

## توظيف الإعلام التنموي الرقمي في المساهمة الفعالة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة

آية أحمد محمد عبد الجواد عياد\*

المستخلص:

تهدف هذه الدراسة إلى فهم وتحليل وتفسير فاعلية توظيف الإعلام التنموي الرقمي في معالجة قضايا التنمية المجتمعية، والتأثير على اهتمام واتجاهات المواطنين نحو المشاركة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

واعتمدت الباحثة على نظرية "الاعتماد على وسائل لإعلام" Dependency

Theory

كإطاراً نظرياً للدراسة؛ كونها الأقرب إلى موضوع الدراسة إذ يمكن من خلالها تفسير طبيعة الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة من وسائل الإعلام الرقمي في توعية المواطن بقضايا التنمية المستدامة، وضرورة المشاركة في تحقيق أهدافها، بالإضافة إلى أنها ساعدت في تحديد تساؤلات وفئات تحليل الدراسة.

وتتنمي هذه الدراسة للبحوث "الكيفية" ذات مدخل التحليل الموضوعي التي تعتمد على منهج المسح بشقّه التحليلي. وتمثل مجتمع الدراسة في الصفحات التنموية على موقع Facebook الخاصة بأنشطة ومبادرات التنمية المجتمعية وأهداف التنمية المستدامة في مصر. واعتمدت الباحثة في جمع البيانات على استمارة تحليل مضمون لعينة عمدية قوامها (5) من الصفحات التنموية على موقع Facebook؛ لتحليل مضمونها وإجراء تحليل لمحتوى المنشورات Posts عليها، وأهدافها، وأنواعها، وأنواع القضايا التنموية المطروحة، والمعلومات والخدمات المقدمة، واللغة والاستمالات المستخدمة، وتوظيف الأدوات التفاعلية، وحجم التفاعل وأشكاله، وأنواع التعليقات وارتباطها بالموضوعات المطروحة والقضايا التنموية محل النقاش. وتم التحليل الموضوعي لمدة شهر كامل (31 يوم) لإجمالي عدد (191) منشور.

وقد انتهت الدراسة إلى أنه تم توظيف موقع Facebook كوسيلة من وسائل الإعلام التنموي الرقمي في التركيز على معالجة قضايا محورين من محاور التنمية المستدامة الرئيسية الثلاث (الاقتصاد، المجتمع، البيئة)؛ فكان الاهتمام بالقضايا الاقتصادية والمجتمعية، وتقديم الخدمات التي تساهم في معالجة تلك القضايا. وقد استفادت الصفحات التنموية بنسب متفاوتة من الإمكانيات التكنولوجية والفنية والتفاعلية المتاحة في جذب انتباه أعداد كبيرة من المتابعين، والتأثير على اتجاه واهتمام أعداد متوسطة، وتحفيزهم على التفاعل مع القضايا المطروحة، والمشاركة المجتمعية.

الكلمات الدالة : الإعلام التنموي الرقمي – التنمية المستدامة – مواقع التواصل الاجتماعي – الصفحات التنموية.

\* مدرس مساعد بالأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام

**Abstract:**

This study aims to identify, analyze and interpret the effectiveness of employing digital media for development in addressing societal development issues, and influencing citizens' interest and attitudes towards participation in achieving sustainable development goals SDGs.

The researcher relied on the "Dependency Theory" as a theoretical framework for study; Being the closest to the subject of the study, as it can explain the role of Social Networking Sites as a Digital Media for Development tool in raising citizen's awareness of sustainable development issues, and the need to participate in achieving its goals, in addition to that it helped define questions and categories of content analysis study.

This study belongs to the "**Qualitative**" research with Thematic Approach that adopting the survey method with its analytical part. **Content analysis** study was conducted on a purposive sample of (5) development pages on Facebook related to community development activities and initiatives and the sustainable development goals in Egypt; to analyze the content of the posts on it, its objectives, forms, development issues raised, information and services provided, language used, interactive tools employed, levels and forms of interaction, types of comments and their relevance to the topics and the development issues under discussion. The objective analysis was done for a whole month (31 days) for a total of 191 posts.

**The study revealed that** Facebook has been employed as a digital media for development in focusing on addressing issues of the three main sustainable development axes (economy, society & environment). The interest in economic and societal issues, and the provision of services that contribute to addressing these issues. The development pages have benefited, to varying degrees, from the available technological, technical and interactive capabilities in attracting the attention of large numbers of followers, influencing the attitude and interest of medium numbers of users, and motivating them to interact with the issues at hand, and societal participation.

تواجه الدول النامية تحديات كبيرة على المستويات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والصحية والأمنية والسياسية؛ الأمر الذي جعل "التنمية" هدفاً استراتيجياً وضرورة ملحة لهذه البلدان.

ولم تعد تلك المجتمعات النامية قادرة على إحراز تقدّم في ظل التطور الهائل لتكنولوجيا الاتصال الرقمية من خلال تطبيق المداخل التنموية التقليدية؛ إذ لا بد لها من انتهاز مداخل تنموية ابتكارية تُمكنها من إشراك المواطن، الذي هو ركيزة التنمية وغايتها في الوقت ذاته، في وضع وتنفيذ الخطط الاستراتيجية التنموية من أجل التصدي بفاعلية للتحديات المتزايدة في كافة مجالات الصحة والتعليم والأمن والاقتصاد والسياسة؛ فقد أصبح العمل التشاركي بين الحكومة والمواطن على تحقيق الأهداف الوطنية للتنمية المستدامة ضرورة لبناء المجتمع وتعزيز الاستقلالية في عصر العولمة الحالي.

ولن تتم المشاركة الفعالة للمواطن دون إعداد وتأهيل؛ فبقدر ما يتوفر له من توعية وتعليم وتدريب وتنقيف وأدوات ومهارات اتصالية ومهنية وتقنية وإبداعية، وإحساس بالمسؤولية بقدر ما يتوفر للمجتمع القدرة الذاتية على النمو والتطور.

وهنا يأتي دور الإعلام التنموي بالوسائل والجهود الاتصالية المخطط لها لتوعية وتعبئة الجماهير، وخلق مواقف واتجاهات إيجابية داعمة للتنمية؛ ومن ثمّ تهيئة الظروف الاجتماعية والثقافية والنفسية للأفراد والجماعات لتعظيم المشاركة في كافة عمليات التنمية، وتحويل أفراد المجتمع إلى وكلاء للتنمية والتغيير؛ من أجل الإسراع في تحوّل المجتمع إلى حالة ديناميكية من التنمية المستدامة.

ولما كانت التنمية هي الهدف الاستراتيجي الذي تسعى إليه الدولة المصرية خلال الفترة المقبلة في ظل ما تواجهه من تحديات، ولما كان الشباب هم عماد هذه الأمة ومصدر قوتها التي تعوّل عليه كثيراً في تحقيق تنمية شاملة يستفيد منها الجميع حاضراً ومستقبلاً، ولما كانت مواقع التواصل الاجتماعي تمثل ركناً أساسياً من أركان الإعلام الرقمي الذي أصبح يلعب دوراً كبيراً ومهماً كأداة للتعبئة الجماهيرية؛ فإن هذه الدراسة تسعى إلى التعرف على كيفية توظيف مواقع التواصل الاجتماعي كأداة من أدوات الإعلام التنموي الرقمي في المساهمة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة بالتطبيق على رؤية 2030.

#### مشكلة الدراسة:

بناءً على ما سبق تتمثل إشكالية البحث وموضوع الدراسة في فهم وتحليل وتفسير عملية توظيف شبكات التواصل الاجتماعي كأداة من أدوات الإعلام التنموي الرقمي، في تناول ومعالجة قضايا التنمية المستدامة وتأثير ذلك على وعي واهتمام

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين  
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

المواطنين المستخدمين بقضايا التنمية، والمشاركة الفعالة لتحقيق أهدافها. وذلك من خلال دراسة صفحات ومنتديات الـ Facebook التنموية الخاصة بمبادرات وأنشطة التنمية المجتمعية في مصر، وأنماط توظيف تلك الصفحات في نشر الوعي وإثارة الاهتمام بقضايا التنمية المستدامة، وتأثير ذلك على متابعة المواطنين المستخدمين لها، واهتمامهم بتلك القضايا، واتجاههم نحو المشاركة الفعالة المشاركة الفعالة لتحقيق أهدافها.

أهمية الدراسة:

من الناحية العملية: يكتسب موضوع "التنمية" بشكل عام، وسبل تحقيق "أهداف التنمية المستدامة" بشكل خاص أهمية استراتيجية على المستويين المحلي والعالمي، والتي تحتاج إلى توعية وتعبئة جماهيرية لكسب تعاون ومشاركة المواطن (غاية التنمية) في وضع وتنفيذ الخطط الاستراتيجية للوصول إليها. وتوظيف الإعلام التنموي الرقمي وبخاصة شبكات التواصل الاجتماعي - الأكثر استخدامًا لدى فئة الشباب الذين هم ركيزة التنمية - أحد الأدوات الرئيسية في المساهمة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة في مصر.

ومن الناحية العلمية: تقديم دراسة كيفية عربية ذات مدخل التحليل الموضوعي في مجال الإعلام التنموي الرقمي (الجديد)، قائمة على المواطن "المستخدم" بصفته الفاعل الرئيسي في العملية التنموية؛ لفهم وتحليل وتفسير الواقع الحالي لتوظيف الإعلام الرقمي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة في مصر.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى فهم وتحليل وتفسير فاعلية توظيف الإعلام التنموي الرقمي في معالجة قضايا التنمية المجتمعية، والتأثير على اهتمام واتجاهات المواطنين نحو المشاركة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

وذلك من خلال الأهداف الفرعية الآتية:

1. التعرف على كيفية توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في المساهمة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة.
2. رصد وتحليل نوعية مجالات مبادرات التنمية المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديد الخدمات التي تقدمها من أجل المشاركة المجتمعية في معالجة قضايا التنمية المستدامة.
3. تحليل المضامين التنموية عبر شبكة Facebook كمًا وكيفًا.
4. قياس تأثير نوعية وشكل المحتوى التنموي الرقمي على إثارة اهتمام وتفاعل الجمهور مع قضايا التنمية.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين  
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

5. تحليل وتفسير حجم وشكل تفاعل الجمهور مع المحتوى التنموي عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وترتيب أولويات قضايا التنمية المستدامة التي يتفاعل معها المواطن.

6. رصد اتجاهات الشباب "المستخدم" نحو قضايا التنمية المستدامة، والمشاركة الفعالة في تحقيق أهدافها.

الإطار النظري للدراسة

**نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Dependency Theory**

تنطلق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من أنه "كلما زاد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام في تحقيق حاجاته وإشباعاته، زاد ذلك من أهمية الدور الذي تؤديه تلك الوسائل في حياة هذا الفرد"، وتنطبق هذه المقولة أيضاً على مستوى المجتمع ككل، حيث إنه "كلما زاد اعتماد أفراد المجتمع على وسائل الإعلام زاد حجم التأثير الكلي لهذه الوسائل على هذا المجتمع؛ ومن ثمّ تزداد أهمية الوظائف التي يمكن أن تؤديها لهذا المجتمع"<sup>1</sup>.

كما أن الفرض الرئيسي لنظرية الاعتماد يتمثل في أن الاعتماد على وسائل الإعلام يزداد بزيادة تحجيم القدرة على استقبال المعلومات المطلوبة من خلال المصادر الشخصية، مع مراعاة وفرة المعلومات المطلوبة وتقييمها ومقارنتها بالمصادر الشخصية لدى الجمهور، وكلما ازدادت المجتمعات تعقيداً ازداد اعتماد الناس على وسائل الإعلام خارج مجموعاتهم.

الفكرة الرئيسية التي تتبلور حولها هذه النظرية هي أن المتلقي يعتمد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات التي تسهم في تكوين معارفه واتجاهاته ومدركاته حول ما يقع في المجتمع؛ ومن ثمّ فإن قدرة الأفراد على تحقيق أهدافهم تتوقف على مصدر المعلومات في النظام الإعلامي وقدرته على إيجادها ومعالجتها وتنسيقها ونشرها.

آثار الاعتماد على وسائل الإعلام:

اتفقت نماذج نظرية "الاعتماد على وسائل الإعلام" على الأهداف التي يسعى الجمهور لتحقيقها من جراء اعتماده على وسائل الإعلام، وتلاقت حول الآثار الناجمة عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، وأن هذه الآثار هي العاكس لحقيقة العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور<sup>2</sup>. وقد حدّد Sandra Ball Rokeach & Melvin Defleur تلك الآثار في نماذجهم الثلاثة عبر ثلاث مجموعات هي<sup>3</sup>:

1. الآثار المعرفية
2. الآثار العاطفية أو الوجدانية
3. الآثار السلوكية

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين  
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

ويرى الباحثان أن التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام في الجمهور تتحدد من خلال العلاقة الثلاثية بين: الجمهور، ووسائل الإعلام، والبناء الاجتماعي.

**ويرجع أسباب اختيار هذه النظرية إلى ما يلي:**

1. تسعى هذه الدراسة إلى رصد وتحليل وتفسير طبيعة الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة من وسائل الإعلام الرقمي في توعية المواطن بقضايا التنمية المستدامة، وضرورة المشاركة في تحقيق أهدافها؛ وهو ما يتفق مع الهدف الرئيسي لنظرية الاعتماد وهو تفسير لماذا يكون لوسائل الإعلام أحياناً تأثيرات قوية ومباشرة، وأحياناً تأثيرات ضعيفة غير مباشرة.
2. تفترض نظرية "الاعتماد على وسائل الإعلام" أن الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام بشكل متزايد لاستقاء معلوماته من أجل تكوين مداركه، ومعرفة التوجهات إزاء ما يحدث في المجتمع أوقات التغيير التي يسود فيها الشك والغموض؛ وهو ما يتفق مع طبيعة قضايا التنمية المستدامة التي تتسم بالغموض لدى بعض غير المتخصصين والمهتمين، فضلاً عن أن المرحلة التي أعلنت فيها رؤية مصر للتنمية المستدامة 2030 تتسم بالغموض والتعقيد؛ نظراً لما تمر به المنطقة من تغييرات سياسية واقتصادية واجتماعية.

**الدراسات السابقة:**

**المحور الأول: الدراسات التي تناولت الإعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها**

تتمحور دراسة **Jakob Ohme 2019**<sup>4</sup> حول التساؤل الرئيسي: هل هناك صلة بين زيادة استخدام الوسائط الرقمية وتغيير أنماط المشاركة السياسية؟ وتختبر هذه الدراسة مدى ارتباط استخدام الوسائط عبر الإنترنت لأغراض مختلفة (التفاعل الاجتماعي، التعبير الإبداعي، استخدام الأخبار عبر الإنترنت، استخدام أخبار وسائل التواصل الاجتماعي) بثلاثة أنواع من المشاركة السياسية. تبحث الدراسة فيما إذا كانت تأثيرات التعبئة غير المباشرة جزئياً لدى الأفراد نظراً لاختلاف فهم "المواطنة" (الزامية – اختيارية – فردية – جماعية)، والتي يمكن تعزيزها باستخدام الوسائط الرقمية. تعتمد الدراسة على دراسة استقصائية لعينة من السكان الدنماركيين عددها (1322)، بما في ذلك بيانات من استطلاعين عبر الإنترنت. وتشير النتائج إلى تأييد مسار جديد للمشاركة، ولكن تعتمد على ما إذا كان المواطنون اجتماعيين في بيئة الإعلام الرقمي.

أشارت دراسة **Yulin Chen 2019**<sup>5</sup> إلى أن العديد من الدراسات تسعى لاستكشاف مزايا وعيوب دمج وسائل التواصل الاجتماعي مع الصناعات الثقافية والإبداعية، والاستخدام المستدام لوسائل التواصل الاجتماعي الثقافي والإبداعي. وقد استخدمت الدراسة تقنية اكتشاف محتوى الوسائط الاجتماعية لتحليل (9529) مشاركة

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين  
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

صور. وأوضحت النتائج أنه بالنسبة للموضوعات التجريدية، يمكن توجيه الأشخاص بسهولة أكبر بالمعلومات بمساعدة الصور التي تحفز المشاعر الإيجابية؛ مما يؤدي إلى زيادة سلوك المشاركة الفعلي، بما في ذلك النشر والمشاركة. أما فيما يتعلق بالاستجابات العاطفية، وُجد أن الصور ذات الابتسامات لها تأثير كبير في توجيه المشاعر الإيجابية. وقد وجدت الدراسة أن الصور ذات السمات المجردة لها صلة جيدة مع صورة العلامة التجارية على الرغم من أن المعلومات تظهر بسهولة أقل، إلا أنها يمكن أن توجه نتائج مهمة ترتبط ارتباطاً إيجابياً بالمعلومات؛ لذلك يمكن أن يعزز صورة العلامة التجارية ومضمون المحتوى الثقة بفعالية في محتوى العلامة التجارية والتنمية المستدامة لوسائل التواصل الاجتماعي الثقافي والإبداعي.

سعت دراسة داليا مصطفى السواح 2019<sup>6</sup> إلى الوقوف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم وتعزيز مفهوم المساءلة الاجتماعية؛ بهدف تقديم قاعدة بيانات أولية تشمل مؤشرات الأداء العام ودور الشباب في تطوير أو تراجع هذا الأداء، وذلك بالاعتماد على منهج مسح أساليب الممارسة. وقد أظهرت النتائج أن أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب الجامعي التعرض لها هي موقع "Facebook"، تلاه "Instagram"، وأخيراً موقع "YouTube"، و"Google+". وجاء في مقدمة دوافع التعرض لتنمية المعارف والمعلومات في مختلف المجالات، تلاها الرغبة في معرفة الآراء والاتجاهات. وأظهر المقياس المقترح للمساءلة الاجتماعية للشباب الذي يتكون من أربعة أبعاد (المشاركة – الشفافية – الاستجابة – الرصد والتقييم) اتجاهاً إيجابياً لُبعد الشفافية، وعزوفاً للشباب عن المشاركة في خطط التنمية للدولة وكذلك الاستجابة. وأخيراً أظهرت النتائج إيجابية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للرصد وتقييم الأداء العام.

وأكدت دراسة أماني المهدي 2018<sup>7</sup> على أن الانترنت بشكل عام والشبكات الاجتماعية بشكل خاص نجحت في تشكيل مجال عام افتراضي يُمكن المستخدمين من ممارسة ديمقراطية إلكترونية تشجعهم على المشاركة في الحوار الديمقراطي (Democratic Deliberative)، كما ساهم المجال العام الافتراضي في التمكين السياسي للأفراد عبر مشاركة سياسية قد تصل إلى ترجمة هذه المشاركة من مشاركة افتراضية إلى مشاركة فعلية كما حدث أثناء ثورة 25 يناير. فقد أفرزت الشبكات الاجتماعية أنماط مستحدثة للأنشطة السياسية الافتراضية يمارسها الأفراد عبر شبكاتهم.

كما كشفت دراسة إيمان صابر صادق أمين 2017<sup>8</sup> عن عادات استخدام Facebook في مصر من قِبَل الشباب الجامعي المصري، واعتمدت الدراسة على منهج الوصف والتحليل وأسلوب المسح في الدراسة التحليلية والميدانية معاً ومجموعة النقاش البورية، وجاءت أهم نتائج الدراسة التحليلية تنوع مراجع المواد المنشورة،

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين  
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

وتعدد الأشكال ما بين النص المصاحب لصورة و رابط وهشتاج، كما جاءت أغلب المواد المنشورة باللغة العربية الفصحى، وتتنوع أشكال التفاعل مع المواد المنشورة على معظم صفحات التحليل.

وهناك أيضاً دراسة أسامة محمد مكية<sup>9</sup> 2013 التي سعت إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي عند الشباب السوري، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي بشقبة التحليلي والميداني، حيث قامت بتحليل (5) صفحات على Facebook وقامت بإجراء استقصاء مع عينة من الشباب السوري، وتوصلت الدراسة إلى أن الأخبار هي أكثر القوالب المستخدمة بنسبة 38,6%، أما عن اللغة المستخدمة في كتابة المنشورات فاستخدمت اللغة العربية بنسبة 95.5%.

**المحور الثاني: الدراسات التي تناولت الإعلام التنموي وقضايا التنمية المستدامة:**

هدفت دراسة **Burcu Turan Çimşir & Hüseyin Uzunboylu**<sup>10</sup> إلى تطوير وتطبيق وتقييم تطبيقاً للمحمول لتوعية طلاب الجامعة بأهداف التنمية المستدامة. وأكدت الدراسة أنه من أجل تحقيق أهداف التنمية المستدامة، فإن المجتمع ككل يتحمل مسؤولية محاولة القضاء على الفقر، وحماية البيئة، والتأكد من أن جميع الناس يعيشون في سلام ورخاء. ومع الاستخدام اليومي المتزايد لتقنيات الهاتف المحمول في التعليم، فإن هذه التقنيات تُظهر إمكانات مهمة في زيادة الوعي بأهداف التنمية المستدامة. وكان من أبرز نتائج هذه الدراسة أن لتطبيقات الهاتف المحمول المتقدمة تأثير إيجابي على وعي طلاب الجامعة بأهداف التنمية المستدامة.

انطلقت دراسة **Mijail Naranjo-Zolotova, Tiago Oliveiraa, Frederico Cruz-Jesusa, José Martinsb, Ramiro Gonçalvesb, Frederico Brancob, Nuno Xavierc** 2019 من اعتبار مشاركة المواطنين عبر الانترنت في عمليات التشاور الموجهة نحو اتخاذ القرارات التي تدعمها الحكومات المحلية مكوناً رئيسياً للديمقراطية الرقمية الناجحة. تعرض هذه الدراسة نتائج نموذج البحث الذي تم تقييمه مع (200) شخص ممن شاركوا. يدمج نموذج البحث نظرية نظم المعلومات UTAUT، مع نظرية رأس المال الاجتماعي، والدوافع الفردية. وقد وجدت الدراسة أنه إلى جانب الآثار الإيجابية لبني UTAUT مثل الفائدة المتصورة، والجهد المتوقع، وتيسير استخدام المشاركة الالكترونية، فإن رأس المال الاجتماعي يؤثر جزئياً على الاستخدام الفعلي للمشاركة الالكترونية.

حاولت دراسة **لامان محمد محمد أحمد** 2018<sup>12</sup> الإجابة على تساؤل رئيسي طرحته حول الدور الذي يمكن أن يلعبه Facebook في التنمية؛ وذلك من خلال التعرف على الدور الذي يقوم به المسؤول في تناول قضايا التنمية الإعلامية للصفحات التنموية وتحليل تلك الصفحات. وتوصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي



المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين  
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

عامة وموقع Facebook خاصة وما يحتويه من أدوات تكنولوجية تساهم بشكل كبير في توفير كمية كبيرة من المعلومات بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي. كما كشفت نتائج المقابلات مع المسؤولين عن الصفحات مدى تعاون الصفحات التنموية في دعم بعضهم البعض، وعن أن هناك عزوفاً وإقبالاً ضعيفاً من الشباب على الدورات المجانية التي تقدمها تلك الصفحات.

دراسة ضحى هلال 2018<sup>13</sup> حول دور الإعلام التنموي في تحقيق التنمية المستدامة، وتوصلت إلى أن أهم دور يقوم به الإعلام هو نشر المعرفة التي تسهم في خلق المناخ الاجتماعي الذي يدعم التنمية. وقد أكدت الدراسة على ضرورة تنظيم الدورات التدريبية، واستخدام الإعلام لوسائل تكنولوجيا المعلومات الحديثة، مع التركيز على الحوار كوسيلة للتعليم ونقل المعرفة، وتكوين شبكات المعلومات التي تعمل على نشر الوعي بقضايا المجتمع، ورصد مدى اهتمام وتجارب الرأي العام حيال هذه القضايا.

استهدفت دراسة أحمد عمر عبد الرسول 2017<sup>14</sup> إمكانية تفعيل شبكات التواصل الاجتماعي في إحداث التنمية المستدامة وتعزيز دورها في عمليات نشر الوعي في أوساط المجتمعات العربية. واتبعت الدراسة المنهج الوصفي، واعتمد الباحث في جمع البيانات على الملاحظة والمقابلة. وقد خلص البحث إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تعمل على نقل المعلومات التي تتوافق مع أهداف التنمية المستدامة العربية، وأنها ساعدت بشكل أكبر للوصول إلى الفئات المستهدفة وسرعة جلب المتطوعين، وتحقيق انسجام أكثر بين مؤسسات العمل الإنساني والمؤسسات المناظرة بالدول العربية.

أجرت دراسة نصر الدين عبد القادر 2017<sup>15</sup> بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي دراسة تطبيقية على عينة من الإعلاميين لمدة عام كامل، استخدم الباحث مسح أساليب الممارسة بالنسبة للممارسين من الإعلام بأنواعه المختلفة باعتبارهم الأكثر قدرة على تقديم الفائدة للبحث. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن 64% من عينة البحث يرون أن الإعلام الجديد لم يوظف في مجال التوعية البيئية، ويرى 26% أنه تم توظيفه إلى حد ما، و10% فقط يرون أنه تم توظيفه؛ مما يؤكد أن المؤسسات العربية لم تهتم بالإعلام الجديد كما يجب، ومن هنا توصي الدراسة بضرورة الترويج لموضوع حماية البيئة.

استهدفت دراسة أيمن محمد إبراهيم بريك 2016<sup>16</sup> المسحية رصد دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب بقضايا التنمية المستدامة. وتوصلت إلى ارتفاع معدلات استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات حول قضايا التنمية المستدامة. وجاء موقع "Facebook" في الصدارة، يليه "Twitter"، ثم YouTube. كما أشارت الدراسة إلى أن قضايا "النمو الاقتصادي"

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين  
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

جاءت في المقدمة، يليها "خفض معدلات البطالة"، ثم قضايا "الطاقة"، يليها "خفض معدلات الفقر"، ثم "التعليم"، يليه قضايا "التنمية التكنولوجية والتقنية"، فـ"الصحة"، فـ"إدارة الموارد المائية". كما أوضحت الدراسة أن درجة وعي الشباب بقضايا التنمية المستدامة من خلال متابعتهم لها على مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في المرتبة الأولى "متوسطة" 51.6%، يليها بدرجة "مرتفعة" 34%، وأخيرًا بدرجة "منخفضة" 14.4%.

مناقشة نتائج الدراسات السابقة:

قدمت الدراسات السابقة في مجال الإعلام التنموي توصيات عديدة، أهمها:

- ضرورة إجراء دراسات وبحوث لتفعيل دور الإعلام التنموي الجديد وإدراج Facebook ضمن السياسات التخطيطية والتنموية الشاملة بمختلف مستوياتها الإقليمية والوطنية وعلاقتها بتحقيق التنمية الشاملة.
- أهمية استخدام الشباب والخريجين لمزايا موقع Facebook كإبوابة لخلق فرص عمل والبحث عن ما يساهم في تنمية مهاراتهم وتعليمهم بالمجان والترويج لقدراتهم وأفكارهم الإبداعية.
- ضرورة مشاركة مؤسسات الدولة مع مؤسسات المجتمع المدني في تبني خطط ومشروعات التنمية المجتمعية الجديدة، واستخدام Facebook كمروج جيد لأهداف التنمية المختلفة.
- العمل على تأهيل الشباب للمشاركة في وضع وتطبيق رؤى التنمية المستدامة من أجل مستقبل أفضل.
- دعم بعض المبادرات الشبابية لإطلاق صفحات؛ لتبادل المعلومات المتعلقة بقضايا التنمية المستدامة.
- يقع على المؤسسات الأكاديمية العبء الأكبر في إعداد برامج من شأنها رفع معدلات الوعي لدى الشباب نحو قضايا التنمية المستدامة.
- ضرورة إجراء دراسات كيفية في مجال الإعلام والتنمية؛ إذ اتسمت البحوث العربية في أغلبها بالبحوث الوصفية التي حرصت على استخدام الأسلوب الكمي؛ فافتقدت معظم الدراسات العربية الخاصة بالإعلام والتنمية إلى البعد التفسيري، والاكتفاء بالبعد الوصفي.
- وستسعى الباحثة إلى الاستفادة من تلك التوصيات والانطلاق مما وصلت إليه الدراسات السابقة من نتائج؛ لبناء دراسة كيفية تساهم في تحليل وتفسير عملية توظيف الإعلام التنموي الرقمي في القضايا المجتمعية، وكيفية الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي لتحقيق أهداف التنمية المستدامة.

### تساؤلات الدراسة

تسعى الدراسة للإجابة عن التساؤل الرئيسي: ما مدى فاعلية توظيف موقع الـ Facebook كأداة للإعلام التنموي الرقمي في التأثير على وعي واتجاه المواطنين نحو المشاركة في أنشطة التنمية المستدامة؟

وذلك من خلال الإجابة عن الأسئلة البحثية الآتية:

1. ما نوع القضايا التنموية التي تتناولها الصفحات التنموية؟
2. ما مدى اهتمام (متابعة وإعجاب) المستخدمين بالصفحات التنموية؟
3. ما مدى وضوح هوية الصفحات التنموية؟
4. ما نوعية الخدمات التي تقدمها الصفحات التنموية للمواطنين؟
5. ما نوعية الموضوعات المنشورة في الصفحات التنموية؟
6. ما أهداف المنشورات Posts في الصفحات التنموية؟
7. ما نوع مادة وشكل محتوى المنشورات والوسائط الفنية المستخدمة في الصفحات التنموية؟
8. ما لغة المنشورات في الصفحات التنموية؟
9. ما نوعية الاستمالات المستخدمة في الصفحات التنموية؟
10. ما مدى توظيف الأدوات التفاعلية في الصفحات التنموية؟
11. ما حجم وأشكال تفاعل الجمهور (الإعجابات والمشاركات والتعليقات) مع منشورات الصفحات التنموية؟
12. ما مدى ارتباط التعليقات بموضوع المنشور في الصفحات التنموية محل الدراسة ونوعها؟
13. كيف يمكن توظيف محتوى الصفحات التنموية على Facebook- للتحفيز على إحداث تغيير اجتماعي على أرض الواقع يخدم قضايا التنمية المستدامة في مصر؟

### التصميم المنهجي للدراسة:

#### أولاً: نوع الدراسة ومنهجها

يمكن تصنيف الدراسة على أنها دراسة كيفية Qualitative Study ذات مدخل التحليل الموضوعي Thematic Approach، تعتمد الدراسة على المنهج الكيفي Qualitative Method الذي يسمح بدراسة الظاهرة أو القضية في واقعها الراهن، وفي إطار سياقها الكلي والتعرف على أبعادها الاجتماعية والثقافية والسياسية والتكنولوجية والاقتصادية، وهو ما يحقق أهداف الدراسة.

وتعتمد هذه الدراسة على الجمع بين منهج "تحليل المضمون" Content Analysis Methodology باعتبار تحليل المضمون منهج تفسيري للواقع الاجتماعي، ومنهج "المسح" Survey Methodology والذي يستخدم لقياس ووصف سمات وآراء واتجاهات أو سلوكيات عينات من الأفراد ممثلة لمجتمع ما، فعلى الرغم من أن "المسح" يلعب دورًا وصفيًا إلا أنه يمكن أن يلعب دورًا تفسيريًا يشرح الأحداث والظواهر التي تدرس<sup>17</sup>.

ثانيًا: مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في مجتمع الصفحات التنموية على موقع Facebook الخاصة بأنشطة ومبادرات التنمية المجتمعية وأهداف التنمية المستدامة في مصر.

ثالثًا: عينة الدراسة:

### عينة تحليل المضمون الكيفي: Qualitative Content Analysis Via Thematic Approach

تم التحليل الموضوعي لمدة شهر كامل (31 يوم) لعينة متاحة من عدد (5) صفحة تنموية على موقع Facebook تقدم نشاط تنموي يرتبط بقضايا التنمية المستدامة؛ وقد تم اختيار تلك الصفحات بناءً على دراسة استطلاعية أجرتها الباحثة في الفترة من 24 ديسمبر 2020 إلى 3 يناير 2021 استهدفت رصد وتحديد الصفحات التنموية الخاصة بأنشطة ومبادرات التنمية المجتمعية وأهداف التنمية المستدامة في مصر، من خلال البحث على موقع Facebook عن الصفحات ذات الأنشطة التنموية المختلفة باستخدام كلمات مفتاحية تدل على كل نشاط تنموي؛ للتعرف على نشاطها الاتصالي، وأهدافها، ونوع القضايا التنموية التي تهتم بها، وأعداد متابعيها وأعضائها، وحجم التفاعل عليها. وتم سحب عينة من الصفحات الأكثر متابعة ونشاطًا اتصاليًا في كل نوع من أنواع القضايا التنموية؛ بما يضمن دخول هذه الصفحات حيز الاستخدام والتفاعل، ومن ثمَّ توفّر الحد الأدنى من التقنية الاتصالية والمعلوماتية والخصائص التفاعلية عليها لتحقيق أهداف الدراسة، وحتى تتمكن الباحثة من إخضاعها للتحليل الإحصائي للوصول إلى نتائج دقيقة وموضوعية إلى حدٍ كبير.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين  
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

وهذه الصفحات هي:

| م       | اسم الصفحة   | رابط الصفحة URL   | عدد التفضيلات Likes | عدد المتابعات Follows | عدد المنشورات Posts |
|---------|--|---|---------------------|-----------------------|---------------------|
| 1       | مؤسسة مرسال<br>Mersal Foundation   | <a href="https://www.facebook.com/Mersalfoundation">https://www.facebook.com/Mersalfoundation</a>                                     | 404.214             | 419.084               | 67                  |
| 2       | سفراء العمل<br>التطوعي للتنمية<br>المستدامة  | <a href="https://www.facebook.com/sofara.official/?ref=page_internal">https://www.facebook.com/sofara.official/?ref=page_internal</a> | 55.535              | 56.579                | 68                  |
| 3       | إبداع مصر<br>Egyptinnovate   | <a href="https://www.facebook.com/Egyptinnovate">https://www.facebook.com/Egyptinnovate</a>   | 110,248             | 113,009               | 19                  |
| 4       | مؤسسة إدراك<br>للتنمية والمساواة<br>Edraak Foundation<br>for Development<br>& Equality | <a href="https://www.facebook.com/efdegypt">https://www.facebook.com/efdegypt</a>   | 8,642               | 9,042                 | 19                  |
| 5       | EDUFI  | <a href="https://www.facebook.com/EDUFI">https://www.facebook.com/EDUFI</a>   | 2,916               | 3,034                 | 18                  |
| 19<br>1 | إجمالي عدد منشورات العينة  |   |                     |                       |                     |

رابعاً: أدوات جمع البيانات:

تعتمد الباحثة في جمع البيانات على استمارة تحليل مضمون لعينة من الصفحات التنموية على موقع Facebook؛ لإجراء تحليل لمحتوى المنشورات Posts على الصفحة، وأهدافها، وأنواعها، وأنواع القضايا التنموية المطروحة عليها، والمعلومات والخدمات المقدمة، واللغة والاستمالات المستخدمة، وتوظيف الأدوات التفاعلية، وحجم التفاعل وأشكاله، وأنواع التعليقات وارتباطها بالموضوعات المطروحة والقضايا التنموية محل النقاش. ويتيح تحليل المضمون تجزئة المعلومات التي يتم الحصول عليها، ثم تقسيمها إلى وحدات ووضعها في فئات يمكن إحصائها كمياً أو تقويمها كيفياً<sup>18</sup>. وقد اعتمدت الباحثة في إطار التحليل على المحاور الآتية:

1. تحديد البيانات والمتغيرات المطلوب قياسها في إطار مشكلة البحث والتساؤلات التي تسعى الدراسة للإجابة عليها من خلال فئات متعلقة بشكل ومضمون الصفحات التنموية.

2. تحديد وحدات التحليل:

حددت الباحثة وحدة التحليل بأنها الصفحة التنموية كاملة؛ وذلك للوصول إلى نتائج أكثر شمولاً من خلال تحليل جميع منشورات الصفحة خلال فترة التحليل، بالإضافة إلى المعلومات العامة المعلنة عن الصفحة، والخدمات، والأدوات التفاعلية التي توظفها.

### 3. تحديد فئات التحليل (الرئيسية والفرعية):

تم تحديد فئات التحليل (المؤشرات) في ضوء نظرية "الاعتماد على وسائل الإعلام" Dependency Theory والأهداف التي حددتها النظرية بما يحقق أهداف الدراسة.

وحتى يتحقق صدق التحليل قامت الباحثة بتحديد وحدات وفئات التحليل وتعريف كل وحدة وفئة تعريفاً دقيقاً واضحاً وشاملاً، رجعت فيه إلى العديد من الدراسات لتصل إلى تحديد شامل لتلك الوحدات والفئات بالإضافة إلى الاستعانة بالمعايير الخاصة بنظرية "الاعتماد على وسائل الإعلام" في تحديد محاور تحليل المضمون الكيفي، ومحاور أسئلة الاستبيان. وقد قامت الباحثة بإجراء ثبات التحليل بعمل تحليل مبدئي للمضمون يهدف إلى التأكد من تكرار فئات التحليل والوحدات في العينة المختارة. فقامت الباحثة بتحليل (15) منشور من إجمالي (191) أي بنسبة 7% تقريباً من عينة الدراسة الإجمالية؛ وذلك لتطبيق معادلة "هولستي" لقياس الثبات، حيث أن:

$$2 \times (\text{عدد فئات التي تم عليها الاتفاق}) / (9676)2$$

$$\text{معامل الثبات} = \frac{\text{عدد الفئات الكلية}}{20586} = 0.940$$

يشير معامل الثبات 0.94 إلى ثبات الوحدات والفئات المستخدمة في تحليل المضمون ووضوح المقياس وصلاحيته للتطبيق.

#### 1. نتائج الدراسة

مناقشة النتائج في ضوء أهداف الدراسة والدراسات السابقة:

#### أولاً: فئات خصائص عينة التحليل:

##### 1. أعداد المتابعين (المتابعات والإعجابات):

جدول رقم (1) المتابعات والإعجابات

| م | اسم الصفحة                               | تاريخ إنشاء الصفحة | عدد الإعجابات | عدد المتابعات |
|---|--|--------------------|---------------|---------------|
| 1 | مؤسسة مرسال<br>Mersal Foundation         | 2/4/2014           | 404.214       | 419.084       |
| 2 | إبداع مصر<br>Egyptinnovate               | 1/6/2015           | 110,248       | 113,009       |
| 3 | سفراء العمل التطوعي للتنمية<br>المستدامة | 4/6/2018           | 55.535        | 56.579        |
| 4 | مؤسسة إدراك للتنمية والمساواة            | 1/3/2019           | 8,642         | 9,042         |
| 5 | EDUFI                                    | 24/10/2020         | 2,916         | 3,034         |

حازت صفحة "مؤسسة مرسال" على أكبر عدد متابعين (419.084) متابع، وهي كذلك أول صفحة تم إنشاؤها بين صفحات العينة محل الدراسة عام 2014. تلتها في عدد المتابعين صفحة "إبداع مصر" (113,009) متابع، كما تلتها في تاريخ الإنشاء في 2015. وجاءت بعدهما صفحة "سفراء العمل التطوعي للتنمية المستدامة" في عام

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين  
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

2018 بعدد (56.579) متابع، ثم صفحة "مؤسسة إدراك للتنمية والمساواة" عام 2019 بعدد (9,042) متابع، وأخيرًا صفحة "EDUFI" التي أنشئت في أكتوبر 2020 وبلغ عدد متابعيها (3,034) متابع.

**2. طبيعة النشاط التنموي:**

جدول رقم (2) طبيعة النشاط التنموي

| EDUFI | إدراك للتنمية والمساواة | إبداع مصر | سفراء العمل التطوعي للتنمية المستدامة | مؤسسة مرسال | الصفحة                                      |         |
|-------|-------------------------|-----------|---------------------------------------|-------------|---|---------|
|       |                         |           |                                       |             | الفئة                                       |         |
|       |                         |           | ✓                                     |             | القضاء على الفقر والجوع                     | اقتصادي |
|       |                         |           | ✓                                     | ✓           | الصحة                                       |         |
|       |                         |           | ✓                                     |             | العمل اللائق (تأهيل-توظيف) الصناعة،         |         |
|       |                         | ✓         |                                       |             | والابتكار، وريادة الأعمال                   |         |
|       |                         |           | ✓                                     |             | الثقافة                                     | مجتمعي  |
| ✓     |                         |           |                                       |             | التعليم                                     |         |
|       | ✓                       |           |                                       |             | العدل، والمساواة بين الجنسين (تمكين المرأة) |         |

اهتمت الصفحات عينة الدراسة بعدد من القضايا التنموية المختلفة التي تدرج تحت محورين رئيسيين من محاور التنمية المستدامة؛ وهما:

- 1. محور الاقتصاد:** فقد ركزت على قضايا الفقر والجوع، إلى جانب قضايا العمل اللائق وتأهيل الأفراد وتطوير مهاراتهم صفحة "سفراء العمل التطوعي للتنمية المستدامة"، أما صفحة "مؤسسة مرسال" فقد وجهت كل جهودها وأنشطتها لقضية الصحة، وتقديم العلاج للمرضى غير القادرين مجانًا، واهتمت بالابتكار وريادة الأعمال صفحة "إبداع مصر".
- 2. المحور المجتمعي:** فقد اهتمت بالتعليم، ومحو الأمية الرقمية، ومهارات التعليم الإلكتروني صفحة "EDUFI"، كما اهتمت بالثقافة ونشر الوعي المجتمعي إلى جانب الأنشطة الاقتصادية صفحة "سفراء العمل التطوعي للتنمية المستدامة"، أما قضايا العدل، والمساواة بين الجنسين، وتمكين المرأة، ومناهضة العنف ضدها فقد كانت الأهداف الرئيسية التي أنشئت من أجلها صفحة "إدراك للتنمية والمساواة".

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين  
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

3. هوية الصفحة (المعلومات العامة المعلنه):

جدول رقم (3) المعلومات العامة المعلنه

| EDUFI | إدراك<br>للتنمية<br>والمساواة | إبداع<br>مصر | سفراء العمل<br>التطوعي<br>للتنمية<br>المستدامة | مؤسسة<br>مرسال | الصفحة<br>الفئة                |
|-------|-------------------------------|--------------|--|----------------|--------------------------------|
| ✓     | ✓                             | ✓            | ✓  | ✓              | الرمز Logo                     |
| ✓     |                               | ✓            | ✓  | ✓              | الوصف/ الأهداف                 |
|       |                               |              |  | ✓              | القيم Values                   |
| ✓     | ✓                             |              | ✓  | ✓              | بيانات الاتصال<br>Contact Info |
| ✓     |                               |              |  | ✓              | الروابط                        |
| ✓     | ✓                             |              | ✓  | ✓              | منشور مثبت<br>Pinned Post      |

اهتمت الصفحات التنموية محل الدراسة بإظهار هويتها من خلال المعلومات العامة المعلنه عليها؛ وكانت صفحة "مؤسسة مرسال" هي الأكثر حرصًا على إتاحة أكبر قدر من المعلومات عنها للجمهور، تلتها صفحة "EDUFI"، وجاءت بعدهما صفحة "سفراء العمل التطوعي للتنمية المستدامة"، ثم صفحة "إدراك للتنمية والمساواة"، وأخيرًا صفحة "إبداع مصر".

وحرصت جميع الصفحات على وضع شعار أو علامة مميزة في صورة الحساب Profile Picture تُعبّر عن هويتها ونشاطها التنموي، كما حرصت على كتابة الوصف والأهداف بشكل تفصيلي واضح فيما عدا صفحة "إدراك للتنمية والمساواة"، ووضعت أيضًا جميع الصفحات التنموية - عينة التحليل - بيانات الاتصال Contact Info ما عدا صفحة "إبداع مصر".

ولم يهتم بتوضيح القيم Values سوى صفحة "مؤسسة مرسال"، التي اهتمت كذلك ومعها صفحة "EDUFI" بوضع روابط لمواقع وحسابات تابعة للصفحة .more links

أما المنشورات المثبتة Pinned Posts؛ فعلى صفحة "مؤسسة مرسال" منشور بتاريخ 2/1/2021، وموضوعه: دعوة وتحفيز للتبرع لعلاج المرضى غير القادرين بمؤسسة مرسال، مع توضيح طرق التبرع، وبيانات التواصل، و رابط الموقع الالكتروني للمؤسسة. ومنشور مثبت على صفحة "سفراء العمل التطوعي للتنمية المستدامة" بتاريخ 1/2/2021، وموضوعه: تعريف ووصف للمؤسسة، وأهدافها، وأبرز أنشطتها، وطرق التبرع، وبيانات الاتصال. ومنشور مثبت على صفحة "إدراك للتنمية والمساواة" بتاريخ 19/1/2021، وموضوعه: تقرير مرصد جرائم العنف



المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين  
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

القائم على النوع الاجتماعي ضد النساء والفتيات بمصر 2020. وعلى صفحة "EDUFI" منشور مثبت بتاريخ 21/12/2020، وموضوعه: الإعلان عن دورة تدريبية Online Course من 21 إلى 25 ديسمبر 2020.

ثانياً: النتائج الخاصة بفئات المضمون:

1. اللغة المستخدمة

جدول رقم (4) اللغة المستخدمة

| الإجمالي | EDUFI |      | إدراك للتنمية<br>والمساواة |      | إبداع مصر |      | سفراء العمل<br>التطوعي<br>للتنمية<br>المستدامة |      | مؤسسة<br>مرسال |      | الصفحة<br>الفئة |                                     |
|----------|-------|------|----------------------------|------|-----------|------|--|------|----------------|------|-----------------|-------------------------------------|
|          | %     | ك    | %                          | ك    | %         | ك    | %  | ك    | %              | ك    |                 |                                     |
| 20.4     | 39    | 0    | 0                          | 78.9 | 15        | 21.1 | 4  | 23.9 | 16             | 6    | 4               | الفصحى<br>البيسطة                   |
| 44.5     | 85    | 72.2 | 13                         | 0    | 0         | 10.5 | 2  | 17.9 | 12             | 86.6 | 58              | العامية                             |
| 26.2     | 50    | 22.2 | 4                          | 15.8 | 3         | 21.1 | 4  | 52.2 | 35             | 6    | 4               | الجمع بين<br>الفصحى<br>والعامية     |
| 3.1      | 6     | 0    | 0                          | 5.3  | 1         | 15.8 | 3  | 1.5  | 1              | 1.5  | 1               | الإنجليزية                          |
| 5.8      | 11    | 5.6  | 1                          | 0    | 0         | 31.6 | 6  | 6    | 4              | 0    | 0               | الجمع بين<br>العربية<br>والإنجليزية |
| 191      | 18    | 19   | 19                         | 19   | 19        | 68   | 67   | 67   | 67             | 67   | 67              | إجمالي عدد<br>منشورات<br>العينة     |

أظهرت نتائج تحليل المحتوى استخدام الصفحات التنموية اللغة العامية في عدد كبير من المنشورات Posts عينة الدراسة (45%)؛ حيث اعتمدت عليها في أغلب منشوراتها صفحتي "مؤسسة مرسال" (87%) و"EDUFI" (72%)، بينما لم تستخدمها صفحة "إدراك للتنمية والمساواة" وفضّلت الفصحى البسيطة في أغلب منشوراتها (79%)، والتي كانت نسب استخدامها ضعيفة بشكل عام في صفحات عينة التحليل (20%). كذلك قلت بشكل كبير نسبة استخدام اللغة الإنجليزية في الصفحات التنموية محل الدراسة (3%) فيما عدا صفحة "إبداع مصر" التي استخدمتها في منشورات كاملة ومزجت بين الإنجليزية والعربية معاً في منشورات أخرى (47%). وقد ظهر الجمع بين الفصحى والعامية في تقريباً ربع منشورات العينة (26%)؛ حيث كانت صفحة "سفراء العمل التطوعي للتنمية المستدامة" الأكثر استخداماً لهما معاً في منشوراتها (52%).

ويتضح مما سبق أن اللغة العربية (الفصحى والعامية) هي اللغة الرئيسية للمنشورات في الصفحات التنموية (94%) في مقابل محدودية استخدام اللغة الإنجليزية (6%)، كما تشير النتائج إلى غلبة استخدام العامية (57.6%) في مقابل الفصحى

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين  
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

(33.5%)؛ وترى الباحثة رجوع ذلك إلى أن العربية العامية هي الأكثر ملاءمة وسهولة لأغلب لجمهور المستهدف من الصفحات التتموية وهو الشباب ركيزة التنمية.

وبذلك تتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (لامان محمد محمد أحمد، 2018)<sup>19</sup> التي أشارت إلى أن جميع الصفحات تستخدم اللغة العربية الفصحى في كتابة البوستات بشكل كبير ماعدا صفحتي (support Egypt، إنجاز مصر) التي تعتمد بشكل كبير على اللغة الإنجليزية في كتابة المنشورات، وذلك لأنها موجهة للجمهور الخارجي، ودراسة (إيمان صابر صادق أمين، 2017)<sup>20</sup> التي أوضحت أن صفحة مصطفى حسنى تستخدم اللغة العربية الفصحى في كتابة منشوراتها، ودراسة (أسامة محمد مكية، 2013)<sup>21</sup> التي أوضحت أيضاً أن نسبة (95.5%) من المنشورات تستخدم اللغة العربية في كتابتها.

## 2. أدوات التفاعل

جدول رقم (5) أدوات التفاعل

| الإجمالي | EDUFI |      | إدراك للتنمية والمساواة |      | إبداع مصر |      | سفراء العمل التطوعي للتنمية المستدامة |      | مؤسسة مرسال |      | الصفحة<br>الفئة |                                 |
|----------|-------|------|-------------------------|------|-----------|------|---------------------------------------|------|-------------|------|-----------------|---------------------------------|
|          | %     | ك    | %                       | ك    | %         | ك    | %                                     | ك    | %           | ك    |                 |                                 |
| 1.6      | 3     | 11.1 | 2                       | 0    | 0         | 0    | 0                                     | 1.5  | 1           | 0    | 0               | استطلاعات الرأي                 |
| 72.3     | 138   | 77.8 | 14                      | 36.8 | 7         | 94.7 | 18                                    | 53.7 | 36          | 94   | 63              | الهاشتاج                        |
| 2.6      | 5     | 27.8 | 5                       | 0    | 0         | 0    | 0                                     | 0    | 0           | 0    | 0               | الأسئلة/ المسابقات              |
| 41.4     | 79    | 5.6  | 1                       | 0    | 0         | 0    | 0                                     | 25.4 | 17          | 91   | 61              | بيانات الاتصال                  |
| 52.9     | 101   | 44.4 | 8                       | 36.8 | 7         | 89.5 | 17                                    | 13.4 | 9           | 89.6 | 60              | الروابط                         |
| 73.8     | 141   | 100  | 18                      | 0    | 0         | 5.3  | 1                                     | 86.6 | 58          | 95.5 | 64              | الرد على التعليقات/ الاستفسارات |
| 191      | 18    | 19   | 19                      | 68   | 67        |      |                                       |      |             |      |                 | إجمالي عدد منشورات العينة       |

بيّنت نتائج الدراسة أن الصفحات التتموية على موقع Facebook – محل الدراسة- قد اهتمت باستخدام وتوظيف أدوات التفاعل مع الجمهور بنسب متفاوتة من حيث كثافة توظيفها، وتنوع الأدوات التي تستخدمها. وتشير النتائج إلى خلو منشورات الصفحات التتموية – محل الدراسة – تقريباً من استطلاعات الرأي (1.6%) فيما عدا صفحة "EDUFI" التي وجهت أسئلة تستطلع بها آراء المتابعين في عدد محدود من منشوراتها. بينما حرصت جميع الصفحات على استخدام هاشتاجات Hashtags في أغلب منشوراتها (72%)، والتي تم توظيفها للتفاعل وتحقيق بعض الأهداف؛ مثل نشر اسم الصفحة، وتحديد هدف، وتعريف بنشاط/ موضوع المنشور، وتذكير بشعار،

ودعوة إلى سلوك Call To Action

**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين  
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

وقلت نسبة استخدام "المسابقات والأسئلة" كأداة من أدوات التفاعل مع الجمهور على صفحات عينة التحليل (2.6%) والتي انحصرت استخدامها في صفحة "EDUFI" فقط. بينما اهتمت الصفحات بـ "الرد على التعليقات والاستفسارات" التي يرسلها المتابعين (74%) ما عدا صفحة "إدراك للتنمية والمساواة" التي انعدم فيها الرد على التعليقات، و صفحة "إبداع مصر" التي لم يتم الرد فيها سوى على تعليق واحد؛ كما رصدت الباحثة قلة نسبة التعليق على منشورات هاتين الصفحتين. كذلك لم تهتم ذات الصفحتين بإتاحة بيانات الاتصال **Contact Info** في أيٍّ من منشوراتها، وأتاحتها صفحة "EDUFI" في منشور واحد فقط، وأتاحتها "سفراء العمل التطوعي للتنمية المستدامة" في (25%) من منشوراتها، بينما اهتمت "مؤسسة مرسال" بإتاحة بيانات الاتصال في (91%) من منشوراتها؛ لتسهيل وصول الجمهور وتحقيق هدفها الرئيسي التي أنشئت من أجله وهو مساعدة المرضى غير القادرين وجمع التبرعات من أجل ذلك. وقد اهتمت جميع الصفحات بإتاحة "روابط تفاعلية" في منشوراتها (53%)، وكانت صفحتي "مؤسسة مرسال" و "إبداع مصر" الأكثر اهتمامًا بإتاحة روابط للتفاعل في (90%) من منشوراتهما. ومما سبق يمكن الوصول إلى:

- ترتيب أدوات التفاعل الأكثر استخدامًا على الصفحات التنموية:

  1. الرد على التعليقات/ الاستفسارات (74%) Replies
  2. الهاشتاج (72%) Hashtags
  3. الروابط التفاعلية (53%) Links
  4. بيانات الاتصال (41%) Contact Info
  5. الأسئلة/ المسابقات (3%)
  6. استطلاعات الرأي (2%)

**3. أشكال تفاعل الجمهور مع المحتوى**

**جدول رقم (6) أشكال تفاعل الجمهور مع المحتوى**

| الصفحة<br>الفئة                    | مؤسسة<br>مرسال |       | سفراء العمل<br>التطوعي<br>للتنمية<br>المستدامة |      | إبداع مصر |     | إدراك للتنمية<br>والمساواة |     | EDUFI |      | الإجمالي |       |
|------------------------------------|----------------|-------|--|------|-----------|-----|----------------------------|-----|-------|------|----------|-------|
|                                    | %              | ك     | %  | ك    | %         | ك   | %                          | ك   | %     | ك    | %        | ك     |
| إبداع<br>الإعجاب                   | 87.6           | 25700 | 7.2  | 2118 | 0.5       | 139 | 0.6                        | 178 | 4.1   | 1192 | 82.3     | 29327 |
| التعليق                            | 64.3           | 2047  | 12.7   | 405  | 0.2       | 5   | 0.9                        | 30  | 21.9  | 697  | 8.9      | 3184  |
| مشاركة<br>المحتوى                  | 67.2           | 2097  | 5.9  | 185  | 1.8       | 57  | 1.1                        | 35  | 23.9  | 746  | 8.8      | 3120  |
| إجمالي<br>عدد<br>التفاعلات         | 83.8           | 29844 | 7.6  | 2708 | 0.6       | 201 | 0.7                        | 243 | 7.4   | 2635 |          | 35631 |
| إجمالي<br>عدد<br>منشورات<br>العينة | 67             |       | 68   |      | 19        |     | 19                         |     | 18    |      | 191      |       |

**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين**  
**(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

أظهرت النتائج تباين نسب كثافة ونوعية تفاعل الجمهور مع المحتوى المنشور على الصفحات التتمية؛ حيث جاء "إبداء الإعجاب" Like في صدارة أنواع التفاعل (82%)، ثم جاء بعده بفارق كبير ونسب شبه متساوية كلٌّ من "التعليق" Comment و"مشاركة المحتوى" Share (9%)؛ وترى الباحثة رجوع سبب تفضيل المتابعين بشكل عام "إبداء الإعجاب" أنه الأسهل والأسرع في التفاعل بضغط زر Click أسفل المنشور، مع إمكانية الاختيار بين تعبيرات مختلفة متوفرة بضغط أطول لنفس الزر Long Press، فهو لا يتطلب وقت أو خطوات – وإن كانت بسيطة- ك"مشاركة المحتوى" ولا مجهود ذهني ك"كتابة تعليق".

وأشارت نتائج الدراسة أن صفحة "مؤسسة مرسل" قد حازت على أكبر نسبة تفاعل من الجمهور مع محتوى منشوراتها (84%)، جاء بعدها بفارق كبير منشورات صفحتي "سفراء العمل التطوعي للتتمية المستدامة" و"EDUFI"، بينما كان تفاعل المتابعين ضعيف جداً مع محتوى منشورات صفحتي "إبداع مصر" و"إدراك للتتمية والمساواة".

#### 4. أنواع التعليقات على المنشور

جدول رقم (7) أنواع التعليقات على المنشور

| الصفحة<br>الفئة                       | مؤسسة<br>مرسل |      | سفراء العمل<br>التطوعي<br>للتتمية<br>المستدامة |      | إبداع مصر |     | إدراك للتتمية<br>والمساواة |      | EDUFI |      | الإجمالي |      |
|---------------------------------------|---------------|------|--|------|-----------|-----|----------------------------|------|-------|------|----------|------|
|                                       | %             | ك    | %  | ك    | %         | ك   | %                          | ك    | %     | ك    | %        | ك    |
| الاهتمام<br>بالتطوع/<br>المشاركة      | 35            | 52.2 | 24   | 35.8 | 1         | 5.3 | 0                          | 0    | 6     | 33.3 | 66       | 34.6 |
| طلب مساعدة                            | 30            | 44.8 | 2  | 3    | 0         | 0   | 0                          | 0    | 0     | 0    | 32       | 16.8 |
| استفسار                               | 49            | 73.1 | 23   | 34.3 | 0         | 0   | 0                          | 0    | 5     | 27.8 | 77       | 40.3 |
| إجابة مسابقة/<br>سؤال/ استطلاع<br>رأي | 0             | 0    | 3  | 4.5  | 1         | 5.3 | 0                          | 0    | 3     | 16.7 | 7        | 3.7  |
| إضافة معلومة/<br>خبر                  | 5             | 7.5  | 2  | 3    | 0         | 0   | 3                          | 15.8 | 1     | 5.6  | 11       | 5.8  |
| دعم/ تشجيع                            | 49            | 73.1 | 42   | 62.7 | 0         | 0   | 0                          | 6    | 31.6  | 18   | 115      | 60.2 |
| نقد                                   | 3             | 4.5  | 1  | 1.5  | 1         | 5.3 | 0                          | 0    | 0     | 0    | 5        | 2.6  |
| ذكر اسم                               | 3             | 4.5  | 3  | 4.5  | 0         | 0   | 0                          | 2    | 10.5  | 12   | 20       | 10.5 |
| غير متعلق                             | 0             | 0    | 2  | 3    | 0         | 0   | 0                          | 0    | 0     | 0    | 2        | 1.0  |
| إجمالي عدد<br>منشورات العينة          | 67            |      | 68   |      | 19        |     | 19                         |      | 18    |      | 191      |      |

تنوّعت تعليقات المتابعين على محتوى منشورات صفحات التتمية – محل الدراسة، وقد تبين من تحليل محتوى التعليقات تصدر تعليقات "الدعم والتشجيع"

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين  
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

(60%) والتي جاء أغلبها على صفحتي "EDUFI" و"مؤسسة مرسال" ثم صفحة "سفراء العمل التطوعي للتنمية المستدامة"، تلتها التعليقات التي تحتوي على "استفسارات" (40%) والتي جاء أغلبها على صفحة "مؤسسة مرسال" ثم صفحتي "سفراء العمل التطوعي للتنمية المستدامة" و"EDUFI"، ثم تعليقات "الاهتمام بالمشاركة/ التطوع" (35%) والتي جاء أغلبها أيضًا على صفحة "مؤسسة مرسال" ثم صفحتي "سفراء العمل التطوعي للتنمية المستدامة" و"EDUFI"، ثم تعليقات "طلب المساعدة" (17%) والتي جاءت جميعها على صفحة "مؤسسة مرسال" فيما عدا عدد قليل جدًا على صفحة "سفراء العمل التطوعي للتنمية المستدامة"، ثم تعليقات فيها "ذكر اسم" mention (11%) والتي جاء أغلبها على صفحة "EDUFI" وعدد قليل منها على صفحات "إدراك للتنمية والمساواة" و"مؤسسة مرسال" و"سفراء العمل التطوعي للتنمية المستدامة"، وقلت جدًا نسبة التعليقات التي تحتوي على "إضافة معلومة/ خبر" أو "إجابة مسابقة/ سؤال/ استطلاع رأي" (5%) وجاءت على صفحات "EDUFI" و"سفراء العمل التطوعي للتنمية المستدامة" و"إبداع مصر" دون غيرهم، كما لم تتجاوز نسبة تعليقات "النقد" (2.6%).

واتضح من نتائج تحليل محتوى التعليقات ارتباطها بموضوع المنشور؛ حيث لم يتم رصد تعليقات غير متعلقة بالموضوع سوى (1%)؛ مما تراه الباحثة دليل على اهتمام الباحثين بالمحتوى الذي تقدمه الصفحات التنموية

### 5. أنواع مصادر المحتوى

جدول رقم (8) أنواع مصادر المحتوى

| الصفحة                    | مؤسسة مرسال | سفراء العمل التطوعي للتنمية المستدامة |     | إبداع مصر |      | إدراك للتنمية والمساواة |      | EDUFI |      | الإجمالي |      |
|---------------------------|-------------|---------------------------------------|-----|-----------|------|-------------------------|------|-------|------|----------|------|
|                           |             | %                                     | ك   | %         | ك    | %                       | ك    | %     | ك    | %        | ك    |
| الصفحة/ موقع تابع         | 98.5        | 66                                    | 100 | 67        | 100  | 19                      | 89.5 | 17    | 100  | 187      | 80.6 |
| مسؤولون                   | 0           | 0                                     | 0   | 0         | 0    | 0                       | 0    | 0     | 0    | 0        | 0.0  |
| الجمهور                   | 0           | 0                                     | 0   | 0         | 0    | 0                       | 0    | 0     | 0    | 0        | 0.0  |
| صفحات أخرى/ وسائل الإعلام | 6           | 4                                     | 9   | 6         | 21.1 | 4                       | 68.4 | 13    | 5.6  | 28       | 12.1 |
| جهات/ شخصيات مؤثرة        | 4.5         | 3                                     | 4.5 | 3         | 0    | 0                       | 26.3 | 5     | 27.8 | 16       | 6.9  |
| أكثر من مصدر              | 1.5         | 1                                     | 0   | 0         | 0    | 0                       | 0    | 0     | 0    | 1        | 0.4  |
| إجمالي عدد منشورات العينة | 67          |                                       | 68  |           | 19   |                         | 19   |       | 18   |          | 191  |

بيّنت نتائج الدراسة إمكانية حصر مصادر محتوى منشورات صفحات التنمية – عينة التحليل- في (3) أنواع من المصادر؛ وجاءت "الصفحة ذاتها أو موقع تابع لها"

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين  
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

المصدر الأول لأغلب منشورات جميع الصفحات التنموية (81%)، ثم جاء بعده بفارق كبير "صفحات أخرى/ وسائل الإعلام" (21%) والتي اعتمدت عليه بشكل كبير صفحة "إدراك للتنمية والمساواة"، ثم "جهات/ شخصيات مؤثرة" Influencers (7%) الذي استعانته به في بعض منشوراتها صفحات "EDUFI" و"إدراك للتنمية والمساواة" و"مؤسسة مرسال" و"سفراء العمل التطوعي للتنمية المستدامة".

## 6. الوسائط الفنية

جدول رقم (9) الوسائط الفنية المستخدمة

| الصفحة<br>الفئة                    | مؤسسة<br>مرسال |   | سفراء<br>العمل<br>التطوعي<br>للتنمية<br>المستدامة |   | إبداع مصر |   | إدراك<br>للتنمية<br>والمساواة |   | EDUFI |   | الإجمالي |    |
|------------------------------------|----------------|---|---|---|-----------|---|-------------------------------|---|-------|---|----------|----|
|                                    | %              | ك | %   | ك | %         | ك | %                             | ك | %     | ك | %        | ك  |
| نص                                 | 10             | 6 | 10  | 6 | 100       | 1 | 100                           | 1 | 94    | 1 | 98       | 18 |
|                                    | 0              | 7 | 0   | 6 | 9         | 9 | 9                             | 9 | 4     | 7 | 4        | 8  |
| صور                                | 95             | 6 | 91  | 6 | 89        | 1 | 89                            | 1 | 72    | 1 | 87       | 16 |
|                                    | 1              | 4 | 1   | 1 | 5         | 7 | 5                             | 2 | 2     | 3 | 4        | 7  |
| فيديو                              | 1.5            | 3 | 9   | 6 | 5.3       | 1 | 5.3                           | 6 | 27    | 5 | 11       | 21 |
|                                    | 0              | 0 | 0   | 0 | 0         | 0 | 0                             | 0 | 0     | 0 | 0        | 0  |
| انفوجرافي<br>ك                     | 0              | 0 | 0   | 0 | 0         | 0 | 0                             | 0 | 0     | 0 | 0        | 0  |
| رسوم<br>متحركة                     | 4.5            | 1 | 0   | 0 | 0         | 0 | 0                             | 0 | 5.6   | 1 | 1        | 2  |
| Emojis                             | 7.5            | 5 | 91  | 6 | 89        | 1 | 89                            | 2 | 100   | 1 | 53       | 10 |
|                                    | 1              | 0 | 1   | 1 | 5         | 7 | 5                             | 5 | 8     | 8 | 2        | 3  |
| GIFs                               | 0              | 0 | 0   | 0 | 0         | 0 | 0                             | 0 | 0     | 0 | 0        | 0  |
| إجمالي<br>عدد<br>منشورات<br>العينة | 67             |   | 68  |   | 19        |   | 19                            |   | 18    |   | 191      |    |

أشارت نتائج الدراسة إلى اعتماد جميع الصفحات التنموية محل الدراسة في تقديم محتوى منشوراتها بشكل أساسي على عنصري النص Text (98%) الذي جاء في أغلب المنشورات قصير إلى متوسط الطول، والصور Images (87%) التي تنوعت ما بين الصور التوضيحية والرمزية والواقعية والشخصية، كما كثر توظيف الـ"Emojis" (54%) التي ركزت على استخدامها صفحات "EDUFI" و"إبداع مصر" و"سفراء العمل التطوعي للتنمية المستدامة"؛ وتُرجم الباحثة السبب في ذلك ملاءمته مع طبيعة الجمهور المستهدف على تلك الصفحات وهو الشباب. وجاء بعدهم "الفيديو" Videos (11%) كعنصر هام من عناصر الوسائط الفنية اهتمت به صفحات "EDUFI" و"إدراك للتنمية والمساواة" و"سفراء العمل التطوعي للتنمية

**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين  
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

المستدامة" في نشر رسائل دعم للمبادرة من جهات وشخصيات مؤثرة، وجلسات ودورات تدريبية؛ بهدف توعية المتابعين وإقناعهم بالقضايا التنموية التي تتبناها الصفحة. بينما لم تُستخدَم "الرسوم المتحركة" سوى في منشور واحد على كلٍّ من صفحة "EDUFI" و صفحة "مؤسسة مرسل"؛ بهدف تبسيط المعلومة وتوضيح الفكرة بشكل ممتع للمتابع. وكذلك لم يتم استخدام "الانفو جرافيك" Info graphs في أيٍّ من منشورات صفحات التنمية أو الـ "GIFs" التي استخدمها المتابعين بكثرة في تعليقاتهم على صفحة "EDUFI".

**7. طبيعة الموضوعات/ الخدمات المقدمة**

**جدول رقم (10) طبيعة الموضوعات المنشورة**

| الصفحة<br>الفئة                   | مؤسسة<br>مرسل |    | سفرء العمل<br>التطوعي<br>للتنمية<br>المستدامة |    | إبداع مصر |    | إدراك للتنمية<br>والمساواة |    | EDUFI |    | الإجمالي |    |
|-----------------------------------|---------------|----|---|----|-----------|----|----------------------------|----|-------|----|----------|----|
|                                   | %             | ك  | %   | ك  | %         | ك  | %                          | ك  | %     | ك  | %        | ك  |
| محتوى<br>معلوماتي/<br>تثقيفي      | 7.5           | 5  | 61.2  | 41 | 63.2      | 12 | 89.5                       | 17 | 38.9  | 7  | 42.9     | 82 |
| محتوى<br>فكاهي/<br>ترفيهي         | 0             | 0  | 0   | 0  | 0         | 0  | 0                          | 0  | 22.2  | 4  | 2.1      | 4  |
| خدمات<br>فرص عمل                  | 52.2          | 35 | 13.4  | 9  | 47.4      | 9  | 0                          | 0  | 16.7  | 3  | 30.9     | 59 |
| فرص تدريب/<br>ورش/ ندوات          | 0             | 0  | 11.9  | 8  | 31.6      | 6  | 5.3                        | 1  | 44.4  | 8  | 12.0     | 23 |
| إنجازات                           | 14.9          | 10 | 7.5   | 5  | 5.3       | 1  | 42.1                       | 8  | 5.6   | 1  | 13.1     | 25 |
| دعم/ تعاون/<br>شراكة              | 11.9          | 8  | 16.4  | 11 | 21.1      | 4  | 15.8                       | 3  | 72.2  | 13 | 20.4     | 39 |
| إعلانات<br>أحداث                  | 4.5           | 3  | 16.4  | 11 | 31.6      | 6  | 5.3                        | 1  | 50    | 9  | 15.7     | 30 |
| دعوة<br>للمشاركة                  | 10.4          | 7  | 28.4  | 19 | 31.6      | 6  | 0                          | 0  | 38.9  | 7  | 20.4     | 39 |
| تحفيز<br>للتطوع/ للعمل<br>والنجاح | 0             | 0  | 34.3  | 23 | 15.8      | 3  | 5.3                        | 1  | 55.6  | 10 | 19.4     | 37 |
| طلب تبرع/<br>دعم                  | 94            | 63 | 20.9  | 14 | 0         | 0  | 0                          | 0  | 0     | 0  | 40.3     | 77 |
| تهنئة/ شكر                        | 6             | 4  | 17.9  | 12 | 0         | 0  | 10.5                       | 2  | 11.1  | 2  | 10.5     | 20 |
| إجمالي عدد<br>منشورات<br>العينة   | 67            |    | 68  |    | 19        |    | 19                         |    | 18    |    | 191      |    |

وبتحليل محتوى منشورات صفحات التنمية – محل الدراسة- تبين أن أبرز الموضوعات التي تم التركيز عليها هي "المحتوى المعلوماتي والتثقيفي" (43%) والتي ركزت عليها صفحات "سفرء العمل التطوعي للتنمية المستدامة" و"إبداع مصر" و"إدراك للتنمية والمساواة"؛ وذلك لتحقيق أهم أهداف تلك الصفحات وهي التوعية والتثقيف والتأهيل وتمكين مختلف الفئات، وموضوعات "طلب التبرع/

**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين**  
**(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

**الدعم** (40%) والتي ركزت عليها صفحة "مؤسسة مرسال"، وكذلك بعض منشورات صفحة "سفراء العمل التطوعي للتنمية المستدامة".

وقد اهتمت جميع صفحات العينة بموضوع "تقديم الخدمات" (31%) وعلى رأسهم "مؤسسة مرسال"؛ إذ أنها تقوم على جمع التبرعات لتقديم الخدمات الطبية للمرضى المحتاجين. وكذلك حرصت جميع الصفحات على نشر موضوعات تخص "الدعم/ التعاون/ الشراكة" مع جهات أو شخصيات أو شركات أو مبادرات أخرى.

وأشارت النتائج أن (20%) تقريباً من المنشورات عينة وجهت "دعوات مشاركة" في أنشطتها والأحداث التي ترعاها وتقدمها للجمهور، وأن النسبة ذاتها تقريباً من المنشورات قدمت رسائل "تحفيز للتطوع أو العمل والنجاح". وقدمت (16%) من منشورات صفحات العينة "إعلانات عن أحداث" Online Events تعقدها أو ترعاها أو تشارك فيها المبادرة.

وحرصت كل صفحة من صفحات العينة عرض "إنجازات" استطاعت تحقيقها في منشوراتها (13%)؛ وذلك لكسب الثقة والتأييد والدعم من المتابعين الحاليين والوصول إلى متابعين جدد.

وقدمت (12%) من منشورات الصفحات التنموية "فرص تدريب/ ورش/ ندوات" أغلبها مجاناً أو بخصم خاص لمتابعيها، كما قدمت (11%) من المنشورات "التهنئة والشكر" سواء لمتابعيها وداعميها بشكل عام أو أحد المتطوعين أو جهة مساندة أو شخصية عامة دعمتها بأي شكل.

وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة (ضحى هلال، 2018) <sup>22</sup> في أن أهم دور يقوم به الإعلام بشكل عام هو نشر المعرفة التي تسهم في خلق المناخ الاجتماعي الذي يدعم التنمية. وتتفق كذلك مع نتائج دراسة (الامان محمد محمد أحمد، 2018) <sup>23</sup> أن النصح والإرشاد جاء في صدارة الأهداف التي سعت إليها الصفحات التنموية.

**8. القوالب والأساليب الاتصالية للمحتوى**

**جدول رقم (11) القوالب والأساليب الاتصالية للمحتوى**

| الصفحة                    | مؤسسة مرسال |    | سفراء العمل التطوعي للتنمية المستدامة |    | إبداع مصر |    | إدراك للتنمية والمساواة |    | EDUFI |    | الإجمالي |     |
|---------------------------|-------------|----|---------------------------------------|----|-----------|----|-------------------------|----|-------|----|----------|-----|
|                           | %           | ك  | %                                     | ك  | %         | ك  | %                       | ك  | %     | ك  | %        | ك   |
| خبري                      | 83.6        | 56 | 92.5                                  | 62 | 84.2      | 16 | 100                     | 19 | 94.4  | 17 | 89.0     | 170 |
| قصصي                      | 1.5         | 1  | 0                                     | 0  | 5.3       | 1  | 0                       | 0  | 0     | 0  | 1.0      | 2   |
| مقالتي                    | 14.9        | 10 | 4.5                                   | 3  | 52.6      | 10 | 21.1                    | 4  | 5.6   | 1  | 14.7     | 28  |
| تغطيات صحفية              | 1.5         | 1  | 1.5                                   | 1  | 36.8      | 7  | 0                       | 0  | 5.6   | 1  | 5.2      | 10  |
| تقارير                    | 0           | 0  | 1.5                                   | 1  | 0         | 0  | 52.6                    | 10 | 0     | 0  | 5.8      | 11  |
| مقابلات                   | 0           | 0  | 3                                     | 2  | 0         | 0  | 5.3                     | 1  | 0     | 0  | 1.6      | 3   |
| روابط نشر عن المبادرة     | 6           | 4  | 3                                     | 2  | 5.3       | 1  | 0                       | 0  | 16.7  | 3  | 5.2      | 10  |
| فيديو مباشر Live          | 0           | 0  | 3                                     | 2  | 5.3       | 1  | 0                       | 0  | 0     | 0  | 1.6      | 3   |
| فيديو مسجل                | 0           | 0  | 1.5                                   | 1  | 0         | 0  | 26.3                    | 5  | 6     | 6  | 6.3      | 12  |
| إجمالي عدد منشورات العينة | 67          |    | 68                                    |    | 19        |    | 19                      |    | 18    |    | 191      |     |



المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين  
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

يتضح من نتائج الدراسة أن الصفحات التنموية – عينة التحليل- استخدمت قوالب وأساليب اتصالية متنوعة في عرض محتواها، لكن القالب "الخبري" كان هو السائد في أغلب منشوراتها (89%)، وظهر القالب "المقالي" في عرض محتوى (15%) من المنشورات، ثم جاءت "التقارير" و"الفيديوهات المسجلة" بنسب شبه متساوية (6%)، وكذلك "التغطيات الصحفية" التي جاءت صفحة "إبداع مصر" الأعلى استخدامًا لها، ومشاركة "روابط نشر عن المبادرة" ظهرا في نسب متساوية من المنشورات (5%)، وجاءت "المقابلات" على صفحة "سفراء العمل التطوعي للتنمية المستدامة" و"الفيديو المباشر" Live في عدد قليل من المنشورات (2%) على صفحتي "سفراء العمل التطوعي للتنمية المستدامة" و"إبداع مصر"، ولم يُستخدم الأسلوب "القصصي" إلا في عرض محتوى منشور واحد على صفحة "مؤسسة مرسل" ومنشور آخر على صفحة "إبداع مصر".

9. أهداف الموضوعات المنشورة

جدول رقم (12) أهداف الموضوعات المنشورة

| الصفحة<br>الفئة       | مؤسسة<br>مرسل                  |      | سفراء العمل<br>التطوعي<br>للتنمية<br>المستدامة |      | إبداع مصر |      | إدراك<br>للتنمية<br>والمساواة |      | EDUFI |      | الإجمالي |      |
|-----------------------|--------------------------------|------|--|------|-----------|------|-------------------------------|------|-------|------|----------|------|
|                       | %                              | ك    | %  | ك    | %         | ك    | %                             | ك    | %     | ك    | %        | ك    |
| Awariness<br>معرفة    | نشر أخبار<br>عن المبادرة       | 65.7 | 4  | 44.8 | 30        | 73.7 | 1                             | 52.6 | 10    | 77.8 | 14       | 58.6 |
|                       | الإجابة عن<br>الاستفسارات      | 0    | 0  | 0    | 0         | 0    | 0                             | 0    | 0     | 0    | 0        | 0.0  |
|                       | نشر معرفة/<br>توعية/<br>تثقيف  | 23.9 | 1  | 46.3 | 31        | 78.9 | 1                             | 89.5 | 17    | 22.2 | 4        | 43.5 |
| وجدانية<br>Emotional  | التعرف<br>على آراء<br>الجمهور  | 0    | 0  | 3    | 2         | 0    | 0                             | 0    | 0     | 27.8 | 5        | 3.7  |
|                       | بناء اتجاه                     | 68.7 | 4  | 83.6 | 56        | 94.7 | 1                             | 89.5 | 13    | 88.9 | 16       | 78.9 |
|                       | تدعيم<br>العلاقة مع<br>الجمهور | 22.4 | 1  | 31.3 | 21        | 94.7 | 1                             | 63.2 | 12    | 88.9 | 16       | 43.9 |
| سلوكية<br>To Action   | دعوة<br>لسلوك                  | 97   | 6  | 62.7 | 42        | 68.4 | 1                             | 15.8 | 3     | 72.2 | 13       | 71.6 |
|                       | التحفيز<br>على<br>التفاعل      | 0    | 0  | 9    | 6         | 0    | 0                             | 0    | 0     | 55.6 | 10       | 8.4  |
| أكثر من هدف           |                                | 94   | 6  | 71.6 | 48        | 100  | 1                             | 57.9 | 11    | 88.9 | 16       | 82.9 |
| إجمالي عدد<br>منشورات |                                | 67   |  | 68   |           | 19   |                               | 19   |       | 18   |          | 191  |

**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين**  
**(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

- أشارت نتائج تحليل محتوى منشورات الصفحات التنموية – محل الدراسة- أن أغلب المنشورات جمعت بين أكثر من هدف (82%)، وقد حصرت الباحثة الأهداف المتنوعة للمنشورات في (3) أنواع:
- جاءت الأهداف الوجدانية Emotional بأعلى نسبة من منشورات العينة (40%)؛ حيث ارتفع عدد المنشورات التي استهدفت "بناء اتجاه" إيجابي عند الجمهور نحو الموضوع المنشور فيها، كما هدف عدد متوسط من المنشورات إلى "تدعيم العلاقة مع الفئات المستهدفة".
  - وقد جاءت الأهداف المعرفية Knowledge/ Awareness بنسبة قريبة من الأهداف الوجدانية (35%)؛ حيث استهدف عدد كبير من المنشورات "نشر أخبار ومعلومات عن المبادرة" و"التوعية ونشر المعرفة والتثقيف"، بينما لم يهتم بالتعرُّف على "آراء الجمهور واحتياجاته" سوى عدد محدود من المنشورات على صفحتي "EDUFI" و"سفراء العمل التطوعي للتنمية المستدامة".
  - وفيما يخص الأهداف السلوكية Call To Action فقد تم توجيه رسالة مباشرة واضحة في (26%) من منشورات الدراسة بـ"دعوة الجمهور للقيام بسلوك محدد" على جميع الصفحات، أو"التحفيز على التفاعل مع المحتوى" على صفحتي "EDUFI" و"سفراء العمل التطوعي للتنمية المستدامة".

**10. الاستمالات المستخدمة**

**جدول رقم (13) أنواع الاستمالات المستخدمة**

| الإجمالي | EDUFI |      | إدراك للتنمية والمساواة |      | إبداع مصر |      | سفراء العمل التطوعي للتنمية المستدامة |      | مؤسسة مرسل |      | الصفحة |                         | الفئة                |
|----------|-------|------|-------------------------|------|-----------|------|---------------------------------------|------|------------|------|--------|-------------------------|----------------------|
|          | %     | ك    | %                       | ك    | %         | ك    | %                                     | ك    | %          | ك    | %      | ك                       |                      |
| 48.7     | 93    | 0    | 0                       | 15.8 | 3         | 0    | 0                                     | 47.8 | 32         | 32   | 58     | الإحساس بالمسؤولية      | الاستمالات العاطفية  |
| 44.5     | 85    | 88.9 | 16                      | 42.1 | 8         | 73.7 | 14                                    | 47.8 | 32         | 32   | 15     | الإحساس بالنجاح/السعادة |                      |
| 16.2     | 31    | 50   | 9                       | 10.5 | 2         | 15.8 | 3                                     | 19.4 | 13         | 13   | 4      | الولاء                  |                      |
| 16.2     | 31    | 55.6 | 10                      | 5.3  | 1         | 68.4 | 13                                    | 10.4 | 7          | 7    | 0      | ندوات/خدمات مجتبية      |                      |
| 25.1     | 48    | 11.1 | 2                       | 68.4 | 13        | 31.6 | 6                                     | 20.9 | 14         | 14   | 13     | أرقام وإحصاءات          | الاستمالات المنطقية  |
| 11.5     | 22    | 11.1 | 2                       | 5.3  | 1         | 57.9 | 11                                    | 6    | 4          | 4    | 4      | سؤال وجواب              |                      |
| 11.0     | 21    | 0    | 0                       | 26.3 | 5         | 5.3  | 1                                     | 13.4 | 9          | 9    | 6      | الصور الواقعية          |                      |
| 46.1     | 88    | 66.7 | 12                      | 89.5 | 17        | 73.7 | 14                                    | 55.2 | 37         | 37   | 8      | الأدلة/الإستشهاد        |                      |
| 54.5     | 104   | 77.8 | 14                      | 57.9 | 11        | 84.2 | 16                                    | 68.7 | 46         | 25.4 | 17     | مزج العاطفة والمنطق     | إجمالي عدد المنشورات |
| 191      | 18    | 19   | 19                      | 68   | 67        |      |                                       |      |            |      |        |                         |                      |

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين  
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

أشارت نتائج الدراسة إلى أن الصفحات التنموية - عينة التحليل - قد ركزت على استخدام الاستمالات العاطفية (46%) بشكل أكبر نسبياً من استخدام الاستمالات المنطقية (34%)، وجاء "المزج بين الاستمالات العاطفية والمنطقية" بنسبة (20%).

ويتضح من نتائج التحليل تركيز المنشورات التي استخدمت الاستمالات العاطفية على الإحساس بالمسؤولية أولاً، يليه الإحساس بالنجاح والإنجاز والسعادة ثانياً، ثم الولاء والخدمات والدورات المجانية أخيراً. كما تبين حرص جميع صفحات الدراسة على توظيف الاستمالات المنطقية على استخدام الأدلة، والاستشهاد بشخصيات معروفة أو لها مصداقية في الموضوع المنشور، والاستشهاد بما نُشر في وسائل الإعلام، والشهادات والجهات المعتمدة، تلاها استخدام الأرقام والإحصاءات، ثم أخيراً استخدام الصور الواقعية والسؤال والجواب.

وتختلف في ذلك نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة (إيمان فتحي، وضحي عصام 2019)<sup>24</sup> التي كشفت ارتفاع استخدام الاستمالات المنطقية بشكل عام بنسبة تزيد عن النصف (63.2%) من إجمالي الاستمالات المستخدمة في منشورات المركز الوطني للقياس؛ ويمكن تفسير ذلك في ضوء أهداف المركز الذي يعني بثقافة القياس وتقديم الحقائق وقياس مخرجات التعلم وتحويل بياناتها إلى أرقام وإحصائيات.

عرض النتائج في ضوء الإجابة عن تساؤلات الدراسة:

1. ما نوع القضايا التنموية التي تتناولها الصفحات التنموية؟

اهتمت الصفحات عينة التحليل بعدد من القضايا التنموية المختلفة تدرج تحت محوري الاقتصاد والمجتمع من محاور التنمية المستدامة الرئيسية الثلاث (الاقتصاد، والمجتمع، والبيئة):

1. المحور الاقتصادي؛ حيث ركزت الصفحات على الفقر والجوع، وقضايا العمل اللائق وتأهيل الأفراد وتطوير مهاراتهم، وقضية الصحة وعلاج المرضى غير القادرين، كما اهتمت بالابتكار وريادة الأعمال.

2. المحور المجتمعي؛ حيث اهتمت الصفحات بالتعليم، ومحو الأمية الرقمية، ومهارات التعليم الإلكتروني، والثقافة ونشر الوعي المجتمعي، وقضايا العدل والمساواة بين الجنسين، وتمكين المرأة، ومناهضة العنف.

2. ما مدى اهتمام المستخدمين بالصفحات التنموية؟

حازت صفحة "مؤسسة مرسال" على أكبر عدد متابعين (419,084) متابع، تلتها صفحة "إبداع مصر" (113,009) متابع، وجاءت بعدهما صفحة "سفر العمل التطوعي للتنمية المستدامة" (56,579) متابع، ثم صفحة "مؤسسة إدراك للتنمية والمساواة" (9,042) متابع، وأخيراً صفحة "EDUFI" (3,034) متابع.

3. ما مدى وضوح هوية الصفحات التنموية؟

حرصت الصفحات التنموية محل الدراسة على إظهار هويتها من خلال المعلومات العامة **General Info** المعلنة عليها؛ فقد اهتمت جميعها بوضع شعار **Logo** في صورة الحساب **Profile Picture** يُعبّر عن نشاطها، كما حرص أغلبها على كتابة الوصف والأهداف بشكل تفصيلي. ووضعت أيضًا بيانات الاتصال **Contact Info** و**منشور مثبت Pinned Post** بهدف تعريف زائري الصفحة **Visitors** بأبرز أنشطتها وطرق التواصل أو التبرُّع والمشاركة. بينما لم يهتم بتوضيح القيم **Values** سوى صفحة "مؤسسة رسال"، التي اهتمت كذلك ومعها صفحة "EDUFI" بوضع روابط لمواقع وحسابات تابعة للصفحة **More Links**.

4. ما نوعية الخدمات التي تقدمها الصفحات التنموية للمواطنين؟

1. توفير الغذاء والكساء وتسقيف البيوت.
2. قوافل طبية وتقديم العلاج وكافة خدمات الرعاية الطبية للمرضى.
3. دورات تدريبية **Courses** مخفّضة وفيديوهات تعليمية مجانية.
4. ندوات وورش عمل علي مستوى محافظات الجمهورية، وجلسات **Live**، كلها مجانية.
5. ملتقيات ومحتوى تعليمي للمبتكرين المصريين محليًا وعالميًا ورواد الأعمال، وأدوات عملية ونماذج.
6. حملات توعية، وجلسات نقاشية، وتقارير إحصائية عن جرائم العنف ضد النساء والفتيات في مصر.

5. ما نوعية الموضوعات المنشورة في الصفحات التنموية؟

أبرز الموضوعات التي تم التركيز عليها هي "المحتوى المعلوماتي والتثقيفي" (43%)، وموضوعات "طلب التبرع/ الدعم" (40%)، و"تقديم الخدمات" (31%)، وموضوعات تخص "الدعم/ التعاون/ الشراكة"، و"دعوات مشاركة" و"تحفيز للتطوع أو العمل والنجاح" (20%)، و"إعلانات عن أحداث" **Online Events** (16%)، و"إنجازات" (13%)، و"فرص تدريب/ ورش/ ندوات" (12%)، و"التهنئة والشكر" (11%).

6. ما أهداف المنشورات **Posts** في الصفحات التنموية؟

تنوعت الأهداف التي سعت إلى تحقيقها صفحات التنمية ما بين المعرفية والوجدانية والسلوكية، وقد جاءت الأهداف الوجدانية **Emotional** في الصدارة (40%)؛ بين "بناء اتجاه" إيجابي، و"تدعيم العلاقة مع الفئات المستهدفة". ثم جاءت الأهداف

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين  
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

**المعرفية Awareness (35%)**؛ بين "نشر أخبار المبادرة"، و"التوعية والتنقيف". وأخيرًا الأهداف السلوكية **Call To Action (26%)**؛ بين "تنمية مهارة" أو "دعوة للقيام بسلوك محدد" أو "تحفيز على التفاعل". وقد أظهرت النتائج أن أغلب المنشورات جمعت بين أكثر من هدف (82%).

7. ما نوع مادة وشكل محتوى المنشورات والوسائط الفنية المستخدمة في الصفحات التنموية؟

تنوعت عناصر الوسائط الفنية التي استخدمتها الصفحات التنموية محل الدراسة في تقديم محتوى منشوراتها، ولكن نتائج الدراسة أشارت إلى اعتماد جميع الصفحات بشكل أساسي على عنصر النص **Text (98%)**، وعنصر الصور **Images (87%)**، كما كثر توظيف الـ **"Emojis" (54%)**، وجاء بعدهم "الفيديو" **Videos (11%)**، بينما لم تهتم باستخدام "الرسوم المتحركة" و"الانفوجرافيك" **Info graphs** أو الـ **"GIFs"**.

كما استخدمت قوالب وأساليب اتصالية متنوعة في عرض محتواها، لكن القالب "الخبري" كان هو السائد في أغلب منشوراتها (89%)، ثم "المقالي" (15%)، ثم جاءت "التقارير" و"الفيديوهات المسجلة" بنسب شبه متساوية (6%)، وكذلك "التغطيات الصحفية"، ومشاركة "روابط نشر عن المبادرة" بنسب متساوية (5%)، "المقابلات" و"الفيديو المباشر" **Live (2%)**، ولم يُستخدم الأسلوب "القصصي" إلا في منشور واحد فقط.

8. ما لغة المنشورات في الصفحات التنموية؟  
اللغة العربية (الفصحى والعامية) هي اللغة الرئيسية في الصفحات التنموية 94% في مقابل محدودية استخدام الإنجليزية 6%، كما تشير النتائج إلى غلبة استخدام العامية 57.6% في مقابل الفصحى 33.5%.

9. ما نوعية الاستمالات المستخدمة في الصفحات التنموية؟

ركزت الصفحات التنموية عينة التحليل على استخدام الاستمالات العاطفية 46% (الإحساس بالمسؤولية، يليه الإحساس بالنجاح والإنجاز والسعادة، ثم الولاء والخدمات والدورات المجانية أخيرًا) بشكل أكبر نسبيًا من استخدام الاستمالات المنطقية 34% (الأدلة، والاستشهاد، تلاها استخدام الأرقام والإحصاءات، ثم أخيرًا الصور الواقعية والسؤال والجواب). وجاء "المزج بين الاستمالات العاطفية والمنطقية" بنسبة (20%).

10. ما مدى توظيف الأدوات التفاعلية في الصفحات التنموية؟

ترتيب أدوات التفاعل الأكثر استخدامًا على الصفحات التنموية: الرد على التعليقات/الاستفسارات (74%) Replies، يليه الهاشتاج (72%) Hashtags، ثم الروابط التفاعلية (53%) Links، يليها بيانات الاتصال (41%) Contact Info، وأخيرًا الأسئلة/المسابقات، واستطلاعات الرأي (2%).

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين  
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

11. ما حجم وأشكال تفاعل الجمهور مع منشورات الصفحات التنموية؟  
تباينت نسب كثافة ونوعية تفاعل الجمهور مع المحتوى المنشور على الصفحات التنموية - عينة الدراسة؛ حيث جاء "إبداء الإعجاب" Like في صدارة أنواع التفاعل (82%)، ثم جاء بعده بفارق كبير ونسب شبه متساوية كلٌّ من "التعليق" Comment و"مشاركة المحتوى" Share (9%).

12. ما مدى ارتباط التعليقات بموضوع المنشور في الصفحات التنموية محل الدراسة ونوعها؟  
اتضح من نتائج تحليل محتوى التعليقات ارتباطها بموضوع المنشور؛ حيث أن نسبة التعليقات غير المتعلقة بالموضوع 1%؛ مما تراه الباحثة دليل على اهتمام الباحثين بالمحتوى والقضايا التي تقدمها الصفحات التنموية.

13. كيف يمكن توظيف محتوى الصفحات التنموية على Facebook- للتحفيز على إحداث تغيير اجتماعي على أرض الواقع يخدم قضايا التنمية المستدامة في مصر؟

شبكات التواصل الاجتماعي عامةً، وموقع Facebook خاصةً بما يتيح من إمكانيات تكنولوجية، وأدوات تفاعلية، ومستخدمين نشطاء **Active Users**، وحضور رقمي **Online Presence**؛ يمثل أداة فعالة من أدوات الإعلام التنموي الرقمي؛ حيث يُسهّل الوصول **Accessibility** إلى قطاع عريض من الجمهور، ويُمكن من الاستهداف **Targeting**، ويتيح القدرة على ضخ كميات كبيرة ومتنوعة من المعلومات، وصياغة الرسائل بأشكال فنية وأساليب اتصالية مختلفة في قوالب متعددة **Content Types & Formats**؛ ليتم توظيفها وفقاً ل: طبيعة المحتوى، والأهداف، والمرحلة، وخصائص الجمهور المستهدف. بالإضافة إلى توفر خصائص: الاستمرارية **Consistency**، والتميز **Identity**، والتفاعلية بأشكال ومستويات مختلفة **Interactivity Forms & Levels**، مع انخفاض التكلفة نسبياً **Low Budget**.

هذا إلى جانب استراتيجيات التوعية والحشد من خلال الترويج التي تتبناها الصفحات التنموية في رحلتها مع الجمهور من: جذب انتباهه **Attention**، وإثارة اهتمامه **Interest**، وتحفيز رغبته **Desire**، لتعديل سلوكه **Call To Action**؛ بهدف تكوين البناء المعرفي وتشكيل الوعي بقضايا التنمية (المرحلة المعرفية **Awareness**)، والتأثير في المشاعر والاتجاهات، وتنمية الوعي بضرورة المشاركة المجتمعية (المرحلة الوجدانية **Emotions**)، ثم التأثير في السلوك المجتمعي، وإحداث التغيير الاجتماعي المرغوب (مرحلة الاستجابة **Response**)؛ من أجل الوصول إلى توفير المناخ الملائم، وتهيئة المجتمع المصري بكل فئاته للمشاركة المجتمعية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

مراجع ومصادر الدراسة

أولاً : المراجع العربية :

• الدراسات الغير منشورة :

- (1) أحمد يونس محمد حمودة (2013)، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية"، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والفنون، جامعة الدول العربية.
- (2) أسامة محمد مكية (2013)، "دور الانترنت في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب السوري: دراسة تطبيقية على مواقع التواصل الاجتماعي"، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علاقات عامة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة.
- (3) إكرام سيد عيد الرازق (2013)، "معالجة المدونات ومجموعات Facebook لحملتي الانتخابات البرلمانية والرئاسة المصرية – دراسة تحليلية مقارنة على عينة من المدونات السياسية ومجموعات Facebook خلال عامي 2011-2012"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- (4) إيمان صابر صادق أمين (2017)، "استخدامات منصات الإعلام الجديد في المجتمع المصري Facebook نموذجاً"، رسالة دكتوراه، قسم الاجتماع، كلية البنات، جامعة عين شمس.
- (5) حسن على قاسم (2016)، "دور التلفزيون ووسائل الإعلام الجديد دعم المشاركة الاجتماعية في المجتمع المصري"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، القاهرة.
- (6) علائي عبد الجليل (2019)، "دور Facebook في التحسيس بقضايا التنمية المحلية لدى الشباب الجامعي: دراسة وصفية لعينة من طالب قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة.
- (7) ليمان محمد محمد أحمد (2018)، "دور موقع الفيسبوك في تناول قضايا التنمية- دراسة تحليلية"، كليه البنات للآداب والعلوم والتربية، جامعه عين شمس.
- الدراسات المنشورة في دوريات عربية :
- (8) أحمد عمر عبد الرسول (2017)، "فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي في إحداث التنمية المستدامة بالدول العربية"، المؤتمر الثامن والعشرون: شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها في مؤسسات المعلومات في الوطن العربي، الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات.
- (9) أماني المهدي (2018)، المجال العام من الواقع الفعلي إلى العالم الافتراضي: معايير التشكيل والمعوقات، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي.
- (10) أيمن محمد إبراهيم بريك (2016)، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب المصري بقضايا التنمية المستدامة- دراسة ميدانية"، العدد 13- مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط.
- (11) ثريا أحمد البدوي (2010)، "الشبكات الاجتماعية وتعزيز مواطنة الأقليات النوبية في مصر: رؤية أثنوجرافية افتراضية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد 35.
- (12) ثريا أحمد البدوي (2014)، "هل نجحت الجهود التسويقية للدبلوماسية العامة الرقمية الأمريكية في فضاء الفيس بوك؟ دراسة تحليلية لمضمون رسائل المنظمات الأمريكية وتعليقات المستخدمين العرب في سياق نموذج الأبعاد الثقافية والترميز وفك الترميز، بحث مقبول النشر، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.

**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين**  
**(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

- 13) **داليا مصطفى السواح (2019)**، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم مفهوم المساءلة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي- دراسة ميدانية"، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد 23.
- 14) **ضحى هلال (2018)**، "دور الإعلام التنموي في تحقيق التنمية المستدامة: دراسة جانب التنمية السياسية"، دراسات إعلامية، المركز الديمقراطي العربي.
- 15) **محمد عبد اليديع السيد (2016)**، "دور وسائل الإعلام الجديدة في دعم المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعة"، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد 12.
- 16) **نصر الدين عبد القادر عثمان (2017)**، "توظيف الإعلام الجديد في نشر الوعي بقضايا التنمية المستدامة: الوعي البيئي نموذجًا دراسة ميدانية"، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد 15.
- 17) **نصر الدين عبد القادر عثمان (2019)**، "دور الإعلام الجديد في الترويج للشائعات وآليات التصدي لها: دراسة ميدانية على أساتذة الإعلام والإعلاميين"، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد 23.
- **الكتب العربية :**
- 18) ترجمة أحمد محمود، قاموس التنمية دليل إلى المعرفة باعتبارها قوة، (القاهرة: المركز القومي للترجمة، 2017).
- 19) دينيس ماركويل، سفن ويندل، نماذج الاتصال في الدراسات الإعلامية، ترجمة حمزة أحمد بيت المال، (الرياض: طباعة خاصة، 1997).
- 20) راسم الجمال: "مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية"، (القاهرة: مركز التعليم المفتوح، 1999).
- 21) ميرفت الطرايبشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، (القاهرة: دار النهضة العربية، 2006).
- ثانيًا : المراجع الأجنبية :**
- 22) **Adam Mahamat Helou, Nor Zairah Ab. Rahim (2014)**, "The Influence of Social Networking Sites on Students Academic Performance in Malaysia", International Journal of Electronic Commerce Studies, Vol. 5, No.2.
- 23) **Benkler, Y. Roberts, H. Faris, R. Niederman, S. A. Etling, B. (July, 2013)**, "Social Mobilization and the Networked Public Sphere: Mapping the SOPA-PIPA Debate", The Berkman Center for internet, society at Harvard University.
- 24) **Biswajit Das & JyotiSahoo (2011)**, "Social Networking Sites – A Critical Analysis of its Impact on Personal and Social Life", International Journal of Business and Social Science, Vol. 2, No. 14.
- 25) **Burcu Turan Çimşir and Hüseyin Uzunboylu (2019)**, "Awareness Training for Sustainable Development: Development, Implementation and Evaluation of a Mobile Application", Sustainability, MDPI.
- 26) **Dan Connell (1997)**, "Participatory Development", Journal of Development in Practice, Volume 7, Issue 3, published online 2010.
- 27) **Doo-Hun Choi, Dong-Hee Shin (2017)**, "Dialectic Perspective Information", Communication & Society, Vol. 20, Issue 2.



المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين  
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

- 28) **Eli Elinoff (2014)**, Sufficient Citizens Moderation and the Politics of Sustainable Development in Thailand, political and legal Anthropology Review, Vol.37, Issue1.
- 29) **Hamideh Molaei (2015)**, "Discursive opportunity structure and the contribution of social media to the success of social movements in Indonesia", Journal Information Communication & Society, Vol. 18, Issue 1.  
<https://www.researchgate.net/publication/312403527> Do you get exhausted from too much socializing Empirical investigation of Facebook discontinues usage intentions based on SOR paradigm
- 30) **Hyesun Hwang & Kee-Ok Kim (2015)**, "Social Media as a Tool for Social Movements: The Effect of Social Media Use and Social Capital on intention to Participate in Social Movements", International Journal of Consumer Studies, Vol. 39.
- 31) **Jakob Ohme (2019)**, "Updating citizenship? The effects of digital media use on citizenship understanding and political participation", Journal of Information, Communication & Society, Vol. 22, Issue 13.
- 32) **M. Neelamalar & Ms. P. Chitra (2009)**, "New Media and Society: A Study on The Impact of Social Networking Sites on the Indian Youth", EstodusemComunicacao, No. 6.
- 33) **Maier, D. Waldherr, A. Miltner, P. Jahnichen, P. Pfetsch, B. (2017)**, "Exploring Issues in a Networked Public Sphere: Combining Hyperlink Network Analysis and Topic Modeling", Social Science Computer Review, Berlin, Germany, Sage.
- 34) **Mijai INaranjo-Zolotova, Tiago Oliveiraa, Frederico Cruz-Jesusa, José Martinsb, Ramiro Gonçalvesb, Frederico Brancob, Nuno Xavierc (2019)**, "Examining social capital and individual motivators to explain the adoption of online citizen participation", Science Direct, Future Generations Computer Systems, Vol. 92.
- 35) **Namkoong K, et.al. (2017)**, "Communication, Reasoning, and Planned Behaviors: Unveiling the Effect of Interactive Communication in an Anti-Smoking Social Media Campaign", Journal Health Communication, vol. 32, Issue 1.
- 36) **Nelson, Nici and Wright, Susan (1995)**, "Power and Participatory Development: Theory and Practice", ITDG Publishing, Last Modified June 2017.
- 37) **Parvathy J. & Suchithra R. (2015)**, "Impact of Usage of Social Networking Sites on Youth", International Journal of Computer Applications, Vol. 129, No. 3.
- 38) **Pritam Chattopadhyay & Archana M. Deshpande (2012)**, "Implications of Social Networking Sites in Modern Environment", International Journal of Education and Information Studies, Vol. 2, No. 1.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين  
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

- 39) **Rakesh Shirase (2012)**, "The Impact of Social Networking Sites on Personal Lives of the People in Pune Neighborhood", International Journal of Scientific & Engineering Research, Vol. 3, Issue 9.
- 40) **Seok Kang (2019)**, " Communicating sustainable development in the digital age: The relationship between citizens' storytelling and engagement intention", John Wiley & Sons Ltd, Sustainable Development, Vol. 27, issue 3.
- 41) **Shun Xu, Harrison Hao Yang, Jason MacLeod (2019)** "Social media competence and digital citizenship among college students", The International Journal Research into New Media Technologies, Vol. 25, Issue 4.
- 42) **Yulin Chen (2019)**, "The Sustainable Development of Social Media Contents: An Analysis of Concrete and Abstract Information on Cultural and Creative Institutions with "Artist" and "Ordinary People" Positioning", MDPI, Sustainability Journal, Sustainable Cultural Management, Vol. 11, Issue 15.
- الكتب الأجنبية :
- 43) Alain Birou, Paul-Marc Henry, John P. Schlege, "Towards a Re-Definition of Development Essays and Discussion on the Nature of Development in an International Perspective", (Elsevier Ltd, 1977).
- 44) Keith N. Hampton, eds, "Social Networking Sites and Our Lives", (USA: Pew Research Center, 2011)
- 45) Michael Van soon, "Face book and the invasion of technological communities", (N.Y 22: New York, 2010).
- مواقع الانترنت :
- 46) <http://old.souriatnapress.net/?p=7396>
- 47) [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2295953](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2295953)
- 48) <http://www.ijcaonline.org/research/volume129/number3/parvathy-2015-ijca-906792.pdf>
- 49) <https://datareportal.com/reports/digital-2019-egypt>
- 50) <https://democraticac.de/?p=53184>
- 51) <https://www.un.org/ar/digital-cooperation-panel/index.html>

هوامش البحث

<sup>1</sup>Stanly J. Baran & Davis, Mass Communication Theory Found Ferment & Future, (New York: Wads Worth Publishing, 1995), p.226

<sup>2</sup> ديبس ماكويل، سفن ويندل، نماذج الاتصال في الدراسات الإعلامية، ترجمة حمزة أحمد بيت المال، (الرياض: طباعة خاصة، 1997)، ص 170.

<sup>3</sup> حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1997)، ص 325.

**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين**  
**(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

---

- <sup>4</sup> Jakob Ohme, "Updating citizenship? The effects of digital media use on citizenship understanding and political participation", Journal of Information, Communication & Society, Vol. 22, Issue 13, 2019
- <sup>5</sup> Yulin Chen, "The Sustainable Development of Social Media Contents: An Analysis of Concrete and Abstract Information on Cultural and Creative Institutions with "Artist" and "Ordinary People" Positioning", MDPI, Sustainability Journal, Sustainable Cultural Management, Vol. 11, Issue 15, July 2019
- <sup>6</sup> داليا مصطفى السواح، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم مفهوم المساواة الاجتماعية لدى الشباب الجامعي- دراسة ميدانية"، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد 23، أبريل/يونيو 2019
- <sup>7</sup> أماني المهدي، المجال العام من الواقع الفعلي إلى العالم الافتراضي: معايير التشكيل والمعوقات، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، مارس 2018  
<https://democraticac.de/?p=53184>
- <sup>8</sup> إيمان صابر صادق أمين، استخدامات منصات الإعلام الجديد في المجتمع المصري " Facebook نموذجًا"، رسالة دكتوراه منشورة، قسم الاجتماع، كلية البنات، جامعة عين شمس، 2017
- <sup>9</sup> أسامة محمد مكية، "دور الانترنت في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب السوري: دراسة تطبيقية على مواقع التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علاقات عامة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2013.
- <sup>10</sup> Burcu Turan Çimşirand Hüseyin Uzunboylu, "Awareness Training for Sustainable Development: Development, Implementation and Evaluation of a Mobile Application", MDPI, Sustainability, 2019
- <sup>11</sup> Mijail Naranjo-Zolotova, Tiago Oliveiraa, Frederico Cruz-Jesusa, José Martinsb, Ramiro Gonçalvesb, Frederico Brancob, Nuno Xavierc, "Examining social capital and individual motivators to explain the adoption of online citizen participation", Science Direct, Future Generations Computer Systems, Vol. 92, pp. 302-311, March 2019
- <sup>12</sup> ليمان محمد أحمد، "دور موقع Facebook في تناول قضايا التنمية- دراسة تحليلية"، كليه البنات للاداب والعلوم والتربية، جامعه عين شمس، 2018
- <sup>13</sup> ضحى هلال، "دور الإعلام التنموي في تحقيق التنمية المستدامة: دراسة جانب التنمية السياسية"، دراسات إعلامية، المركز الديمقراطي العربي، مارس 2018
- <sup>14</sup> أحمد عمر عبد الرسول، "فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي في إحداث التنمية المستدامة بالدول العربية"، المؤتمر الثامن والعشرون: شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها في مؤسسات المعلومات في الوطن العربي، الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، نوفمبر 2017
- <sup>15</sup> نصر الدين عبد القادر عثمان، "توظيف الإعلام الجديد في نشر الوعي بقضايا التنمية المستدامة: الوعي البيئي نموذجًا - دراسة ميدانية"، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد 15، يونيو 2017

**المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين  
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)**

---

- <sup>16</sup> أيمن محمد إبراهيم بريك، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب المصري بقضايا التنمية المستدامة- دراسة ميدانية"، العدد 13- مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ديسمبر 2016
- <sup>17</sup> راسم الجمال: "مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية"، جامعة القاهرة، مركز التعليم المفتوح، 1999.
- <sup>18</sup> . Ibid, p. 108.
- <sup>19</sup> لإمان محمد محمد أحمد، "دور موقع Facebook في تناول قضايا التنمية- دراسة تحليلية"، كليه البنات للآداب والعلوم والتربية، جامعه عين شمس، 2018.
- <sup>20</sup> إيمان صابر صادق أمين، "استخدامات منصات الإعلام الجديد في المجتمع المصري - Facebook نموذجًا"، رسالة دكتوراه منشورة، قسم الاجتماع، كلية البنات، جامعة عين شمس، القاهرة 2017.
- <sup>21</sup> أسامة محمد مكية، "دور الإنترنت في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب السوري: دراسة تطبيقية على مواقع التواصل الاجتماعي"، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علاقات عامة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2013.
- <sup>22</sup> ضحى هلال، "دور الإعلام التثموي في تحقيق التنمية المستدامة: دراسة جانب التنمية السياسية"، دراسات إعلامية، المركز الديمقراطي العربي، مارس 2018
- <sup>23</sup> لإمان محمد محمد أحمد، "دور موقع Facebook في تناول قضايا التنمية- دراسة تحليلية"، كليه البنات للآداب والعلوم والتربية، جامعه عين شمس، 2018.
- <sup>24</sup> إيمان فتحي عبد المحسن، ضحى عصام حسن رواس، "المعالجة الإعلامية للصفحات الرسمية للمركز الوطني للقياس عبر مواقع التواصل الاجتماعي"، جامعة أم القرى، مجلة بحوث العلاقات العامة، الشرق الأوسط، العدد 22، يناير/مارس 2019.