية المستدامة ؟
- 3- إلي أي مدى يثق الجمهور السعودي فيما يتم عرضه من معلومات عن استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات السعودية ؟
- 4- ما دوافع الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية في متابعة استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة ؟
- 5- ما أنواع التأثيرات المترتبة على متابعة استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة ؟

- 6- ما أكثر استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية متابعة في وسائل الاعلام الرقمية ؟
- 7- ما الاتجاه نحو أسلوب تناول وسائل الاعلام الرقمية لاستراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة ؟
- 8- ما أشكال النشاط مع ما يقدم عبر وسائل الإعلام الرقمية عن استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات السعودية؟
- 9- ما المزايا التنافسية التي يمكن أن تتحقق من خلال تعزيز استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة؟

### ثانياً: فروض الدراسة:

في ضوء تحديد مشكلة الدراسة وأهدافها وإطارها النظري تتحدد فروض الدراسة فيما يلي:

**الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض عينة الدراسة من الجمهور السعودي لوسائل الإعلام الرقمية ودرجة اعتمادهم عليها في متابعة قضايا التنمية المستدامة.

**الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية في متابعة استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة والتأثيرات المترتبة على متابعة هذه الاستراتيجيات.

**الفرض الثالث:** توجد علاقة دالة إحصائية بين دوافع الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية في متابعة استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة وثقتهم في التغطية الإعلامية بها.

**الفرض الرابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين دوافع الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية في متابعة استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة وبين المتغيرات الديموجرافية المتمثلة في (النوع - السن - المستوى التعليمي).

**الفرض الخامس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية درجة نشاطك مع ما يقدم عبر وسائل الإعلام الرقمية عن استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية وبين المتغيرات الديموجرافية المتمثلة في (النوع - السن - المستوى التعليمي).

**الفرض السادس:** توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو أسلوب تناول وسائل الإعلام الرقمية لاستراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية باختلاف خصائصهم الديموجرافية (النوع - السن - المستوى التعليمي)

### **الإجراءات المنهجية للدراسة:**

#### **نوع الدراسة ومنهجها:**

يندرج البحث الحالي ضمن البحوث الوصفية Descriptive Researches، التي تهتم بجمع معلومات تتسم بالموضوعية والمنهجية حول الظاهرة محل الدراسة. ويؤكد خبراء مناهج البحث أن البحوث الوصفية هي الأقدر على دراسة الظاهرة البحثية التي تحقق بروزاً وشيوعاً Saliency في المجتمع خلال سنواتٍ قليلةٍ نسبياً<sup>(45)</sup>، ومن ثمَّ فإنَّ البحوث الوصفية هي الأكثر ملائمةً لدراسة ظاهرة مواقع التواصل الاجتماعي التي حققت بروزاً وشيوعاً لدى مستخدميها في مختلف دول العالم على الرغم من حداثة ظهورها، واعتمدت الدراسة في ذلك على منهج المسح بالعينة.

وفي إطار منهج المسح قامت الدراسة بمسح عينة من الجمهور السعودي نظراً لتأكيد الإحصائيات أن الجمهور السعودي الأكثر استخداماً للشبكة العنكبوتية والأكثر انخراطاً في أنشطتها الاتصالية المختلفة، كما يؤكد خبراء الإعلام الجديد أن الشبكة العنكبوتية تتسم بقدرٍ متزايدٍ من المألوفية Familiarity والتفاعلية لدى مستخدميها.<sup>(46)</sup>

#### **عينة الدراسة:**

تم تطبيق البحث على عينة من الجمهور السعودي من مستخدمي وسائل الإعلام الرقمية، حيث بلغت العينة 400 مفردة (ذكور وإناث) من المستويات العمرية والتعليمية المختلفة.

ويوضح الجدول التالي الخصائص العامة لعينة الدراسة:

جدول رقم (1)  
خصائص عينة الدراسة

الإجمالي		البيانات الشخصية	
%	ك		
62.8	251	الذكور	النوع
37.3	149	الإناث	
100	400	الإجمالي	
5.8	23	من 17 إلى 26 عام	السن
27.8	111	من 27 إلى 36 عام	
66.5	266	من 37 إلى 46 عام	
100	400	الإجمالي	
5.3	21	ثانوي	المستوى التعليمي
53.3	213	جامعي	
41.5	166	دراسات عليا	
100	400	الإجمالي	

- يتبين من الجدول السابق خصائص عينة الدراسة حيث بلغت أعداد الذكور 251 مفردة، في حين بلغت أعداد الإناث 149 مفردة، احتلت الفئة العمرية من 37 إلى 46 سنة المركز الأول بنسبة 66.5% يليها فئة من 27 سنة إلى 36 سنة بنسبة 27.8%، ثم الفئة من 17 سنة إلى 26 سنة في المركز الثالث بنسبة 5.8%، أما من حيث المستوى التعليمي فجاء المؤهل الجامعي في المركز الأول بنسبة 53.3%، يلي ذلك الدراسات العليا بنسبة 41.5%، ثم المرحلة الثانوية بنسبة 5.3% .

وقد تم اختيار عينة الدراسة من الجمهور السعودي وذلك للاتي:

- 1- تعد المملكة العربية السعودية من أوائل الدول العربية استخداما لشبكة الانترنت.(47)
- 2- تعزيز الوعي لدى الجمهور السعودي بأهمية معرفة أهداف التنمية المستدامة واستراتيجياتها، وأهمية دورهم في إنجاح الرؤية السعودية الجديدة، ومن ثم ظهرت البرامج التعريفية (الخاصة بأهداف واستراتيجيات التنمية المستدامة) المتوافقة مع رؤيته، وتفكيره.

3- إمداد الجمهور السعودي بالفرص المتاحة له من خلال استراتيجيات التنمية المستدامة، وكيفية مشاركته في استثمارها وإنتاجها.

### وترجع أسباب اختيار وسائل الإعلام الرقمية إلى الآتي:

1- انطلاق أهداف واستراتيجيات التنمية المستدامة عبر وسائل الإعلام الرقمية.

2- التحول الرقمي أحد أهم أركان التحول الوطني، لذا جاءت وسائل الإعلام الرقمية في مجال نشر الأفكار والدعاية الإعلامية للتنمية المستدامة وذلك في جانبين رئيسيين:

**أولاً:** القاعدة الواسعة من الأفراد التي تستخدم وسائل الإعلام الرقمية والتي يمكنها التواصل فيما بينها بسهولة ويسر لإبداء آرائهم ومقترحاتهم حول الاستراتيجيات الخاصة بالتنمية المستدامة.

**ثانياً:** سرعة التواصل لا سيما مع الانتشار الكثيف والواسع لأجهزة الهواتف الذكية لتصل الأخبار والمحتوى أولاً بأول أينما تواجد المستخدم.

### أدوات جمع البيانات:

تم تصميم استمارة استقصاء لجمع البيانات التي تقيس الأبعاد والمتغيرات المختلفة للدراسة، وذلك في ضوء المشكلة البحثية والهدف من الدراسة، فضلاً عن فروض الدراسة وتساؤلاتها في إطار المداخل النظرية التي تعتمد عليها الدراسة، وتضمنت الاستمارة (18) سؤالاً لتغطية أهداف الدراسة بشكل واف، إضافة إلى أسئلة البيانات الشخصية.

### اختبار الصدق والثبات:

#### • اختبار الصدق (Validity):

ويقصد به صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث، وتم القيام بعرض البيانات (صحيفة الاستبيان) على مجموعة من الخبراء والمتخصصين\*\* في مناهج البحث والإعلام والإحصاء، إجراء بعض التعديلات بناء على آرائهم واقتراحاتهم بحيث أصبحت تقيس بالفعل ما صممت لقياسه وتحقق أهداف الدراسة.

#### • اختبار الثبات (Reliability):

يعنى محاولة تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، وهو ما تم على النحو التالي:

تم تطبيق اختبار الثبات على عينة تمثل 10% من العينة الأصلية بعد تحكيم صحيفة الاستبيان، ثم أعادت تطبيق الاختبار مرة ثانية على عينة 5% من المبحوثين بعد إسبوعين من الاختبار الأول، والذي وصل إلى 93%، مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحتها للتطبيق وتعميم النتائج.

### الإطار الزمني لجمع البيانات:

تم إجراء الدراسة الميدانية وتطبيق المسح وجمع البيانات على مدار شهرى نوفمبر وديسمبر من عام 2018.

### متغيرات الدراسة:

ويمكن توضيح متغيرات الدراسة الميدانية (المستقلة – التابعة – الوسيطة) في الشكل التالي:-

### جدول رقم (2)

#### متغيرات الدراسة

المتغير التابع	المتغيرات الوسيطة	المتغير المستقل
تعزيز استراتيجيات التنمية المستدامة	المتغيرات الديموجرافية (النوع – السن – المستوى التعليمي)	الإعلام الرقمي

### التعريفات الإجرائية:

#### 1- الإعلام الرقمي Digital media

هو مصطلح يضم كافة تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية التي تمارس من خلال شبكة الانترنت عن طريق الأجهزة الالكترونية (الوسائط المتعددة) المتصلة بالانترنت، والتفاعل مع المستخدمين الآخرين، وهو الإعلام الذي يستخدم كافة الوسائل الاتصالية المتاحة للوصول إلى الجمهور، ويشتمل الإعلام الجديد على شبكات التواصل الاجتماعي، وتطبيقات الهواتف الذكية التي تمد المستخدم بمعلومات فورية عن الأحداث والقضايا، ويطلق عليه العديد من المسميات منها الإعلام البديل، إعلام الوسائط، الإعلام التفاعلي، الإعلام الشبكي الحى.

#### 2- الجمهور السعودى The Saudi public

يقصد به في إطار الدراسة الحالية الذكور والإناث في المرحلة العمرية من 17 إلى 46 عام في المستويات التعليمية (ثانوى – جامعى – دراسات عليا) ممن يتعامل مع الإعلام

الرقمى وتطبيقاته المختلفة، مثل شبكات التواصل الاجتماعي، والمدونات والمواقع الإلكترونية وغيرهما.

### 3- استراتيجيات التنمية المستدامة Sustainable development strategies

التخطيط لإدارة وحماية قاعدة الموارد الطبيعية وتوجيه التغيير التكني والمؤسسى بطريقة تضمن تحقيق واستمرار إرضاء الحاجات البشرية للأجيال الحالية والمستقبلية.

#### المعالجة الإحصائية للبيانات:

قامت الباحثة بالاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة التحليلية والميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة فى الدراسة الحالية فى كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعامل الانحدار فى قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أى عند مستوى معنوية 0.05 فأقل، وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية :

#### أولاً: المقاييس الوصفية وتشمل:

- 1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية .
  - 2- المتوسط الحسابي
  - 3- الانحراف المعياري وهو الذى يحدد مدى تباعد أو تقارب القراءات عن وسطها الحسابي
  - 4- الوزن النسبى الذى يحسب من المعادلة :
- $$\text{الوزن المئوي} = (\text{المتوسط الحسابي} \times 100) \div \text{الدرجة العظمى للعبارة}$$

#### ثانياً : الاختبارات الإحصائية وتشمل :

- 1- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) .
- 2- تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA

#### ثالثاً : معاملات الارتباط Correlation:

- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)

## نتائج الدراسة الميدانية

الجزء الأول: النتائج العامة للدراسة الميدانية والمقاييس الإحصائية:

المحور الأول: مدى تعرض واستخدام عينة الدراسة من الجمهور السعودي لوسائل الإعلام الرقمية.

1- توزيع عينة الدراسة من الجمهور السعودي وفقاً لمعدل تعرضهم لوسائل الإعلام الرقمية.

### جدول رقم (3)

يوضح معدل تعرض أفراد العينة لوسائل الإعلام الرقمية

%	ك	مدى تعرض عينة الدراسة لوسائل الإعلام الرقمية
75.3	301	دائماً
24.8	99	أحياناً
100	400	الإجمالي

كا: 102.010 درجة الحرية: 1 المعنوية: 0.000 دال

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أعلى نسبة إجابة كانت من نصيب الذين يتعرضون لوسائل الإعلام الرقمية دائماً حيث جاءت بنسبة 75.3%، يلي ذلك التعرض لهذه الوسائل أحياناً بنسبة 24.8%.

وتتفق هذه النتيجة مع ما تظهره المؤشرات الإحصائية المبينة أسفل الجدول من وجود فروق ذات دلالة إحصائية في معدل تعرض أفراد العينة لوسائل الإعلام الرقمية، حيث بلغت قيمة كا<sup>2</sup> 102.010 عند مستوى معنوية 0.000.

وُترجع الباحثة ذلك إلى الإتاحة وسهولة وانخفاض تكلفة الاستخدام التي تتميز بها وسائل الإعلام الرقمية، والشمول في المحتوى ومناقشة مختلف الموضوعات، إضافة إلى الرقمية التفاعلية حيث توفر هذه الوسائل فرص للتواصل والتفاعل والمداخلات المستمرة بين المستخدمين، ومرونة الوصول إلى عدد كبير من مصادر المعلومات والمواقع.

2- توزيع عينة الدراسة من الجمهور السعودي وفقاً لأكثر وسائل الإعلام الرقمية التي يتم استخدامها.

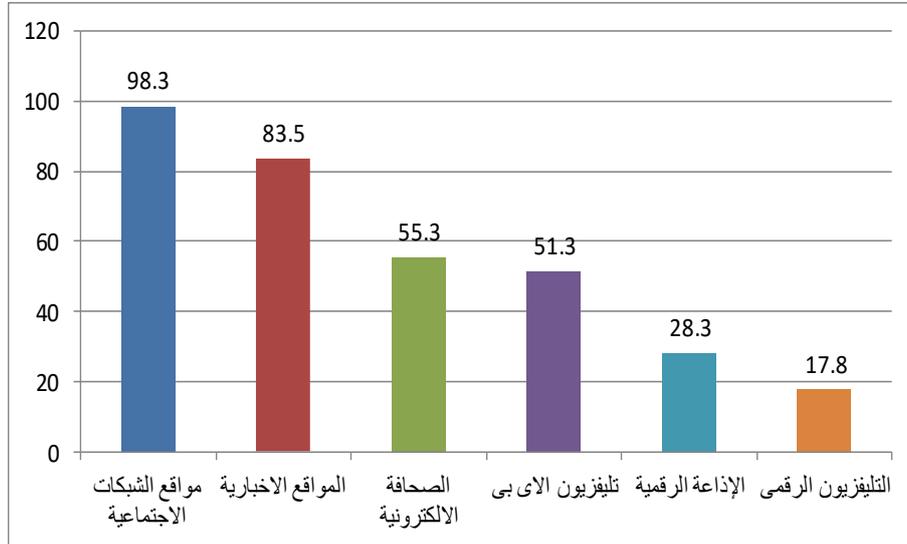
جدول رقم (4)

يوضح أكثر وسائل الإعلام الرقمية استخداماً

ك	%	أكثر وسائل الإعلام الرقمية استخداماً
393	98.3	مواقع الشبكات الاجتماعية
334	83.5	المواقع الإخبارية
221	55.3	الصحافة الالكترونية
205	51.3	تلفزيون الاي بي
113	28.3	الإذاعة الرقمية
71	17.8	التلفزيون الرقمي
400	100	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن أكثر وسائل الاعلام الرقمية استخداماً تمثلت في مواقع الشبكات الاجتماعية حيث بلغت نسبة استخدامها 98.3%، تلى ذلك المواقع الإخبارية بنسبة 83.5%، وتقاربت نسبة استخدام الصحافة الالكترونية مع تلفزيون الاي بي حيث بلغت نسبة 55.3%، أما أقل نسبة استخدام فكانت للتلفزيون الرقمي بنسبة 17.8%، حيث تعبر مواقع الشبكات الاجتماعية عن مواقع الويب والتطبيقات التي تم تصميمها بحيث تسمح للأفراد الذين يستخدمونها بمشاركة المحتوى الخاص بهم من صور وآراء وأحداث بكفاءة وسرعة، كما يمكن النظر لهذه الميزة أو القدرة على مشاركة المحتوى خلال الوقت الفعلي على أنها سبب لتغير الطريقة التي يعيش بها الناس، وأساليب تأديتهم لمهامهم.

تتفق نتيجة هذه الدراسة مع دراسة كل من Anne H. Jeff Sutton<sup>(48)</sup>، Anne H. Reilly<sup>(49)</sup>، Bogdan Onete<sup>(50)</sup>، أيمن بريك<sup>(51)</sup>، حيث أكدت جميعها أن مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في الترتيب الأول بالنسبة لأكثر الوسائل الرقمية استخداماً في دعم خطط التنمية.



شكل رقم (2) يوضح أكثر الوسائل الرقمية التي يتم استخدامها من قبل أفراد العينة

### 3- توزيع عينة الدراسة من الجمهور السعودي وفقاً لمدة استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمية.

#### جدول رقم (5)

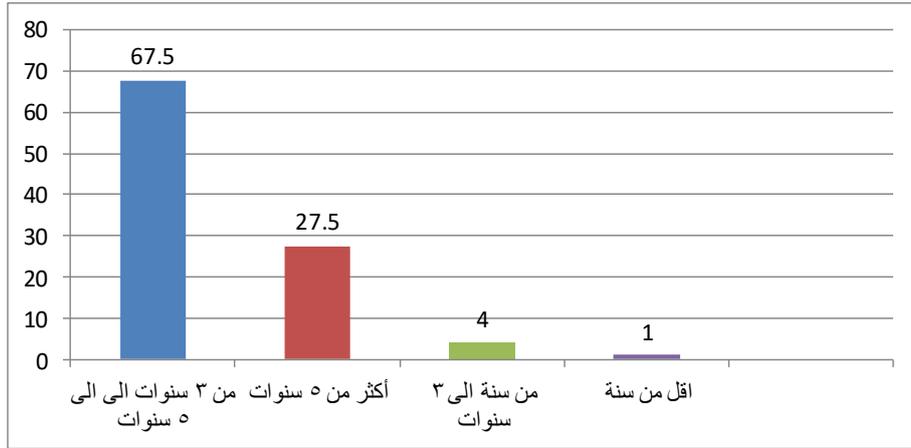
يوضح مدة استخدام عينة الدراسة لموقع تويتر

المدة التي استخدمت فيها عينة الدراسة وسائل الاعلام الرقمية	ك	%
اقل من سنة	4	1.0
من سنة الى 3 سنوات	16	4.0
من 3 سنوات الى 5 سنوات	270	67.5
أكثر من 5 سنوات	110	27.5
الإجمالي	400	100

كا: 452.720 درجة الحرية: 3 المعنوية : 0.000 دال

يتضح من الجدول السابق أن أعلى نسبة إجابة كانت من نصيب الذين تم استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمية من 3 سنوات إلى 5 سنوات حيث بلغت 67.5%، يلي ذلك أكثر من 5 سنوات بنسبة 27.5% ، أما من سنة إلى 3 سنوات فجاءت بنسبة 4.0% ، أما اقل من سنة فجاءت في الترتيب الأخير حيث بلغت 1.0% .

وتتفق هذه النتيجة مع ما تظهره المؤشرات الإحصائية المبينة أسفل الجدول من وجود فروق ذات دلالة إحصائية في المدة التي استخدمت فيها عينة الدراسة وسائل الإعلام الرقمية ، حيث بلغت قيمة كا 2 452.720 عند مستوى معنوية 0.000، وهو ما يعني أن أغلب أفراد العينة لديهم انجذاب لوسائل الإعلام الرقمية، والتي اعتبرت فتحاً ثورياً رقمياً، نقل الإعلام إلى آفاق غير معهودة مسبقاً، وأعطى مستخدميه فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة مما تخطى أفق التوقع.



شكل رقم (3) يوضح مدة استخدام أفراد العينة لوسائل الإعلام الرقمية

4- توزيع عينة الدراسة من الجمهور السعودي وفقاً لعدد مرات استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمية.

#### جدول رقم (6)

يوضح معدل استخدام عينة الدراسة لوسائل الإعلام الرقمية في اليوم الواحد

عدد مرات استخدام عينة الدراسة لوسائل الإعلام الرقمية في اليوم	ك	%
مرة واحدة يومياً	7	1.8
من مرة إلى 3 مرات يومياً	30	7.5
من 3 إلى 6 مرات يومياً	197	49.3
طوال اليوم	166	41.5
الإجمالي	400	100

كا: 273.140 درجة الحرية: 3 المعنوية : 0.000 دال

نتشير بيانات الجدول السابق ان عينة الدراسة من الجمهور السعودي يستخدمون وسائل الإعلام الرقمية بنسبة 49.3% ، 41.5% بما يوافق معدل استخدام من 3 إلى 6 مرات يوميا ، طول اليوم ، على التوالي ، ثم جاء معدل استخدام عينة الدراسة من مرة إلى 3 مرات يوميا بنسبة 7.5% ، ومرة واحدة يوميا بنسبة 1.8%.

وتتفق هذه النتيجة مع ما تظهره المؤشرات الإحصائية المبينة أسفل الجدول من وجود فروق ذات دلالة إحصائية في معدل استخدام عينة الدراسة لموقع تويتر في اليوم الواحد، حيث بلغت قيمة كاسي 273.140 عند مستوى معنوية 0.000

**المحور الثاني: دوافع اعتماد عينة الدراسة من الجمهور السعودي على وسائل الإعلام الرقمية في متابعة قضايا وأهداف التنمية المستدامة.**

5- توزيع عينة الدراسة من الجمهور السعودي وفقاً لمدى اعتمادهم على وسائل الإعلام الرقمية في متابعة قضايا وأهداف التنمية المستدامة.

#### جدول رقم (7)

يوضح مدى اعتماد عينة الدراسة على وسائل الإعلام الرقمية في متابعة قضايا وأهداف التنمية المستدامة

مدى الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية	ك	%
اعتمد بدرجة كبيرة	329	82.3
اعتمد إلى حد ما	69	17.3
لا اعتمد عليها	2	0.5
الإجمالي	400	100

كاسي: 2:447.545 درجة الحرية: 2 المعنوية: 0.000 دال

يتضح من الجدول السابق أن نسبة الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية في متابعة قضايا وأهداف التنمية المستدامة، جاءت في المقدمة نسبة الاعتماد بدرجة كبيرة حيث بلغت 82.3%، وفي الترتيب الثاني جاءت نسبة الاعتماد إلى حد ما حيث بلغت 17.3%، ثم جاءت نسبة عدم الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية والتي بلغت 0.5%.

وتتفق هذه النتيجة مع ما تظهره المؤشرات الإحصائية المبينة أسفل الجدول من وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى اعتماد عينة الدراسة على وسائل الإعلام الرقمية

في متابعة قضايا وأهداف التنمية المستدامة، حيث بلغت قيمة ك<sup>2</sup> 2:447.545 عند مستوى معنوية 0.000

6- توزيع عينة الدراسة من الجمهور السعودي وفقاً لأهداف التنمية المستدامة الأكثر متابعة من خلال وسائل الإعلام الرقمية

جدول رقم (8)

يوضح أهداف التنمية المستدامة الأكثر متابعة من خلال وسائل الإعلام الرقمية

أهداف التنمية المستدامة	ك	%
مدن ومجتمعات محلية مستدامة	361	90.3
القضاء على الجوع	262	65.5
الصحة الجيدة والرفاهية	254	63.5
الحد من أوجه عدم المساواة	232	58.0
التعليم الجيد	218	54.5
العمل اللائق ونمو الاقتصاد	207	51.8
القضاء على الفقر	204	51.0
الصناعة والابتكار والهياكل الأساسية	191	47.8
طاقة نظيفة وبأسعار معقولة	176	44.0
الاستهلاك والإنتاج المسؤولان	170	42.5
المساواة بين الجنسين	165	41.3
السلام والعدل والمؤسسات القوية	160	40.0
المياه النظيفة والنظافة الصحية	157	39.3
عقد الشركات لتحقيق الأهداف	143	35.8
الحياة في البر	82	20.5
العمل المناخي	75	18.8
الحياة تحت الماء	49	12.3
الإجمالي	400	

تعددت أهداف التنمية المستدامة التي تتابعها عينة الدراسة من خلال وسائل الإعلام الرقمية، حيث جاء في مقدمة هذه الأهداف مدن ومجتمعات محلية مستدامة بنسبة 90.3%، تلى ذلك القضاء على الجوع بنسبة 65.5%، وتتنوع الأهداف فيما بين الصحة الجيدة والرفاهية، الحد من أوجه عدم المساواة، التعليم الجيد، وغير ذلك من الأهداف والتي جاء في مرحلة متأخرة منها الحياة تحت الماء بنسبة 12.3%.

ويمكن للباحثة تفسير ذلك حيث يعد برنامج المدن والمجتمعات المحلية المستدامة من البرامج الأساسية التي تعمل على توزيع مكتسبات التنمية بعدالة، وتذليل العقبات التي تحول دون إيجاد اقتصاد متطور وناضج ونظام بيئي أخضر، كما يسعى إلى تطوير رؤية جديدة وإطار تخطيط استراتيجي للمستقبل الحضري متبعاً المعايير العالمية والتي تتماشى مع خطة التحول الاستراتيجي الجديد.

7- توزيع عينة الدراسة من الجمهور السعودي وفقاً لأكثر استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية متبعة في وسائل الإعلام الرقمية.

### جدول رقم (9)

يوضح أكثر استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية متبعة من قبل أفراد العينة

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا		اتابعها		اتابعها		العبارة
				ك	%	ك	%	ك	%	
1	98.7	0.280	2.96	.3	1	1.5	6	98.3	393	برنامج المدن عديمة التلوث كجزء من المدن الذكية المستدامة
2	97.3	.279	2.92	-	-	8.5	34	91.5	366	استخدام بدائل للطاقة
3	93.0	.408	2.79	-	-	21.0	84	79.0	316	تخطيط المدن والإدارة الحضرية.
4	91.3	.442	2.74	-	-	26.5	106	73.5	294	مشاركة الشباب في الترويج السياحي عن المدن والمشاركات التطوعية.
5	91.0	.443	2.73	-	-	26.8	107	73.3	293	تحسين المشهد الحضري في المدن السعودية.
6	90.3	.455	2.71	-	-	29.3	117	70.8	283	توفير العديد من الوحدات المجانية في برنامج الإسكان.
م6	90.3	.453	2.71	-	-	28.8	115	71.3	285	الارتقاء بجودة الخدمات المقدمة في المدن السعودية.
م6	90.3	.457	2.71	-	-	29.5	118	70.5	282	الاهتمام بإقامة النوادي الاجتماعية والأماكن الترفيهية والحدائق العامة والأماكن التجارية (تطوير المدن السعودية)

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا اتابعها		اتابعها احيانا		اتابعها دائما		العبارات
				ك	%	ك	%	ك	%	
7	90.0	0.475	2.70	1	.3	122	30.5	277	69.3	رفع كفاءة الطرق الحضرية ووسائل النقل العام
7م	90.0	.460	2.70	-	-	121	30.3	279	69.8	تطوير وتفعيل ضوابط التصميم العمراني بتحسين البيئة العمرانية
8	89.0	.473	2.67	-	-	134	33.5	266	66.5	دعم أنشطة الأسر المنتجة
8م	89.0	.471	2.67	-	-	132	33.0	268	67.0	وضع آليات فاعلة تساعد على سرعة الإنجاز (الحكومة الالكترونية)
9	88.7	.473	2.66	-	-	135	33.8	265	66.3	التجديد الحضري للأحياء القديمة.
10	88.3	.478	2.65	-	-	141	35.3	259	64.8	تعزيز السلامة المرورية
11	86.3	.493	2.59	-	-	166	41.5	234	58.5	توفير فرص عمل مجزية تسهم في ازدهار ورخاء المدن السعودية.
12	71.0	.342	2.13	-	-	346	86.5	54	13.5	خفض معدلات الفقد في استخدام الطاقة

يتضح من بيانات الجدول السابق تتعدد استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية الأكثر متابعة من قبل أفراد العينة، حيث تبين أن برنامج المدن عديمة التلوث كجزء من المدن الذكية المستدامة جاء بوزن نسبي 98.7، وبفارق بسيط جاء استخدام بدائل للطاقة بوزن نسبي 97.3، ثم جاء بوزن نسبي مقارب تخطيط المدن والإدارة الحضرية، مشاركة الشباب في الترويج السياحي عن المدن والمشاركات التطوعية، تحسين المشهد الحضري في المدن السعودية، توفير العديد من الوحدات المجانية في برنامج الإسكان، الارتقاء بجودة الخدمات المقدمة في المدن السعودية، الاهتمام بإقامة النوادي الاجتماعية والأماكن الترفيهية والحدائق العامة والأماكن التجارية (تطوير المدن السعودية)، رفع كفاءة الطرق الحضرية ووسائل النقل العام، تطوير وتفعيل ضوابط التصميم العمراني بتحسين البيئة العمرانية وذلك كما هو موضح من بيانات الجدول.

وبوزن نسبي واحد بلغ 89.0 جاء كل من دعم أنشطة الأسر المنتجة، وضع آليات فاعلة تساعد على سرعة الإنجاز (الحكومة الالكترونية)، ثم جاء التجديد الحضري للأحياء القديمة، و تعزيز السلامة المرورية بوزن نسبي 88.7 ، 88.3 على التوالي، ثم جاء توفير

فرص عمل مجزية تسهم في ازدهار ورخاء المدن السعودية بوزن نسبي 86.3، وخفض معدلات الفقد في استخدام الطاقة 71.0.

حيث تعد المدن الذكية عديمة التلوث وسيلة هامة لتعزيز تنافسية المدن والاستدامة الحضرية، وخفض الآثار البيئية السلبية، وجذب الاستثمارات الداخلية والخارجية، وإيجاد فرص العمل بها.

8- توزيع عينة الدراسة من الجمهور السعودي وفقاً لإدراكه استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية من خلال وسائل الإعلام الرقمية.

### جدول رقم (10)

يوضح مدى مساعدة وسائل الإعلام الرقمية على إدراك استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	ساعدي بدرجة ضعيفة		ساعدي بدرجة متوسطة		ساعدي بدرجة كبيرة		العيارات
				ك	%	ك	%	ك	%	
1	98.7	0.280	2.96	1	0.3	2	0.5	397	99.3	برنامج المدن عديمة التلوث كجزء من المدن الذكية المستدامة
2	96.3	.319	2.89	-	-	46	11.5	354	88.5	استخدام بدائل للطاقة
3	94.3	.378	2.83	-	-	69	17.3	331	82.8	توفير العديد من الوحدات المجانية في برنامج الإسكان.
4	93.3	.402	2.80	-	-	81	20.3	319	79.8	تخطيط المدن والإدارة الحضرية.
5	93.0	.408	2.79	1	0.3	84	21.0	315	78.8	مشاركة الشباب في الترويج السياحي عن المدن والمشاركات التطوعية.
6	92.0	.426	2.76	-	-	95	23.8	305	76.3	الارتقاء بجودة الخدمات المقدمة في المدن السعودية.

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	ساعدني بدرجة ضعيفة		ساعدني بدرجة متوسطة		ساعدني بدرجة كبيرة		العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
7	91.7	.435	2.75	-	-	25.3	101	74.8	299	وضع آليات فاعلة تساعد على سرعة الإنجاز (الحكومة الالكترونية)
8	91.3	.438	2.74	-	-	25.8	103	74.3	297	تحسين المشهد الحضري في المدن السعودية.
9	91.0	.447	2.73	-	-	27.5	110	72.5	290	رفع كفاءة الطرق الحضرية ووسائل النقل العام
9م	91.0	.445	2.73	-	-	27.0	108	73.0	292	تطوير وتفعيل ضوابط التصميم العمراني بتحسين البيئة العمرانية
10	89.7	.464	2.69	-	-	31.3	125	68.8	275	الاهتمام بإقامة النوادي الاجتماعية والأماكن الترفيهية والحدائق العامة والأماكن التجارية (تطوير المدن السعودية)
11	88.3	.478	2.65	-	-	35.0	140	65.0	260	التجديد الحضري للأحياء القديمة.
12	87.7	.485	2.63	-	-	37.5	150	62.5	250	توفير فرص عمل مجزية تسهم في ازدهار ورخاء المدن السعودية.
13	87.3	.487	2.62	-	-	38.3	153	61.8	247	تعزيز السلامة المرورية
14	86.0	.494	2.58	-	-	41.8	167	58.3	233	دعم أنشطة الأسر المنتجة
15	74.0	.411	2.22	-	-	78.5	314	21.5	86	خفض معدلات الفقد في استخدام الطاقة

جاءت مساعدة وسائل الإعلام الرقمية لأفراد العينة على إدراك استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية على النحو الآتي:

جاء إدراك إستراتيجية برنامج المدن عديمة التلوث كجزء من المدن الذكية المستدامة في المقدمة بوزن نسبي 98.7، ثم جاء إدراك إستراتيجية استخدام بدائل للطاقة بوزن نسبي 96.3، وفي ترتيب متوسط جاءت إستراتيجية وضع آليات فاعلة تساعد على سرعة الإنجاز (الحكومة الالكترونية)، وإستراتيجية تحسين المشهد الحضري في المدن السعودية بوزنين نسبين بلغا 91.7، 91.3 على التوالي، في حين جاء إدراك إستراتيجية رفع كفاءة الطرق الحضرية ووسائل النقل العام، وتطوير وتفعيل ضوابط التصميم العمراني بتحسين البيئة العمرانية بنفس الوزن النسبي البالغ 91.0، وكما أشارت بيانات الجدول أن إدراك الجمهور السعودي لإستراتيجية خفض معدلات فقد في استخدام الطاقة من خلال وسائل الإعلام الرقمية جاء في الترتيب الأخير بوزن نسبي 74.0.

9- توزيع عينة الدراسة من الجمهور السعودي وفقاً لدوافع اعتمادهم على وسائل الإعلام الرقمية في متابعة استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة

#### جدول رقم (11)

يوضح دوافع اعتماد أفراد العينة على وسائل الإعلام الرقمية في متابعة استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة

الترتيب	النسبة الوزن	الاعتراف النسبي	المعبري المتوسط	لا		موافق الي حد ما		موافق بشده		دوافع الاعتماد
				ك	%	ك	%	ك	%	
1	99.3	.148	2.98	-	-	2.3	9	97.8	391	متابعة تطور المدن السعودية في ظل تطبيق التنمية المستدامة.
2	97.3	.275	2.92	-	-	8.3	33	91.8	367	شامل لكل ما ارغب به من معلومات وبيانات خاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة.
3	93.0	.406	2.79	-	-	20.8	83	79.3	317	المشاركة في المناقشات مع الآخرين والاطلاع على آرائهم المختلفة حول استراتيجيات التنمية المستدامة للمدن السعودية.

التبويب	النسبي الوزن	الإحصاف المعياري	المتوسط	لا		موافق الي حد ما		موافق بشده		دوافع الاعتماد
				ك	%	ك	%	ك	%	
4	91.7	.435	2.75	-	-	25.3	101	74.8	299	توفر الخدمات التفاعلية كإضافة صور وفيديوهات وموضوعات خاصة بالمتابعة الدورية لاستراتيجيات المدن السعودية.
5	90.3	.453	2.71	-	-	28.8	115	71.3	285	مساهمة هذه الوسائل الرقمية فى الترويج لاستراتيجيات التنمية المستدامة إعلاميا وعبر كافة مؤسسات الدولة بشكل كبير.
5م	90.3	.457	2.71	-	-	29.5	118	70.5	282	التحدث عبر وسائل الإعلام الرقمية عن نجاح هذه الاستراتيجيات يزيد من قناعات الأفراد بها
6	89.3	.469	2.68	-	-	32.5	130	67.5	270	موضوعية نقل الأحداث الخاصة باستراتيجيات التنمية المستدامة للمدن السعودية.
7	88.3	.478	2.65	.3	1	46.8	187	53.0	212	تكوين آراء صائبة حول الاستراتيجيات المستخدمة للتنمية المستدامة للمدن السعودية.
8	77.3	.465	2.32	-	-	68.5	274	31.5	126	الثقة فيما يتم تقديمه عبر وسائل الإعلام الرقمية

يتضح من بيانات الجدول السابق تتعدد دوافع اعتماد أفراد العينة على وسائل الإعلام الرقمية في متابعة استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة، حيث تبين أن 99.3 منهم كان دافعهم الأساسى متابعة تطور المدن السعودية في ظل تطبيق التنمية المستدامة، في حين جاء دافع شامل لكل ما ارغب به من معلومات وبيانات خاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة بوزن نسبي 97.3، وجاء دافع المشاركة في المناقشات مع الآخرين والإطلاع على آرائهم المختلفة حول استراتيجيات التنمية المستدامة للمدن السعودية بوزن نسبي 93.0، في حين جاءت الدوافع توفر الخدمات التفاعلية كإضافة صور وفيديوهات وموضوعات خاصة بالمتابعة الدورية لاستراتيجيات المدن السعودية، مساهمة هذه الوسائل الرقمية فى الترويج لاستراتيجيات التنمية، التحدث عبر وسائل الإعلام الرقمية عن نجاح هذه الاستراتيجيات يزيد من قناعات الأفراد بها بأوزان نسبية متقاربة بلغت 91.7، 90.3 على التوالي .

وبأوزان نسبية بلغت 89.3، 88.3 جاء كل من دافع موضوعية نقل الأحداث الخاصة باستراتيجيات التنمية المستدامة للمدن السعودية، وتكوين آراء صائبة حول الاستراتيجيات المستخدمة للتنمية المستدامة للمدن السعودية، وأخيراً جاء دافع الثقة فيما يتم تقديمه عبر وسائل الإعلام الرقمي بوزن نسبي 77.3.

ويمكن تفسير هذه النتيجة وفقاً للتطور المذهل في وسائل الإعلام الرقمية في العصر الحالي، أدى إلى ظهور أنواع جديدة من التفاعل، وتحطيم القيود الإعلامية، فلم تعد الرسائل الإعلامية حكراً على المؤسسات، ولم يُعَد الفرد مجرد مستقبل لها كما كان في الماضي، بل أصبح دون تكلفة أو جهد صانعاً ومرسلاً لها هو الآخر، وجزءاً من شبكات تفاعلية ضخمة وسهلة الاستخدام، هي أدوات الإعلام الرقمي الجديد.

إضافة إلى الموضوعية في نقل المعلومات والأحداث الخاصة بالمدن والمجتمعات المستدامة، والتي أدت إلى انجذاب العديد من الأفراد إلى تلك الوسائل الرقمية، والتي من خلال هذه المعلومات يستطيع الأفراد تكوين الآراء الصائبة والفاعلة حول الاستراتيجيات المستخدمة للتنمية المستدامة للمدن السعودية، مما يزيد من ثقة الأفراد فيما يُقدم عبر وسائل الإعلام الرقمية.

**10- توزيع عينة الدراسة من الجمهور السعودي وفقاً لمدى الثقة فيما يتم عرضه من معلومات عن استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات السعودية المستدامة.**

#### جدول رقم (12)

يوضح مدى الثقة فيما يتم عرضه من معلومات عن استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المستدامة.

مدي الثقة فيما يتم عرضه من معلومات عن استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المستدامة	ك	%
اثق بدرجة كبيرة	332	83.0
اثق الى حد ما	68	17.0
الإجمالي	400	100

أوضحت بيانات الجدول السابق أن 83.0% من الجمهور السعودي عينة الدراسة أظهروا ثقتهم بدرجة كبيرة فيما يتم عرضه من معلومات عن استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المستدامة، في حين أوضحت نسبة 17.0% من

إجمالي عينة الدراسة أنهم يثقون في المعلومات عن إستراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة إلى حد ما.

**المحور الثالث: مدى اهتمام عينة الدراسة من الجمهور السعودي بطبيعة مشاركتهم وتفاعلهم مع ما يقدم عبر وسائل الاعلام الرقمية عن استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات السعودية.**

**11- توزيع عينة الدراسة من الجمهور السعودي وفقاً لدرجة تفاعله (نشاطه) مع يقدم عبر وسائل الاعلام الرقمية عن استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات السعودية**

**جدول رقم (13)**

يوضح درجة تفاعل (نشاط) أفراد العينة مع ما يقدم عبر وسائل الاعلام الرقمية عن استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات السعودية

درجة تفاعل عينة الدراسة مع ما يقدم عبر وسائل الإعلام الرقم	ك	%
اتفاعل بدرجة كبيرة	317	79.3
اتفاعل بدرجة متوسطة على حسب الظروف	83	20.8
الإجمالي	400	100

جاء التفاعل بدرجة كبيرة في مقدمة تفاعل عينة الدراسة مع ما يقدم عبر وسائل الإعلام الرقمية بنسبة 79.3% ، تلي ذلك التفاعل بدرجة متوسطة بنسبة 20.8%.

12- توزيع عينة الدراسة من الشباب السعودي وفقاً لأشكال تفاعله (نشاطه) تجاه ما تعرض له من معلومات عن استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات السعودية

جدول رقم (14)

يوضح أشكال تفاعل أفراد العينة مع ما يقدم من معلومات عن استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات السعودية

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا أوافق		موافق إلى حد ما		موافق بشده		أشكال التفاعل
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	99.7	.122	2.99	.3	1	1.3	5	98.5	394	أتناقش مع الآخرين في كل ما أتعرض له بوسائل الإعلام الرقمية بخصوص استراتيجيات التنمية المستدامة للمدن السعودية
2	97.7	.255	2.93	.3	1	6.8	27	93.0	372	إضافة فيديوهات وصور وتعليقات ومقالات خاصة باستراتيجيات التنمية المستدامة للمدن السعودية أو تحميلها وتبادلها
3	95.3	.347	2.86	-	-	14.0	56	86.0	344	المشاركة في إستطلاعات الرأي والتعرف على وجهات نظر الآخرين
4	88.3	.479	2.65	.3	1	35.3	141	64.5	258	أقوم بتعديل الملفات التي اتلقاها وأعيد إرسالها
5	87.3	.487	2.62	.3	1	38.0	152	61.8	247	أقدم بعض الآراء والتحليلات الخاصة بهذه الاستراتيجيات
6	86.3	.492	2.59	.3	1	40.8	163	59.0	236	أقوم بمشاركة الروابط المهمة حول استراتيجيات التنمية المستدامة
7	74.0	.411	2.22	.3	1	78.3	313	21.5	86	أشارك نشر استراتيجيات التنمية المستدامة عبر الوسائل الرقمية

يتضح من بيانات الجدول السابق تعدد أشكال تفاعل (نشاط) أفراد العينة مع ما يقدم عبر وسائل الإعلام الرقمية عن استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن

والمجتمعات المحلية المستدامة حيث جاء في الترتيب الأول المناقشة مع الآخرين في كل ما أتعرض له بوسائل الإعلام الرقمية بخصوص استراتيجيات التنمية المستدامة للمدن السعودية حيث جاءت في المرتبة الأولى بوزن نسبي 99.7، واقترب منها إضافة فيديوهات وصور وتعليقات ومقالات خاصة باستراتيجيات التنمية المستدامة للمدن السعودية أو تحميلها وتبادلها حيث جاءت في المرتبة الثانية بوزن نسبي 97.7، بينما جاء في المرتبة الثالثة المشاركة في إستطلاعات الرأي والتعرف على وجهات نظر الآخرين بوزن نسبي 95.3، وجاءت المرتبة الرابعة والخامسة والسادسة بأوزان نسبية متقاربة بلغت 88.3، 87.3، 86.3 والتي تمثلت في أقوم بتعديل الملفات التي اتلقاها واعد إرسالها، وأقدم بعض الآراء والتحليلات الخاصة بهذه الاستراتيجيات، وفي المرتبة الأخيرة جاء أشارك نشر استراتيجيات التنمية المستدامة عبر الوسائل الرقمية بوزن نسبي 74.0.

وُترجع الباحثة ذلك إلى أن من أهم مميزات وسائل الإعلام الرقمية خلق جو من التواصل في مجتمع افتراضي تقني يجمع مجموعة من الأفراد تختلف آرائهم ومستوياتهم، وتتفق لغتهم التقنية، ويعد الفرد في هذا المجتمع عضو فعال، أي أنه يرسل ويستقبل ويكتب ويشارك، ويسمع ويتحدث ويتعرف على كل ما هو جديد.

وتعد المملكة العربية السعودية من أنشط الشعوب العربية تفاعلا مع وسائل الإعلام الرقمية وقد بدأ النقاش حول ما يتم عرضه من استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة بحملات إعلامية ضخمة عبر وسائل الإعلام الرقمية تتم إدارتها بكل عناية، مستخدمة في ذلك مميزات تلك الوسائل من التفاعلية والسرعة وغيرها، مما يكشف عن تأقلم المملكة مع العصر الرقمي الحديث سعيا للوصول إلى المجتمع الرقمي الجديد.

**المحور الرابع: مدى إدراك عينة الدراسة من الجمهور السعودي لمستوى الخدمة الإعلامية التي تناولت بها وسائل الإعلام الرقمية استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة.**

**13- توزيع عينة الدراسة من الجمهور السعودي وفقاً لاتجاهه نحو أسلوب تناول وسائل الإعلام الرقمية لاستراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة**

جدول رقم (15)

يوضح اتجاه أفراد العينة نحو أسلوب تناول وسائل الإعلام الرقمية إستراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		موافق الي حد ما		موافق		العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
١	99.7	.122	2.99	.3	1	1.3	5	98.5	394	نقص المصادقية في تناولها لاستراتيجيات تطور المدن السعودية.
٢	97.7	.264	2.93	.3	1	7.3	29	92.5	370	التركيز على موضوعات دون أخرى
٣	94.0	.383	2.82	-	-	17.8	71	82.3	329	الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية في تخطيطها للأحداث
٤	93.7	.393	2.81	-	-	19.0	76	81.0	324	معالجة القضية بما يتناسب مع قيمتها
٥	91.3	.442	2.74	-	-	26.5	106	73.5	294	اقتصار التغطية على مجرد ردود أفعال لوقائع محددة
٦	89.7	.465	2.69	.3	1	31.3	125	68.5	274	التوازن في نقل جوانب الأخبار الخاصة باستراتيجيات التنمية المستدامة
٧	86.0	.494	2.58	-	-	42.0	168	58.0	232	تمويلية واكتمال التغطية الإخبارية لاستراتيجيات التنمية المستدامة
٨	84.0	.500	2.52	-	-	47.8	191	52.3	209	عرض تكتيبي لكل ما يثبت عدم صحته
٩	72.7	.385	2.18	.3	1	81.8	327	18.0	72	سطحية تناول استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن.

- أوضحت نتائج الجدول السابق تعدد اتجاهات أفراد العينة نحو أسلوب تناول وسائل الإعلام الرقمية إستراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة، حيث جاء في المرتبة الأولى نقص المصادقية في تناولها لاستراتيجيات تطور المدن السعودية بوزن نسبي 99.7، وبفارق بسيط جاء التركيز على موضوعات دون أخرى حيث بلغ الوزن النسبي 97.7.

أما المرتبة الثالثة والرابعة فكانت من نصيب الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية في تغطيتها للأحداث، معالجة القضية بما يتناسب مع قيمتها بوزن نسبي بلغ 94.0، 93.7 على التوالي، وفي المرتبة الخامسة جاء اقتصار التغطية على مجرد ردود أفعال لوقائع محددة بوزن نسبي 91.3، وتقاربت إلى حد ما الأوزان النسبية لكل من التوازن في نقل جوانب الأخبار الخاصة باستراتيجيات التنمية المستدامة، وشمولية واكتمال التغطية الإخبارية لاستراتيجيات التنمية المستدامة، وعرض تكذيب لكل ما يثبت عدم صحته حيث جاءت بأوزان نسبية 89.7، 86.0، 84.0 على التوالي .

وفي المرتبة الأخيرة جاء سطحية تناول لاستراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن بوزن نسبي 72.7.

- وقد جاء نقص المصادقية في تناول استراتيجيات تطور المدن السعودية في مقدمة أساليب تناول وسائل الإعلام الرقمية كرد فعل لزيادة عدد الرسائل الإعلامية التي تبثها العديد من وسائل الإعلام، وزيادة كمية المواد الإعلامية التي تسعى إلى جذب انتباه الجمهور، إضافة إلى سعي العديد من الجهات لاستغلال هذه الوسائل الإعلامية في صالحها لتبث من خلالها أفكارها واتجاهاتها بغرض التأثير على الجمهور لصالح فكرة معينة.

**14- توزيع عينة الدراسة من الجمهور السعودي وفقاً لمدى تقييمه لمستوى الخدمة الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام الرقمية عن استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة**

جدول رقم (16)

يوضح مدى تقييم أفراد العينة لمستوى الخدمة الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام الرقمية عن إستراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	غير متميزه		متميزه إلى حد ما		متميزه		العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	99.0	.171	2.97	-	-	3.0	12	97.0	388	طريقة العرض
2	95.3	.350	2.86	-	-	14.3	57	85.8	343	موضوعية التغطية الإخبارية والإعلامية
م2	95.3	.347	2.86	-	-	14.0	56	86.0	344	حجم الاهتمام بالقضايا المرتبطة باستراتيجيات التنمية المستدامة للمدن والمجتمعات المحلية المستدامة
3	76.0	.447	2.28	-	-	72.5	290	27.5	110	الأسلوب المستخدم في التغطية الشاملة لكافة التطورات

أشارت بيانات الجدول السابق تقييم أفراد العينة من الجمهور السعودي لمستوى الخدمة الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام الرقمية عن إستراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية، حيث جاء تقييمهم كالتالي:

جاءت طريقة العرض المتميزة في المرتبة الأولى بوزن نسبي 99.0، وفي المرتبة الثانية جاء كل من موضوعية التغطية الإخبارية والإعلامية، وحجم الاهتمام بالقضايا المرتبطة باستراتيجيات التنمية المستدامة للمدن والمجتمعات المحلية المستدامة بوزن نسبي بلغ 95.3، وفي المرتبة الأخيرة جاء الأسلوب المستخدم في التغطية الشاملة لكافة التطورات بوزن نسبي 76.0.

ويمكن تفسير ذلك من خلال تعدد الاستخدامات الإعلامية لوسائل الإعلام الرقمية والتي تتعدد معها طرق العرض من خلال نشر الأخبار، وبيث الحوارات، ومواكبة التغيرات الطارئة على مستوى العالم لحظة بلحظة، والاستخدامات الإعلامية تكاد تكون لها السيطرة، نظرًا لأنها محل اهتمام من الناس، فما من أحد إلا ويهتم بالأحداث التي تمر به، أو بمنطقته، أو بالعالم، حيث إن أي حدث يقع في مكان ما من العالم يؤثر بطريقة أو بأخرى في مناطق أخرى من العالم مع اختلاف طرق العرض الخاصة بها، كما تأتي موضوعية التغطية الإخبارية والإعلامية والتي تعتبر مبدأ هام في المهنة الإعلامية، حيث تشير إلى الإنصاف والتنزه عن المصالح والواقعية واللاحزبية.

كما نجد الأسلوب المستخدم في التغطية الشاملة لكافة التطورات الخاصة بالتنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة يعتبر حجر الأساس لما يشمله من تأثيرات نفسية ومعنوية على المتلقي، ومع تطورها بشكل يتناسب مع تطور التكنولوجيا ووسائل الإتصال للحصول على كافة التفاصيل التي تتعلق بشكل كلي بالتصريحات والوقائع التي تتم أثناء استقبال البيانات والتفاصيل للحدث ويشمل ذلك نشر المعرفة الشاملة للأحداث والتطورات التي طرأت بها.

**المحور الخامس: إدراك عينة الدراسة من الجمهور السعودي للتأثيرات الناتجة عن متابعة استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة، واتجاهاتهم نحوها**

**15- توزيع عينة الدراسة من الجمهور السعودي وفقاً لأنواع التأثيرات الناتجة عن متابعة استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة**

جدول رقم (17)

يوضح أنواع التأثيرات الناتجة عن متابعة استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة  
بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا		موافق		موافق		درجة الموافقة	التأثيرات
				أوافق	ك	إلى حد ما	ك	%	ك		
<b>التأثيرات المعرفية</b>											
1	96.0	.325	2.88	-	-	12.0	48	88.0	352		التوعية بخفض معدلات الفقد في استخدام الطاقة
2	93.3	.402	2.80	-	-	20.3	81	79.8	319		الحرص على الارتقاء بجودة الخدمات المقدمة في المدن السعودية
3	92.0	.426	2.76	-	-	23.8	95	76.3	305		إبراز دور المملكة إقليمياً وعالمياً
<b>التأثيرات السلوكية</b>											
1	98.7	.208	2.96	-	-	4.5	18	95.5	382		المساعدة في اتخاذ القرارات الصائبة فيما يخص استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة
2	91.0	.446	2.73	-	-	27.3	109	72.8	291		المساهمة في دعم أنشطة التنمية المستدامة بالمملكة والخاصة بالمدن السعودية.
3	89.7	.465	2.69	-	-	31.5	126	68.5	274		المساعدة في وضع آليات فاعلة تساعد على سرعة الإنجاز (الحكومة الالكترونية)

4	89.3	.467	2.68	-	-	32.0	128	68.0	272	أصبحت أكثر انخراطا في الحياة العامة والمشاركة في الترويج السياحي للمدن
<b>التأثيرات الوجدانية</b>										
1	91.7	.435	2.75	-	-	25.3	101	74.8	299	تدعيم جهود المملكة في متابعة التطورات الخاصة بتطوير المدن السعودية
2	91.0	.443	2.73	-	-	26.8	107	73.3	293	تدعيم قيمة الالتزام نحو أداء الواجب لدى
3	89.3	.467	2.68	-	-	32.0	128	68.0	272	الحكم على البرامج التنموية في ضوء احتياجات المجتمع
4	89.0	.471	2.67	-	-	33.0	132	67.0	268	المساهمة في تصحيح الصورة الذهنية للمملكة
5	77.3	.465	2.32	-	-	68.5	274	31.5	126	تغذية الشعور بالولاء والانتماء وحب الوطن

#### من خلال نتائج الجدول السابق يتضح الآتي:

- تنوعت التأثيرات الناتجة عن متابعة استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة، ما بين التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية، وتوضح بيانات الجدول أن **التأثيرات المعرفية** تمثلت في العديد من العبارات جاء في بدايتها التوعية بخفض معدلات الفقد في استخدام الطاقة حيث جاءت بوزن نسبي 96.0، بينما جاءت العبارات المتمثلة في الحرص على الارتقاء بجودة الخدمات المقدمة في المدن السعودية، وإبراز دور المملكة إقليمياً وعالمياً في الترتيب الثاني والأخير بالنسبة للتأثيرات المعرفية، وبوزنين نسبين متقاربين 93.3، 92.0.

- وفيما يختص **بالتأثيرات السلوكية** فقد جاءت عبارة المساعدة في اتخاذ القرارات الصائبة فيما يخص استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة في المقدمة بوزن نسبي 98.7، وفي المرتبة الثانية جاءت المساهمة في دعم أنشطة التنمية المستدامة بالمملكة والخاصة بالمدن السعودية بوزن نسبي 91.0

،وتقاربت المساعدة في وضع آليات فاعلة تساعد على سرعة الإنجاز (الحكومة الالكترونية) ، وأصبحت أكثر انخراطا في الحياة العامة والمشاركة في الترويج السياحي للمدن بوزن نسبي بلغ 89.7، 89.3.

- أما بالنسبة للتأثيرات الوجدانية فقد جاء في مقدمتها تدعيم جهود المملكة في متابعة التطورات الخاصة بتطوير المدن السعودية وذلك بوزن نسبي 91.7، وبفارق طفيف جاء تدعيم قيمة الالتزام نحو أداء الواجب لدى بوزن نسبي 91.0، وتقاربت إلى حد ما نسبتي الحكم على البرامج التنموية في ضوء احتياجات المجتمع، والمساهمة في تصحيح الصورة الذهنية للمملكة حيث بلغنا 89.3، 89.0، وفي المرتبة الأخيرة جاء تغذية الشعور بالولاء والانتماء وحب الوطن بوزن نسبي 77.3.

- وغير ذلك من التأثيرات المتنوعة والناجمة عن متابعة استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة، والتي تعد استراتيجيات متكاملة وخطة عمل ممنهجة وجريئة تواجه من خلالها المملكة العديد من التحديات الاجتماعية والاقتصادية حتى يتم دعم تلك الإستراتيجيات.

## 16- توزيع عينة الدراسة من الجمهور السعودي وفقاً لأكثر الوسائط التي يمكن متابعتها والخاصة باستراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة

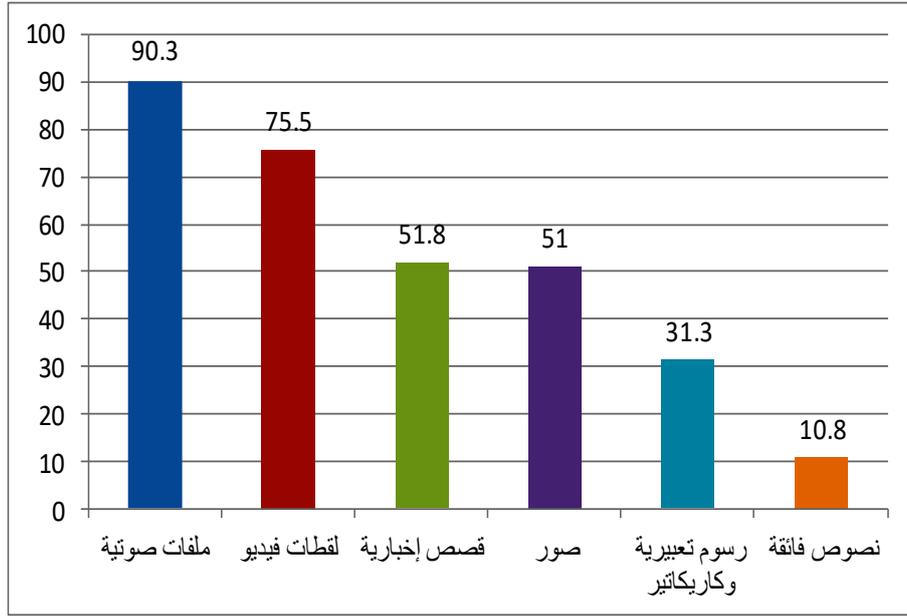
### جدول رقم (18)

يوضح أكثر الوسائط الخاصة باستراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة

الوسائط التي يمكن متابعتها والخاصة باستراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة	ك	%
ملفات صوتية	361	90.3
لقطات فيديو	302	75.5
قصص إخبارية	207	51.8
صور	204	51.0
رسوم تعبيرية وكاريكاتير	125	31.3
نصوص فائقة	43	10.8
الإجمالي	400	

تعكس بيانات الجدول أكثر الوسائط الخاصة باستراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة كالتالي:

- جاءت الملفات الصوتية في المرتبة الأولى بنسبة 90.3%، وبفارق كبير جاءت لقطات الفيديو بنسبة 75.5%، وتقاربت نسبتي القصص الإخبارية، والصور، حيث جاءت بنسبة 51.8%، 51.0% على التوالي، ثم جاءت الرسوم التعبيرية والكاريكاتور بنسبة 31.3%، وأخيراً جاءت النصوص الفائقة بنسبة 10.8%.



شكل رقم (4) يوضح الوسائط الأكثر متابعة والخاصة باستراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة

17- توزيع عينة الدراسة من الجمهور السعودي وفقاً لمدى موافقته لدور الاعلام الرقمية في تعزيز استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة لتحقيق المزايا التنافسية

جدول رقم (19)

يوضح دور الإعلام الرقمي في تعزيز استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة لتحقيق المزايا التنافسية

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق		موافق إلي حد ما		موافق بشدة		دور الإعلام الرقمي
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	99.3	.131	2.98	-	-	1.8	7	98.3	393	لعب الاعلام الرقمي دورا في توفير كافة المعلومات الخاصة باستراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية.
2	95.0	.360	2.85	-	-	15.3	61	84.8	339	ساعد الإعلام الرقمي على زيادة الاقتناع بأهمية هذه الاستراتيجيات لتقدم وتطور المدن والمجتمعات السعودية.
3	93.3	.404	2.80	-	-	20.5	82	79.5	318	قام الإعلام الرقمي بخلق الوعي لدى الأفراد بتعزيز مساهمة الأسر المنتجة في الاقتصاد.
4	93.0	.406	2.79	-	-	20.8	83	79.3	317	ساعد الإعلام الرقمي على تعزيز تحسين المشهد الحضري في المدن السعودية
5	91.7	.434	2.75	-	-	25.0	100	75.0	300	ساعد الإعلام الرقمي على زيادة الوعي نحو تحسين فاعلية وكفاءة منظومة الخدمات الاجتماعية.

6	86.3	.492	2.59	-	-	41.0	164	59.0	236	عزز الاعلام الرقمة ثقافة العمل التطوعى بالمدة السعودية
7	86.0	.494	2.58	-	-	42.0	168	58.0	232	ساعد الاعلام الرقمة في تعزيز تنمية الاقتصاد الرقمة للمدة والمجتمعات المحلية المستدامة.
8	84.7	.499	2.54	-	-	46.3	185	53.8	215	ساعد الاعلام الرقمة في الحكم على البرامج التنمية الجديدة في ضوء احتياجات المجتمع السعودي.
9	77.3	.465	2.32	.3	1	66.3	265	33.5	134	ساعد الاعلام الرقمة على ادراج استراتيجيات التنمية المستدامة في اهتمامات الجمهورية السعودي.

تعددت أدوار الإعلام الرقمة في تعزيز استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة لتحقيق المزايا التنافسية وذلك كالاتى:

جاء في المرتبة الأولى أن الإعلام الرقمة لعب دورا في توفير كافة المعلومات الخاصة باستراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية بوزن نسبي 99.3، تلى ذلك مساعدة الإعلام الرقمة على زيادة الاقتناع بأهمية هذه الإستراتيجيات لتقدم وتطور المدن والمجتمعات السعودية بوزن نسبي 95.0، وبفارق بسيط جاء كل من خلق الإعلام الرقمة الوعى لدى الأفراد بتعزيز مساهمة الأسر المنتجة في الاقتصاد بوزن نسبي 93.3، تعزيز تحسين المشهد الحضري في المدن السعودية بوزن نسبي 93.0، ثم جاء زيادة الوعى نحو تحسين فاعلية وكفاءة منظومة الخدمات الاجتماعية بوزن نسبي 91.7، وبأوزان نسبية متقاربة بلغت 86.3، 86.0، 84.7 على التوالي جاء كل من تعزيز ثقافة العمل التطوعى بالمدن السعودية، وتعزيز تنمية الاقتصاد الرقمة للمدة والمجتمعات المحلية المستدامة، الحكم على البرامج التنموية الجديدة فى ضوء احتياجات المجتمع السعودي، وفى المرتبة الأخيرة جاء إدراج استراتيجيات التنمية المستدامة فى اهتمامات الجمهورية السعودي بوزن نسبي 77.3.

حيث ساعد الإعلام الرقمي على توفير كافة المعلومات حول برنامج المدن السعودية المستقبلية، ووضوح العناصر الأساسية حول تطوير رؤية جديدة وإطار تخطيط استراتيجي للمستقبل الحضري المستدام في المملكة العربية السعودية، والتي تتبع المعايير العالمية وتتماشى مع خطة التحول الاستراتيجي الجديدة لوزارة الشؤون البلدية والقروية، كما عمل على توفير البيانات حول الهدف الرئيس للبرنامج في توفير مدن مزدهرة منتجة وعادلة وشاملة اجتماعياً ومستدامة بيئياً، وذات بنية تحتية كافية ومناسبة وذات جودة حياتية مرتفعة، وذلك من إعلام أفراد المجتمع بالخطة الاستراتيجية التفصيلية والتنفيذية للمشروعات الريادية لتحقيق المدينة السعودية المستدامة، وتحليل أوضاع التشريع العمراني والبنى المؤسسية في المدن السعودية ومدى قدرتها على تنفيذ السياسات، كما ساعد الإعلام الرقمي على دراسة وتحليل الأوضاع الراهنة في المدن السعودية من حيث إمكاناتها وقدراتها في توفير بيئة حضرية مستدامة.

**18- توزيع عينة الدراسة من الجمهور السعودي وفقاً للمزايا التنافسية التي يمكن أن تتحقق من خلال تعزيز استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة.**

جدول رقم (20)

يوضح المزايا التنافسية التي يمكن أن تتحقق من خلال تعزيز استراتيجيات التنمية  
المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا توافق		موافق في حد ما		موافق بصدء		مزايا تنافسية
				%	ك	%	ك	%	ك	
١	99.7	.100	2.99	-	-	1.0	4	99.0	396	توفير بيئة إيجابية جاذبة تتوافر فيها مقومات جودة الحياة للمواطن السعودي
٢	97.0	.294	2.91	-	-	9.5	38	90.5	362	بناء مؤشر محلي موحد لرضا المواطنين
٣	93.3	.401	2.80	-	-	20.0	80	80.0	320	وجود نظام وإطار عام للتشافية ونظام لتداول المعلومات
٤	93.3	.399	2.80	-	-	19.8	79	80.3	321	زيادة فاعلية وتنوع قنوات التواصل الحالية للجهات الحكومية
٥	92.7	.416	2.78	-	-	22.3	89	77.8	311	بناء منظومة لتمكين المشاركة التنموية
٥	90.7	.452	2.72	-	-	28.5	114	71.5	286	ابتكار حرم ونماذج استثمارية وتمويلية ذات أثر اجتماعي فعال بالمدن
٥	90.7	.452	2.72	-	-	28.5	114	71.5	286	التحول الرقمي في جميع المجالات بالمدن السعودية
٦	86.7	.490	2.60	-	-	39.8	159	60.3	241	تنظيم وتمكين الممثل الاجتماعي التنموي
٦	86.7	.491	2.60	-	-	40.0	160	60.0	240	إنشاء برنامج الارتقاء لمراكز تقديم الخدمات الحكومية
٧	77.0	.463	2.31	-	-	69.0	276	31.0	124	تمكين المنظمات غير الربحية من أجل تحقيق أثر أعمق بالمدن السعودية

تعددت المزايا التنافسية التي يمكن أن تتحقق من خلال تعزيز استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة وذلك كما يلي:

جاء في المرتبة الأولى من حيث المزايا التنافسية توفير بيئة إيجابية جاذبة تتوافر فيها مقومات جودة الحياة للمواطن السعودي وذلك بوزن نسبي 99.7، تلى ذلك بناء مؤشر

محلي موحد لرضا المواطنين بوزن نسبي 97.0، وبنفس الوزن النسبي الذي بلغ 93.3 جاء وجود نظام وإطار عام للشفافية ونظام لتداول المعلومات، زيادة فاعلية وتنوع قنوات التواصل الحالية للجهات الحكومية، وفي المرتبة الرابعة جاء بناء منظومة لتمكين المشاركة التطوعية بوزن نسبي 92.7، وفي المرتبة الخامسة جاء كل من ابتكار حزم ونماذج استثمارية وتمويلية ذات أثر اجتماعي فعال بالمدن، والتحول الرقمي في جميع المجالات بالمدن السعودية بوزن نسبي 90.7، أما المرتبة السادسة فكانت من نصيب تنظيم وتمكين العمل الاجتماعي التنامي، وإنشاء برنامج الارتقاء لمراكز تقديم الخدمات الحكومية بوزن نسبي 86.7، وأخيراً جاء تمكين المنظمات غير الربحية من أجل تحقيق أثر أعمق بالمدن السعودية بوزن نسبي 77.0.

- ويمكن تفسير ذلك بأن الإصلاح والتحديث وإرساء نمط عيش وحياة عصرية وتعزيز الدولة المدنية هي من أهم أهداف المملكة العربية السعودية التي تمتلك مقومات جديدة لخلق بيئة متجددة تنطلق من الأبعاد الثقافية والاقتصادية والاجتماعية التي يتحرك من خلالها المجتمع السعودي، ومن هنا أطلقت المملكة أكبر وأهم مشروع يُعنى بالتغيير وتحسين نمط حياة الإنسان السعودي منطلقاً من هذه المعطيات فكان إطلاق مشروع جودة الحياة، الذي يعتبر بمثابة منعطف هام ومصيري على مستوى الحياة الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، ومن هذا المنطلق جاء تتطلع المملكة العربية السعودية، بالإضافة إلى تجسيد رؤية 2030، إلى إدراج عدد من المدن السعودية ضمن قائمة أفضل مئة مدينة للعيش في العالم خلال السنوات القادمة، ويأتي مشروع جودة الحياة بمثابة طموح محقق يتطلع له السعوديون كونه يعمل على رفع جودة البنية التحتية وعلى تحسين شكل ونمط الحياة لدى كل إنسان يعيش على أرض السعودية.

- كما شرع المركز الوطني لقياس أداء الأجهزة العامة إلى البدء في قياس رضا المواطنين عن الخدمات الحكومية المقدمة لهم من تعليم وحة وإسكان ونقل وتوظيف وغير ذلك من الأعمال والخدمات، ويعمل المركز على قياس أداء الأجهزة العامة من خلال تطبيق نماذج ومنهجيات وأدوات موحدة لدعم فاعلية الأجهزة الحكومية، وإصدار تقارير دورية عن مدى تحقق الأهداف الاستراتيجية للجهة المعنية، وحالة مؤشر الأداء، ومدى تقدم المبادرات نحو تحقيق رؤية المملكة وقياس رضا المستفيدين عن تلك الخدمات المقدمة.

## الجزء الثاني: نتائج اختبار الفروض:

**الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض عينة الدراسة من الجمهور السعودي لوسائل الاعلام الرقمية ودرجة اعتمادهم عليها في متابعة قضايا التنمية المستدامة.

### جدول (21)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين كثافة تعرض عينة الدراسة من الجمهور السعودي لوسائل الاعلام الرقمية ودرجة اعتمادهم عليها في متابعة قضايا التنمية المستدامة.

كثافة تعرض عينة الدراسة من الجمهور السعودي لوسائل الاعلام الرقمية			كثافة تعرض الجمهور لوسائل الاعلام الرقمية
معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة	
**0.209	0.000	دال	درجة الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية في متابعة قضايا التنمية المستدامة
400			ن = العينة

تشير البيانات السابقة إلى وجود علاقة دالة إحصائية بين كثافة تعرض عينة الدراسة من الجمهور السعودي لوسائل الاعلام الرقمية ودرجة اعتمادهم عليها في متابعة قضايا التنمية المستدامة، حيث بلغ معامل الارتباط 0.209 عند مستوى معنوية 0.000، وهي قيمة دالة إحصائية، بمعنى أن درجة كثافة التعرض لوسائل الاعلام الرقمية ساعدت على زيادة درجة الاعتماد عليها في الحصول على المعلومات الخاصة بقضايا التنمية المستدامة، وبذلك ثبت صحة الفرض الأول.

**الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع الاعتماد على وسائل الاعلام الرقمية في متابعة استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة والتأثيرات المترتبة على متابعة هذه الاستراتيجيات.

جدول (22)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين دوافع الاعتماد على وسائل الاعلام الرقمية في متابعة استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة والتأثيرات المترتبة على متابعة هذه الاستراتيجيات.

دوافع الاعتماد على وسائل الاعلام الرقمية			دوافع الاعتماد على وسائل الاعلام الرقمية
الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	
دال	0.000	**0.261	التأثيرات المترتبة على متابعة هذه الاستراتيجيات
400			ن = العينة

تشير البيانات السابقة إلى وجود علاقة دالة إحصائية بين دوافع الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية في متابعة استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة والتأثيرات المترتبة على متابعة هذه الاستراتيجيات، حيث بلغ معامل الارتباط 0.261 عند مستوى معنوية 0.000، وهي قيمة دالة إحصائية، وبذلك ثبت صحة الفرض الثاني.

**الفرض الثالث:** توجد علاقة دالة إحصائية بين دوافع الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية في متابعة استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة وثقتهم في التغطية الإعلامية بها.

جدول (23)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين دوافع الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية في متابعة استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة وثقتهم في التغطية الإعلامية بها.

دوافع الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية			دوافع الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية الثقة في التغطية الإعلامية بها
الدلالة	مستوي المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	
دال	0.000	413.	الثقة في التغطية الإعلامية بها
400			ن = العينة

تشير البيانات السابقة إلى وجود علاقة دالة إحصائياً بين دوافع الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية في متابعة استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة والثقة في التغطية الإعلامية بها، حيث بلغ معامل الارتباط 0.413 عند مستوى معنوية 0.000، وهي قيمة دالة إحصائياً، وهذا يعني أن الثقة في وسائل الإعلام الرقمية تؤدي إلى زيادة الدافعية نحو الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية، وبذلك ثبت صحة الفرض الثالث.

**الفرض الرابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين دوافع الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية في متابعة استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة وبين المتغيرات الديموجرافية المتمثلة في (النوع - السن - المستوى التعليمي).

جدول (24)

مدى وجود فروق بين دوافع الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية في متابعة استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة وبين العوامل الديموجرافية المتمثلة في النوع والسن والمستوى التعليمي

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المتغيرات الديموجرافية	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				النوع	السن
0.758 غير دال	398	=ت	0.12548	2.9841	251	ذكور	النوع
		0.309	0.14093	2.9799	149	اناث	
0.532 غير دال	2 397	=ف 0.633	0.00000	3.0000	23	من 17 الي 26 عام	السن
			0.09492	2.9910	111	من 27 الي 36 عام	
			0.14876	2.9774	266	من 37 الي 46 عام	
			0.13129	2.9825	400	الإجمالي	
0.821 غير دال	2 397	=ف 0.197	0.00000	3.0000	21	ثانوي	المستوى التعليمي
			0.13606	2.9812	213	جامعي	
			0.13362	2.9819	166	دراسات عليا	
			0.13129	2.9825	400	الإجمالي	

يتضح من خلال بيانات الجدول عدم وجود فروق بين دوافع الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية في متابعة استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة وبين العوامل الديموجرافية المتمثلة في النوع والسن والمستوى التعليمي:-.

**أولاً: بالنسبة للنوع:** حيث بلغت قيمة (ت. T-Test) 309, عند مستوى معنوية 0.758 وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

**ثانياً: بالنسبة للسن:** بلغت قيمة (ف. ANOVA) 0.633 عند مستوى معنوية 0.532 وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

**أما بالنسبة للمستوى التعليمي:** بلغت قيمة (ف. ANOVA) 0.197، وهي قيمة غير دالة عند مستوى معنوية 0.821، وبذلك ثبت عدم صحة الفرض الرابع.

**الفرض الخامس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية درجة نشاطك مع ما يقدم عبر وسائل الإعلام الرقمية عن استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية وبين المتغيرات الديموجرافية المتمثلة في (النوع -السن – المستوى التعليمي).

### جدول (25)

مدى وجود فروق بين درجة نشاطك مع ما يقدم عبر وسائل الإعلام الرقمية عن استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية وبين المتغيرات الديموجرافية المتمثلة في (النوع -السن – المستوى التعليمي)

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المتغيرات الديموجرافية	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				النوع	السن
0.005 دال	398	ت = 2.848	0.370	1.16	251	ذكور	النوع
			0.451	1.28	149	إناث	
0.270 غير دال	2 397	ف=1.313	0.449	1.26	23	من 17 الي 26 عام	السن
			0.436	1.25	111	من 27 الي 36 عام	
			0.388	1.18	266	من 37 الي 46 عام	
			0.406	1.21	400	الإجمالي	
0.367 غير دال	2 397	ف=1.005	0.884	1.93	15	ثانوي	المستوى التعليمي
			.7120	2.02	257	جامعي	
			0.662	1.95	128	دراسات عليا	
			0.703	2.00	400	الإجمالي	

يتضح من خلال بيانات الجدول بين درجة النشاط مع ما يقدم عبر وسائل الإعلام الرقمية عن استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية وبين النوع:-

نجد فروق ذات دلالة إحصائية حيث بلغت قيمة (ت. T-Test) 2.848 عند مستوى معنوية 0.005، وهي قيمة دالة إحصائية، كما أوضحت نتائج الجدول أن الفروق لصالح الإناث حيث بلغ المتوسط الحسابي الخاص بهم 1.28، وهذا يدل على أنهم أكثر في درجة نشاط مع ما يقدم عبر وسائل الإعلام الرقمية عن استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية.

**ثانياً: بالنسبة للسن:** نجد عدم فروق ذات دلالة إحصائية حيث بلغت قيمة (ف. ANOVA) 1.313 عند مستوى معنوية 0.270 وهي قيمة غير دالة إحصائية.

**أما بالنسبة للمستوى التعليمي:** فيتضح أيضاً عدم وجود فروق دالة إحصائية حيث بلغت قيمة (ف. ANOVA) 1.005، وهي قيمة غير دالة عند مستوى معنوية 0.367، أي أن المؤهل التعليمي لم يكن مؤثراً في درجة النشاط مع ما يقدم عبر وسائل الإعلام الرقمية عن استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية، وبذلك ثبت صحة الفرض الخامس جزئياً.

**الفرض السادس:** توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو أسلوب تناول وسائل الإعلام الرقمية لاستراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية باختلاف خصائصهم الديموجرافية (النوع - السن - المستوى التعليمي).

جدول (26)

مدى وجود فروق فى اتجاهات المبحوثين نحو أسلوب تناول وسائل الاعلام الرقمية  
لاستراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية باختلاف  
خصائصهم الديموجرافية (النوع - السن - المستوى التعليمي).

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المتغيرات الديموجرافية	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				الذكور	النوع
0.888 غير دال	398	ت = 0.140	.08909	2.9920	251	ذكور	النوع
			.08192	2.9933	149	اناث	
0.902 غير دال	2 397	ف = 0.103	.00000	3.0000	23	من 17 الي 26 عام	السن
			.09492	2.9910	111	من 27 الي 36 عام	
			.08655	2.9925	266	من 37 الي 46 عام	
			.08639	2.9925	400	الإجمالي	
0.267 غير دال	2 397	ف = 1.326	.00000	3.0000	21	ثانوي	المستوى التعليمي
			.11812	2.9859	213	جامعي	
			.00000	3.0000	166	دراسات عليا	
			.08639	2.9925	400	الإجمالي	

يتضح من خلال بيانات الجدول عدم وجود فروق اتجاهات المبحوثين نحو أسلوب تناول وسائل الإعلام الرقمية لاستراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية باختلاف خصائصهم الديموجرافية (النوع - السن - المستوى التعليمي): -

**أولاً: بالنسبة للنوع:** حيث بلغت قيمة (ت. T-Test) 140, عند مستوى معنوية 0.888 وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

**ثانياً: بالنسبة للسن:** بلغت قيمة (ف. ANOVA) 0.103 عند مستوى معنوية 0.902 وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

أما بالنسبة للمستوى التعليمي: بلغت قيمة (ف. ANOVA) 1.326، وهي قيمة غير دالة عند مستوى معنوية 0.267، وبذلك ثبت عدم صحة الفرض السادس.

### النتائج العامة للدراسة والتوصيات:

#### أولاً : نتائج الدراسة:

- 1- أظهرت نتائج الدراسة أن أعلى نسبة إجابة كانت من نصيب الذين يتعرضون لوسائل الإعلام الرقمية دائماً حيث جاءت بنسبة 75.3%.
- 2- أظهرت النتائج أن أكثر وسائل الإعلام الرقمية استخداماً تمثلت في مواقع الشبكات الاجتماعية حيث بلغت نسبة استخدامها 98.3%، تلي ذلك المواقع الإخبارية بنسبة 83.5%.
- 3- بلغت أعلى نسبة إجابة كانت من نصيب الذين تم استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمية من 3 سنوات إلى 5 سنوات حيث بلغت 67.5%.
- 4- جاءت نسبة الاعتماد بدرجة كبيرة على وسائل الإعلام الرقمية في متابعة قضايا وأهداف التنمية المستدامة جاءت في المقدمة حيث بلغت 82.3%،
- 5- تعددت أهداف التنمية المستدامة التي تتابعها عينة الدراسة من خلال وسائل الإعلام الرقمية، حيث جاء في مقدمة هذه الأهداف مدن ومجتمعات محلية مستدامة بنسبة 90.3%، تلي ذلك القضاء على الجوع بنسبة 65.5%.
- 6- تعدد استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية الأكثر متابعة من قبل أفراد العينة، حيث تبين أن برنامج المدن عديمة التلوث كجزء من المدن الذكية المستدامة جاء بوزن نسبي 98.7.
- 7- أظهرت النتائج أن 99.3% من عينة الدراسة كان دافعهم الأساسي في متابعة استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة متابعة تطور المدن السعودية في ظل تطبيق التنمية المستدامة .
- 8- أوضحت النتائج أن نسبة كبيرة من الجمهور السعودي عينة الدراسة أظهرت ثقتهم بدرجة كبيرة فيما يتم عرضه من معلومات عن استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المستدامة.
- 9- تعددت أشكال تفاعل (نشاط) أفراد العينة مع ما يقدم عبر وسائل الإعلام الرقمية عن استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة حيث

جاء في الترتيب الأول المناقشة مع الآخرين في كل ما أتعرض له بوسائل الإعلام الرقمية بخصوص استراتيجيات التنمية المستدامة للمدن السعودية حيث جاءت في المرتبة الأولى بوزن نسبي 99.7.

10- أوضحت النتائج تعدد اتجاهات أفراد العينة نحو أسلوب تناول وسائل الإعلام الرقمية استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة، حيث جاء في المرتبة الأولى نقص المصادقية في تناولها لاستراتيجيات تطور المدن السعودية بوزن نسبي 99.7.

11- جاءت طريقة العرض المتميزة في المرتبة الأولى من حيث تقييم أفراد العينة من الجمهور السعودي لمستوى الخدمة الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام الرقمية عن استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية.

12- تنوعت التأثيرات الناتجة عن متابعة استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة، ما بين التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية، فجاء في مقدمة التأثيرات المعرفية التوعية بخفض معدلات الفقد في استخدام الطاقة، وفيما يختص بالتأثيرات السلوكية فقد جاءت عبارة المساعدة في اتخاذ القرارات الصائبة فيما يخص استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة في المقدمة، أما بالنسبة للتأثيرات الوجدانية فقد جاء في مقدمتها تدعيم جهود المملكة في متابعة التطورات الخاصة بتطوير المدن السعودية .

13- جاءت الملفات الصوتية في المرتبة الأولى من حيث أكثر الوسائط الخاصة باستراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة.

14- تعددت أدوار الإعلام الرقمي في تعزيز استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة لتحقيق المزايا التنافسية، حيث جاء في مقدمتها أن الإعلام الرقمي لعب دورا في توفير كافة المعلومات الخاصة باستراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية بوزن نسبي 99.3.

15- تعددت المزايا التنافسية التي يمكن أن تتحقق من خلال تعزيز استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة، حيث جاء في مقدمتها توفير بيئة إيجابية جاذبة تتوافر فيها مقومات جودة الحياة للمواطن السعودي .

- 16- ثبت صحة الفرض القائل توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض عينة الدراسة من الجمهور السعودي لوسائل الإعلام الرقمية ودرجة اعتمادهم عليها في متابعة قضايا التنمية المستدامة.
- 17- ثبت صحة الفرض القائل توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية في متابعة استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة والتأثيرات المترتبة على متابعة هذه الاستراتيجيات.
- 18- ثبت صحة الفرض القائل توجد علاقة دالة إحصائية بين دوافع الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية في متابعة استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة وثقتهم في التغطية الإعلامية بها.
- 19- ثبت عدم صحة الفرض القائل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين دوافع الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية في متابعة استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية المستدامة وبين المتغيرات الديموجرافية المتمثلة في (النوع - السن - المستوى التعليمي).
- 20- ثبت صحة الفرض القائل توجد فروق ذات دلالة إحصائية درجة نشاطك مع ما يقدم عبر وسائل الإعلام الرقمية عن استراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية وبين المتغيرات الديموجرافية المتمثلة في (النوع - السن - المستوى التعليمي) جزئياً.
- 21- ثبت عدم صحة الفرض القائل توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو أسلوب تناول وسائل الإعلام الرقمية لاستراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن والمجتمعات المحلية باختلاف خصائصهم الديموجرافية (النوع - السن - المستوى التعليمي).

### **ثانياً: توصيات الدراسة:**

- 1- إطلاق برامج التنمية المستدامة وما استجد بها من أعمال بجميع مواقع التواصل.
- 2- إقامة العديد من ورش العمل الالكترونية التثقيفية لاسيما للشباب عن أهداف واستراتيجيات التنمية المستدامة.

3- ضرورة إطلاع الجمهور السعودي عما تم تنفيذه من أعمال ومشاريع مدرجة في برامج واستراتيجيات التنمية المستدامة حتى يتم تحفيزه وإخراج طاقاته للإشتراك في تحقيق تنمية مستدامة فعالة..

4- ضرورة وجود متحدثين رسميين عبر مواقع التواصل خاصة موقع تويتر للإجابة على كافة الاستفسارات فيما يخص قضايا وأهداف واستراتيجيات التنمية المستدامة، ومستجداتها بطريقة فعالة.

## هوامش البحث:

- 1- التنمية المستدامة وأهدافها ودور تقنيات المعلومات ، *مجلة العالم الرقمي* ، (ملحق مع جريدة الجزيرة السعودية ) العدد2، لشهر إبريل 2006م.2- كريمة كمال .دور الإعلام الجديد في قضايا التنمية المستدامة ، *مؤتمر الإبداع والابتكار والتنمية المستدامة - جامعة أم القرى – السعودية* ، 2016.
- 3- نحو تنمية مستدامة للمملكة العربية السعودية / الاستعراض الطوعي الوطني الأول، 1439هـ - 2018م [https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/20233SDGs\\_Arabic\\_Report\\_972018\\_FINAL.pdf](https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/20233SDGs_Arabic_Report_972018_FINAL.pdf)
- 4- الساعة 9 صباحا.- دراسة حول إنتشار واستخدام الإنترنت في المنطقة العربية ، 2017. <https://alphabeta.argaam.com/article/detail/104737-4> / تم زيارة الموقع بتاريخ 2018/9/1
- 5- إحصاءات مستخدمي-الإنترنت-في-البلدان- <https://weedoo.tech/I> Ipsos-report-2017/ <http://www.tech-wd.com/wd/2017/10/15/ipsos-report-2017/> إحصاءات مستخدمي الإنترنت في البلدان العربية- 2018.
- 6- حسنين شفيق. *نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي*، ط1، (القاهرة: دار فكر وفن للنشر والتوزيع، 2014) ص.56
- 7- محمود حسن إسماعيل. *مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير*، ط1، (القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003)، ص. 245.
- 8- حسن عماد مكاي، ليلى حسين السيد. *الاتصال ونظرياته المعاصرة*، ط2، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2001) ص. 314.
- 9- Little Jone, Stephen W., *Theories of Human Communication*, (U.S.A: Wads Worth, 2002), P. 288
- 10- رجعت الباحثة في هذه الجزئية الى :
  - محمد عبد الحميد، *نظريات الإعلام واتجاهات التأثير*، مرجع سابق، ص 232 - 233.
  - أحمد فاروق رضوان. اعتماد الجمهور المصرى على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25، *مؤتمر دور وسائل الإعلام في التحولات المجتمعية في الوطن العربي* ، (كلية الإعلام ، جامعة اليرموك ، أربد، 2011) ص 318
  - 11- ملفين ديليفر ، روكيتش ، ساندر بول ، *نظريات وسائل الإعلام* ، ترجمة كمال عبد الرؤوف (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع ، 1993) .

12- نهى عاطف العبد . إعتقاد الشباب الجامعي المصري على شبكات التواصل الإجتماعي في إستقاء معلومات حول ثورة الثلاثين من يونيو، *المجلة المصرية لبحوث الاعلام* ،ابريل /يونيو 2015 ،ص55-154

13- محمد سالم موسى المنفي، دور الصحافة الليبية المحلية في التوعية بقضايا التنمية البشرية: دراسة مسحية للمضمون والقائم بالجمهور والقائم بالاتصال، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، 2007)، ص 54.

14- حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص328-329 .

15- بسيوني إبراهيم حماده. وسائل الإعلام والسياسة: دراسة في ترتيب الأولويات، (القاهرة: دار نهضة الشرق، 1997) ص256

16- محمد رضا محمد حبيب . معالجة وسائل الإعلام التقليدية والجديدة لقضايا الفساد في مصر: دراسة للمضمون والقائم بالاتصال والجمهور، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الاعلام، 2013) ص46

17- حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص316.

18- محمد رضا محمد حبيب. معالجة وسائل الإعلام التقليدية والجديدة لقضايا الفساد في مصر، مرجع سابق، ص48.

19- رجعت الباحثة في هذه الجزئية الى:

- عبد الله عمران علي إبراهيم، اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة الفضائيات العربية للشئون المصرية: دراسة تحليلية ميدانية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، ( القاهرة: كلية الآداب، جامعة الزقازيق، 2009).

- Stanley J. Baran and Dennis Davis, **Mass Communication Theory, Foundations, Ferment and Future** 3rd edition, 2003, P. 321

- Sandra J. R & MG Contor, H Dillman D & Rokeach, **Media System dependency Theory: Responses to the eruption of Mount st. Helens**, In: S Rokeach M. Gontor In: Media, Audience and Social Structural, New Bury Pork, CA: Sage, 1996, P. 118

- Donald I. Fry and Thomas A. McCain, **Community Influentially Media Depending In Dealing with a Controversial Local Issue, Journalism Quarterly**, Vol. 60, No. 3, 1983

- 20 -Leung, L., "College Student Motivations for Chatting on ICQ", **New Media & Society**, Vol. 3, No. 4, 2003, PP. 483: 500 .
- 21- حسنين شفيق. نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، مرجع سابق، ص117
- 22- ثريا أحمد البدوي . **مستخدم الانترنت: قراءات في نظريات الإعلام الجديد ومناهجه**، ط1، (القاهرة: عالم الكتب، 2014) ص150
- 23-Thomas Stafford and Dennis Gonier, “**What Americans like about being Online,**” **Communications of the ACM**, November 2004, 47(11): 107-112
- 24- Deborah S. Chung, “**Blogging activity among cancer patients and their companions: Uses Gratifications, and predictors of outcomes**” In : **Journal of the American society for information science and technology**, Vol.59 , No.2, January 2008 ,P. 298.
- 25- عماد بدر الدين أبو غازي .منظومة المعلومات في استراتيجية التنمية المستدامة في مصر :الادراك – الواقع – الأمل، **مجلة أعلم السعودية**، ع 20، 2017، ص 29 – 57
- 26- أمل وجيه حمدي مصطفى .دور المكتبة الوطنية في تحقيق التنمية المستدامة :دراسة حالة لرؤية المملكة العربية السعودية 2030،، **مجلة أعلم السعودية**، ع 20، 2017، ص 59 – 88.
- 27- شريف كامل محمود شاهين .مؤسسات المعلومات والاقتصاد القائم على المعرفة بين رؤيتين عربيتين للتنمية المستدامة في مصر والسعودية 2030، **المؤتمر الثامن للجمعية السعودية للمكتبات والمعلومات بعنوان "مؤسسات المعلومات في المملكة العربية السعودية ودورها في دعم اقتصاد ومجتمع المعرفة المسؤوليات – التحديات – الآليات – التطلعات"**، الرياض، مج 1، 2017، ص 66. -17
- 28- M<sup>a</sup> del Mar Ramos-González, Mercedes Rubio-Andrés and Miguel Ángel Sastre-Castillo, “**Building Corporate Reputation through Sustainable Entrepreneurship: The Mediating Effect of Ethical Behavior**” Received: 1 August 2017; Accepted: 14 September 2017; Published: 19 September 2017.
- 29- طارق فاروق الحصري .استراتيجية التنمية المستدامة ،رؤية مصر 2030: محور الشفافية وكفاءة المؤسسات الحكومية، **مجلة الإدارة**، مج 53، ع 1، 2016.

- 30-Vathana Bathmanathan. Sustainability and business: **what is green corporate image?**, **IOP Conference Series: Earth and Environmental Science**, Volume 32, conference 1,2016.
- 31- Oyewole Simon Oginni, Adewale Daniel Omojowo, “**Sustainable Development and Corporate Social Responsibility in Sub-Saharan Africa: Evidence from Industries in Cameroon**”, Faculty of Economics and Management, Department of Environmental Economics, Rural Development and Agric-Business, University of Yaoundé Received: 24 October 2015; Accepted: 3 May 2016; Published: 18 May 2016.
- 32- إلهام شيلي. دور استراتيجية الجودة الشاملة في تحقيق التنمية المستدامة في المؤسسة الاقتصادية: دراسة ميدانية في المؤسسة المينائية بسكيكدة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية، 2014.
- 33- Kalfagianni, Agni. "**Determinants of Private Agrifood Governance for Sustainable Development**" Paper presented at the annual meeting of the International Studies Association Annual Conference "Global Governance: Political Authority in Transition", Le Centre Sheraton Montreal Hotel, MONTREAL, QUEBEC, CANADA, Mar 16, 2011 Online <APPLICATION/PDF>.2018-06-17  
[http://citation.allacademic.com/meta/p501033\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p501033_index.html)
- 34- نصر الدين عثمان. توظيف الإعلام الجديد في نشر الوعي بقضايا التنمية المستدامة: الوعي البيئي أنموذجاً، دراسة ميدانية، مجلة بحوث العلاقات العامة، الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ع15، 2017
- 35- رضا عبد الواحد أمين. اعتماد الجمهور على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة، دراسة ميدانية عن الجمهور البحريني، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، ع 17، 2017.
- 36- فوزية حجاب الحربي. دور الإعلام في دعم خطط التنمية المستدامة، ط1 ( القاهرة: عالم الكتب، 2016) ص.150

37- أيمن محمد إبراهيم بريك . دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب المصري بقضايا التنمية المستدامة: دراسة ميدانية ، **مجلة بحوث العلاقات العامة، الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ع 13، 2016.**

38- Ruhet Genç, “**The Importance of Communication in Sustainability & Sustainable Strategies**”, Turkish-German University (TAU), Beykoz 34820-Istanbul,2016.

39- Jeff Sutton, “**Why Social Media and Sustainability Should Go Hand in Hand**” by 3p Contributor on Wednesday, Jun 8th, 2016, CORPORATE RESPONSIBILITY,pp110-135

40- Anne H.Reilly, **Corporate communication, sustainability, and social media: It's not easy (really) being green**, Business Horizons, Volume 57, Issue 6, November–December 2014, Pages 747-758.

41- Paolo Mefalopulos and Lucia Grenna ,“**Promoting sustainable development through strategic communication**”, Communicating Protected Areas, 2014.

42- Cristian Bogdan Onete, Razvan Dina and Denisa Elena Vlad, “**Social Media In The Development Of Sustainable Business**” Bucharest Academy of Economic Studies, Romania Vol. XV, Special No. 7, November 2013, pp.75-102

43- S. Melkote, “**Mass Media in Support of Sustainable Development**” Bowling Green State University, Ohio, USA, Journalism and mass communication, vol .11, mass media support of sustainable development,s.melkote,2011.

44- رضا عبد الواحد أمين . دور وسائل الإعلام في تحقيق التنمية المستدامة في العالم الإسلامي ، مؤتمر **التنمية المستدامة في العالم الإسلامي في مواجهة العولمة** ، (رابطة الجامعات الإسلامية ، القاهرة ) 17 - 19 مايو 2008

45- Given, M. Lisa., (2007), "Descriptive Research", (Online), available at: <http://www.omnilogos.com/2007/03/13/descriptiveresearch/html>, Date of Search: 22/8/2018.

46- إحصائيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية.

<http://www.lahaonline.com/articles/view/48283.htm> / visit in: 21-4-2018

47- إحصاءات-مستخدمي-الإنترنت-في-البلدان- <https://weedoo.tech/I>

إحصاءات مستخدمي الإنترنت في البلدان العربية- 2018.

\*\*\* المحكمين:

- أ.د/جيهان يسرى أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام الأسبق جامعة القاهرة.

- أ.د/مبارك الحازمي أستاذ الإعلام بكلية الاتصال والإعلام جامعة الملك عبد العزيز

- أ.د/أمال حسن الغزاوي أستاذ الإعلام بكلية الاتصال والإعلام جامعة الملك عبد العزيز

- أ.د/ بن عيسى عسلوان أستاذ الإعلام بالمعهد العالي للإعلام والاتصال بالمغرب.

- د/حسان بن عمر بصفر أستاذ الإعلام المشارك بكلية الاتصال والإعلام جامعة الملك عبد العزيز.

48- Jeff Sutton, **op.cit**, pp110-135

49- Anne H. Reilly, **op.cit**, 747-758

50- Bogdan Onete, **op.cit**,75-102

51- أيمن بريك. مرجع سابق، ص 142.