

مجلة العلاقات العامة

الشرق الأوسط



معامل التأثير العربي لعام ٢٠١٨ = ١,٤٨

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة السابعة - العدد الثالث والعشرون - أبريل / يونيو ٢٠١٩ م

أولاً: بحوث بلغات أجنبية

ضبط وسائل الإعلام العمومية النسق والتشريعات في الجزائر

- أ.د. رضوان بوجمعة (جامعة الجزائر ٣) ... ص ٩
د. نور الهدى بوزقاف (جامعة الجزائر ٣)

تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية : دراسة حالة

- أ.م.د. أحمد خميس خليل (الجامعة الأمريكية في الإمارات) ... ص ١٣
أ.م.د. ثريا السنوسي (جامعة الشارقة)

تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تطوير غرفة الأخبار بالإمارات العربية المتحدة

- صفية محمد صالح (جامعة الشارقة) ... ص ١٧

ثانياً: بحوث باللغة العربية

الاتجاهات الحديثة في بحوث استخدامات الشباب العربي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة في الفترة من

يناير ٢٠٠٩م إلى ديسمبر ٢٠١٨ م

- أ.م.د. مصطفى صابر عطية (جامعة الزقازيق) ... ص ٢١
د. غادة مصطفى البطريق (جامعة الطائف)

دور التقنيات الحديثة في إنتاج الأخبار التلفزيونية : دراسة نظرية

- د. عمر إبراهيم بوسعدة (جامعة الملك خالد) ... ص ١٤١

دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم مفهوم المساواة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي

دراسة ميدانية على عينة من الشباب المصري الجامعي في الجامعات الحكومية والخاصة

- د. داليا مصطفى السواح (جامعة حلوان) ... ص ١٦١

دور الإعلام الجديد في الترويج للشائعات وآليات التصدي لها : دراسة ميدانية على أساتذة الإعلام والإعلاميين

- د. نصر الدين عبد القادر عثمان (جامعة عجمان) ... ص ٢١١

الدراسات الاعلامية العربية في مجال الأزمات : دراسة تحليلية من المستوى الثاني

- د. السيد عبد الرحمن علي (جامعة السويس) ... ص ٢٤١

إستراتيجيات وكالات العلاقات العامة في إدارة أزمات المؤسسات التجارية : دراسة استطلاعية

- خديجة حماد حمدي الكبيكي (جامعة أم القرى) ... ص ٣٠٥

ثالثاً: ندوات ومؤتمرات

أعمال ندوة: "العلاقات العامة والشائعات"

- (الجمعية المصرية للعلاقات العامة) ... ص ٣٤٣

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر

رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٢٨٠

جميع الحقوق محفوظة ٢٠١٩ @ APRA

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jprr.epra.org.eg

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د. حسن عماد مكاوي (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - العميد السابق لكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس وعميد معهد الجزيرة العالي لعلوم الإعلام

أ.د. سامي السيد عبد العزيز (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية - العميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العنادر (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طايح (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د. بركات عبد العزيز محمد عبد الله (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث - جامعة القاهرة

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام بجامعة اليرموك - الأردن

أ.د. محمد عبد الستار البخاري (سوريا)

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة مبرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكريا (السودان)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الملك فيصل



جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأية وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٢٤٣٨٠ / ٢٠١٩

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66
Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jprrr@epara.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jprrr.epra.org.eg - www.apr.agency

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثًا متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قِبَل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).
والمجلة ضمن إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في التعليم والاستشارات العلمية والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع ومصنفة دوليًا لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقّيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- أول دورية علمية محكمة في التخصص على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط، وأول دورية علمية عربية في تخصص (الإعلام) تحصل على معامل التأثير العربي Arab Impact Factor بمعامل تأثير = ١,٤٨ بنسبة ١٠٠% في تقرير عام ٢٠١٨م للمؤسسة الأمريكية " NSP نشر العلوم الطبيعية " برعاية اتحاد الجامعات العربية.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقًا لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصليًا ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوبًا باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبَل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءًا من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة ببنت (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold، وهوامش الصفحة من جميع الجهات

- (٢,٥٤)، ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المراجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوماً من إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٢٠٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ \$٥٠٠ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض لمن يحمل العضوية العلمية بالجمعية. وتخفيض (٥٠٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٥) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٢٠ جنيهاً مصرياً للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب \$٥.
- يتم تقديم خصم من قيمة النشر العلمي لعضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى بنسبة (١٠٪) ولأى عدد من المرات خلال العام.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٢٥٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين \$١٥٠.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين \$١٨٠. على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات.
- ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة. ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين \$٣٠٠ ، ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع. ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر \$٣٥٠. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ٨٥٠ جنيهاً ومن خارج مصر \$٤٥٠ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والإيميل المعتمد من المجلة jpr@epra.org.eg، أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

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

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط — تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) — وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالتهم للنشر على النطاق العربي وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحسّلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية التي تصدر محتوى باللغة العربية بمعدل = ١,٣٤، ومعدل ١,٤٨ في عام ٢٠١٨م، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences وبرعاية اتحاد الجامعات العربية. والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العبيكان).

وفي العدد الثالث والعشرين من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال بحثًا ورؤى علمية للأساتذة ولأساتذة المشاركين والمساعدين كذلك الباحثين، مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

ففي البداية نجد بحثًا مشتركًا باللغة الفرنسية مقدمًا من جامعة الجزائر ٣ من: أ. د. رضوان بو جمعة، د. نور الهدى بوزقاو، من الجزائر، اللذان قدما بحثًا عن: "ضبط وسائل الإعلام العمومية النسق والتشريعات في الجزائر".

وقدّم كل من: أ. م. د. أحمد خميس خليل، من العراق، الجامعة الأمريكية بالإمارات، أ. م. د. ثريا السنوسي، من تونس، جامعة الشارقة، دراسة حالة عن: "تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية" باللغة الإنجليزية.

ومن جامعة الشارقة قدمت صفية صالح محمد، من الإمارات، دراسة باللغة الإنجليزية أيضًا ضمن متطلبات حصولها على درجة الماجستير بعنوان: "تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تطوير غرفة الأخبار بالإمارات العربية المتحدة".

وقدّم كل من: أ. م. د. مصطفى صابر عطية، من مصر، جامعة الزقازيق، د. غادة مصطفى البطريق، من مصر، جامعة الطائف، دراسة بعنوان: "الاتجاهات الحديثة في بحوث استخدامات الشباب العربي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة في الفترة من يناير ٢٠٠٩م إلى ديسمبر ٢٠١٨م".

أما د. عمر إبراهيم بوسعدة، من الجزائر، جامعة الملك خالد، فقد قدم دراسة نظرية بعنوان: "دور التقنيات الحديثة في إنتاج الأخبار التلفزيونية".

بينما قدمت د. داليا مصطفى السواح، من مصر، جامعة حلوان، بحثاً بعنوان: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم مفهوم المساواة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية على عينة من الشباب المصري الجامعي في الجامعات الحكومية والخاصة".

ومن جامعة عجمان قدم د. نصر الدين عبد القادر عثمان، من السودان، بحثاً بعنوان: "دور الإعلام الجديد في الترويج للشائعات وآليات التصدي لها: دراسة ميدانية على أساتذة الإعلام والإعلاميين".

وقدم د. السيد عبد الرحمن علي، من مصر، جامعة السويس، دراسة تحليلية من المستوى الثاني لبحثه الموسوم بـ: "الدراسات الإعلامية العربية في مجال الأزمات".

ومن السعودية قدمت خديجة حماد حمدي الكبكي، جامعة أم القرى، دراسة استطلاعية في بحثها عن: "إستراتيجيات وكالات العلاقات العامة في إدارة أزمات المؤسسات التجارية". وأخيراً تضمن العدد ملخص أعمال ندوة "العلاقات العامة والشائعات"، التي تم تنظيمها من قبل مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط والجمعية المصرية للعلاقات العامة بالتعاون مع الاتحاد الإقليمي للجمعيات والمؤسسات الأهلية بالقاهرة.

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقاً لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجة الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قبل الأساتذة المتخصصين. وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيراً وليس آخر ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية: دراسة حالة

إعداد

أ.م.د. أحمد خميس خليل^(*)

أ.م.د. ثريا السنوسي^(**)

^(*) أستاذ الإعلام المشارك في كلية الإعلام والاتصال الجماهيري بالجامعة الأمريكية - الإمارات العربية المتحدة.
^(**) أستاذ الإعلام المشارك ومنسق كلية الاتصال فرع خورفكان - جامعة الشارقة.

تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية: دراسة حالة

أ.م.د. أحمد خليل خميس
akhmedkaleel@yahoo.com
الجامعة الأمريكية بالإمارات

أ.م.د. ثريا السنوسي
tsnoussi@sharjah.ac.ae
جامعة الشارقة

ملخص:

تقيم هذه الدراسة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الشباب العراقي وتأثيرها على هويتهم. وقد تضمن البحث في جزئه الأول دراسة استقصائية كمية من خلال توزيع ٤٠٠ استبانة على عينة من الطلاب المسجلين في أربع جامعات عراقية لاستكشاف خصائص استخدام وسائل التواصل الاجتماعي عندهم ومستوياته. كما ضم الجزء الثاني دراسة نوعية تستند إلى مقابلات شبه مباشرة مع عينة من الكليات العراقية، لتحديد التأثير الذي يمكن أن تحدثه وسائل التواصل الاجتماعي على هوية العينة. وقد أظهرت النتائج أن العينة تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي على نطاق واسع. كما تعتبر هذه الوسائل حسب عينة الطلبة العراقيين وسيلة رئيسية للتزود بالأخبار وكذلك للترفيه والتسلية. وحسب نتائج مقابلات العينة، ينظر أعضاء الهيئات التدريسية في جامعات العينة إلى وسائل التواصل الاجتماعي على أنها تهديد للهوية الأصلية. ويكمن الخطر حسب تصريحاتهم، في بعد الشباب العراقي المستخدم للشبكات الاجتماعية بصفة منتظمة ومكثفة عن القيم الاجتماعية والدينية الأولية. كما استحضرت العينة الاغتراب النفسي والأفكار المدمرة مثل التمييز والكراهية والتعصب كنتاج مهدد للهوية الوطنية. وللتغلب على الجوانب السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي حول الهوية الأصلية للعينة، اقترح المشاركون في المقابلات عدداً من الحلول مثل قيام الطبقة العراقية المتقنة بمهمة توعية على مواقع التواصل الاجتماعي ترمي إلى ترشيد استخدام الشبكات الاجتماعية، فضلاً عن تطوير عدد من الآليات لتعزيز استخدام اللغة العربية.

الكلمات المفتاحية: الاستخدامات، شبكات التواصل الاجتماعي، الهوية، الشباب العراقي، التأثير.

- Ashima, M. W. (2017) "The use of Jordanian university students for the richness of the innovations of social networks and the realized expectations", *Al-Quds Open University Journal for Research and Studies*, Palestine 2017, pp. 337-332.
- Hayes,R. (2008).Providing what they want and need on their own turf: Social networking, the web and young voters. A Paper presented at the annual of the NCA, 94th annual convention 2008, San Diego, CA, USA.
- Maria Noelle V. Motril (2015). Michel Foucault's Gaze and Panopticism on Facebook-Shaming Posts, *University of Santo Tomas, TALISIK: An Undergraduate Journal of Philosophy*, Volume V, Issue no.1. Retrieved from URL: <http://www.talisik.org/2018%20MOTRIL.pdf>
- Marijana M. and Cyril, Ss. (2014). Real self-concept VS digital identity on Facebook, Conference paper, Conference: Communication Electronique Cultures et Identitetes, At Universite du Havre, 2014. Retrieved from URL: https://www.researchgate.net/publication/322339348_REAL_SELF-CONCEPT_VERSUS_DIGITAL_IDENTITY_ON_FACEBOOK
- Matar A. H. (2018) " social networking site role in providing information to young students", survey study at the University of Tabuk, Saudi Arabia, unpublished master thesis, Middle East University, Media College, 2018.
- Sheridan, C. (2016). Foucault, Power, and the Modern Panopticon. Senior's Theses, Trinity College, Spring 2016. Connecticut: Trinity College Digital Repository, 2016. 1-89. Retrieved from URL: <https://digitalrepository.trincoll.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1564&context=theses>
- Snoussi, T. (2019) "New Media and cultural medicalization", *Media Literacy and Academic Research MLAR*, vol 2, No 1, April 2019. ISSN 2585-8726 (Print), ISSN: 2585-9188 (Online). Retrieved from URL: https://www.mlar.sk/wp-content/uploads/2019/04/MLAR_2019_1_clanok_7-1.pdf

mechanisms to enhance the use of the Arabic language and raise the importance of preserving it.

Snoussi (2019, p10) noted that many researches evoked the problematic related to the dual: Digital media vs local education. The proliferation of digital technology contributes to the erosion of the local cultural values and practices. This cultural degeneration in return leads to the loss of the original identity among the young people, disrupting their focus and productivity, and ultimately retarding the social progress. Powerful media nowadays such as social networks are able to wash brains and reshape identities especially for people who are not well educated or young enough to be manipulated easily.

CONCLUSION

At the end, the researchers support the statement about social media impact on initial identities but note that the impact is not always negative and threatening the original oneness of individuals. Cultural and educational interactions also have many advantages and could be seen as a factor contributing to the development of the humanity. In fact, technological development can not in itself constitute a threat to local and ethnic identities and cultures, but the real danger lies in some negative connotations that tend to move away from human virtues, such as inciting hatred, racism and not accepting differences in race, religion or beliefs. As faculties sample stipulated, adherence to the human values can be considered among the constructive solutions in the direction of reducing the impact of negative implications that threaten national civilizations; the interviewed faculties' suggestions are of a great value.

ACKNOWLEDGMENT:

Special thanks go to Dr. Waleed Lateef Abdull, and Dr. Saad Jihad Ajaj, from Baghdad University, for their fruitful collaboration. They spent a huge effort in supervising surveys distribution in the universities included in the sample.

REFERENCES

- Al Jenaibi, B. (2015) "Use of Social media in the UAE", In Journal of Media Critiques, June 2015, vol.1, no.1, pp.48-60. Doi 10.17349/jmc115203, P-ISSN: 2056-9785. Retrieved from URL. https://www.researchgate.net/profile/Badreya_Al_Jenaibi/publication/267423099_Use_of_Social_Media_in_the_United_Arab_Emirates_An_Initial_Study/links/5643145508ae451880a315a9/Use-of-Social-Media-in-the-United-Arab-Emirates-An-Initial-Study.pdf

Respondents assured that social media have a crucial impact on Iraqi young people, and suggested to enhance the intelligentsia (sociologists, scientists, academicians, etc), to produce certain contents to limit the negative effects on Iraqi youth cultural identity. Many proposals were registered as indicated below:

- Raising the awareness of misuse of the social networking sites danger (48.75%),
- Developing mechanisms and strategies to counteract what is transmitted through social media sites targeting local cultural identity ruination (43.75%),
- Developing mechanisms to promote the use of Arabic language and the importance of preserving it (36%),
- Deepening students' awareness of the fourth generation war and intellectual invasion through social networking sites (33.50%).

INTERVIEWS RESULTS DISCUSSION

The danger of social networking sites on identities from faculties' perspective lies in their distance from the initial social and religious values. The sample evoked also the psychological alienation as well as spreading destructive ideas: Discrimination, hatred and intolerance.

According to the sample, the kind of uses mentioned above contribute to destroy the original identity of the young Iraqi students and to sculpt new features that are far from the Arab customs, traditions, language, culture and Islamic values. The mentioned uses do not necessary match with the essence of the Islamic religion mainly, principals like tolerance, brotherhood, peace and harmony in the context of difference.

To overcome the negative aspects of social networking sites and to maintain the youth's cultural and social balance, the respondents proposed several solutions and recommendations that could be summed up in: Enhancing the to produce certain contents and organize spontaneous and regular awareness campaigns through social media to limit the negative effects on youth cultural identity; Raising awareness of misuse of the social networking sites danger and develop

- In social networking sites are publishing topics that contradict the essence of Islamic religion (40.5%),
- Social networking sites lead to psychological alienation (36.75%).
- A number of respondents spoke about other psychological and human negative effects such as:
- Social networking sites develop individual tendencies.
- Social networking sites contribute to the elimination and removal of cultural differences between peoples and thus create a culture of dependency that destroys the cultural specificities of Arab identity.
- Social networking sites contribute to spreading destructive ideas that promote discrimination, hatred and intolerance.

Table 7: Social media content that should be maintained through social media to preserve Iraqi social identity

Responses	Type	%
Phrases		
Raising awareness of misuse of social networking sites danger	Male	54.0
	Female	43.5
	Average	48.75
Developing mechanisms and strategies to counteract what is transmitted through social media sites targeting the local cultural identity ruination.	Male	48.5
	Female	39.0
	Total	43.75
Deepen students' awareness of the fourth generation war and the intellectual invasion through social networking sites	Male	38.5
	Female	28.5
	Average	33.5
Develop mechanisms to promote the use of the Arabic language and the importance of preserving it	Male	38.5
	Female	33.5
	Average	36.0

Table 6: Social media contents threatening the Iraqi young people identity

Responses		Type	%
Phrases			
Social networking sites lead to the abandonment of some Iraqi customs and traditions	Male		50.5
	Female		55.0
	Average		52.7
In social networking sites are publishing topics that contradict the essence of Islamic religion	Male		49.0
	Female		33.0
	Average		40.5
Social networking sites lead to psychological alienation	Male		48.5
	Female		25.0
	Average		36.75
Social networking sites develop individual tendencies	Male		39.0
	Female		20.5
	Average		29.75
Social networking sites contribute to the elimination and removal of cultural differences between peoples and thus create a culture of dependency that destroys the cultural specificities of Arab identity	Male		35.0
	Female		16.5
	Average		25.75
Social networking sites contribute to spreading destructive ideas that promote discrimination, hatred and intolerance	Male		41.0
	Female		23.0
	Average		32.0

The majority of the respondents pointed certain subjects published via social media that could threaten the Iraqi social and cultural identities. The top three evocated contents are listed as the following:

- Social networking sites lead to the abandonment of some Iraqi customs and traditions (52.7%),

The top three most followed contents by the questioned students' sample are:

- News, with 73.0%,
- Leisure, with 71.0%,
- Security, with 58.0%

SURVEY RESULTS DISCUSSION

Iraqi young students included in the sample use social media sites with 81.02%. Facebook seemed to be their favorite application as it appears at the top of the used social networking sites, followed by what's' App., Twitter and YouTube. The sample doesn't seem to be addicted by social media. Thus, two to four hours a day claimed use shows a serious interest on social networking sites content. Respondents claimed being fascinated the most, by the news, as it is top rated with 73%, followed by entertainment then security.

The results match the findings of Al Jenaiby's research results (2015, p.56) announcing that social media usage has been extensive in the Arab world. She also argued that the most well-known social networking tools in the UAE are similar to those used in other countries in the Middle East, including Facebook as the top used one. Social media sites have served as a vital foundation and vehicle for news, data, commercial growth, opinion sharing, cultural production and entertainment.

Besides, Walid Mohammed Ashima results (2017, p337) showed that the use of various social networks reached 92.7%, and the students' purposes of use of these devices varied from the desire of leisure, to the willing of building virtual relationships. A small difference related to the main use purpose is noted; information for Iraqi young students vs leisure for Jordanian youth.

INTERVIEWS RESULTS

The interviews' questions were divided into two themes as follow:

Theme 1: Social media contents threatening the Iraqi young people identity,

Theme 2: Social media content that should be posted and maintained through social media to preserve Iraqi social and cultural identity.

The ranking of the social media sites according to their degree of use for the sample is collected as follow:

- Facebook with a percentage of 30.2%, (9.75% of the questioned students claim not using Facebook at all).
- What's App, with a percentage of 28.1% (10% of questioned students claim not using what's app. At all),
- Twitter with a percentage of 21.9% (18.25% of questioned students claim not using Twitter at all),
- YouTube is used of only 19.9% (30.75 % of questioned students claim not using You Tube at all).

Therefore, Facebook comes at the forefront of social networking sites on which young Iraqi people rely on for their different uses.

Table 4: Average daily hours spent in the social media

Type	Male		Female		Total	
Average hours	Q	%	Q	%	Q	%
2 to4 hrs.	72	36.0	75	37.5	147	36.8
Less than 1h	69	34.5	70	35.0	139	34.8
More than 4hrs	59	29.5	55	27.5	114	28.5
Total	200	100	200	100	400	100

According to the data collected in table 4, 36.8% of the respondents visit social media sites daily (2-4 hours); 36 % of them are males and 37.5% are females.

Table 5: The most followed contents in social media

Type	Male		Female		Total	
Content	Q	%	Q	%	Q	%
news	147	73.5	145	72.5	292	73.0
religion	94	47.0	84	42.0	178	44.5
security	89	44.5	143	71.5	232	58.0
culture	91	45.5	77	38.5	168	42.0
art	73	36.5	73	36.5	146	36.5
science	89	44.5	101	50.5	190	47.5
history	32	16.0	29	14.5	61	15.2
sport	148	74.0	60	30.0	208	52.0
leisure	114	57.0	170	85.0	284	71.0
services	79	39.5	47	23.5	126	31.5
Total	200		200		400	

SURVEY'S RESULTS

The sample characteristics are summarized in the table below:

Table1 : The sample discription

Variable	Groups	Repetition	%
Type	Male	200	50
	Female	200	50
Total		400	100
University type	public	200	50
	private	200	50
Total		400	100
Socioeconomic level	low	115	28.75
	Medium	131	32.75
	high	154	38.5
Total		400	100

Table2: The most used sites by gender

Variable Response:	Male		Female		Total	
	Q	%	Q	%	Q	%
Social media	162	81.0	159	79.5	321	80.2
Blogs	156	78.0	162	81.0	318	79.5
Forums	65	32.5	51	25.5	116	29.0
Public electronic web sites	23	11.5	32	16.0	55	13.8
Electronic specialized sites	22	11.0	25	12.5	47	11.8
Total	200		200		400	

According to the table above, the most three used networks by the sample were:

- Social media with 80. 2%,
- Blogging with 79.5%,
- Forums with 29%

Table3: Ranking of social media according to the sample' use level

Ranking	1st		2nd		3rd		Centric weight
S. N.	Q	%	Q	%	Q	%	%
Facebook	208	52	115	28.8	38	9.5	30.2
What's App	161	40.3	121	30.3	78	19.5	28.1
Twitter	48	12	116	29	163	40.8	21.9
You Tube	26	6.5	122	30.5	129	32.3	19.9
Total weights	400						100

METHODOLOGY

Research Design

In the empirical part of this study, a quantitative approach was employed first, using a survey questions distributed to a sample of students registered in four Iraqi universities. The purpose was to identify the social media uses particularities. Then, a qualitative approach based on semi-structured interviews was able to determine the impact that could social media sites have on Iraqi youth identity and how to surround it, from the perspective of the faculties volunteered to participate in the study.

Population, sample and sampling procedure

The survey was distributed by a number of research collaborators (colleagues) living in Iraq during the period of 01/04/2018 to 30/04/2018. Four hundred (400) students of Iraqi governmental universities (University of Baghdad - Mustansiriya University) and private universities (University of Nahrain - Iraqi University) were questioned. The interviews were conducted in parallel with the surveys distribution. A sample of five (5) faculties was extracted from each university. 20 interviews were obtained and 20 respondents (10 males and 10 females) have participated.

To extract the survey's results, the researchers used SPSS. Some statistical methods that fit the nature of the required data were chosen, such as repetitions and percentages as well as the arithmetical averages and the standard deviations.

Researchers chose then to complete this paper with a qualitative approach by faculties' interviews. They believe that interviews will provide more accurate answers and reactions during the face- to- face discussions, where body language can be easily detected and taken into consideration during the interpretation process. Supplementary questions could also be added to the interview guide when needed. Interviews were conducted via Skype by the researchers and took 30 to 45 minutes each.

SIGNIFICANCE OF THE STUDY

The study would be a quality addition in terms of understanding the social media usage and impact on the students' identity. The outcome of the study will help to strategize and reconstruct students' attitude towards social media usage. It also provides researchers and academics with further evidences about the role that social media may play on reshaping identities and manipulating young people's beliefs on many topics.

LITTERATURE REVIEW

- A research paper was published by Mater Abdullah Hamdy study (2018) entitled: "Adopting university youth on social networking sites in providing information, survey study at the University of Tabuk, Saudi Arabia". The study aimed to identify the degree of youth of Saudi Arabia's dependence on social networking to provide information, news and knowledge. The paper relied on the descriptive method and a questionnaire has been applied to a sample of the University of Tabuk students in the Kingdom of Saudi Arabia. Several results were reached including that the most important motivations for the use of Saudi social networking sites are entertainment, news updates, and socializing with friends and relatives. Results showed also that the interest in politics is very low.
 - A research paper published by Walid Mohammed Ashima (2017) entitled: "The use of Jordanian university' students to enrich the innovations of interactive networks and their gratifications", aimed to identify why the Jordanian university' students use social media. The results showed that the use of various social networks reached 92.7%, while the intensity of use was increased during the period 2011 to 2014, and the students' purposes of use of these devices varied from the desire of leisure, to the willing of building virtual relationships.
 - Al Jenaiby (2015) research paper about social media use in the UAE, was focused on how social media were integrated in the Emirati society. The researcher noticed that the most popular types of social networks in the Emirates are generally the same as those used in other regions across the Middle East, North Africa and beyond. Social media are perceived as a vital source of information, vehicle of news, opinion sharing, cultural production and entertainment.
- To sum, several studies were focused on the uses of social media among young people in several Arabic countries to determine uses nature, level and particularities. This paper will not only invest in exploring the uses of social media among the young Iraqi universities' students, but also, will focus on the impact that social media may have on the identify construction, from faculties' perspective.

INTRODUCTION

Internet modern applications have created not only a new form of interpersonal relationships, overcoming spatial and temporal limitations, but also a new life style sentenced to standardized values. Social features are globalized at the expense of local virtues and traditions, which represents a threat to the original identities.

The researchers raised the question about the social networks uses by Iraqi youth and their impact on their social and cultural identities. A sample of Iraqi university students was questioned in order to explore the social media use nature, level and particularities. A sample of faculties was interviewed in parallel, to determine whether or not social media were considered as influential factor on ruining local identity and reshaping a globalized model.

Therefore, this study investigates the level of exposure and the nature of social media uses as well as their impact on the initial identity from faculties' perspective.

STATEMENT OF THE PROBLEM

The main question raised in this paper is: How far can we assure that social media usage has a distinctive impact on the university students' identity in Iraq? The following sub-questions were considered:

- Do Iraqi students use social media? & with which frequency?
- How do Iraqi students use Social Media?
- Which kind of social media are the most used by the sample?
- To what extent has social media supported students' original identity?
- What are the threats that social media could present on the social and cultural identities, if any?

This study draws from "Uses and Gratification Theory" that was developed to understand mass media impact in the 1970's, by Katz and his team. The theory states how the receivers use Media to satisfy their needs and to get specific gratifications (Al Jenaibi, 2015, p. 57). In this paper, a focus will be put on the nature and particularities of the social media use among an Iraqi students' sample, as well as faculties' attitude about the social media impact on the expressed young Iraqi students' identity.

This study will certainly determine if social media can be considered as influential factor on reinforcing local identities or reshaping them, leading to a unified – globalized identity model.

Impact of Social Media Use on Identity: A Case Study

Associate Prof. Dr. Akhmed Kaleel

akhmed.khamis@uae.ae

College of Media and Mass Communication

American University in the Emirates

Associate Prof. Dr. Thouraya Snoussi

tsnoussi@sharjah.ac.ae

College of Communication,

University of Sharjah

Abstract

This study assesses the use of social networking sites by Iraqi youth and its impact on their identity. A quantitative approach was employed first, using a survey questions distributed to a sample of students registered in four Iraqi universities to explore the social media uses depth and characteristics. Then, a qualitative study based on semi-structured interviews with a sample of Iraqi faculties, was able to determine the impact that could social media have on the sample' identity. Results showed that social media have been used extensively, mainly the Facebook, what's App. and Twitter. The mentioned social networks have served as a vehicle of news and entertainment. Faculties perceived social media as a threat to the original identity. The danger lies in their distance from the initial social and religious values. The sample evocated also psychological alienation as well as destructive ideas such as discrimination, hatred and intolerance. To overcome the negative aspects of social media on the sample's original identity, the respondents proposed several solutions such as enhancing the intelligentsia to raise the awareness of misuse of social networks and develop a number of mechanisms to enhance the use of the Arabic language.

Keywords: Social Media, Uses, Impact, identity, youth, Iraqi youth

Impact of Social Media Use on Identity: A Case Study

Dr. Akhmed Kaleel ⁽¹⁾

Dr. Thouraya Snoussi ⁽²⁾

⁽¹⁾ Associate professor, College of Media and Mass Communication, American University in the Emirates (UAE).
Dubai, Int. Academic City, P.O. Box: 503000, akhmed.khamis@uae.ae

⁽²⁾ Associate professor, College of Communication, University of Sharjah, P.O. Box 27272 Sharjah (UAE),
(correspondent author), tsnoussi@sharjah.ac.ae

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit number : 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt,

Menofia - Shibeen El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt,

Giza, Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

Email: ceo@apr.agency - jprr@epra.org.eg

Web: www.apr.agency, www.jprr.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 2000 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 500 \$.with 50% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1000 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 250 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- The manuscript does not exceed 35 pages of A4 size. 20 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 5 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 10 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Three copies of the journal and three Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 250 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 350 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. Three copies of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,
 Arab Republic of Egypt, Menofia, Shibben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
 Postal Code: 32111 - P.O Box: 66
 And also to the Journal email: jpr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- It is the first arbitative scientific journal with this field of specialization on the Arab world and the Middle East. Also, the first Arab scientific journal in the specialty of (media) which obtained the Arab Impact Factor with a factor of 1.48 = 100% in the year of 2018G report of the American Foundation NSP "Natural Sciences Publishing" Sponsored by the Arab Universities Union.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.

Founder & Chairman

Dr. Hatem Moh'd Atef

EPRA Chairman

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty
of Mass Communication - Cairo University
Head of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Managers

Prof. Dr. Mohamed Moawad

Media Professor at Ain Shams University & former Dean
of Faculty of Mass Communication - Sinai University
Head of the Consulting Committee of EPRA

Prof. Dr. Mahmoud Youssef

Professor of Public Relations & former Vice Dean
Faculty of Mass Communication - Cairo University

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. Thouraya Snoussi (Tunisia)

Associate professor of Mass Communication &
Coordinator College of Communication
University of Sharjah (UAE)

Dr. Suhad Adil (Iraq)

Associate Professor of Public Relations
Mass Communication Department
College of Arts - Al-Mustansiriyah University

Dr. Nasr Elden Othman (Sudan)

Assistant Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences
Ajman University (UAE)

Public Relations Manager

Alsaeid Salm

English Reviewer

Ahmed Badr

Arabic Reviewer

Ali Elmehy

E- Site Manager

Mohamed Ali

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt

Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 2 Ahmed Zayat Street

Publications: Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt

Menofia - Shiben El-Kom - Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073

Tel : +2237620818

www.jpr. epra.org.eg

Email: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Advisory Board **

JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information
and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Hassan Mekawy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai
University

Prof. Dr. Samy Abd Elaziz (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of
Information, Cairo University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

Prof. Dr. Mahmoud Youssef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice- Dean for Community Service at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Barakat Abdul Aziz Mohammed (Egypt)

Professor of radio and television & Vice- Dean of the Faculty of Mass Communication for
Graduate Studies and Research, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King
Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice- Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

Prof. Dr. Mohamed Elbokhary (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek
national Ulugbek Beck

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya, (Sudan)

Professor of Mass Communication at King Faisal University – Former Dean of the Faculty of Community
Development at the University of the Nile Valley, Sudan.

Journal



of P R e s e a r c h

Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific refereed Journal - Supervision by Egyptian Public Relations Association - Seventh year - Twenty Third Issue - April / June 2019

Arab Impact Factor 2018 = 1.48

French Researches:

- **Prof. Dr. Redouane BOUDJEMA** - Université d'Alger3
Dr. Nor El Houda BOUZEGAOU - Université d'Alger3
La régulation des médias de service public : Système et législations en Algérie 7

English Researches:

- **Associate Prof. Dr. Akhmed Khamis Kaleel** - American University in the Emirates
Associate Prof. Dr. Thouraya Snoussi - University of Sharjah
Impact of Social Media Use on Identity: A Case Study 23
- **Safia Mohammad Saleh** - University of Sharjah
The Impact of Social Media on Newsroom Operations in the UAE 37

Abstracts of Arabic Researches:

- **Associate Prof. Dr. Moustafa Saber Elnemr** - Zagazig University
Dr. Ghada Moustafa Elbatrik - Taif university
Modern Trends in Arab Youth Use Research for Traditional and New Media from January 2009 to December 2018 55
- **Associate Prof. Dr. Omar Ibrahim Boussada** - King Khalid University
The Role of Modern Techniques in News Production Television:
A Theoretical Study 56
- **Dr. Dalia Moustafa El Sawah** - Helwan University
The Role of Social Networking Sites in Supporting the Concept of Social Accountability of University Students: Field Study on a Sample of Egyptian University Students in Public and Private Universities 57
- **Dr. Nasruddin Abdulqader Osman** - Ajman University
The Role of the New Media in the Promotion of Rumors and Mechanisms to Prevent them: Field Study on Media Professors and Journalists 59
- **Dr. El-Sayed Abdel-Rahman Ali** - Suez University
The Arab Communication Studies in Crises: An Analytical Study: (Meta-Analysis) 60
- **Khadijah Hammad Hamdi Alkabkabi** - Umm Al-Qura University
Strategies of Public Relations Agencies in Management of the Crises of Enterprises: "Survey Study" 61

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt

Deposit number : 24380 /2019

Copyright 2019@APRA

www.jprr.epra.org.eg

