

The Digital Development Media and Sustainable Development: the UN's Use of Twitter to Disseminate the Sustainable Development Goals

Najm Abed Khalaf Alhatimi Aleessawi^{1*}, Samar Makanai², Kamel Khurshid Murad²

¹ Department of Researches and Studies, Association of Arab Universities, Amman, Jordan.

² Department of Journalism and Media, Faculty of Media, Middle East University, Amman, Jordan.

Received: 11/2/2022
Revised: 14/7/2022
Accepted: 10/11/2022
Published: 30/10/2023

* Corresponding author:
najmaleessaw@aaruu.edu.jo

Citation: wi, N. A. K. A. ., Makaanai, S. ., & Murad , K. K. . (2023). The Digital Development Media and Sustainable Development: the UN's Use of Twitter to Disseminate the Sustainable Development Goals. *Dirasat: Human and Social Sciences*, 50(5), 479–497.
<https://doi.org/10.35516/hum.v50i5.586>



© 2023 DSR Publishers/ The University of Jordan.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) license
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

Abstract

Objectives: The research aimed to reveal the effectiveness of using the United Nations of the digital media platform "Twitter" in educating the Arab public about the sustainable development goals (SDGs), and to identify the most values included in its content.

Methods: The study used content analysis to examine (671) United Nations tweets on Arabic Twitter from November and December 2021. Five key categories were analyzed: SDGs, communicative dimensions, communication medium, symbolic attachment, and tweet source.

Results: Goal (16) of SDGs, which states "peace, justice and strong institutions" ranked first in the United Nations content on Twitter (39.8%), followed by goal (13) which states on "climate action" (19.2%). The results also showed that the communication dimension "media news" ranked first in the tweets of the United Nations on Twitter (32.3%), followed by the communication dimension "incitement and encouragement" (30.6%). It appeared through the results that the most communication media accompanying the content of the United Nations on Twitter was "text with attachment" (94.5%). The symbol # appeared in (68.4%) of the total content, while the mention @ appeared in (19.8%) of the content. It was also found that most source of tweeting was "original tweet" (64.4%), then "retweet" (35.6%).

Conclusions: Social media platforms and networks represent an effective digital communication environment to educate society about SDGs, and urge them to cooperate in order to achieve a safe, stable and sustainable society.

Keywords: Sustainable development goals (SDGs), developmental media, digital media, Twitter, United Nations.

الإعلام التنموي الرقمي والتنمية المستدامة: توظيف الأمم المتحدة لتويتر في نشر أهداف التنمية المستدامة

نجم عبد خلف الحاتمي العيساوي^{1*}، سمر مكناي²، كامل خورشيد مراد²

¹ قسم الدراسات والبحوث، اتحاد الجامعات العربية، عمان، الأردن.

² قسم الصحافة والإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

ملخص

الأهداف: هدف البحث الكشف عن مستوى فاعلية توظيف الأمم المتحدة لمنصة الإعلام الرقمي "تويتر" في توعية الجمهور العربي بأهداف التنمية المستدامة، وتعرف أبرز القيم المتضمنة في محتواها.

المنهجية: اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي، من خلال أسلوب تحليل المحتوى. تمثل مجتمع الدراسة بتغريدات حساب الأمم المتحدة على تويتر باللغة العربية، وجرى اختيار النشر لشهري نوفمبر وديسمبر 2021 بأسلوب الحصر الشامل وقد بلغت التغريدات (671) تغريدة. قسمت فئات التحليل إلى خمس فئات أساسية: أهداف التنمية المستدامة؛ والبعد الاتصالي؛ والوسيط الاتصالي المرافق؛ والمرفق الرمزي، ومصدر التغريد.

النتائج: احتل الهدف (16) من أهداف التنمية المستدامة الذي ينص على "السلام والعدل والمؤسسات القوية" المرتبة الأولى في محتوى الأمم المتحدة على تويتر، بنسبة (39.8%)، تلاها الهدف (13) الذي ينص على "العمل المناخي" بنسبة (19.2%). كما أظهرت النتائج ورود البعد الاتصالي "إعلامي إخباري" المرتبة الأولى في تغريدات الأمم المتحدة على تويتر، بنسبة (32.3%)، تلاها البعد الاتصالي "حث وتشجيع" بنسبة (30.6%). وظهر من خلال النتائج أن أكثر الوسائط الاتصالية المصاحبة لمحتوى الأمم المتحدة على تويتر كانت "نص مع مرفق" بأعلى نسبة بلغت (94.5%). وتبين أن الرمز # ورد في (68.4%) من المحتوى الكلي، في حين وردت الإشارة @ في (19.8%) من المحتوى. كما ظهر أن أكثر مصدر للتغريد هو "تغريدة أصلية" بنسبة (64.4%)، ثم "إعادة تغريد" بنسبة (35.6%).

الخلاصة: إن منصات وشبكات التواصل الاجتماعي تمثل بيئة اتصالية رقمية فاعلة لتوعية المجتمع بأهداف التنمية المستدامة، وحثهم على التعاون من أجل تحقيق مجتمع آمن ومستقر ومستدام.

الكلمات الدالة: أهداف التنمية المستدامة، الإعلام التنموي، الإعلام الرقمي، تويتر، الأمم المتحدة.

المقدمة

حددت الجمعية العامة للأمم المتحدة يوم 24 أكتوبر في عام 1972 ليكون اليوم الدولي للإعلام الإنمائي التي ستعمل على زيادة الوعي بقضايا التنمية، وإثارة انتباه الرأي العام العالمي حول قضايا التنمية والحاجة إلى تعزيز التعاون الدولي من أجل التنمية. وبأمل قادة العالم في تحقيق إنجازات مهمة حتى عام 2030، أبرزها القضاء على الفقر المدقع، ومكافحة عدم المساواة والظلم، وحل تحدي تغير المناخ، وتحقيق السلام، وأن الطريقة التي ستحقق بها هذه الإنجازات ستكون من خلال أهداف التنمية المستدامة الـ 17 (SDGs)، التي جرى تبنيها في الأمم المتحدة (الأمم المتحدة) في سبتمبر 2015.

وفي هذا السياق، تؤدي وسائل الإعلام دورًا مهمًا ومؤثرًا في حياة الأفراد والمجتمع بصفتهما وسيلة مهمة من وسائل التغيير التي تتناول مختلف الظواهر الإنسانية والكونية، ومنها التنمية في مختلف المجالات. ومع انبثاق البيئة الاتصالية الرقمية وما رافقها من مستحدثات ومنصات تواصلية أضحت المجتمعات والمؤسسات والأفراد أمام فرص وتحديات جديدة في مجالات نشر المعرفة المتعلقة بالتنمية المستدامة وتلقيها، إلى جانب فرص وتحديات الاتصال والحصول على المعلومة أو نشرها. إن أحد أبرز تلك الظواهر الاتصالية التي شكلت ثقلًا كبيرًا من خلال كثافة الاستخدام ونوعيته في التواصل النشر والتوعية هو منصة "تويتر"، التي بدأ العديد من الشخصيات السياسية والبارزة، فضلاً عن المؤسسات، في توظيفها من أجل الدفاع عن حقوق الإنسان، واحترام المواثيق، والبحث على تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

وعليه برزت الشبكات الاجتماعية بصفتهما جزءًا من استراتيجيات التوعية التي يوظفها الإعلام التنموي في إقامة اتصالات متعددة مع أفراد المجتمع، ونشر الآليات والخطط والمشروعات والأساليب التنويرية المتعلقة بتحقيق أهداف التنمية المستدامة. في هذا السياق برزت منصة تويتر كونه أهم منصة تتبناها المؤسسات الرسمية في منشوراتها وخطاباتها الرسمية، لاسيما أن تويتر يجري استخدامه من قبل أكثر من 206 مليون مستخدم نشط يوميًا (SEC, 2021). وعليه يأتي هذا البحث لإلقاء الضوء على تغريدات الأمم المتحدة على حسابها العربي على تويتر @UNArabic، وتحليلها، والوقوف على الكيفية التي توظف فيها الأمم المتحدة تويتر في نشر برامج ومشروعات تعزيز وتحقيق أهداف التنمية المستدامة.

إشكالية البحث

وُلد مفهوم التنمية المستدامة في التقرير الذي أعد عام 1987 من قبل اللجنة العالمية للبيئة والتنمية World Commission on Environment and Development، ليشير إلى تلبية حاجات الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال المقبلة على تلبية حاجاتها (Kutlu, 2020)، بهدف تنمية الفرد والمجتمع، وإحداث تغيير إيجابي في البيئة المحيطة، بما يحفظ للإنسان صحة ومعيشة تضمن رفاهيته وأمنه. وقد وضعت الأمم المتحدة ضمن هذا المفهوم مجموعة أهداف أساسية بعنوان أهداف التنمية المستدامة لتغطية ومعالجة جميع جوانب رفاهية الإنسان وأمنه. ومن بعد، شرعت المؤسسات ذات العلاقة بنشر المعرفة والوعي حول تلك الأهداف، ووظفت لذلك الاجتماعات واللقاءات والحوارات عبر مختلف وسائل الإعلام، ومع انبثاق المنصات الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي، أصبحت ميدانًا واسعًا للتوعية بتلك، وتعريف المجتمع الإنساني ومؤسساته بضرورة التعاون من أجل تحقيق التنمية المستدامة ضمن فترة زمنية محددة.

وبهذا الصدد فقد أصبح الإعلام على نحو عام، والإعلام الرقمي على وجه الخصوص بما انبثق منه من منصات وشبكات، دعامة رئيسة ضمن الإعلام التنموي الذي يسهم في إقرار الاستراتيجيات التنموية والتوعية بها، وتعريف المجتمع البشري بها، ودعامة إستراتيجية لمراقبة وتعزيز المشروعات ذات البعد الإنمائي، ومنبرًا للتعريف بأهداف التنمية المستدامة، والتأثير الإيجابي في الرأي العام، من خلال مهمة تسليط الضوء على كل البرامج التي من شأنها تنوير المجتمع من أجل تحقيق تنمية مستدامة تكفل للفرد العيش الكريم ما دامت تنمية الفرد من تنمية المجتمع، وتحقيق مستقبل مُستدام للإنسان بصفته محور المبادرات التنموية (المغازي، 2017).

إن توظيف وسائل الإعلام التقليدية والرقمية في توعية المجتمع بأهداف التنمية المستدامة، يسهم في تهيئة البيئة الثقافية التي تسمح بأقصى إمكانات المساهمة والعطاء، وتكوين قاعدة لإطلاق طاقات ومشروعات جديدة تعزز من أهداف التنمية المستدامة، ومشاركة الأفراد فيها (قاسم، 2007).

ومن خلال الملاحظة والواقع، فإن تويتر يعد الآن من المنصات الرقمية ذات التأثير الدولي الواسع، ذلك لأن العديد من الشخصيات السياسية والمؤسسات الدولية تعتمده وسيلة رسمية للتعبير عن مواقفها وقراراتها. ولكون الأمم المتحدة هي المؤسسة الدولية المعنية على نحو مباشر باستراتيجيات التنمية المستدامة، والإجراءات المتعلقة ببحث المجتمع الدولي على تحقيق أهدافها، يمكن صوغ تساؤل البحث الرئيس بما يلي: ما مستوى فاعلية توظيف الأمم المتحدة لمنصات الإعلام الرقمي في توعية الجمهور بأهداف التنمية المستدامة؟ ومنه يمكن أن تتفرع التساؤلات الآتية:

1. ما أبرز أهداف التنمية المستدامة التي تضمنها محتوى تويتر "الأمم المتحدة" بالعربي خلال فترة الدراسة؟
2. ما الأبعاد الاتصالية التي تضمنها المحتوى الإعلامي لـ "الأمم المتحدة" على حسابها العربي على تويتر؟
3. ما الوسائط الاتصالية المرافقة للمحتوى الإعلامي لـ "الأمم المتحدة" على حسابها العربي على تويتر؟

4. ما أنواع المرفق الرمزي المرافق للمحتوى الإعلامي لـ"الأمم المتحدة" على حسابها العربي على تويتر؟
5. ما مصدر تغريدات المحتوى الإعلامي لـ"الأمم المتحدة" على حسابها العربي على تويتر؟

أهمية البحث

تتركز أهمية البحث في طبيعة الموضوع ذاته، إذ تمثل أهداف التنمية المستدامة طموحًا دوليًا وغاية كونية، تتحقق معها الكثير من الرفاهية والاستقرار للبشرية جمعاء. ولكون منصات التواصل الاجتماعي تمثل جزءًا مهمًا من أدوات التوعية بتلك الأهداف، لاسيما تويتر، لذا سيكون البحث إضافة تحليلية للمهتمين بأهداف التنمية المستدامة. كما تكمن أهمية البحث في كونه يبرز أهمية الإعلام التنموي ودور الأمم المتحدة في استثمار البيئة الرقمية الاتصالية في توعية المجتمع بأهداف التنمية المستدامة.

أهداف البحث

يهدف البحث إلى الكشف عن مستوى فاعلية توظيف الأمم المتحدة منصة تويتر في توعية الجمهور بأهداف التنمية المستدامة، وتعرّف أساليب التوظيف في النشر الإعلامي الرقمي عن أهداف التنمية المستدامة، القيم التي يجري التركيز عليها.

المنهجية

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية القائم على التحليل، مستخدمًا أسلوب تحليل المحتوى وأداته الاستمارة، التي تضمنت مجموعة فئات جرى تحديدها بناء على وحدة (الموضوع)، وشملت أهداف التنمية المستدامة، ومضمون التغريدة، والقيم المتضمنة، وتصميمها ومصدرها، وتم اختيار (671) تغريدة من حساب الأمم المتحدة على تويتر بأسلوب الحصر الشامل، هي جميع التغريدات التي نشرت خلال شهري تشرين الثاني/نوفمبر و كانون الأول/ديسمبر 2021.

تم اختيار شهري نوفمبر وديسمبر 2021 كون تلك الفترة تمثل امتدادًا لحالة الظرف الصحي الذي يشهده العالم من بداية جائحة كورونا كوفيد 19، وكذلك استمرار الاضطرابات الأمنية في عدد من الدول العربية، كما في اليمن، وليبيا، ولبنان، وسوريا، والعراق، إضافة إلى أن تلك الظروف خلفت أعدادًا من اللاجئين في مختلف دول العالم، أضف لذلك الآثار التي تسببت بها تلك الاضطرابات فيما يخص حقوق الإنسان، وغياب العديد من الخدمات الإنسانية؛ مثل التعليم في بعض المناطق، وانقطاع التيار الكهربائي، وتوقف الزراعة، وازدياد معدلات الفقر، والمشاكل الاجتماعية، والتنمر، والعنف ضد النساء. أما اختيار حساب الأمم المتحدة فلكونه يعود لمؤسسة دولية ترعى حقوق الإنسان، وتحمل مسؤولية التوعية، وحماية الأمن الإنساني، والتوعية بأهداف التنمية المستدامة. قسمت فئات التحليل إلى أربع فئات أساسية: أهداف التنمية المستدامة؛ والقيم المتضمنة في المحتوى؛ وشكل ورود المحتوى الرقمي؛ ومصدر التغريد.

صدق وثبات الأداة

تم التحقق من صدق الأداة من خلال عرضها على عدد من الأساتذة الخبراء والمتخصصين في مجال الإعلام والاتصال، أما ثبات الأداة فتم من خلال تطبيق معادلة هولستي بإعادة تحليل نسبة من المادة التحليلية (اختيار بعدي) من قبل مرمزين اثنين بالإضافة إلى أحد الباحثين، واتضح ثبات الأداة بعد ذلك.

$$2M$$

$$\text{الثبات} = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$N1 + N2$$

$M =$ عدد قرارات الترميز التي يتفق عليها، $N =$ المجموع الكلي لقرارات الترميز ($N1$) المرمز الأول، ($N2$) المرمز الثاني

تم إعادة الاختبار البعدي على نسبة 10% من مجمل مضامين الدراسة التحليلية، وتم تدريب مرمزين (محللين)، فقاما على نحو منفرد بتحليل ما نسبته 10% من المضامين، أي (67) وحدة. وقد تبين أن عدد القرارات التي اتفق عليها المرمزان هي 62 من أصل (67) وحدة.

$$124 \quad 2 \times 62$$

$$\text{الثبات} = \frac{124}{134} = \frac{62}{67} = 0.92$$

$$134 \quad 67 + 67$$

فئات التحليل

- **أهداف التنمية المستدامة (SDGs)**، وتعرف رسميًا باسم الأهداف العالمية، وهي 17 هدفًا وضعت من قِبل منظمة الأمم المتحدة، وقد أقرت هذه الأهداف من قبل الجمعية العامة للأمم المتحدة في 25 أيلول/سبتمبر 2015، وفي 1 كانون الثاني/يناير 2016، أدرجت أهداف التنمية المستدامة الـ 17 في خطة التنمية المستدامة لعام 2030. (Johnston, 2016)
- **البعد الاتصالي:** هدف القائم بالاتصال في صياغة المحتوى والرسالة الاتصالية (على تويتر)، التي تحدد بوضوح غاية العملية الاتصالية من المحتوى (خلف و بن بوزيد، 2021).
- **الوسيط الاتصالي (شكل المحتوى):** ويقصد به الشكل الذي نشرت به التغريدة وما تضمنته من وسائط ومرفقات، مثل، نص منفرد أو صورة أو فيديو، أو نص مع صورة أو نص مع فيديو، أو هاشتاك أو انفرغرافك أو رابط.. وهكذا..
- **المرفق الرمزي:** ويقصد به الرموز والإشارات والروابط التي ترفق مع محتوى التغريدة؛ مثل: الهاشتاك #، والإشارة @.
- **مصدر التغريد:** ويقصد به أصل التغريدة من حيث الإنشاء، أو إعادة التغريد، مثل، تغريدة أصلية مباشرة نشرتها الأمم المتحدة أو إعادة تغريد تغريدة.

العمليات الإحصائية

تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية (Spss) لتحليل بيانات التحليل باستخدام التكرارات والنسب المئوية واختبار العلاقة بين المتغيرات (الفئات).

مفاهيم البحث

- **التنمية:** الارتقاء بمستوى المجتمعات، ومساعدتها على التخلص مما تعانيه من أمية وأمراض وفقير. وهو من أكثر المصطلحات شيوعًا في مختلف المجالات؛ الاجتماعية، والاقتصادية، والتربوية، والثقافية، والإعلامية.
- **التنمية المستدامة:** ويقصد بها رفع مستوى المجتمعات ومساعدتها على التخلص مما تعانيه من أمية ومرض وفقير، وتلبية حاجات المجتمعات دون المساس بقدرة أجيال المستقبل على تحقيق أهدافها، وتوفيق الاهتمامات الاجتماعية والسياسية والبيئية مع الحاجات الاقتصادية للناس، والاستخدام الأمثل للموارد الطبيعية بما يحقق العدل والعيش الكريم.
- **أهداف التنمية المستدامة (SDGs)**، وتعرف رسميًا باسم الأهداف العالمية، وهي 17 هدفًا وضعت من قِبل منظمة الأمم المتحدة، وقد أقرت هذه الأهداف من قبل الجمعية العامة للأمم المتحدة في 25 أيلول/سبتمبر 2015، وفي 1 كانون الثاني/يناير 2016، أدرجت أهداف التنمية المستدامة الـ 17 في خطة التنمية المستدامة لعام 2030. (Johnston, 2016)
- **الإعلام التنموي:** استخدام وسائل الاتصال في تحويل مسار المجتمعات، من حالة هي عليها إلى حالة أفضل وأحسن، عن طريق الدراسة الموضوعية والإحصائيات والمعرفة التسجيلية للواقع والتخطيط والمتابعة وما شابه ذلك من أصول العلم، إضافة إلى المهارة المهنية والذاتية التي تتطلبها فنون الممارسة في العمل الإعلامي.
- **الإعلام الرقمي:** ويقصد به جميع منصات وشبكات ومواقع التواصل الاجتماعي والإخباري، مثل المواقع الإلكترونية، والفيسبوك، وتويتر، والانستغرام، والتليغرام.... وغيرها.
- **تويتر:** منصة تواصل رقمية تأسست عام 2006، تقدم خدمة نشر تحت عنوان التغريدة، وتسمح لمستخدميها بإنشاء التغريدات وإرسالها أو إعادة تغريد تغريدات أخرى، يبلغ عدد حروف التغريدة 280 حرفًا للتغريدة الواحدة كحد أقصى.
- **الأمم المتحدة:** المنظمة الدولية المعروفة، تأسست بعد الحرب العالمية الثانية عام 1945 بهدف منع الحروب مستقبلاً، تهدف إلى الحفاظ على السلام والأمن الدوليين، وتطوير العلاقات الودية بين الدول، وتحقيق التعاون الدولي، https://ar.wikipedia.org/wiki/cite_note-4 يقع المقر الرئيس للأمم المتحدة على أرض دولية (حصانة محلية) في مدينة نيويورك، ولها مكاتب رئيسية أخرى في جنيف ونيروبي وفيينا ولاهاي، بلغ عدد الدول الأعضاء عند تأسيسها 51 دولة، وأصبحوا 193 دولة الآن.

الأدب النظري والدراسات السابقة

في إطار جهود اليونسكو في عقد الثمانينيات من القرن الماضي (سعيد، 2008)، ومع بروز الدعوة إلى إقامة نظام إعلامي دولي جديد لمواجهة الإختراق الثقافي ودمج سياسات الإتصال في استراتيجية التنمية ظهرت النظرية التنموية على يد وليم شرام، إذ تقوم نظريته على الأفكار والآراء التي وردت في تقرير لجنة ماكبرايد حول مشكلات الإتصال في العالم الثالث، الذي أكد في تقريره أن "الإتصال يعد موردا رئيسا من موارد التنمية، ووسيلة لضمان المشاركة السياسية الحقيقية وقاعدة معلومات مركزية لتحديد الاختيارات السياسية، وأداة لخلق الوعي بالإولويات القومية" (دجاني، 1981).

وتنطلق هذه النظرية في دور وسائل الإعلام في التنمية من خلال الأثر الذي تحدثه وسائل الإعلام في المحيط الذي تعمل فيه، ويربط شرام بين واقع تركيز وسائل الإعلام والاتصال، وبالتالي الخدمات الإعلامية التي تقدمها في المدن الكبرى ويوجد نقص شديد في المدن الهامشية أو الأرياف والقرى، وحسب شرام فهذا الأمر موجود في المدن الكبرى والهامشية في الدول المتقدمة والتنمية على حد سواء، يدعو شرام إلى إجراء أبحاث إعلامية في الدول النامية من أجل زيادة المعلومات والدراسات المختلفة عنها ولمعرفة الإمكانيات الإعلامية المتوفرة فيها وهي تهدف إلى توضيح الرؤيا في كل ما يتصل بعملية الإتصال وفعاليتها. لا تستطيع البلدان النامية إنفاق أموال على حملات غير ناضجة بسبب عدم وجود معلومات وأبحاث، وجمهور وسائل الإعلام في الدول النامية متنوع الفئات والأحوال ويصعب التنبؤ بردود أفعاله، ووسائل الإعلام الحديثة تحتاج إلى البقاء وعلى صلة بجمهورها والجمهور في الدول النامية تتحول بسرعة (العجمي، 2012، ص9).

الدراسات السابقة

لم يقع الباحثون على دراسات رصدت الجانب الاتصالي في محتوى تويتر فيما يتعلق بأهداف التنمية المستدامة، إلا أن هناك دراسات تناولت أهداف التنمية المستدامة ضمن الإعلام التنموي، أو ضمن الإعلام الرقمي للكشف عن إشكالية إنسانية أو اجتماعية، وليس رصدًا للجوانب الاتصالية.

ومن الدراسات التي تناولت الإعلام التنموي ودوره في دعم خطط التنمية، دراسة لي وزملائه (Lee et al., 2021): التي قدمت خريطة طبوغرافية لأبحاث الاستدامة في وسائل التواصل الاجتماعي. من خلال استخدام تقنية التعلم الآلي، جرى تحديد 10 موضوعات خاصة بأبحاث الاستدامة العامة. وتبين ظهور موضوعات: سلوك المستهلك المستدام، والمجتمع المستدام، والسياحة المستدامة، بصفتها مواضيع ساخنة، في حين جرى تحديد التعليم من أجل الاستدامة بعدة الموضوع البارد الوحيد. كما أظهرت أن الدراسات المنشورة في المجلات تتناول على نحو أساسي معنى وسائل التواصل الاجتماعي من حيث توصيل الرسائل. تتطلب الاستدامة كمجال للدراسة تعدد التخصصات وأن معظم الدراسات ركزت على كيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الاستدامة، أي كيف تستفيد الشركات من قوة وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز استدامتها وقدرتها التنافسية.

وبينت دراسة (Wagh, 2019) أن الوسائط المرئية والمسموعة لعبت دورًا رئيسًا في قضايا الاستدامة مثل تغير المناخ والفقر والنظام البيئي وحماية البيئة وعدم المساواة والتنمية الاقتصادية مع الكثير من الدعم الحكومي والمبادرات، وقد حفز الناس على المشاركة في برنامج التنمية. وسائل الإعلام الإلكترونية كوسيلة إعلام لها جاذبية كبيرة للأشخاص العاديين. يجري من خلالها إنشاء الأخبار أو الميزات أو الأفلام الوثائقية أو حملات التطوير المتعلقة بأهداف التنمية المستدامة بحيث تثير الاهتمام في أذهان المشاهد. جرى جعل المحتوى معاصرًا لجذب الأشخاص من جميع الأعمار والفصول الدراسية قادرة بنجاح بما يكفي للتأثير على الناس للمشاركة في برامج التنمية. وبالتالي، فإن وسائل الإعلام واضحة بشأن الأساليب مثل التداير الوقائية في حالة الحد من وفيات الأطفال، والقضاء على الأمراض مثل فيروس نقص المناعة البشرية / الإيدز، عن طريق التعليم وما إلى ذلك. مرجحًا دكتور على التلفزيون. النهج الإصلاحي مثل الإشارة إلى الحاجة إلى التعليم، والقضاء على الفقر والجوع. نهج إعادة التأهيل والتنمية مثل تصحيح المحرمات من فيروس نقص المناعة البشرية / الإيدز، والمعلومات حول المنظمات غير الحكومية التي تجلب الأشعة في حياة العديد. بالإضافة إلى بذل كل الجهود الممكنة لتحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية والبيئية والثقافية في المجتمع.

ومن خلال اعتماد تحليل المشاعر Sentiment Analysis أو مايسى التنقيب عن الرأي opinion mining جاءت دراسة هونكيبي (Houunkpevi, 2020)، للكشف عن مستوى الشعور حول أهداف التنمية المستدامة فيما يتعلق بمشكلة الهجرة في كولومبيا وكوستاريكا، عبر تحليل تغريدات Twitter عامة حول الهجرة وفئات أهداف التنمية المستدامة، جرى جمعها باستخدام GetOldTweets، (4.537 تغريدة لكوستاريكا و 18.212 تغريدة لكولومبيا)، وقد أظهرت الدراسة أن أكثر القضايا إلحاحًا التي تواجه المهاجرين في كولومبيا وكوستاريكا هي انتهاك حقوق الإنسان، ومشكلات الأمن والفقر، وعدم التوظيف للمهاجرين والمواطنين. تظهر هذه التحليلات أيضًا أن حكومة كولومبيا تبذل الكثير من الجهود لمعالجة هذه القضايا ولمساعدة المهاجرين، بينما في كوستاريكا، لم تكن الجهود موجهة للمهاجرين.

إن نسبة التغريدات السلبية في حالة كوستاريكا صغيرة جدًا مقارنةً بنسبة كولومبيا، يمكن تفسير ذلك من خلال حقيقة أن الناس في كوستاريكا لا يكشفون حقًا عن مشكلتهم على Twitter، أو من خلال حقيقة أن معظم الأشخاص المتورطين في مشاكل الهجرة في كوستاريكا لا يمكنهم الوصول إلى Twitter، وظهر أن هناك نسبة عالية جدًا من التغريدات المحايدة لكلا البلدين التي يمكن تفسيرها بحقيقة أن معظم الأشخاص الذين هم يغردون بخصوص مشكلة الهجرة في كلا البلدين ليسوا واضحين بشأن موقفهم من هذه المشكلة. وعلى العموم فإن من مشاكل المهاجرين هي سوء إدارة بعض القادة المسؤولين عن اللاجئين (خاصة الفنزويليين) الذين لا يستخدمون الموارد الموضوعة تحت تصرفهم لدعم المهاجرين، وقلة فرص العمل وزيادة مستويات الفقر والخوف من انعدام الأمن. وعليه فإن أكثر القضايا إلحاحًا التي تحتاج إلى معالجة هي حقوق الإنسان، والأمن، والخدمات المصرفية، والموالب، والتوظيف، من بين أمور أخرى. على وجه التحديد، المهاجرون في كوستاريكا وكولومبيا أكثر قلقًا بشأن انتهاك حقوقهم بما في ذلك الأمن

والفقر. يجب أن يكون الحد من عقبات الاندماج هو الأولوية، لأن الاندماج الشامل هو الشغل الشاغل لجميع المهاجرين.

وقدمت سالم (2019) دراسة عن أكثر استراتيجيات التنمية المستدامة متابعة في وسائل الإعلام الرقمية، ومدى إسهامها (أي وسائل الإعلام الرقمية) في تعزيز استراتيجيات التنمية المستدامة، ودوافع اعتمادها. يندرج البحث ضمن البحوث الوصفية، ومنهج المسح على عينة (400) من الجمهور السعودي الأكثر استخدامًا لمواقع التواصل الاجتماعي. وقد بينت الدراسة تنوع اتجاهات الأفراد نحو أسلوب تناول وسائل الإعلام الرقمية لاستراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن المحلية، وجاءت "عدم المصادقية" بالمرتبة الأولى. وظهر أن طريقة العرض المتميزة هي بالمرتبة الأولى. وفي مقدمة التأثيرات المعرفية هو التوعية بخفض معدلات الفقر في استخدام الطاقة، أما الوجدانية فقد كانت دعم جهود الدولة في متابعة التطورات الخاصة بتطوير المدن السعودية، أما السلوكية، فكانت المساعدة على اتخاذ القرارات الصائبة فيما يخص استراتيجيات التنمية. وكانت الملفات الصوتية أكثر الوسائط استخدامًا في إظهار استراتيجيات التنمية المستدامة. وكان من أبرز المزايا التنافسية هو توفير بيئة إيجابية جاذبة تتوافر فيها مقومات جودة الحياة للمواطن.

بينت دراسة اللبان (2018) أن شبكة الفيسبوك تؤدي دورًا مهمًا في نشر مبادئ التنمية المستدامة ودعم أهدافها، كان ذلك من خلال تحليل 12 صفحة من صفحات الارشيفات الوطنية العربية والأجنبية المتاحة عبر شبكة الفيسبوك، من 13/9/2016 - 13/9/2017م، وبينت الدراسة أنه جرى استخدام بعض الارشيفات الوطنية والعربية والأجنبية الفيسبوك في الترويج لأهداف التنمية المستدامة ومبادراتها، وبينت أن ملفات الصور والفيديوهات لها دور في جذب المستفيدين منشورات التنمية المستدامة. وظهر أن المنشورات التفاعلية المختصة بتبادل المعرفة مع المستفيدين والمتاحين عبر شبكة الفيسبوك تسهم في تعزيز البيئة المعرفية وتطوير الأفكار التنموية، وتحويلها إلى مبادرات.

هدفت دراسة مويسو (Moisoiu, 2013) إلى تحليل عدد من الآليات على مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت التي تلعب دورًا في حوكمة التنمية المستدامة. واعتمادًا على المنهج الاستنباطي ومن خلال الاستقراء أظهرت النتائج أنه حدثت في العشرين عامًا الماضية، العديد من التطورات في تكنولوجيا الاتصالات التي جعلت الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت من أهم الاتجاهات في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي سيكون لها تأثير كبير على الحوكمة العالمية. وظهر أنه من الممكن أن تكون الشبكات الاجتماعية أدوات قيمة تضمن الديمقراطية التشاركية، وشفافية المعلومات والحوكمة، والضغط السياسي لفرض لوائح جديدة، ودعم القيادة، وقناة كبيرة لتحويل السلوك من الأفكار إلى أفعال. القيمة الأكثر جوهرية للشبكة الاجتماعية هي الفرد نفسه، حيث يجلب ثقافته وإبداعه لتحديد ما هو الأفضل اجتماعيًا بالنسبة له. على الرغم من الالتزام في مجتمعه الحقيقي، الذي غالبًا ما لا يكون الفرد على نفس التردد أو على الرغم من القيم التي يحددها السياق الاجتماعي والاقتصادي للفرد، مع ملف تعريف SNS، يمكن للفرد غير المتحيز أن يتبنى القيم التي يحددها حقًا، كما تتيح الشبكات مشاركة معرفة المهنيين والمنظمات في مسائل التنمية المستدامة مع المجتمع ويمكن للمجتمع استخدام المعرفة من أجل تحقيق جدول أعمال مستدام.

التعليق على الدراسات السابقة

تنوعت الدراسات السابقة في مناهجها وأدواتها، لكن معظمها متفق على هدف الكشف عن فاعلية توظيف البيئة الاتصالية الرقمية الجديدة في خدمة أهداف التنمية المستدامة. إذ ركزت بعض الدراسات السابقة على دور الإعلام التنموي عبر شبكات التواصل الاجتماعي والوسائط المتعددة في دعم التنمية المستدامة، وبيان كيفية إفادة المؤسسات من بيئة التواصل الاجتماعي في تعزيز استدامتها وقدرتها التنافسية، مثل دراسة (Lee et al., 2021) ودراسة (Wagh, 2019)، وقد بينت الأخيرة أن الوسائط المرئية والمسموعة والأخبار أو الخصائص التي تتيحها تلك الشبكات أو الأفلام الوثائقية أو حملات التطوير المتعلقة بأهداف التنمية المستدامة قد حفزت الناس على المشاركة في برنامج التنمية. أما دراسة هونكيبي (Hounkpevi, 2020)، وهي دراسة تحليلية قائمة على تحليل المشاعر Sentiment Analysis، أبرزت الإشكالات التي عبر عنها المهاجرون في كولومبيا وكوستاريكا من خلال تغريدات تويتر، واتضح أن أكثر القضايا إلحاحًا هي انتهاك حقوق الإنسان، ومشكلات الأمن والفقر، وعدم التوظيف للمهاجرين والمواطنين. وفي السياق ذاته، قدمت سالم (2019) بدراستها المسحية أكثر استراتيجيات التنمية المستدامة متابعة في وسائل الإعلام الرقمية. وقد بينت الدراسة تنوع اتجاهات الأفراد نحو أسلوب تناول وسائل الإعلام الرقمية لاستراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن المحلية، وأن الملفات الصوتية أكثر الوسائط استخدامًا في ذلك. وفي دراسة اللبان (2018) التحليلية بينت أن ملفات الصور والفيديوهات عبر شبكة الفيسبوك كان لها دور في جذب المستفيدين منشورات التنمية المستدامة، وأن المنشورات التفاعلية المختصة بتبادل المعرفة مع المستفيدين والمتاحين عبر الفيسبوك أسهمت في تعزيز البيئة المعرفية وتطوير الأفكار التنموية، وتحويلها إلى مبادرات. أما دراسة مويسو (Moisoiu, 2013) فقد اعتمدت المنهج الاستنباطي في تحليل آليات مواقع التواصل، وأظهرت أن شبكات التواصل هي أدوات قيمة لشفافية المعلومات والحوكمة، وإتاحة مشاركة المعرفة في مسائل التنمية المستدامة مع المجتمع.

التنمية المستدامة

تشير مفردة "التنمية" لغة، إلى الازدهار والتكاثر والزيادة والرفاهية، بما يوحي بتغيير إيجابي. ويقصد بـ "التنمية" اصطلاحاً؛ الارتقاء بمستوى المجتمعات، ومساعدتها على التخلص مما تعانيه من أمية وأمراض وفقير. وهو من أكثر المصطلحات شيوعاً في مختلف المجالات؛ الاجتماعية، والاقتصادية، والتربوية، والثقافية، والإعلامية. وبالتالي فإن التنمية، تعني الطموح إلى غدٍ أفضل على مختلف المستويات الإنسانية(عبدالمجيد، 1995، ص 40-45).

تعرف هيئة الأمم المتحدة التنمية بأنها العمليات التي بمقتضاها توجه الجهود لكل من السكان والحكومة بتحسين الأحوال الاقتصادية والاجتماعية والثقافية في المجتمعات المحلية لمساعدتها على الاندماج في حياة الأمم والإسهام في تقدمها بأفضل ما يمكن. ويورد محمد منير حجاب في كتاب "الإعلام والتنمية الشاملة" عدة تعريفات للتنمية حيث تعرّف بأنها "محصلة الجهود العلمية المستخدمة لتنظيم النشاطات المشتركة الحكومية والشعبية في مختلف المستويات لتعبئة الموارد الموجودة أو التي يمكن إيجادها لمواجهة الحاجات الضرورية وفقاً لخطة مرسومة وفي ضوء السياسات العامة للمجتمع، وتعد "التنمية من الناحية الحضارية تعبيراً أساسياً في كل أنماط الحياة السائدة، ويتبع هذا تغيير نوعي وكيمي في صور العلاقات الاجتماعية في كافة مجالات النشاط البشري في المجتمع.. الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية والإدارية، ولهذا السبب يعرف روجرز التنمية بأنها عملية تغيير مقصود نحو النظام الاجتماعي والاقتصادي الذي تحتاجه الدولة، والتنمية هي "نقل المجتمعات من حالة أو مستوى إلى حالة أو مستوى أفضل ومن نمط تقليدي إلى نمط متقدم كمّاً ونوعاً، وتعد حلاً لا بديل(حجاب، 2000).

ومن خلال ما سبق فإن هذه التعاريف تشترك في جوانب عدة؛ فتعد التنمية عملية شاملة ومستمرة، والتنمية عملية تغيير ونقل للمجتمع نحو الأحسن مع الانتفاع من التغيير، وتهدف التنمية إلى تنمية الموارد والإمكانيات الداخلية للمجتمع. وللتنمية بعدان أساسيان، هما: البعد الذي يهتم بمستوى النمو الإنساني في مختلف مراحل الحياة لتنمية قدرات الإنسان وطاقاته البدنية والعقلية والاجتماعية، والبعد الثاني هو أن التنمية عملية تتصل باستثمار الموارد والمدخلات النشاطات الاقتصادية التي تولد الثروة والإنتاج(طوالبية، 2016).

لم تعد التنمية تقتصر على البعد الاقتصادي فقط، بل أضحت أوسع واشمل من ذلك بكثير، ويوجد شبه إجماع من قبل الباحثين في شأن الإعلام التنموي على تحديد مفهوم التنمية بمفهومها الشامل، حيث تعد التنمية عملية ديناميكية، شاملة، ومعقدة، وعميقة، وواعية، ومقصودة ومدرسة. تجري بالإنسان ومن أجل الإنسان، وتهدف إلى إحداث تحولات واسعة وشاملة وعميقة في المجتمع. وفي مختلف المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والإعلامية. وهذا ما يؤكد أنها عملية مرتبطة بالظروف الخاصة، والإمكانات والموارد المالية والبشرية، ومن ثم لا يمكن استيرادها أو استعارتها بصورة جاهزة(المحمود، 2004).

ويقسم الباحثون التنمية إلى قسمين؛ التنمية الطبيعية: أي تطوير الثروة الزراعية والثروات الباطنية وإنتاج عناصر جديدة للطبيعة، والتنمية البشرية: وهي تطوير الإنسان وتوسيع مداركه عن طريق تطوير التعليم والخدمات الصحية وتأمين العيش الكريم. تتداخل في التنمية البشرية مجموعة مكونات أهمها استراتيجيات الإنتاج والسياسة الاقتصادية والمالية، ومقومات التنظيم السياسي، والعلاقات الاجتماعية، والقيم الثقافية المرتبطة بالفكر الديني والاقتصادي، والقيم المحفزة على العمل والإنماء والهوية والوعي بضرورة التطوير والتجديد

أهداف التنمية المستدامة

في عام 2015، اعتمد المجتمع الدولي مجموعة تتكون من 17 هدفاً طموحاً، لكل منها أهداف محددة يتعين تحقيقها بحلول عام 2030، وتكمن البيئة في كل من هذه الأهداف - بدءاً من القضاء على الجوع وصولاً إلى الحد من أوجه عدم المساواة لبناء مجتمعات مستدامة في جميع أنحاء العالم. وتلتزم جميع الأطراف المعنية لتحقيق الأهداف والغايات الطموحة للبرنامج. وتمثل أهداف التنمية المستدامة دعوة لجميع البلدان الفقيرة والغنية والمتوسطة الدخل للعمل لتعزيز الازدهار مع الأخذ بالاعتبار حماية كوكب الأرض. وتدرك هذه الأهداف بأن القضاء على الفقر يجب أن يسير جنباً إلى جنب مع الاستراتيجيات التي تبني النمو الاقتصادي كما تتناول مجموعة من الحاجات الاجتماعية بما في ذلك التعليم والصحة والحماية الاجتماعية وفرص العمل مع معالجة تغير المناخ وحماية البيئة، والأهداف هي:

(1) القضاء على الفقر، (2) القضاء على الجوع، (3) الصحة الجيدة والرفاهية، (4) التعليم الجيد، (5) المساواة بين الجنسين، (6) المياه النظيفة والصرف الصحي، (7) طاقة نظيفة وبأسعار معقولة، (8) العمل اللائق والنمو الاقتصادي، (9) الصناعة والابتكار والبنية التحتية، (10) الحد من عدم المساواة، (11) المدن والمجتمعات المستدامة، (12) الاستهلاك والإنتاج المسؤولين، (13) العمل المناخي، (14) الحياة تحت الماء، (15) الحياة على الأرض، (16) السلام والعدل والمؤسسات القوية، (17) شراكات للأهداف. والمخطط الآتي يبين أهداف التنمية المستدامة:



الشكل (1): أهداف التنمية المستدامة

المصدر: موقع الأمم المتحدة

الإعلام التنموي

ظهر مفهوم الاعلام التنموي أيضاً عام 1974 على يد "ولبر شرام (Wilbur Shramm) "في كتابه "وسائل الإعلام والتنمية". ويرى شرام أن هناك ثلاث وظائف ضرورية للاتصال في مجال التنمية الشاملة، أولها وظيفة المراقب لاستكشاف الآفاق وإعداد التقارير عن الأخطار التي تواجه المجتمع، وثانيها الوظيفة السياسية وتتم من خلال المعلومات التي تتيح اتخاذ القرارات المتعلقة بالسياسة وإصدار التشريعات، وثالثها التنشئة من خلال تعليم أفراد المجتمع المهارات والمعتقدات. ويعرف الإعلام التنموي بأنه "استخدام وسائل الاتصال من إذاعة مرئية (تلفزيون من إذاعة مسموعة، وصحيفة وكتاب في تحويل مسار المجتمعات، من حالة هي عليها إلى حالة أفضل وأحسن، وذلك عن طريق الدراسة الموضوعية والإحصائيات والمعرفة التسجيلية للواقع والتخطيط والمتابعة وما شابه ذلك من أصول العلم، إضافة إلى المهارة المهنية والذاتية التي تتطلبها فنون الممارسة في العمل الإعلامي (لبصير، 2017). كما عرف خضور (2003) الإعلام التنموي بأنه: "المنظومة الإعلامية الرئيسة أو الفرعية التي تعالج قضايا التنمية"، وهناك من عد الإعلام التنموي فرعاً أساسياً ومهماً من فروع النشاط الإعلام (وجيه، 1989). كما يعرّف الإعلام التنموي بأنه الجهود الاتصالية المخطط لها والمقصودة بهدف خلق مواقف واتجاهات إيجابية اتجاه التنمية، ويختص الإعلام التنموي بتهيئة الظروف الملائمة من النواحي الاجتماعية والنفسية والثقافية من أجل تطبيق خطط وبرامج التنمية على نحو فعال. فالإعلام التنموي هو إعلام هادف وشامل، يسعى لتحقيق أهداف اجتماعية تنموية تخلق الأرضية المناسبة لإنجاح الخطط التنموية، ومرتبطة بالنواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتربوية، وهو إعلام واقعي يستند إلى الصدق والوضوح والصراحة في التعامل مع الجمهور، والثقة المتبادلة.

أهمية الإعلام التنموي

إن الاهتمام بالتنمية Development، بتسخير جميع أدوات الاتصال الجماهيرية المرتبطة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال، لئن شأنها أن تسهم على الأقل في التوعية وفي خلق دينامية Dynamics جديدة أكثر إيجابية للنهوض بمستوى عيش الفرد والجماعة. وبهذا فقد أضحت الإعلام ضرورة أساسية في التقدم المنشود من خلال إقرار البرامج ذات الصلة بالتنمية المستدامة. لذلك، هذا الارتباط الوثيق للإعلام بالقضايا التنموية، وأصبح اهتمام الدول ملحوظا بالإعلام التنموي حيث حظي بعناية أكثر من لدن الجهات المسؤولة لما يكتسبه من ضرورة في المساهمة بالنهوض التنموي للمجتمعات.. الجميع الآن يعترف بأن وسائل الإعلام، بمختلف حواملها Media support، تسهم على نحو كبير في إنجاح العملية التنموية، وجميع الخطط السياسية والاجتماعية والاقتصادية أصبحت تستحضر الجانب التنموي في جُل المشروعات المُبرمجة محليا ودوليا، سواء كان ذلك عن طريق مؤسسات محلية وطنية أو دولية أُممية (المغازي، 2017).

وقد أوجز الداغر (2012) دور الإعلام التنموي من خلال وظائف عمليات الاتصال المرتبطة بأهداف التنمية المستدامة، وهذه الوظائف تتمثل بنقل الأخبار بمختلف أنواعها الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية، محلية أو عالمية، وكذلك في التوعية والتعليم من خلال المعلومات التي يقدمها الإعلام، وتعزيز أواصر المجتمع من خلال تحمل المسؤولية المجتمعية فيما يجري إعداده وصياغته وعرضه. فضلاً عن دور وسائل الإعلام في

الرقابة على كل ما يهم المجتمع، ويتعلق بالتنمية المستدامة، والوقوف على مواطن الضعف وتشخيصها، وتوعية الفساد وأصحابه. أضيف إلى ذلك الترفيه من خلال البرامج المتخصصة بذلك، وبالتالي وعبر كل ذلك تشكيل الرأي العام والاتجاهات المجتمعية (الداغر، 2012، ص 75).

الإعلام التنموي الرقمي وأهداف التنمية المستدامة

لم يعد الإعلام تلك الوسيلة التي تتابع الأخبار وتُنجز التقارير الإخبارية فحسب، ومع ظهور الإعلام الجديد، New media المتمثل أساساً في الإعلام الرقمي، صار دور الإعلام أقوى.. فقد أصبح الإعلام الرقمي اليوم يُشكل قوة ضغط ويصنع رأياً عاماً ويحرك الحكومات والمجالس والهيئات، أصبح أداة في يد المواطن، أداة تساهم في التوعية والتعبئة وفي تشكيل وعي جماهيري وجب استثماره للنهوض بواقع الفرد التنموي. ولعل الاهتمام بالإعلام التنموي بتخصيص يوم عالمي له (منذ عام 1972 حيث خصّصت الجمعية العامة للأمم المتحدة يوم 24 أكتوبر/تشرين الأول) يوماً عالمياً للإعلام الإنمائي، جعل الأخير منصّة لتسليط الضوء على كل البرامج والخطط والاستراتيجيات الإنمائية، سواء تعلق الأمر بالدول الراقية أو السائرة في طريق النمو (المغازي، 2017).

يمكن لوسائل الإعلام، التأثير على الرأي العام والتصورات السياسية للمواطنين، ويمكن لوسائل الإعلام أن تمارس تأثيراً على الحوكمة، وقدرة الاهتمام المحدودة للحكومة، وكيفية تفسير الناس للمعلومات وتنظيم أولوياتهم واتخاذ الإجراء. يمكن لوسائل الإعلام وضع قضية على جدول الأعمال العام. يتفاعل السياسيون وجماعات الضغط ويتفاوضون لتشكيل المناقشات السياسية ذات المصالح المتضاربة. تسهم وسائل الإعلام في العملية من خلال النشر الجماعي للمعلومات التي تعد حاسمة بالنسبة لهم. فهو ينقل أولويات صانعي السياسات إلى المجتمع، وأولويات المجتمع إلى صانعي السياسات، يمكن لوسائل الإعلام الترويج للإطار الخاص بها ويمكنها أيضاً توجيه الإطارات التي أنشأها الفاعلون السياسيون الآخرون (Naziz، 2020).

وقد ظهر من خلال عدد من الدراسات أنه من الممكن أن تكون الشبكات الاجتماعية أدوات قيمة تضمن الديمقراطية التشاركية، وشفافية المعلومات والحوكمة، والضغط السياسي لفرض لوائح جديدة، ودعم القيادة، وقناة كبيرة لتحويل السلوك من الأفكار إلى أفعال، كما تتيح الشبكات مشاركة معرفة المهنيين والمنظمات في مسائل التنمية المستدامة مع المجتمع ويمكن للمجتمع استخدام المعرفة من أجل تحقيق جدول أعمال مستدام. وقد تطرق الكثير من الباحثين والمختصين إلى خصائص منصات الإعلام الرقمية، وكان أبرزها التشاركية والتفاعلية والتزامنية والتحديث. وقد أشار موبسوي (Moisoiu، 2013) إلى خصائص أخرى تمثلت بالعدد غير المحدود للمشاركين - للشبكة الاجتماعية القدرة والظروف لتصبح عالمية، وسهولة الاستخدام والتسجيل، ومجانيتهما إلى حد ما، فلا توجد رسوم للتسجيل أو الوصول إلى الموقع أو المعلومات أو حساب المستخدمين، باستثناء الرسوم العرضية لبعض الخدمات المميزة، والتنظيم الذاتي والضبط الذاتي، وشفافية المعلومات.

وبناء على ما سبق، واستناداً إلى الأبعاد التي ينبغي أن يتضمنها الإعلام التنموي بحسب المصمودي (1985) يمكن تمثيل المهام الجديدة للإعلام التنموي في الآتي:

- ضرورة الارتباط بأهداف التنمية الشاملة وخططها، وضرورة التكامل بين السياسات الثقافية والسياسات الاتصالية
- تدعيم الإنتماء القومي والرغبة في المشاركة السياسية، وخلق الوعي لدى الجماهير بأهمية الإكتفاء الذاتي والإعتماد على النفس
- بناء نموذج اتصالي يقوم على المشاركة ويحقق ديمقراطية الإتصال
- تشجيع الحوار حول التنمية وتركيز الإهتمام على جهود منسّطي التنمية وقادة الرأي، فمن خلال هؤلاء تستطيع وسائل الإعلام التأثير على

مجري الأحداث

- تحرير المجتمع من التواكل والجمود، وتشجيع المطامح الشخصية، وحث المتساكتين على تحسين ظروف حياتهم بالعمل البناء
- تشخيص وتسجيل التحوالت الإقتصادية ورصد الإكتشافات الجديدة، وكشف الإنعكاسات التي قد تكون عائقاً في سبيل التنمية.

تويتر Twitter:

شبكة تواصل اجتماعي تأسست عام 2006، ينشر فيها المستخدمون رسائل قصيرة تسمى "التغريدات Tweets". جرى تحديد التغريدات في الأصل بـ 140 حرفاً، ولكن تمت مضاعفة هذا الحد إلى 280 حرفاً اعتباراً من 7 نوفمبر 2017، ويتيح للمستخدمين المسجلين النشر والتعليق عبر الإعجابات أو الإدخالات وإعادة التغريد، أي مشاركة تغريدة من حساب آخر. ويمكن الوصول إلى Twitter عبر موقع الويب Web أو التطبيق للأجهزة المحمولة. يُطلق على Twitter اسم المدونة الصغيرة، أما شعار تويتر "الطير" فقد جرى اختيار هذا الاسم تكريماً للاعب كرة السلة الأمريكي L. Bird (Mazur، 2020). تمنح منصة Twitter الجميع القدرة على إنشاء الأفكار والمعلومات ومشاركتها مع الآخرين على الفور. يمكن للمستخدمين التفاعل مع الآخرين من خلال متابعة حساباتهم والرد عليهم أو الإشارة (@) إليهم في تغريداتهم، وبالتالي إنشاء شبكة من الاتصالات. كما يتيح استخدام علامة التصنيف أو الوسم أو التجزئة الهاشتاك # التي تساعد على تصنيف التغريدات، وهي وسيلة يستخدمها الأشخاص للبحث عن التغريدات التي لها موضوع مشترك. لذلك، فإن العلامات ليست طريقة لتنظيم التغريدات وحسب، ولكنها أيضاً طريقة لإنشاء مجتمعات من الأشخاص المهتمين بالموضوع نفسه.

بالإضافة إلى ذلك، في بعض الأحيان يجري استخدام علامة التجزئة لتنظيم حدث، أو تحديد موضوع الدردشة. كما يتيح تويتر ميزة البحث للعثور على أشخاص في مجالك، والتحقق من من يتابعهم والبدء في متابعتهم أيضًا.

النتائج والمناقشة

أهداف التنمية المستدامة

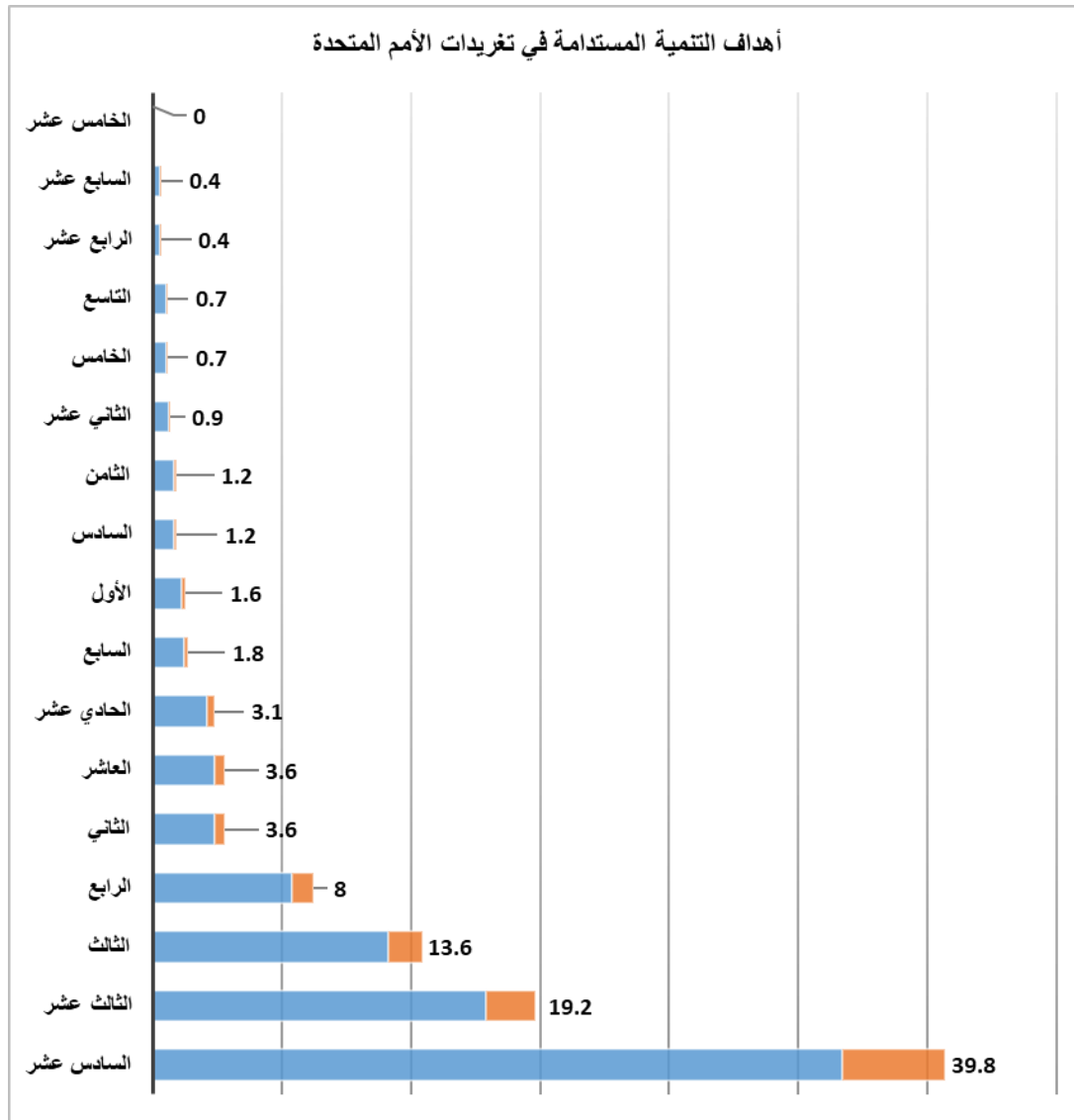
للكشف عن مدى ورود أهداف التنمية المستدامة في محتوى الأمم المتحدة على حسابها العربي على تويتر، جرى حساب التكرارات والنسب المئوية كما مبين في الجدول التالي:

جدول 1: فئة أهداف التنمية المستدامة

الهدف	نص الهدف	التكرار	النسبة المئوية
السادس عشر	السلام والعدالة والمؤسسات القوية	267	39.8
الثالث عشر	العمل المناخي	129	19.2
الثالث	الصحة الجيدة والرفاه	91	13.6
الرابع	التعليم الجيد	54	8.0
الثاني	القضاء التام على الجوع	24	3.6
العاشر	الحد من أوجه عدم المساواة	24	3.6
الحادي عشر	مدن ومجتمعات محلية مستدامة	21	3.1
السابع	طاقة نظيفة وبأسعار معقولة	12	1.8
الأول	القضاء على الفقر	11	1.6
السادس	المياه النظيفة والنظافة الصحية	8	1.2
الثامن	العمل اللائق ونمو الاقتصاد	8	1.2
الثاني عشر	الاستهلاك والإنتاج المسؤولين	6	0.9
الخامس	المساواة بين الجنسين	5	0.7
التاسع	الصناعة والابتكار والبنية التحتية	5	0.7
الرابع عشر	الحياة تحت الماء	3	0.4
السابع عشر	عقد الشراكة لتحقيق الأهداف	3	0.4
الخامس عشر	الحياة في البر	0	0.00
المجموع		671	100.0

المصدر: من عمل الباحثين، 2022، بالاستناد إلى نتائج التحليل من خلال برنامج Spss

تظهر بيانات تحليل فئات أهداف التنمية المستدامة-كما في الجدول(1)- أن الهدف السادس عشر من أهداف التنمية المستدامة الذي ينص على "السلام والعدل والمؤسسات القوية" احتل المرتبة الأولى في محتوى الأمم المتحدة على حسابها العربي على تويتر، إذ ورد الهدف بنسبة (39.8%)، تلاها الهدف الثالث عشر الذي ينص على "العمل المناخي" بنسبة (19.2%)، ثم الهدف الثالث الذي ينص على "الصحة الجيدة والرفاهية" بنسبة (13.6%). في حين ورد في المراتب الأخيرة الهدف السابع عشر الذي نص على "الشراكات من أجل الأهداف" بنسبة (0.4%)، بينما لم يحظ الهدف الخامس عشر الذي ينص على "الحياة على الأرض" على أية نسبة. والرسم التالي يوضح ذلك:



رسم توضيحي 1: نسب فئة أهداف التنمية المستدامة

المصدر: من عمل الباحثين استنادًا إلى معطيات الجدول أعلاه

تظهر هذه النتيجة أن المحتوى التغريدي ركز على نحو كبير على مضامين ونشاطات العدل والسلام، وهذا يعزى إلى حاجة العالم إلى المزيد من حالات السلام، بسبب الحروب التي تحصل في مناطق متعددة من الأرض. كما شكل العمل المناخي نسبة كبيرة من محتوى تويتر للأمم المتحدة، وهو اهتمام متوقع كونه يتسق مع جملة أهداف التنمية المستدامة، كما أن مؤتمر قادة العالم للمناخ تزامن مع وقت الدراسة. بينما لم تبين دراسة هونكبيفي (Hounkpevi, 2020)، مضامين العدل والسلام، بقدر تركيزها على حقوق الإنسان. كما كشف في هذا الصدد لي وزملاؤه (Lee et al., 2021): عن قيامهم بعمل خريطة طبوغرافية لأبحاث الاستدامة وواجهتها مع وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال استخدام تقنية التعلم الآلي، التي أظهرت موضوعات مثل: سلوك المستهلك المستدام، المجتمع المستدام، و السياحة المستدامة، كونها مواضيع ساخنة، في حين جرى تحديد التعليم من أجل الاستدامة بعده الموضوع البارد الوحيد.

الأبعاد الاتصالية

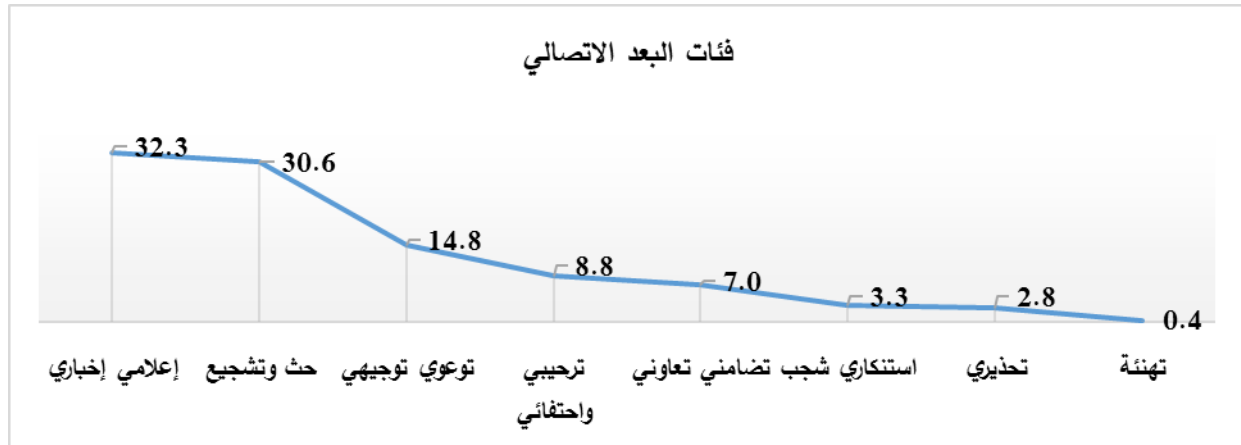
للكشف عن الأبعاد الاتصالية التي تضمها محتوى الأمم المتحدة على حسابها العربي على تويتر، جرى حساب التكرارات والنسب المئوية كما مبين في الجدول التالي:

جدول 2: فئة الأبعاد الاتصالية

النسبة المئوية	التكرار	فئة البعد الاتصالي
32.3	217	إعلامي إخباري
30.6	205	حث وتشجيع
14.8	99	توعوي توجيبي
8.8	59	ترحيبي واحتفائي
7.0	47	تضامني تعاوني
3.3	22	استنكاري شجب
2.8	19	تحذيري
0.4	3	تهنئة
100.0	671	المجموع

المصدر: من عمل الباحثين، 2022، بالاستناد إلى نتائج التحليل من خلال برنامج Spss

تظهر بيانات تحليل فئات البعد الاتصالي-كما في الجدول (2)- أن البعد الاتصالي "إعلامي إخباري" احتل المرتبة الأولى في محتوى الأمم المتحدة على حسابها العربي على تويتر، إذ ورد بنسبة (32.3%)، تلاها بنسبة مقارنة البعد الاتصالي "حث وتشجيع" بنسبة (30.6%)، ثم البعد الاتصالي "توعوي وتوجيهي" بنسبة (14.8%). في حين ورد في المراتب الأخيرة البعد الاتصالي "تحذيري" بنسبة (2.8%)، وفي آخر المستويات ورد البعد الاتصالي "تهنئة" بنسبة (0.4%). والرسم التوضيحي يبين ذلك:



رسم توضيحي 2: يوضح نسب فئة البعد الاتصالي

المصدر: من عمل الباحثين استنادًا إلى معطيات الجدول أعلاه

وفي صدد البعد الاتصالي أظهر (Lee et al., 2021) أن الدراسات المنشورة في المجالات تتناول على نحو أساسي معنى وسائل التواصل الاجتماعي من حيث توصيل الرسائل. تتطلب الاستدامة كمجال للدراسة وكيفية إفادة المؤسسات من قوة وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز استدامتها وقدرتها التنافسية. وقدمت دراسة سالم (2019) تنوع اتجاهات الأفراد نحو أسلوب تناول وسائل الإعلام الرقمية لاستراتيجيات التنمية المستدامة الخاصة بالمدن المحلية، وجاءت "عدم المصادقية" بالمرتبة الأولى. وظهر أن طريقة العرض المتميزة هي بالمرتبة الأولى. وفي مقدمة التأثيرات المعرفية هو التوعية بخفض معدلات الفقد في استخدام الطاقة، أما الوجدانية فقد كانت دعم جهود الدولة في متابعة التطورات الخاصة بتطوير المدن السعودية، أما السلوكية، فكانت المساعدة على اتخاذ القرارات الصائبة فيما يخص استراتيجيات التنمية.

وهذا الصدد، تتفق النتيجة أعلاه مع ما دعا إليه شرام من خلال النظرية التنموية إلى إجراء أبحاث إعلامية في الدول النامية لتعزيز المعرفة وزيادة المعلومات والكشف عن مستوى الإمكانيات الإعلامية المتوافرة فيها، وبالتالي توضيح الرؤيا في ما يتصل بفاعلية الاتصال ("دجاني، 1981). كما تأتي هذه النتيجة متسقة مع ما أكدت عليه النظرية التنموية في ضرورة أن تبقى وسائل الإعلام خاصة وسائل التواصل الاجتماعي على تواصل مستدام بجمهورها لتوفير الوعي اللازم، ومراعاة تنوعه وفئاته وأحواله (العجمي، 2012، ص 9).

الوسائط الاتصالية

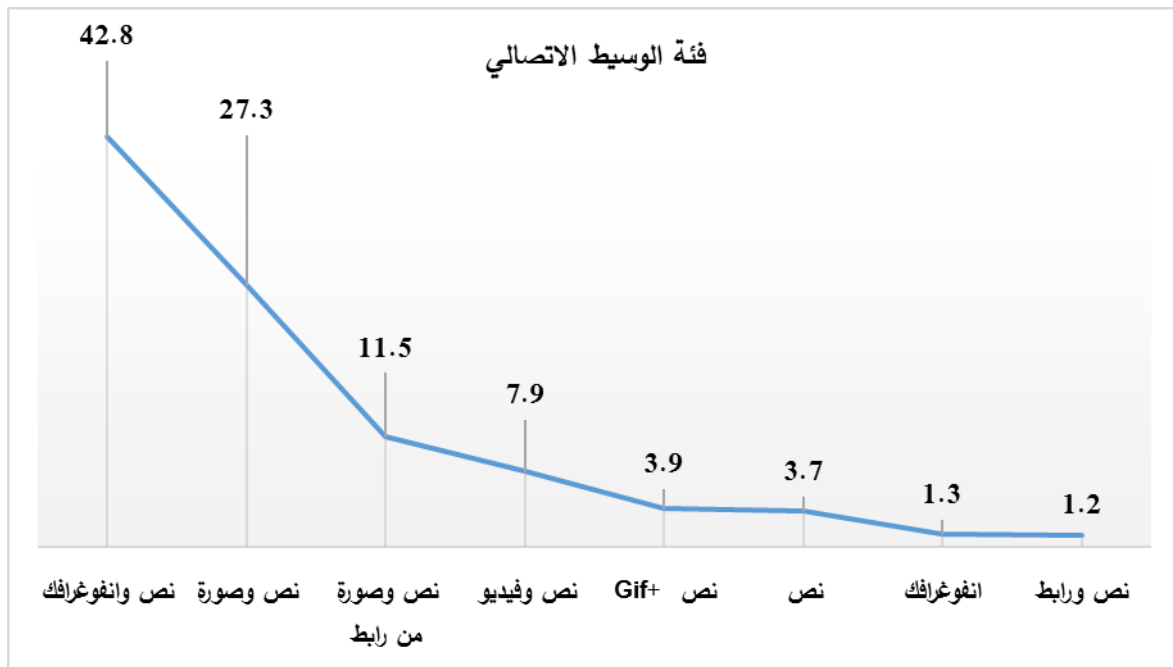
للكشف عن الوسائط الاتصالية التي تضمنها محتوى الأمم المتحدة على حسابها العربي على تويتر، جرى حساب التكرارات والنسب المئوية كما مبين في الجدول التالي:

جدول 3: فئة الوسائط الاتصالية

النسبة المئوية	التكرار	فئة الوسيط الاتصالي للمحتوى
42.8	287	نص وانفوغرافك
27.3	183	نص وصورة
11.5	77	نص وصورة من رابط
7.9	53	نص وفيديو
3.9	26	نص وجيف
3.7	25	نص
1.3	9	انفوغرافك
1.2	8	نص ورابط
0.4	3	فيديو
100.0	671	المجموع

المصدر: من عمل الباحثين، 2022، بالاستناد إلى نتائج التحليل من خلال برنامج Spss

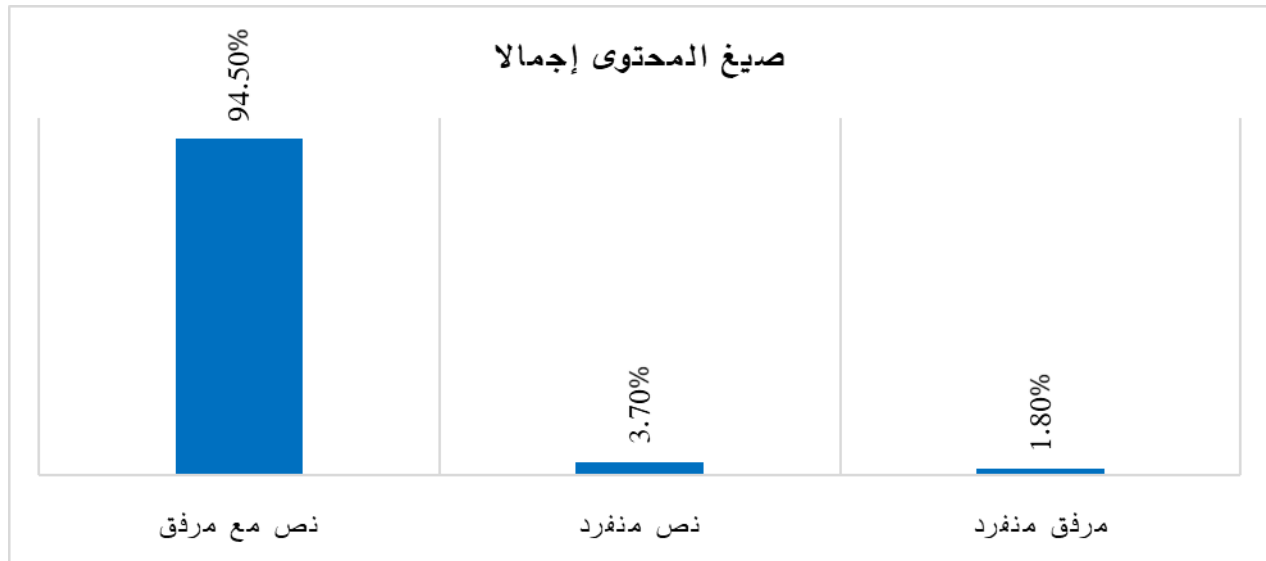
تظهر بيانات تحليل فئات الوسيط الاتصالي-كما في الجدول(3)- أن أكثر الوسائط الاتصالية المصاحبة لمحتوى الأمم المتحدة على تويتر كانت "نص وانفوغرافك" بنسبة (42.8%)، تلتها "نص وصورة" بنسبة (27.3%)، ثم "نص وصورة من رابط" بنسبة (11.5%). في حين كان أقل وسيط اتصالي هو "الفيديو" بنسبة (0.4%)، والرسم التوضيحي التالي يبين ذلك:



رسم توضيحي 3: يوضح نسب فئة الوسيط الاتصالي

المصدر: من عمل الباحثين استنادًا إلى معطيات الجدول أعلاه

كما يتضح من البيانات أعلاه أن صيغة المحتوى جاء فيها "نص مع مرفق" بأعلى نسبة بلغت (94.5%)، في حين جاء صيغة المحتوى "نص منفرد" بنسبة (3.7%)، ثم أخيراً صيغة "مرفق منفرد" بنسبة (1.8%). كما يوضحه الرسم الآتي:



رسم توضيحي 4: يوضح نسب صيغ المحتوى حسب الوسيط الاتصالي

المصدر: من عمل الباحثين استناداً إلى معطيات الجدول أعلاه

وحول توظيف الوسائط المتعددة، بينت دراسة اللبان (2018) أن شبكة الفيسبوك تؤدي دوراً مهماً في نشر مبادئ التنمية المستدامة ودعم أهدافها، وأن ملفات الصور والفيديوهات لها دور في جذب المستخدمين لمنشورات التنمية المستدامة. وظهر أن المنشورات التفاعلية المختصة بتبادل المعرفة مع المستخدمين والمتاحين عبر شبكة الفيسبوك تسهم في تعزيز البيئة المعرفية وتطوير الأفكار التنموية، وتحويلها إلى مبادرات. كما بينت دراسة واغ (Wagh, 2019) أن الوسائط المرئية والمسموعة لعبت دوراً رئيسياً في قضايا الاستدامة مثل تغير المناخ والفقر والنظام البيئي وحماية البيئة وعدم المساواة والتنمية الاقتصادية مع الكثير من الدعم الحكومي والمبادرات، وجعل المحتوى معاصراً لجذب الأشخاص من جميع الأعمار والفصول الدراسية قادرة بنجاح بما يكفي للتأثير على الناس للمشاركة في برامج التنمية. كما أظهرت دراسة سالم (2019) أن الملفات الصوتية كانت أكثر الوسائط استخداماً في إظهار استراتيجيات التنمية المستدامة. وكان من أبرز المزايا التنافسية هو توفير بيئة إيجابية جاذبة تتوافر فيها مقومات جودة الحياة للمواطن.

الرموز الاتصالية

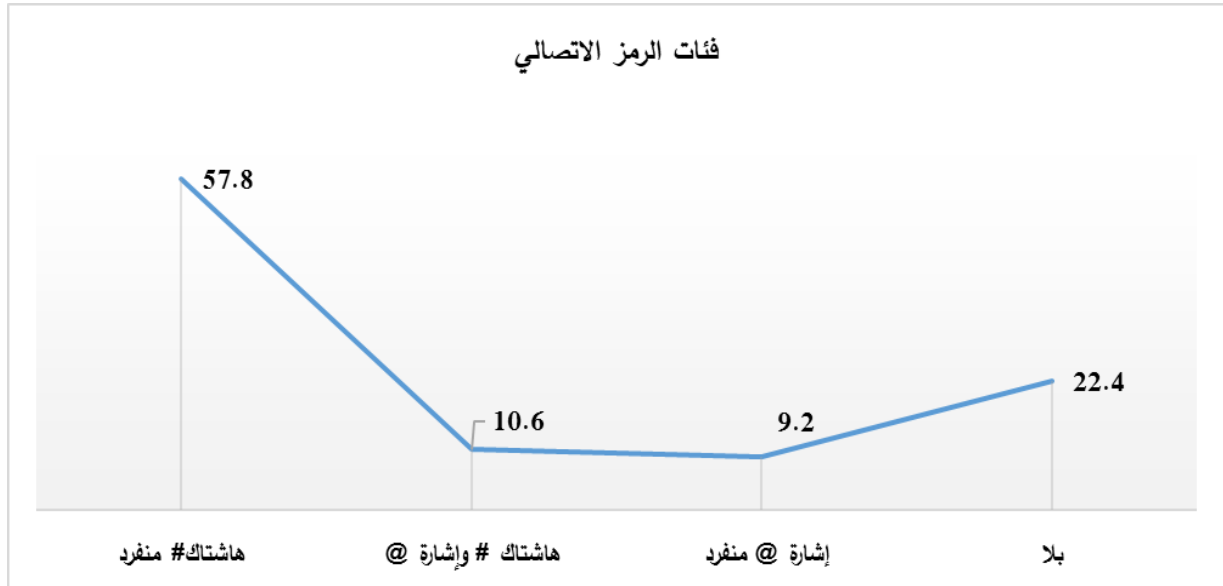
للكشف عن الرموز الاتصالية التي تضمنها محتوى الأمم المتحدة على حسابها العربي على تويتر، جرى حساب التكرارات والنسب المئوية كما مبين في الجدول التالي:

جدول 4: فئة الرموز الاتصالية

النسبة المئوية	التكرار	فئة الرمز الاتصالي
57.8	388	هاشتاك # منفرد
10.6	71	هاشتاك # وإشارة @
9.2	62	إشارة @ منفرد
22.4	150	بلا
100.0	671	المجموع

المصدر: من عمل الباحثين، 2022، بالاستناد إلى نتائج التحليل من خلال برنامج Spss

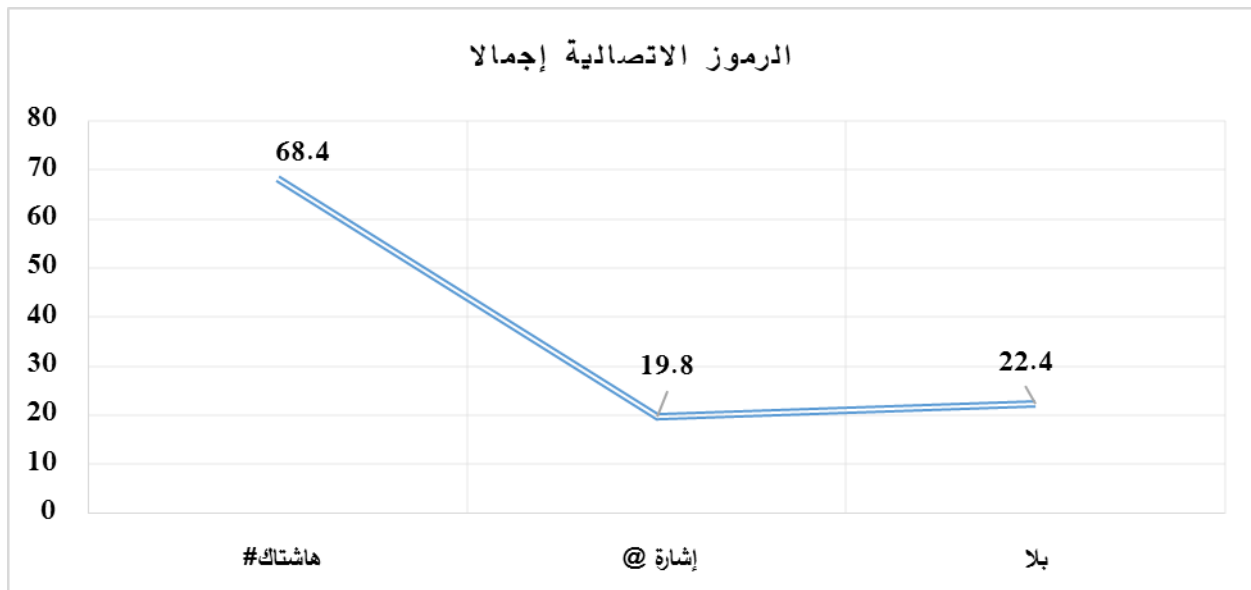
تظهر بيانات تحليل فئات الرمز الاتصالي-كما في الجدول(4)- أن أكثر رمز اتصالي ورد في محتوى الأمم المتحدة على تويتر هو "هاشتاك # منفرد" بنسبة(57.8%)، تلاه مع الفارق "هاشتاك # وإشارة @ بنسبة(10.6%)، ثم "إشارة @ منفرد بنسبة(9.2%). في حين كان هناك (22.4%) من المحتوى لم يتضمن أي رمز اتصالي، والشكل التالي يوضح ذلك:



رسم توضيحي 5: يوضح نسب فئة الرمز الاتصالي

المصدر: من عمل الباحثين استنادًا إلى معطيات الجدول أعلاه

كما يتبين من البيانات أعلاه أن الرمز # ورد في (68.4%) من المحتوى الكلي، في حين وردت الإشارة @ في (19.8%) من المحتوى الكلي، ولابد من التوضيح أن هناك ضمن هذه النسب محتوى مشتركًا تضمن الرمزين معًا، كما مبين في الشكل(6) إلا أن هناك (22.4%) من المحتوى لم يتضمن أي رمز اتصالي، كما جرى توضيحه.



رسم توضيحي 6: يوضح نسب فئات الرموز الاتصالية إجمالاً

المصدر: من عمل الباحثين استنادًا إلى معطيات الجدول أعلاه

تمثل علامة الوسم أو التجهزة أو التصنيف # دلالة فنية تسهيلية للباحث عن الموضوع، وكذلك تتيح لموضوعاتها أن تكون في أعلى درجات البحث عبر متصفحات الإنترنت. ففي حالة لم يحظ حساب الأمم المتحدة بمتابعة مباشرة، فإن أي مستخدم للإنترنت وهو يبحث عن موضوع ذي علاقة سيتم تحويله إلى حساب تويتر حيث يوجد الموضوع الذي تمت الإشارة إليه من خلال العلامة #. لذا جاءت بعض صيغ الوسم على شكل حث، ومنها على شكل معلومة فقط.

ومن أبرز ما ورد من توظيف لعلامة الوسم هي: #اعملوا_الآن، و#كوفيد، و#السودان، و#لبنان، و#أفغانستان، و#اليمن، و#تعز، و#ميانمار، و#العراق، و#مع_اللاجئين، و#أنا_أنتي، و#حقوق_الإنسان، و#العمل_المناخي، و#أزمة_المناخ، و#حماية_الصحفيين، و#الأمم_المتحدة، و#اليونسكو، و#اليوم_العالمي_للعلوم، و#Dearworldleaders، و#COP26، و#GlobalGoals. على سبيل المثال، تكرر COP26 و#العمل_المناخي مع التغريدات التي تناولت موضوع مؤتمر المناخ في غلاسكو، سواء كان المحتوى للإخبار والإعلام، أو لحث قادة العالم المجتمعين على اتخاذ قرارات مناسبة للتصدي لأزمات المناخ، وتجاوز المشاكل المناخية المتوقعة. وفيما يتعلق بموضوع حق الإنسان في الحصول على الجنسية، أرفق في المحتوى هاشتاك #أنا_أنتي. وهو حث على أن يكون لكل إنسان الحق في الحصول على الجنسية.

بينما علامة الإشارة mention ال@ ترفق مع حساب آخر للإشارة له، مثل الTag في الفيسبوك، ليصل إشعار إلى صاحب الحساب حتى يتمكن من الاطلاع على المحتوى. ومن ذلك مثلاً تمت الإشارة كثيرًا إلى حساب الأمين العام للأمم المتحدة بـ @antonioguterres، كما تمت الإشارة إلى حسابات أخرى مثل: @UNWEBTV، و@Unarabic، و@UNWSCWA.

مصادر التغريد

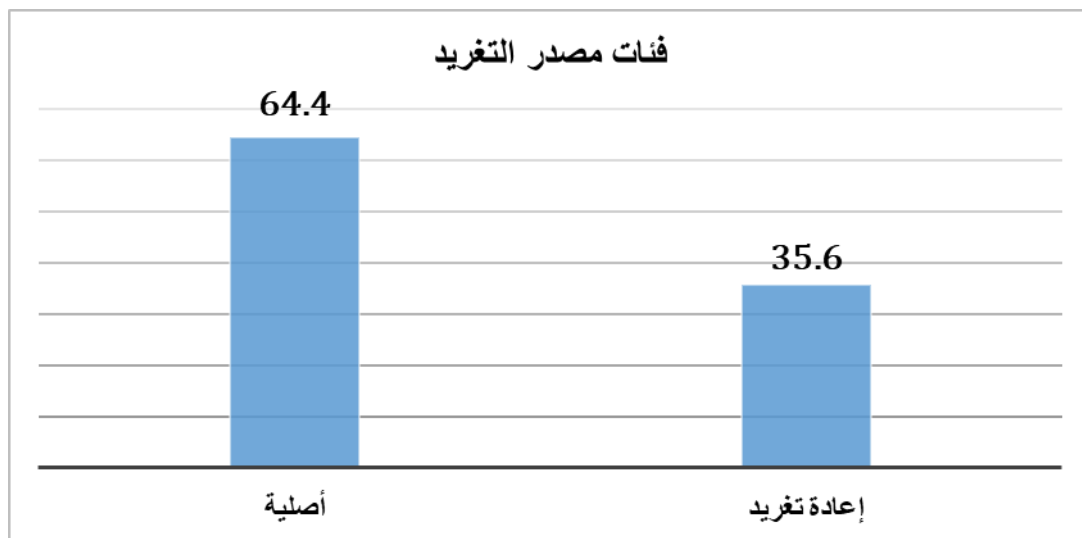
للكشف عن مصدر تغريد محتوى الأمم المتحدة على حسابها العربي على تويتر، جرى حساب التكرارات والنسب المئوية كما مبين في الجدول التالي:

جدول 5: فئة مصدر التغريد

فئة المصدر	التكرار	النسبة المئوية
أصلية	432	64.4
إعادة تغريد	239	35.6
المجموع	671	100.0

المصدر: من عمل الباحثين، 2022، بالاستناد إلى نتائج التحليل من خلال برنامج Spss

تظهر بيانات تحليل فئات مصادر التغريد-كما في الجدول(5)- أن أكثر مصدر للتغريد لمحتوى الأمم المتحدة هي فئة "تغريدة أصلية" بنسبة (64.4%)، ثم فئة "إعادة تغريد" بنسبة (35.6%)، والشكل التالي يوضح ذلك:



رسم توضيحي 7: يوضح نسب فئة مصدر التغريد

المصدر: من عمل الباحثين استنادًا إلى معطيات الجدول أعلاه

يتضح من بيانات الجدول أعلاه، أن هناك نسبة جيدة من تغريدات الأمم المتحدة جاءت من إعادة التغريد من حسابات أخرى، ترتبط تلك الحسابات في معظمها في الأمم المتحدة، مثل اليونسكو، واليونسيف، وممثلات الأمم المتحدة في عدد من الدول. تدل نسبة التغريدات الأصلية التي تفوق إعادة التغريد، إلى مستوى اهتمام الأمم المتحدة بنشر المحتوى الذي تركز فيه على جوانب معينة من التنمية المستدامة، فضلاً عن إعادة تغريد ما يتوافق ويناسب الموضوعات التي تحظى بتركيزها في وقت النشر.

الاستنتاجات

أهداف التنمية المستدامة

- ظهر أن أغلب محتوى الأمم المتحدة على تويتر كان يتضمن موضوعات الهدف السادس عشر من أهداف التنمية المستدامة الذي ينص على "السلام والعدل والمؤسسات القوية" (39.8%)، وكان من أبرز الموضوعات المتضمنة هي "إنهاء الإفلات من العقاب على الجرائم المرتكبة ضد الصحفيين، وإنهاء التوتر في السودان، والحوار مع أطراف النزاع في أثيوبيا، وشجب الاستيطان في فلسطين، وامتلاك الجنسية من حقوق الإنسان، وتنسيق الجهود مع دول الجوار حول ليبيا، وخفض التصعيد في اليمن، وإنهاء العنف ضد المرأة، وإدانة محاولة اغتيال رئيس وزراء العراق، واحترام إرادة الشعب في ميانمار، والحث على إنهاء الفساد والرشوة لتحسين سبل العيش، وحق الإنسان في الأمن والمحاكمة العادلة، والتضامن مع اللاجئين، وإدانة الانتهاكات ضد الأطفال.
- تلاها الهدف الثالث عشر الذي ينص على "العمل المناخي" بنسبة (19.2%)، وقد شمل محتواه "مؤتمر المناخ COP26 غلاسكو، وحث قادة العالم على التصدي لأزمة المناخ، والاحتباس الحراري، وإنهاء إزالة الغابات، وخطورة تجاهل مناهج التعليم لأزمة المناخ، والتأهب للآزمات المناخية والحاجة إلى العمل المناخي، والتحذير من صعوبة حصول 3.6 مليار على الماء، و50% من العالم معرضون للعواصف، واتفاقيات المناخ، والتوعية المجتمعية بشأن تغيرات المناخ، والتربة أساس نظمنا الغذائية، والحفاظ على المياه البحرية".
- ثم الهدف الثالث الذي ينص على "الصحة الجيدة والرفاهية" بنسبة (13.6%). وتضمنت "الحث على أخذ اللقاحات - 5 ملايين إنسان ماتوا بسبب فيروس كورونا-19، والقلق من تحورات الفايروس، ولقاحات جديدة لفايروس كورونا، والنسخة الرقمية للمرضة فلورنس المساعدة على الإقلاع عن التدخين، والأكل الصحي، الفواكه والخضراوات، وإطلاق حملات تطعيم، و240 مليون يعانون من السكري، وذوي الهمم - ذوي الإعاقة، والتغلب على الایدز.
- ثم الهدف الرابع الذي ينص على "التعليم الجيد" بنسبة (8.0%)، وتضمنت موضوعاته؛ "مواجهة التنمر في المدارس"، اليونسكو، إتاحة العلوم للجميع، تشجيع العلم المفتوح، خطط تعليمية، تعليم الفتيات، المدرس مستقبل الطفل، آثار الكوفيد على التعليم، اللغة العربية لغة الكمال". بينما لم تحظ بقية أهداف التنمية المستدامة إلا بنسب ضئيلة، تراوحت بين (0.00% و 3.6%).

الأبعاد الاتصالية

- تظهر بيانات تحليل فئات البعد الاتصالي أن البعد الاتصالي "إعلامي إخباري" احتل المرتبة الأولى في محتوى الأمم المتحدة على حسابها العربي على تويتر، إذ ورد بنسبة (32.3%)، تلاها بنسبة مقاربة البعد الاتصالي "حث وتشجيع" بنسبة (30.6%)، ثم البعد الاتصالي "توعوي وتوجيهي" بنسبة (14.8%). في حين ورد في المراتب الأخيرة البعد الاتصالي "تحذيري" بنسبة (2.8%)، وفي آخر المستويات ورد البعد الاتصالي "تمهنة" بنسبة (0.4%). وبشكل عام تمثل مجمل هذه الأبعاد الإطار الكلي للوظيفة الاتصالية التي أشارت إليه نظرية الإعلام التنموي، بعد أن الإعلام الخاص بالتنمية وسيلة لضمان المشاركة السياسية الحقيقية، فضلاً عن أنه أداة لخلق الوعي بالإولويات.

الوسائط الاتصالية

- تظهر بيانات تحليل فئات الوسيط الاتصالي أن أكثر الوسائط الاتصالية المصاحبة لمحتوى الأمم المتحدة على تويتر كانت "نص وانفوغرافك" بنسبة (42.8%)، تلتها "نص وصورة" بنسبة (27.3%)، ثم "نص وصورة من رابط" بنسبة (11.5%). في حين كان أقل وسيط اتصالي هو "الفيديو" بنسبة (0.4%). وبشكل مجمل فإن صيغة المحتوى "نص مع مرفق" حظيت بأعلى نسبة (94.5%)، في حين جاء صيغة المحتوى "نص منفرد" بنسبة (3.7%)، ثم صيغة "مرفق منفرد" بنسبة (1.8%).

الرموز الاتصالية

- تظهر بيانات تحليل فئات الرمز الاتصالي أن أكثر رمز اتصالي ورد في محتوى الأمم المتحدة على تويتر هو "هاشتاك #منفرد" بنسبة (57.8%)، تلاه مع الفارق "هاشتاك # وإشارة @" بنسبة (10.6%)، ثم "إشارة @ منفرد" بنسبة (9.2%). في حين كان هناك (22.4%) من المحتوى لم يتضمن أي رمز اتصالي. وبشكل مجمل فإن الرمز # ورد في (68.4%) من المحتوى الكلي، في حين وردت الإشارة @ في (19.8%) من المحتوى الكلي، ولابد من التوضيح أن هناك ضمن هذه النسب محتوى مشتركاً تضمن الرمز معاً، كما مبين في الشكل (6) إلا أن هناك (22.4%) من المحتوى لم يتضمن أي رمز اتصالي.

مصدر التغريد

● تظهر بيانات تحليل فئات الرمز الاتصالي أن أكثر مصدر للتغريد لمحتوى الأمم المتحدة هي فئة "تغريدة أصلية" بنسبة (64.4%)، ثم فئة "إعادة تغريد" بنسبة (35.6%). تؤثر هذه النتيجة إلى حرص المؤسسة (الأمم المتحدة) على بذل الجهد المتخصص والفريد في بث الوعي حول أهداف التنمية المستدامة.

الخاتمة

تمثل التطبيقات الرقمية ومنصات وشبكات التواصل الاجتماعي بيئة اتصالية رقمية مناسبة لتوعية المجتمع بأهداف التنمية المستدامة، ونشر غاياتها، وأنشطتها، وفعاليتها، وتعليماتها، ومؤتمراتها، والدعوات التي تطلقها لقادة الرأي العام، وقادة الدول، وأفراد المجتمع، للتعاون من أجل تحقيق مجتمع آمن ومستقر ومستدام، ضمن بيئة ومناخ صالح للعيش للإنساني على نحو يرفع تعليمه ورفاهيته وصحته، ووفرة المياه والغذاء والهواء النقي. إن تويتر هو أبرز منصة رقمية تستثمرها العديد من الجهات الرسمية والأمنية. وقد أصبحت منصة تويتر أحد أعمدة الإعلام التنموي في العالم.

شكروامتنان

المؤلفون ممتنون لجامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن على الدعم المالي الممنوح لتغطية رسوم نشر هذا المقال.

المصادر والمراجع

- الداغر، م. (2012). دور وسائل الإعلام والاتصال في دعم خطط التنمية المستدامة والنهوض بها في البلدان العربية دراسة حول دور الصحافة في معالجة مشكلات التنمية المستدامة بالتطبيق على عينة من الصحف العربية اليومية في الفترة من 2005-2007. *حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية*، 33(359)، 8-230.
- العجمي، م. (2012). *الإعلام تأثيره وأثره على النهضة الوطنية وما آلت إليه الأمة العربية*. ديوان الأغا.
- الليان، ن. (2018). استخدام الأرشيفات الوطنية لشبكة الفيس بوك في التنمية المستدامة. *المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات*، 2(5)، 191-222.
- المحمود، ج. (2004). دور الإعلام في تحقيق التنمية والتكامل الإقتصادي العربي. *مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية*، 20(2)، 245-268.
- المصمودي، م. (1985). *النظام الإعلامي الجديد*. المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.
- المغازي، ح. (2017). أهمية الإعلام في تسليط الضوء على القضايا التنموية.
- حجاب، م. (2000). *الإعلام والتنمية الشاملة*. دار الفجر.
- خضور، أ. (2003). *الإعلام المتخصص*. المكتبة الإعلامية.
- خلف، ن.، & بن بوزيد، ن. (2021). فاعلية الدبلوماسية العامة الجزائرية على تويتر دراسة تحليلية وصفية. *مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية*، 5(2)، 460-477.
- دجاني، ن. (1981). *أصوات عديدة وعالم واحد: تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشاكل التواصل الإعلامي-لجنة ماكبرايد*. مركز دراسات الوحدة العربية.
- سالم، د. (2019). دور الإعلام الرقمي في تعزيز استراتيجيات التنمية المستدامة لتحقيق المزايا التنافسية. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، 66(6)، 133-200.
- سعيد، س. (2008). *سيكولوجية الإتصال الجماهيري*. عالم الكتب الحديث.
- طوالبية، م. (2016). العلاقة بين تنمية وسائل الإعلام والإعلام التنموي. *دراسات في التنمية والمجتمع*، 2(3)، 107-135.
- عبدالمجيد، ش. (1995). *الاتصال الإعلامي والتنمية*. العربي للنشر.
- قاسم، خ. (2007). *إدارة البيئة والتنمية المستدامة في ظل العولمة*. الدار الجامعية.
- لبصير، ف. (2017). الإعلام التنموي ودوره في تفعيل التنمية المحلية. *مجلة العلوم الإنسانية*، 47، 51-60-047-000-1034174/doi.org/https. 050.
- وجيه، أ. (1989). *الإعلام والدعاية*. جامعة دمشق.

References

- Hounkpevi, C. A. (2020). Sentiment Analysis to Inform SDGs : Immigration in Colombia and Costa Rica. *Cepei*, 1–20.
- Johnston, R. B. (2016). Arsenic and the 2030 Agenda for sustainable development. *Arsenic Research and Global Sustainability - Proceedings of the 6th International Congress on Arsenic in the Environment, AS 2016*, 12–14. <https://doi.org/10.1201/b20466-7>.
- Kutlu, K. (2020). *World Commission on Environment and Development (Brundtland Commission)*. In *The Palgrave Encyclopedia of Global Security Studies* (pp. 1–7). https://doi.org/10.1007/978-3-319-74336-3_452-1.
- Lee, J. H., Wood, J., & Kim, J. (2021). Tracing the Trends in Sustainability and Social Media Research Using Topic Modeling. *Sustainability*, 13(3), 1269. <https://doi.org/10.3390/su13031269>.
- Mazur, P. (2020). Twitter. *Vademecum Bezpieczeństwa Informacyjnego*, 2, 480–483.
- Moisoiu, C. (2013). The Social Network Sites and The Governance of The Sustainable Development. *Global Economic Observer*, 1(2), 121–129.
- Naziz, A. (2020). Sustainable development goals and media framing: an analysis of road safety governance in Bangladeshi newspapers. *Policy Sciences*, 53(4), 759–777. <https://doi.org/10.1007/s11077-020-09393-0>.
- SEC, U., & E. C. (2021). Twitter. Q2 2021 Shareholder Letter. <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1418091/000141809121000151/twtrq221ex991.htm>.
- Wagh, R. V. (2019). Sustainable Development Goals and Role of Media. *IJARIE*, 5(6), 1756–1758. www.ijarie.com.
- Abdul Majeed, Sh. (1995). *Media Communication and Development*. Arabic Publishing.
- Al-Ajmi, M. (2012). *The media and its impact and effects on the national renaissance and the outcome of the Arab nation*. Agha's office.
- Al-Dagher, M. M. A. (2012). The role of media and communication in supporting and promoting sustainable development plans in Arab countries, a study on the role of the press in addressing sustainable development problems by applying to a sample of Arab daily newspapers in the period from 2005-2007. *Annals of the Arts and Social Sciences*, 33(359), 8–230.
- Allabban, N. A. (2018). The use of the national archives of the Facebook network in sustainable development. *International Journal of Library and Information Sciences*, 2(5), 191–222.
- Almahmoud, J. A. (2004). The role of the media in achieving Arab economic development and integration. *Damascus University Journal of Economic and Legal Sciences*, 20(2), 245–268.
- Al-Masmoudi, M. (1985). *The new media system*. National Council for Culture, Arts and Letters.
- Dajani, N. (1981). *Many Voices, One World: Report of the International Commission for the Study of Problems of Media Communication*. The McBride Commission. Center for Arab Unity Studies.
- Hajjab, M. M. (2000). *Media and comprehensive development*. Dawn House.
- Khadour, A. (2003). *Specialized media*. Media Library.
- Khalaf, N. A., & Ben Bouzid, N. (2021). The effectiveness of Algerian public diplomacy on Twitter: an analytical and descriptive study. *Al-Risala Journal for Media Studies*, 5(2), 460–477. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/167555>.
- Labseer, F. (2017). Developmental media and its role in activating local development. *Journal of the Humanities*, 47, 51–60. <https://doi.org/10.34174/0079-000-047-050>.
- Maghazi, H. A. (2017). *The importance of the media in shedding light on development issues*.
- Qasim, Kh. (2007). *Environmental management and sustainable development in light of globalization*. University house.
- Said, S. (2008). *The psychology of mass communication*. The modern world of books.
- Salem, F. (2019). The role of digital media in promoting sustainable development strategies to achieve competitive advantages. *The Egyptian Journal of Media Research*, 2019(66), 133–200.
- Tawalbeya, M. (2016). The relationship between media development and development media. *Studies in Development and Society*, 2(3), 107–135.
- Wajeh, A. (1989). *Media and advertising*. University of Damascus.