

تسويق قضايا التنمية المستدامة في مواقع التواصل الاجتماعي (دراسة تحليلية لصفحة منظمة اليونسكو عبر الفيس بوك)

أ.د.فاطمة عبد الكاظم حمد*

د. زينة عبد الخالق عبد الرحمن عبد الله**

المستخلص:

يسعى البحث للكشف عن قضايا التنمية المستدامة التي تسعى منظمة اليونسكو تسويقها الى العالم. إن الغرض من تسويق تلك القضايا التقصي عن الإستثمارات التي وظفتها في عملية التسويق، وقد تم الإستناد على المنهج المسحي عن طريق تحليل مضامين المواد المنشورة في صفحة اليونسكو على الفيس بوك بطريقة الحصر الشامل في اثناء المدة من (1/ 4 / 2022) ولغاية (7/1 / 2022). إذ اسفرت نتائج البحث عن اهتمام منظمة اليونسكو بالبعدين الاجتماعي والبيئي واعطائهما أولوية مقارنة بالبعد الإقتصادي للتنمية المستدامة، إذ ركزت اليونسكو في مضامينها التسويقية على قضايا توفير فرص التعليم للجميع، والتنوع الثقافي في العالم والإرتقاء بالنظم البيئية البرية واستدامتها كركائز أساسية للتنمية المستدامة، كما أكدت على ضرورة وجود انماط استهلاك وانتاج مستدامة عن طريق حظر استخدام الأكياس البلاستيكية أحادية الاستخدام ومحاربة التلوث والإعتماد على المشاريع الصديقة للبيئة، وقد اعتمدت اليونسكو على الإستثمارات العقلية بالدرجة الأساس عن طريق الإستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية المدعومة بالحجج الإحصائية في مخاطبة الجمهور واقناعه، وتمثل الهدف الرئيس من تسويق تلك القضايا في أخبار العالم بقضايا الإستدامة والترويج لأنشطة منظمة اليونسكو واسهاماتها في مجال تحقيق اهداف التنمية المستدامة ونشر الوعي العالمي بتلك القضايا .

الكلمات المفتاحية : التسويق ، قضايا التنمية المستدامة ، مواقع التواصل الاجتماعي ، منظمة اليونسكو .

* الأستاذ بقسم العلاقات العامة بكلية الإعلام جامعة بغداد
** المدرس بقسم العلاقات العامة بكلية الإعلام جامعة بغداد

Marketing Sustainable Development Issues on Social Media (An Analytical Study of the UNESCO Facebook Page)

Abstract

The research seeks to reveal the sustainable development issues that UNESCO pursues to market to the world, and the purpose of marketing those issues, and to investigate the solicitations that UNESCO has employed in the marketing process.

The survey method was based on analyzing the contents of the materials published on the UNESCO Facebook page in a comprehensive inventory during the period from Jan., 1st, 2022 to July 1st, 2022.

The results of the research resulted in UNESCO's interest in the social and environmental dimensions and giving them priority compared to the economic dimension of sustainable development. As UNESCO focused in its marketing implications on the issues of providing educational opportunities for all, cultural diversity in the world and upgrading and sustaining terrestrial ecosystems as basic pillars of sustainable development.

UNESCO, moreover, has emphasized on availability of sustainable consumption and production patterns by banning the use of single-use plastic bags, fighting pollution and relying on environmentally friendly projects.

In addition, UNESCO has relied on mental persuasion mainly by citing information and real events supported by statistical arguments in addressing and persuading the public.

Keywords: Marketing, Sustainable Development Issues, Social Networking Sites, UNESCO.

المقدمة:

في ظل غياب السياسات اللازمة لمواجهة التحولات والمتغيرات التي عمّت العالم المعاصر كالحروب والأزمات وحالة عدم الاستقرار السياسي والاقتصادي والاجتماعي والتدهور البيئي وسعي الإنسان الدؤوب الى تحقيق رفاهيته على حساب الطبيعة ومواردها، برز مفهوم التنمية المستدامة للخلاص من كل تلك المخاطر وتداعياتها عن طريق إعادة النظر في هياكل الإنتاج والاستهلاك لضمان بيئة آمنة وصالحة لحياة الإنسان في الحاضر وقادرة على تلبية احتياجات المستقبل، لذا عمدت المنظمات الدولية لاسيما الأمم المتحدة وبرامجها ووكالاتها الى وضع موضوع التنمية المستدامة في قمة أولوياتها وتبنت استراتيجية تنمية أممية معتمدة على تقنيات الإعلام التفاعلي وتطبيقاته المتعددة في تسويق قضايا التنمية المستدامة والتثقيف والتوعية بشأنها .

ويسلط البحث الحالي الضوء على كيفية تسويق قضايا التنمية المستدامة في صفحة منظمة اليونسكو على الفيس بوك والأدوار التي تقوم بها لتحقيق الأهداف العالمية للإستدامة عن طريق توظيف الوسائط المتعددة التي يتيحها الفيس بوك في عملية التسويق.

ولتحقيق أهداف البحث تم تقسيمه على ثلاثة مباحث تضمن الأول المقاربة المنهجية للبحث، وتطرق المبحث الثاني الى الإطار النظري للبحث واحتوى على: مفهوم التنمية وأبعادها فضلاً عن تسويق قضايا التنمية المستدامة في مواقع التواصل الاجتماعي، وشمل المبحث الثالث عرض نتائج الدراسة التحليلية وتفسيرها والنتائج التي تمّ التوصل اليها .

المبحث الأول: المقاربة المنهجية للبحث

أولاً : مشكلة البحث

تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دوراً أساسياً في تحقيق التنمية المستدامة وتعزيز المعرفة بها وإبراز التحديات التي تقف عائقاً أمام تحقيقها، فضلاً عن تنفيذ الإستراتيجيات التنموية وتعميمها بما يعزز النمو الاقتصادي المستدام والتوازن البيئي والمسؤولية الاجتماعية للجميع . لذا عمدت منظمة اليونسكو على توظيف الفيس بوك بعده من الفضاءات الهامة واحد الأدوات اللازمة في التسويق مسخرة بذلك السمات الفريدة التي يمتلكها والإمكانات التي يوفرها لعرض مختلف النشاطات والبرامج والخطط التسويقية لتحقيق التنمية المستدامة بإبعادها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، فضلاً عن تعريف العالم كافة بشأن قضايا التنمية المستدامة " كالقضاء على الفقر والجوع ، وتحسين الصحة والتعليم، ومكافحة تغير المناخ، وحماية المحيطات والغابات، وإعادة التوازن البيئي .. الخ " لجعل العالم واعياً وقادراً على تبني عادات وممارسات سلوكية أكثر استدامة . من هنا جاءت مشكلة البحث التي يمكن ايجازها بالآتي: (ما دور منظمة اليونسكو في تسويق قضايا التنمية المستدامة وتعميمها الى العالم عبر صفحتها الرسمية على الفيس بوك)، ومن اجل توضيح المشكلة تمت صياغة عدد من التساؤلات الفرعية أبرزها :

— ما ابعاد التنمية المستدامة التي ركزت عليها منظمة اليونسكو في مضامينها المنشورة عبر الفيس بوك؟

— كيف وظفت منظمة اليونسكو صفحتها الرسمية عبر الفيس بوك في تسويق قضايا التنمية المستدامة ؟

— ما الأفكار التسويقية والقضايا التي تحاول منظمة اليونسكو ايصالها للعالم عبر صفحتها عبر الفيس بوك ؟

- ما الغايات التي تسعى منظمة اليونسكو تحقيقها من انشطتها التسويقية عبر الفيس بوك ؟

ثانيا : أهمية البحث

تتبع أهمية البحث من أهمية التنمية المستدامة وضرورتها في تأمين متطلبات الإنسان الأساسية وتحسين جودة حياته ومواجهة التهديدات التي تعترضه، فضلاً عن كونها أحد المعايير الهامة لقياس مدى تقدم المجتمعات واستقرارها ورفيها .

كما تأتي أهمية البحث من من اعتماد افراد العالم على شبكات التواصل الإجتماعي في الحصول على معلوماتهم لذا وظفت منظمة اليونسكو تلك الشبكات في عمليات التسويق لقضايا التنمية المستدامة وبناء المعرفة بها ونشر الوعي بأهمية التنمية المستدامة والسبل اللازمة لتحقيقها.

وتتجسد الأهمية البحثية بندرة الدراسات الإعلامية المعنية بتسويق قضايا التنمية المستدامة، لهذا يمكن أن يشكل هذا البحث مصدراً هاماً للباحثين والمهتمين بالدراسات الأكاديمية الخاصة بمجالات التنمية المستدامة فضلاً عن دراسات التسويق وتقنياته وأن يحقق إضافة علمية متراكمة في هذه المجالات .

ثالثا : اهداف البحث :

يسعى البحث الى تحقيق جملة من الأهداف يمكن ايجازها بالآتي :

أ – الكشف عن قضايا التنمية المستدامة التي تسعى منظمة اليونسكو لتسويقها في منشوراتها عبر الفيس بوك.

ب – البحث عن ابعاد التنمية المستدامة التي تم تسويقها في منشورات منظمة اليونسكو عبر الفيس بوك .

ج – معرفة الأغراض التي تبتغي منظمة اليونسكو تحقيقها من عملية تسويق قضايا التنمية المستدامة .

د – بيان الإستراتيجيات التي وظفتها منظمة اليونسكو في تسويق قضايا التنمية المستدامة عبر منشوراتها .

ه – معرفة التصميم الشكلي لمنظمة اليونسكو وادوات التواصل والتفاعل التي توظفها في تسويق قضايا التنمية المستدامة .

و – التعرف على اشكال الرسائل التسويقية والوسائط المتعددة المستخدمة في الترويج لقضايا التنمية المستدامة في صفحة اليونسكو عبر الفيس بوك .

رابعاً : نوع البحث ومنهجه :

ينتمي هذا البحث الى البحوث الوصفية التي تستهدف جمع المعلومات وتحليلها وتفسيرها واستخلاص دلالاتها، وقد تمَّ الإستناد الى المنهج المسحي الذي يتناسب مع متطلبات البحث وتحقيق مراميه عن طريق تحليل مضمون المواد المنشورة لمنظمة اليونسكو عبر " الفيس بوك "، باستخدام استمارة تحليل لجمع المعلومات والبيانات الأساسية للبحث وتضمينها وحدات التحليل وفئاتها إذ تمَّ الإعتماد على وحدة " الموضوع " التي صُنفت الى فئات " ماذا قيل؟ وكيف قيل؟ " ولغرض التأكد من صلاحية وكفاءة الإستمارة تم عرضها على مجموعة من الأساتذة المتخصصين في مجال العلاقات العامة لفحص الصدق الظاهري وبيان مدى ملاءمتها للتطبيق العملي، وقد حصلت على نسبة اتفاق محكمين بلغت " 88% "، وهي نسبة جيدة، كما جرى التحقق من ثبات الأداة عن طريق اعادة التحليل، وبتطبيق معادلة " هولستي (Holsti) للثبات تمَّ الحصول على معامل ثبات بلغ (0.85) وهو ثبات عالٍ يُجيز للإستمارة قدرة التطبيق الفعلي وصلاحيتها للتحليل الميداني .

خامساً : مجالات البحث :

تجسدت مجالات البحث بالآتي :

أولاً: المجال المكاني: ينحصر المجال المكاني في الحدود الإفتراضية لصفحة الفيس بوك التابع لمنظمة اليونسكو الدولية، وتم اختيار هذه المنظمة لكونها من أهم منظمات الأمم المتحدة الفاعلة في ميدان تحقيق الإستدامة على مستوى العالم، إذ يندرج هذا الموضوع ضمن اولوياتها وخططها وبرامجها لتحقيق الأهداف العالمية للتنمية المستدامة (SDGs) وفق رؤيتها الأساسية في بناء السلام حول العالم التي تشكل الإستدامة أهم ركائز تحقيقها .

ثانياً: المجال الزمني:- شملت الدراسة التحليلية للمدة من (1 / 4 / 2022) ولغاية (1 / 7 / 2022) وكانت هذه المدة متوافقة مع مدة انجاز البحث.

ثالثاً: المجال الموضوعي : يتحدد في المواد المنشورة عبر صفحة منظمة اليونسكو على الفيس بوك عن طريق الحصر الشامل لجميع منشورات المنظمة في اثناء المدة المذكورة وبواقع " 273 " منشوراً بما تتضمنه من النصوص والصور والفيديوهات، والاسباب التي دعت الى اختيار صفحة المنظمة كونها الصفحة الرسمية للمنظمة، فضلاً عن اهتمامها ونشرها قضايا التنمية المستدامة موضوع البحث. انظر الجدول "1" .

جدول "1" يبين المواد الخاضعة للتحليل بحسب الاشهر

| ت | الأشهر | عدد المنشورات |
|---|---------|---------------|
| 1 | نيسان | 79 |
| 2 | أيار | 103 |
| 3 | حزيران | 91 |
| | المجموع | 273 |

سادساً: دراسات سابقة

تم العثور على عدد من الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع البحث ، وسيتم عرض تلك الدراسات وفق اطارها الزمني وتوضيح الأساليب المنهجية التي اتبعتها والنتائج التي توصلت اليها ، مع بيان موقع البحث الحالي في اطار تلك الدراسات .

دراسة(بدوي 2020) (1):

تمثلت مشكلة البحث بتساؤل رئيس مفاده: (ما طبيعة الدور الذي تلعبه شبكات التواصل في تنمية الوعي بقضايا التنمية المستدامة)، وهدف البحث التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي بقضايا التنمية المستدامة، واعتمد الباحث على المنهج المسحي عن طريق الإستعانة بإستمارة الإستبانة وزعت على عينة عشوائية من معلمي ومعلمات التربية الرياضية للمرحلة الإعدادية بواقع (130) بمحافظة القاهرة ، وتوصل البحث الى عدّة استنتاجات أهمها فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بقضايا التنمية المستدامة لمعلمي ومعلمات التربية الرياضية للمرحلة الإعدادية في ضوء رؤية مصر 2030.

— دراسة (بريك 2021) (2):

تمثلت المشكلة بمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب بقضايا التنمية المستدامة، وهدف البحث الى رصد دور تلك المواقع في توعية الشباب عن طريق دراسة العلاقة بين معدلات استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ودوافع هذا الاستخدام والإشباع المتحققة منه، فضلاً عن معرفة طبيعة المواقع التي يحرصون على استخدامها، ومستوى وعي هؤلاء الشباب بقضايا التنمية المستدامة وتفاعلهم معها . وقد اعتمد الباحث على المنهج المسحي عن طريق الإستعانة بإستمارة استبانة وزعت على عينة قصدية من الشباب المصري من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي قوامها (372) ، وتوصل البحث إلى نتائج عدّة أهمها: ارتفاع معدلات استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي إذ جاء الفيس بوك في المرتبة الأولى ويليهما تويتر ثم يوتيوب وبعدها جوجل بلس فإنستجرام ثم لينكد أن فمائي سبيس ثم هاي فايف، وجاءت قضايا النمو الاقتصادي بالمرتبة الأولى من بين قضايا التنمية المستدامة التي يحرص الشباب على متابعتها تليها قضايا التنمية التكنولوجية والتقنية فالصحة وإدارة الموارد ، وبالمرتبة الرابعة قضايا التنمية البيئية، وبعدها قضايا التنمية السياحية ثم التنمية الريفية.

— دراسة (بوجاجة 2019) (3)

تمثلت مشكلة البحث بالتساؤل الرئيس (ما الدور الذي يلعبه موقع الفيس بوك في التوعية البيئية وتحقيق التنمية المستدامة؟)، إذ هدف البحث الى التعرف على الأساليب ووسائل التوعية عبر موقع الفيس بوك ، فقد استند الى المنهج المسحي عن طريق توزيع استبانة على عينة قصدية من طلبة الدكتوراه في معهد علم المكتبات والتوثيق بقسنطينة بواقع(25) مبحثاً ، ليخرج بعدة نتائج أهمها: يلعب الفيس بوك دوراً مهماً في التوعية البيئية عن طريق توعية المستخدمين بأهمية حماية البيئة لتحقيق التنمية المستدامة.

— دراسة (أمين 2017)⁽⁴⁾:

تمثلت مشكلة البحث بالتساؤل الآتي (ما مدى اعتماد الجمهور البحريني على شبكات التواصل الإجتماعي كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة)، وهدف البحث الى الكشف عن مدى تناول شبكات التواصل الإجتماعي للقضايا التوعوية ، فضلاً عن رصد مستوى ثقة الجمهور في شبكات التواصل الإجتماعي كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة، واعتمد الباحث على المنهج الوصفي في دراسته عن طريق توزيع استمارة استبانة على عينة عشوائية مكونة من (250) مبحوث من محافظات مملكة البحرين، ومن أهم نتائج البحث أن تويتر كان أكثر استخداماً كمصدر للمعلومات عن قضية التنمية المستدامة لدى المجتمع البحريني ، تلتها مواقع سناب شات وانستجرام والفييس بوك ، كما اظهرت النتائج أن معظم افراد العينة يثقون بدرجة كبيرة في المعلومات التي يتعرضون لها عن طريق تلك الشبكات .

- دراسة (kanamage 2015)⁽⁵⁾:

تمثلت مشكلة الدراسة بتساؤل رئيس مفاده: (ما مدى استخدام شبكات التواصل الإجتماعي في توعية الشباب بقضايا التنمية المستدامة)، وهدف البحث التعرف على: استخدام شبكات التواصل الإجتماعي في مجال توعية الشباب في سريلانكا حول قضايا التنمية المستدامة ، واعتمد الباحث على منهج دراسة الحالة لثلاثة أنواع من حالات قضايا التنمية المستدامة هي: منصة التواصل الإجتماعي لقضية البيئة الخضراء، ومعالجة تويتر لقضايا الطاقة والإستهلاك والأمن، معالجة انستجرام لقضية الفقر، وتوصل البحث الى نتائج عدّة أهمها: إن الشبكات تؤدي عديداً من الوظائف الهامة فيما يتعلق بقضايا التنمية المستدامة التي يمكن تلخيصها في: التمكين والمشاركة والوظيفة الإجتماعية التقنية، والإفتتاح والتنوع والقاعدة الجماهيرية، وأن هنالك علاقة ارتباطية ايجابية بين دور شبكات التواصل الإجتماعي في الحالات الثلاثة من الوعي بقضايا التنمية المستدامة.

وبالرغم من اقتراب بحثنا من تلك الدراسات في تطرقه لقضايا التنمية المستدامة إلا أنه تناول تسويق تلك القضايا عن طريق صفحة المنظمة الدولية على الفيس بوك " اليونسكو " بينما استهدفت دراسة " أمين " مدى اعتماد الجمهور على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن التنمية المستدامة، وركزت دراسة "بوجاجة ، بريك ، ودراسة kanamage " على التوعية بتلك القضايا، كذلك يتفق بحثنا مع الدراسات المذكورة في اعتماده على المنهج المسحي لكنه انفرد عنها في اعتماده على طريقة تحليل المضمون بأسلوب الحصر الشامل لجميع المواد المنشورة اثناء مدة الدراسة ، بينما استعانت الدراسات السابقة بإستمارة استبانة للجمهور باستخدام اسلوب المعاينة باسثناء دراسة (kanamage) التي اعتمدت على دراسة الحالة .

سابعا: التعريفات الإجرائية للبحث

1 – التسويق : هو مجموعة الأنشطة الموجهة لترويج الأفكار التنموية وتعزيز المعرفة بها عن طريق تقنيات وأدوات الإتصال الفعال للتأثير في تفكير وسلوك الجماهير لجعلهم أكثر وعياً واهتماماً بالبيئة ومواردها وتوظيفها لخدمة الجميع ، فضلاً عن تغيير السلوكيات التي تقف عائقاً أمام الإستدامة بأبعادها كافة.

2 – قضايا التنمية المستدامة : هي القضايا التي ظهرت في البيئة العالمية نتيجة سلوك الإنسان وسعيه الى تحقيق حاجاته التي تشكل عائقاً أمام حركة التطور والتنمية المستدامة وتحرم الأجيال اللاحقة من الإنتفاع بخيرات المواد الطبيعية المعرضة للنفاذ، وقد جسدت الأمم المتحدة تلك القضايا في أهدافها الإستراتيجية لعام 2030 التي بلغت " 17 " هدفاً لتحقيق مستقبل أفضل وأكثر استدامة، وتمثلت تلك القضايا " بالفقر والجوع ، قضايا الصحة ، التعليم ، تغير المناخ ، الحد من عدم المساواة ، والتهديدات التي تصيب التنوع البيولوجي ، انعدام الأمن الغذائي، التصحر وتدهور الأراضي ، وعدم الحفاظ على مصادر الطاقة ، إزالة الغابات... الخ "

3 – الفيس بوك: شبكة اجتماعية افتراضية تفاعلية وأحد الأدوات الهامة في تسويق قضايا التنمية المستدامة وتمثلت بصفحة " منظمة اليونسكو " التي وظفتها المنظمة في عملية التسويق عن طريق نشر برامجها وخططها وآليات عملها موظفة بذلك التقنيات التكنولوجية التي يوفرها في الوصول بحرية وسرعة الى انحاء العالم كما تتيح تلك الشبكة للأفراد الإطلاع على مضامينها وابداء آرائهم وتكوين وجهات النظر عن طريق التعليقات والإعجابات والمشاركة .

4 – منظمة اليونسكو : هي منظمة دولية تتجسد انشطتها في مجال التربية والعلوم والثقافة وتمثل رؤيتها في إرساء السلام العالمي، وتساهم برامج اليونسكو في تحقيق أهداف التنمية المستدامة المحددة في خطة التنمية المستدامة لعام 2030، التي اعتمدها الجمعية العامة للأمم المتحدة في عام 2015.

المبحث الثاني: الإطار النظري للبحث

أولاً: مفهوم التنمية المستدامة وأبعادها

منذ بداية الثمانينات من القرن العشرين تنبه العالم الى ان هنالك العديد من المشكلات البيئية التي باتت تهدد اشكال الحياة على كوكب الارض، وكان هذا طبيعياً في ظل إهمال الجهود التنموية للجوانب البيئية طوال العقود الماضية. فكان لابد من إيجاد فلسفة تنموية جديدة تساعد في التغلب على هذه المشكلات، وتمخضت تلك الجهود الدولية عن مفهوم جديد للتنمية عرف باسم " التنمية المستدامة" (6). ونشأ هذا المفهوم بشكل رسمي في رحاب الأمم المتحدة 1980 في وثيقة دولية حملت عنوان " استراتيجية المحافظة الكونية " ، التي اشترك في إعدادها برنامج الأمم المتحدة للبيئة والإتحاد الدولي للمحافظة على الطبيعة، والصندوق العالمي للطبيعة ، وتبلور لأول مرة في تقرير اللجنة العالمية للبيئة والتنمية " لجنة برونتلاند " الذي حمل عنوان "مستقبلنا المشترك" ونشر عام 1987" ثم توالى الأعمال والوثائق

المعززة لمدخل الإستدامة وباتت تمثل نهجاً تنموياً متوازناً يحقق تطلعات الأجيال الحاضرة ويُلبي احتياجاتها شريطة ألا يكون ذلك على حساب البيئة أو الأجيال المقبلة ، مما يؤكد على ضرورة اتسام الإستدامة بـ " العدالة التنموية" وهي سمة محورية واجبة في أي عمل تنموي (7).

وقد بدأ المجتمع الدولي منذ الثمانينات من القرن العشرين يدرك الحاجة الى مزيج من الجهود السياسية والعلمية لحل مشاكل البيئة، وعندها اصبح مفهوم التنمية المستدامة يمثل نموذجاً معرفياً للتنمية ، وبدأ يحل مكان برنامج " التنمية بدون تدمير" الذي قدّمه برنامج الأمم المتحدة للبيئة في السبعينات ومفهوم " التنمية الإيكولوجيا" الذي تمّ تطبيقه في الثمانينات، ووصل الإهتمام العالمي بالقضية البيئية ذروته مع تبني مفهوم التنمية المستدامة على نطاق عالمي في مؤتمر قمة الأرض الذي تمّ عقده في مدينة ريو دي جانيرو في عام 1992. وبرز الإهتمام بقضية البيئة بوضوح في تأكيد منهجية التنمية الإنسانية وفقاً لتقرير التنمية الإنسانية العالمي الصادر عام 1995 وعلى عنصر الإستدامة عن طريق التأكيد على عدم الحاق الضرر بالأجيال المقبلة سواء بسبب استنزاف الموارد الطبيعية وتلويث البيئة أم بسبب الديون العامة التي تتحمل عبئها الأجيال اللاحقة ام بسبب عدم الإكتراث بتنمية الموارد البشرية مما يخلق ظروفاً في المستقبل نتيجة خيارات الحاضر (8).

وقد جاءت التنمية المستدامة كمفهوم بديل وموسع للمفاهيم التنموية السابقة، وباتت عملية التنمية المستدامة تهدف الى الإرتقاء المجتمع والانتقال به من الوضع الثابت الى وضع أعلى وافضل عن طريق التطوير والتحسين المستمر، وهي عملية اقتصادية واجتماعية وثقافية وسياسية وإدارية وليست محض إنجازات اقتصادية كونها ضرورية ومهمة لكلّ مجتمع انساني ، فهي عملية شاملة تضرب جذورها في جوانب الحياة وتنتقل بالمجتمع الى مرحلة جديدة من التقدّم وهي عنصر أساسي للإستقرار والتطور الإنساني والاجتماعي (9).

وقد عرّف جيمس سبيث (مدير برنامج الأمم المتحدة الإنمائي للتنمية المستدامة) بأنّها: " تنمية لا تكفي بتوليد النمو فحسب بل توزيع عائداته بشكل عادل، وهي تجدد البيئة بدل تدميرها وتمكن الناس بدل تهيمشهم وتوسع خياراتهم وتؤهلهم للمشاركة في القرارات التي تؤثر في حياتهم ، إنّها تنمية لصالح الفقراء والطبيعة والمرأة وتستند على النحو الذي يحافظ على البيئة وهي تنمية تزيد من تمكين الناس وتحقيق العدالة فيما بينهم" (10).

وقد عرّفت التنمية المستدامة بأنّها " إدارة قاعدة الموارد الطبيعية وصيانتها وتوجيه التغيرات التكنولوجية والمؤسسية بطريقة تضمن تلبية الاحتياجات البشرية للأجيال الحالية والمقبلة بصورة مستمرة ، وهي التنمية المستدامة التي تحافظ على الأراضي والمياه والنبات والموارد ولا تحدث تدهوراً في البيئة ، وهي ملائمة من الناحية التكنولوجية وسليمة من الناحية الاقتصادية ومقبولة من الناحية الإجتماعية" (11).

والتنمية المستدامة " هي كل ما يؤدي الى ترقية عادلة متواصلة ومتكاملة للحياة البشرية حاضرا ومستقبلا ، ضمن اطار حضاري استراتيجي تعاقدى يصون وينمي البيئة ومواردها" (12).

ويلاحظ مما سبق أن التنمية المستدامة تقوم على ركائز وأبعاد محورية وهي لا تتحقق إلا عن طريق التفاعل والترابط الفعال بين تلك الأبعاد والركائز ويمكن ايجازها بالآتي:

1- البعد الاقتصادي : يهدف البعد الاقتصادي الى زيادة الثروة وتحقيق معدل سريع للتوسع الاقتصادي والتغلب على المعوقات الاقتصادية وتوفير رأس المال والخبرة الفنية والتكنولوجية (13).

2. البعد الاجتماعي : يهدف الى تنمية المجتمع وإعادة توزيع الثروة بين أفراده ومحاربة الفقر والتخلف والنهوض برفاهية الإنسان وتنمية الثقافات المختلفة والتنوع والتعددية والمشاركة الفعلية للمواطن في اتخاذ القرار ، وانطلاقاً من ذلك فإنّ التنمية المستدامة لا تركز على عائدات النمو الاقتصادي بقدر ارتكازها على نوعية وكيفية توزيع تلك العائدات وما يترتب على ذلك من تحسين للظروف المعيشية للمواطن (14).

3. البعد البيئي: ويرتبط بالبعدين السابقين إذ لا بد من الإهتمام بالمحيط البيئي والحفاظ عليه من التلوث وتعتمد التنمية المستدامة بيئياً على إدارة مسؤولية الموارد الطبيعية والبشرية وتعمل على الإيفاء بحاجة الأجيال الحالية كما تحافظ على مصالح الأجيال اللاحقة ، فالتنمية تعني الإستخدام الأمثل للأراضي الزراعيّة والموارد المائية، وحماية الأصناف الحيوانية والنباتية من خطر الإنقراض والحدّ من التغير الكبير في استقرار المناخ العالمي وتدمير طبقة الأوزون وغيرها من القضايا البيئية الهامة (15).

ثانياً : تسويق قضايا التنمية المستدامة في مواقع التواصل الاجتماعي

إنّ الفهم الدقيق للتسويق كفلسفة وممارسة يستدعي الغوص في مفاهيمه الجوهرية، إذ تطورت تلك المفاهيم وتنوعت مداخله وتشعبت اتجاهاته ، فقد اشتمل الفكر التسويقي على تعريفات عدّة عكست سعة هذا النشاط وتنوع الخلفيات الفكرية للباحثين، فضلاً عن تنوع المجالات التطبيقية لهذا النشاط الإنساني ، فقد عرّفته الجمعية الأمريكية للتسويق بأنّه: "العمليات المتعلقة بتخطيط وتنفيذ العمليات المتعلقة بالتسعير والترويج والتوزيع للأفكار والسلع والخدمات وذلك لتحقيق عملية التبادل بإتجاه غرضاء الأفراد وتحقيق اهداف المؤسسة" (16).

ويتعدى التسويق المعاصر تسويق المنتجات" السلع والخدمات" بل ويشمل كذلك تسويق المنظمات، الأشخاص ، الواقع ، والقضايا والأفكار واستناداً الى هذا المفهوم قد لا تكون أهداف العملية التسويقية الحصول على أموال بل خلق الولاء وكسب رضا الجمهور وتقديم العون والمساعدة لهم (17).

وبرزت الحاجة الى أهمية التسويق وتقنياته في نشر الوعي وتغيير السلوك وإثارة القضايا وتعميمها على نطاق عالمي لتحقيق اهداف التنمية المستدامة ، لذلك ظهرت مداخل تسويقية تتوافق تماماً مع المفهوم الحديث للتنمية المستدامة وتجسد ابعادها كالتسويق المسؤول والتسويق الأخضر والتسويق الاجتماعي، إذ يجب أن يكون التسويق مسؤولاً للقضاء على الممارسات غير المستدامة ، كما ظهر نهج التسويق الاجتماعي كحقل معرفي جديد ليصف استخدام تكتيكات ومبادئ التسويق من أجل تقديم قضية اجتماعية أو فكرة أو سلوك (18).

ومن هذا المنظور فإنّ التسويق الاجتماعي يركز على نشر الأفكار التي تساعد في القضاء على المشكلات الاجتماعية وتحقيق الصالح العام من خلال مساهماته في علاج القضايا التي تدخل ضمن الأبعاد الثلاث للتنمية المستدامة؛ إذ يسهم التسويق الاجتماعي في

تحقيق البعد الإقتصادي عن طريق برامج التي تهدف لتغيير السلوكيات السلبية وغير الرشيدة والحث على الإقتصاد في الطاقة وعدم استنزاف الموارد، كما أن التسويق الإجتماعي أثبت فعاليته في تحقيق البعد الإجتماعي عن طريق ترويجه للسلوكيات الصحية وبرامج التعليم ، في حين اتضح أن التسويق الإجتماعي يساهم في تحقيق البعد البيئي عن طريق الترويج للقضايا البيئية وإحداث التغيير على السلوكيات المجتمعية المضرة بالبيئة فضلا عن دوره الكبير في تعزيز السلوكيات المستدامة⁽¹⁹⁾.

كما ظهر مصطلح التسويق المستدام أيضا كرد فعل منطقي على المشكلات التي بدأت تصيب المجتمع التي كانت تؤول على أنها نتيجة للعمليات الإنتاجية وأثرها السلبي في المجتمع واستنزاف الموارد الطبيعية والقصور في الخدمات الاجتماعية وتفاقم مستويات الفقر والبطالة والتغيرات التكنولوجية والتلوث البيئي كل ذلك أدى الى ضرورة انتقال التوجه الإجتماعي الى مرحلة أكثر استيعابا للبيئة ومتغيراتها⁽²⁰⁾.

ومما لا شك فيه أن الإعلام اليوم بات يشكل دوراً محورياً في قضايا التنمية بل أضحت ضرورة اساسية في التقدّم المنشود عن طريق إقرار البرامج ذات الصلة بالتنمية المستدامة لذلك بدأ الارتباط الوثيق للإعلام بالقضايا التنموية وأسهمت تلك الوسائل بتطبيقاتها كافة في نجاح العملية التنموية إذ أصبحت جميع الخطط والإستراتيجيات التنموية تستحضر الإعلام وأدوات التواصل لتنفيذ برامجها التسويقية والتعريف بها سواء كان ذلك عن طريق المؤسسات المحلية أو الإقليمية و الدولية⁽²¹⁾.

وشهدت عملية تسويق قضايا التنمية مرحلة النهضة الحقيقية خلال السنوات الأخيرة من القرن العشرين عن طريق البحث عن أطر ونماذج يمكن من خلالها إحداث التكامل والاندماج بين مفهوم " الإتصالات التسويقية المتكاملة " إذ أدى ظهور وسائل الإتصال الحديثة وانتشار مفاهيم التكامل بين تلك الوسائل ومفهوم التفاعلية الى اكساب وسائل وقنوات التسويق مقدرات وامكانيات اضافية عمقت من تأثيرات تلك الحملات وجعلها أكثر انتشاراً⁽²²⁾.

ولعبت مواقع التواصل الإجتماعي ولاسيما الفيس بوك الذي يعد الأكثر حضورا وشعبية في التعريف بأهداف التنمية المستدامة والمساهمة في تحقيقها عن طريق تسليط الضوء على البرامج التي من شأنها تنوير المجتمع للوصول الى مستقبل مستدام ، فقد عززت تلك المواقع من قدرات تواصل الأفراد مع بعضهم وانشئت مجالا عاما عن طريق التقنيات التفاعلية والوسائط المتعددة التي اتاحتها، إذ تحولت الى فضاءات للنقاش السياسي والإقتصادي والفكري والإجتماعي وتوجيه الجماهير وتعبئتهم تجاه القضايا التي تعصف بالعالم المعاصر فضلا عن كونها أدوات هامة للكشف عن الحقائق وتبصير الناس بحقوقهم ومطالبهم المشروعة . ولذلك لا يمكن إنكار دورها في توعية الناس وتنقيفهم بشأن القضايا والمشكلات التي تعصف بالعالم وضرورة التنبيه الى أثارها على حياة الناس ومستقبلهم⁽²³⁾.

وتسهم مواقع التواصل الإجتماعي في توعية الناس بقضايا التنمية المستدامة على مستويين رئيسيين أولهما : مستوى المشاركة عن طريق عرض الأدلة عن اهداف ووقائع قضايا التنمية المستدامة ، فضلا عن مشاركة الخبرات الشخصية حول تلك القضايا ، أما المستوى الثاني فيتمثل بزيادة مستوى المعرفة والوعي ويتم ذلك عن طريق توثيق

المعلومات عن قضايا التنمية المستدامة من مصادرها ، فضلا عن تقليل وقت وجهد بناء الوعي والمعرفة حول قضايا التنمية المستدامة ، ومما سبق يمكن تلخيص أدوار مواقع التواصل الاجتماعي في بناء الوعي بقضايا ومشكلات التنمية المستدامة عن طريق⁽²⁴⁾ :

1 – المساهمة في التنسيق بين أطراف قضايا التنمية المستدامة.

2 – تحسين مشاركة المعرفة والمعلومات.

3 – تشجيع بناء المعارف ونشر الوعي بقضايا التنمية المستدامة.

4. إبراز المعوقات والتحديات التي تقف أمام تحقيق التنمية المستدامة.

المبحث الثالث : تحليل نتائج الدراسة التحليلية لصفحة منظمة اليونسكو عبر الفيس بوك وتفسيرها

أولاً : التحليل الشكلي لصفحة منظمة اليونسكو الدولية عبر الفيس بوك

عندما نتأمل صفحة اليونسكو على الفيس بوك ندرك شمولها على العديد من البيانات التعريفية التي تعطي

انطباعاً لدى المتلقي عن ماهية المنظمة وشعارها ومهامها وأدوات الإتصال بها وامكانية تفاعل الجمهور مع مضامينها ولهذه العناصر أهمية كبيرة في تسهيل عملية تسويق الأفكار التي تبتغي المنظمة وصولها الى العالم كافة .

وعندما ننتمن في التصميم الشكلي للصفحة نلاحظ توظيف العديد من العناصر التيبوغرافية لتحقيق الإتصال الفعال مع المتلقين والتعبير عن رؤية المنظمة ورسالتها عبر العلاقات الدلالية الناجمة عن اتحاد العناصر المرئية واللونية والكتابية والأيقونية التي تعبر عن هويتها الدلالية، إذ شملت على العديد من العلاقات الدلالية التي تحقق البناء البصري للصفحة ، وقد اتسم تصميم الصفحة بالبساطة وعدم المبالغة ، وتمثلت صورة الغلاف الخارجي للصفحة بصورة طبيعية لأطفال لم تتضح معالمهم وهم يركضون في فضاء مفتوح في وقت شروق الشمس ما يوحي ببداية الحياة والأمل بغد أفضل يعمه السلام والامن ، واشتملت الصورة عبارة " بناء السلام في عقول الرجال والنساء " وجسدت هذه العبارة الهدف الأسمى لليونسكو كمنظمة دولية تسعى الى ارساء ثقافة السلام والتعايش السلمي بين البشر.

أما شعار منظمة اليونسكو فقد كان بشكل دائري أزرق فاتح وهذا اللون يعطي دلالة على القوة والسلام والصفاء ، وتضمن خطوط مستقيمة مؤطرة باللون الأبيض في اشارة الى الضياء والأمل وتجاوز الأيام المظلمة التي كان يعاني منها العالم بأسره بعد الحرب العالمية الثانية وتدايعياتها في اشارة الى سعي المنظمة الى تحقيق السلام والرخاء وتكون الإنطلاقة لعالم يعمه الأمن والإستقرار .

ونلاحظ إن الشعار الرئيس لمنظمة اليونسكو اشتمل عدداً من الرموز الدلالية التي اتخذت شكلاً أيقونياً عن طريق تداخل الوحدات الرمزية على شكل مثلث من الأعلى وخطوط أفقية أسفله وهو تجسيد لصرح معماري معروف عالمياً، وهو صرح قديم للمركز الديني والعسكري في اليونان القديمة كان يدعى " اكروبوليس " واصبح أهم معلم سياحي في اليونان

، وأضافت اليونسكو هذا المعلم الى قائمة المعالم التراثية والثقافية العالمية في عام 1987 كتعبير عن العلم والثقافة ، وكتب تحته اسم المنظمة تعبيراً عن هوية المنظمة ومجال عملها باللغة الإنكليزية وبشكل واضح " UNESCO " اختصاراً لأسم منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)

ويلاحظ شمول صفحة اليونسكو على البيانات التعريفية للمنظمة والمتضمنة هوية المنظمة وموقعها الرئيس ومهامها وتاريخ انشاء الصفحة لتكون إحدى المنصات الإلكترونية للمنظمة وتعتبر عن برامجها ، وكذلك توفر خاصية اجابات الجمهور فضلاً عن أعداد متابعيها، وإن صفحة منظمة اليونسكو تحمل العلامة الزرقاء الموثقة التي تعبر على إن الصفحة حقيقية وغير وهمية وتعطيها السمة الرسمية لنشر مضامينها المتنوعة .

كما اتاحت اليونسكو في صفحتها على الفيس بوك أدوات التواصل اللازمة عن طريق وضوح اسم المنظمة وروابط الوصول الى موقع المنظمة وسهولة الإتصال بالصفحة والحصول على الإتجاهات .

وتتوفر في صفحة اليونسكو خيارات التفاعل مع مضامين المواد المنشورة عن طريق تعبير الجمهور عن آرائه وانطباعاته ووجهات نظره بواسطة الإعجابات والرموز التعبيرية التي تعطي دلالة موجزة وسريعة عن آراء الجمهور، فضلاً عن إمكانية التعليق على المواد المنشورة أو مشاركتها في أشكال التواصل الإلكتروني الأخرى.

جدول " 2 " يبين الشكل العام لمنظمة اليونسكو وأدوات التواصل وامكانية تفاعل الجمهور في الفيس بوك

| ت | الشكل العام للصفحة | متوفر | غير متوفر | ادوات التواصل | غير متوفر | متوفر | غير متوفر |
|---|-----------------------|-------|-----------|---------------------------------|-----------|-------|-----------|
| 1 | البيانات التعريفية | √ | | وضوح اسم الصفحة | | √ | |
| 2 | اجابات الصفحة | √ | | روابط الوصول الى مواقع اليونسكو | | √ | |
| 3 | متابعين الصفحة | √ | | امكانية الإتصال بالصفحة | | √ | |
| 4 | الصورة الشخصية للصفحة | √ | | الحصول على الإتجاهات | | √ | |
| 5 | صورة الغلاف للصفحة | √ | | امكانية التفاعل | | | |
| 6 | توثيق الصفحة | √ | | الإعجابات والرموز التعبيرية | | √ | |
| | | | | التعليق | | √ | |
| | | | | المشاركة | | √ | |

ثانياً : قضايا التنمية المستدامة في منشورات منظمة اليونسكو عبر الفيس بوك

بينت نتائج الدراسة التحليلية تصدر فئة (توفير فرص التعليم للجميع) قضايا التنمية المستدامة الأخرى التي ركزت عليها منظمة اليونسكو في منشوراتها على الفيس بوك، إذ جاءت بالمرتبة الأولى وبنسبة(25.25%)، تلتها فئة (التنوع الثقافي في العالم) في المرتبة

الثانية التي شكلت نسبة (21.21%)، وحصلت فئة (الإرتقاء بالنظم البيئية البرية واستدامتها) على المرتبة الثالثة وجاءت بنسبة (14.14%)، وجاءت في المرتبة الرابعة فئة (المساواة بين الجنسين)، وبنسبة (13.88%)، في حين جاءت بالمرتبة الخامسة فئة (الحفاظ على البحار والمحيطات ومواردها وبنسبة (9.59%)، وجاءت فئة (حرية التعبير والحصول على المعلومات) بالمرتبة السادسة وبنسبة(7.07%)، واحتلت فننا (مكافحة تغيير المناخ) و (ضمان وجود انماط استهلاك و انتاج مستدامة) المرتبة السابعة وشكلتا نسبة (3.78%) لكل منهما، واخيرا جاءت فئة (تنمية الموارد المائية) بالمرتبة التاسعة وشكلت نسبة (1.26%).

يتبين مما سبق تركيز منظمة اليونسكو على القضايا الإجتماعية بالدرجة الأساس ثم القضايا البيئية عند عرض موضوعاتها على الفيس بوك ويرجع ذلك الى طبيعة عمل المنظمة كونها أحد وكالات الأمم المتحدة التي تستهدف تحقيق التعاون الدولي في مجالات التربية والثقافة والتعليم لضمان حقوق الإنسان وحرياته الأساسية وإحلال السلام والعدل الإجتماعي وهي ضرورات مهمة وقاعدة مبنية لتحقيق التنمية المستدامة . ينظر الجدول (3)

جدول(3) يبين الفئات الرئيسية لقضايا التنمية المستدامة في منشورات منظمة اليونسكو في الفيس بوك

| ت | الفئات الفرعية | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|----|---|---------|----------------|---------|
| 1. | توفير فرص التعليم للجميع | 100 | 25.25 | الأولى |
| 2. | التنوع الثقافي في العالم | 84 | 21.21 | الثانية |
| 3. | الإرتقاء بالنظم البيئية البرية واستدامتها | 56 | 14.14 | الثالثة |
| 4. | المساواة بين الجنسين | 55 | 13.88 | الرابعة |
| 5. | الحفاظ على المحيطات والبحار ومواردها | 38 | 9.59 | الخامسة |
| 6. | حرية التعبير والحصول على المعلومات | 28 | 7.07 | السادسة |
| 7. | مكافحة قضايا تغير المناخ | 15 | 3.78 | السابعة |
| 8. | ضمان وجود انماط استهلاك و انتاج مستدامة | 15 | 3.78 | الثامنة |
| 9. | تنمية الموارد المائية | 5 | 1.26 | التاسعة |
| | المجموع | 396 | %100 | |

1: المضامين الفرعية لفئات توفير فرص التعليم للجميع

جاءت فئة (إحداث تحول في التعليم) بالمرتبة الأولى من بين فئات توفير فرص التعليم للجميع وبنسبة (16%)، وحصلت فئة (أهمية التعليم في تغيير حياة البشر) على المرتبة الثانية وبنسبة(13%) ، بينما حصلت فنتي (تحقيق المساواة بين الجنسين في ميدان التعليم) و(دعم التعليم للكبار محو الأمية) على المرتبة الثالثة وبنسبة (10%) لكل فئة منهما، في حين جاءت فنتي (تهيئة بيئة تعليمية- آمنة) و(ضرورة تعليم الأطفال) على المرتبة الرابعة بنسبة (8%) لكل فئة منهما، في حين حصلت فئة (تنمية مهارات الطلبة وإطلاق العنان للمواهب) بالمرتبة الخامسة وبنسبة (7%)، أما المرتبة السادسة فقد كانت من نصيب فئة (دعم الإبداع في العلم لتحقيق التنمية)، وبنسبة (6%)، وحلت فننا (ضرورة الإهتمام بالمعلمين تزويدهم بالمهارات اللازمة) و(تعزيز جودة التعليم) المرتبة السابعة، وبنسبة(5%) لكل منهما، في حين حصلت الفئات (توسيع فرص حصول اللاجئين في

التعليم) و (التأكيد على الإستثمار في البحوث العلمية) و(بناء مجتمعات المعرفة) على المرتبة الثامنة والأخيرة وبنسبة (4%) .

ويلاحظ اهتمام منظمة اليونسكو بضرورة إحداث تحول في التعليم عبر مضامينها التي تسوقها للعالم لاسيما بعد انتشار جائحة " كوفيد 19" وما خلفته من آثار جسيمة على التعليم ، لذا نادى اليونسكو بضرورة الإرتقاء بالنظم التعليمية والإعتماد على التقنيات الرقمية فيها ، فضلا عن تضمين التعليم غرس مفاهيم التعايش السلمي والإهتمام بالبيئة والتنوع البيولوجي والقضاء على التمييز والتعصب والإلتزام بمعايير التنمية المستدامة كافة . كما أولت أهمية بالغة بضرورة أن يكون هنالك مساواة بين الجنسين في ميدان التعليم وهي ذات الأهداف التي ركزت عليها الأمم المتحدة في أهدافها الأممية لتحقيق المساواة وتمكين النساء وضمان التعليم المنصف والعاقل للجميع ، فضلا عن الحاجة لتعليم الكبار واسهاماته في تنمية قدراتهم وتسهيل تواصلهم مع محيطهم الإجتماعي. ينظر جدول (4)

جدول(4) يبين الفئات الفرعية لقضايا توفير فرص التعليم للجميع

| ت | الفئات الفرعية | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|----|---|---------|----------------|---------|
| 1 | إحداث تحول في التعليم | 16 | 16 | الأولى |
| 2 | أهمية التعليم في تغيير حياة البشر | 13 | 13 | الثانية |
| 3 | تحقيق المساواة بين الجنسين في ميدان التعليم | 10 | 10 | الثالثة |
| 4 | دعم التعليم للكبار (محو الأمية) | 10 | 10 | الثالثة |
| 5 | تهيئة بيئة تعليمية آمنة | 8 | 8 | الرابعة |
| 6 | ضرورة تعليم الأطفال | 8 | 8 | الرابعة |
| 7 | تنمية مهارات الطلبة وإطلاق العنان للمواهب | 7 | 7 | الخامسة |
| 8 | دعم الإبداع في العلم لتحقيق التنمية | 6 | 6 | السادسة |
| 9 | ضرورة الإهتمام بالمعلمين وتزويدهم بالمهارات اللازمة | 5 | 5 | السابعة |
| 10 | تعزيز جودة التعليم | 5 | 5 | السابعة |
| 11 | توسيع فرص حصول اللاجئين في التعليم | 4 | 4 | الثامنة |
| 12 | التأكيد على الإستثمار في البحوث العلمية | 4 | 4 | الثامنة |
| 13 | بناء مجتمعات المعرفة | 4 | 4 | الثامنة |
| | المجموع | 100 | 100 | |

2 - المضامين الفرعية لقضايا التنوع الثقافي في العالم

جاءت فئة (الحفاظ على التراث الثقافي العالمي) في المرتبة الأولى وبنسبة (34.52%)، وتلتها فئة(إعادة بناء المدن الثقافية المدمرة) بالمرتبة الثانية وبنسبة (14،28%)، بينما حصلت فئة (نقل التراث الثقافي غير المادي وحمايته) على المرتبة الثالثة وبنسبة (13.09%) ، في حين حصلت فئة (تبادل الثقافات بين العالم) على المرتبة الرابعة وبنسبة (8.33%) ، وجاءت فئة (تحسين حالة الفنانين وضمان الحرية الفنية) بالمرتبة الخامسة، وبنسبة (7.14%)، بينما فنئي (وقف الإتجار غير المشروع بالممتلكات الثقافية) و(حماية وتعزيز اشكال التنوع الثقافي) حلت بالمرتبة السادسة، وبنسبة(5.95%) لكل فئة منهما، وجاءت فئة (أهمية الترجمة في التبادل الثقافي) بالمرتبة السابعة وبنسبة (4.76%)، في حين حصلت فئة(اهمية الموسيقى في القضاء على التمييز)، بالمرتبة الثامنة وبنسبة(3.57%)، وحلت فئة (الوقوف بوجه عولمة اللغات) بالمرتبة التاسعة والأخيرة وبنسبة(2.38%) .

ويمثل التنوع الثقافي أحد أهم مرتكزات التنمية المستدامة ، لذا عمدت منظمة اليونسكو الى إبراز هذه القضية عبر منشوراتها المتعددة ، وكان التركيز الأكبر على وجوب الحفاظ على مواقع التراث الثقافي العالمي وصونه ، فضلا عن إعادة بناء المدن الثقافية المدمرة ، إذ كانت مدينة الموصل محور اهتمام منظمة اليونسكو عن طريق إطلاق مبادرة " إحياء روح الموصل " لإعادة إعمار جامع النوري والمنارة الحدياء لما يجسده من مكانة تاريخية وثقافية وحضارية عريقة . ينظر جدول (5)

جدول (5) يبين الفئات الفرعية لقضايا التنوع الثقافي في العالم

| ت | الفئات الفرعية | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|----|---|---------|----------------|---------|
| 1. | الحفاظ على التراث الثقافي العالمي | 29 | 34.52 | الأولى |
| 2. | إعادة بناء المدن الثقافية المدمرة | 12 | 14.28 | الثانية |
| 3. | نقل التراث الثقافي غير المادي وحمايته | 11 | 13.09 | الثالثة |
| 4. | تبادل الثقافات بين العالم | 7 | 8.33 | الرابعة |
| 5. | تحسين حالة الفنانين وضمان الحرية الفنية | 6 | 7.14 | الخامسة |
| 6. | وقف الاتجار غير المشروع بالمتعلقات الثقافية | 5 | 5.95 | السادسة |
| 7. | حماية وتعزيز اشكال التنوع الثقافي | 5 | 5.95 | السادسة |
| 8. | اهمية الترجمة في التبادل الثقافي | 4 | 4.76 | السابعة |
| 9. | اهمية الموسيقى في القضاء على التمييز | 3 | 3.57 | الثامنة |
| 10 | الوقوف بوجه عولمة اللغات | 2 | 2.38 | التاسعة |
| | المجموع | 84 | 100 | |

3 : المضامين الفرعية لقضايا النظم البرية واستدامتها:

وفيما يتعلق بقضايا النظم البرية واستدامتها فقد جاءت فئة (الحفاظ على التنوع البيولوجي) في المرتبة الأولى وبنسبة (26.78%)، وتلتها فئة(مكافحة التصحر) بالمرتبة الثانية، وبنسبة(14،28%)، بينما حصلت فئتي (الحفاظ على الحيوانات المهددة بالإنقراض) و (الإهتمام بالمحميات الطبيعية)على المرتبة الثالثة، وبنسبة (12.5%) لكل فئة منهما، في حين حصلت فئة (إدارة الغابات على نحو مستدام الإهتمام بالمواقف الجيولوجية لتحقيق التنمية المستدامة) على المرتبة الرابعة، وبنسبة (10.71%) ، وجاءت فئة (إدارة الغابات على نحو مستدام) بالمرتبة الخامسة، وبنسبة (8.92%)، بينما فئتي (الحد من عمليات إزالة الغابات) و(محاربة الأنشطة البشرية التي تهدد النظام الأيكولوجي) حلت بالمرتبة السادسة، وبنسبة(7.14%).

يظهر مما سبق تسليط منظمة اليونسكو على أخبار العالم بالقضايا التي تهدد استدامة النظم البيئية البرية وتوعيتهم بضرورة الإرتقاء بتلك النظم الطبيعية التي تدهورت نتيجة للتطورات التكنولوجية والصناعية والزراعية وانعكست بصورة سلبية عليها ، واصبحت تشكل تهديدات خطيرة لوجودها واستمرارها واستنزاف مواردها ، وكانت من أولى القضايا التي اعطتها المنظمة مساحة واسعة من الإهتمام هو ضرورة وجود سياسات فاعلة للحفاظ على التنوع البيولوجي ومن ثم مكافحة التصحر الذي اصبح من القضايا الملحة بسبب تغيرات المناخ وانشطة الإنسان غير المستدامة التي تركت أثارا مدمرة على جفاف التربة وتصحرها واستنزافها، فضلاً عن إيلاء أهمية بضرورة الحفاظ على الحيوانات الفريدة والمهددة بالإنقراض لتحقيق التوازن البيئي. ينظر جدول (6)

جدول (6) يبين الفئات الفرعية لقضايا الإرتقاء بالنظم البرية واستدامتها

| ت | الفئات الفرعية | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|----|---|---------|----------------|---------|
| 1. | الحفاظ على التنوع البيولوجي | 15 | 26.78 | الأولى |
| 2. | مكافحة التصحر | 8 | 14.28 | الثانية |
| 3. | الحفاظ على الحيوانات المهددة بالانقراض | 7 | 12.5 | الثالثة |
| 4. | إهتمام بالمحميات الطبيعية | 7 | 12.5 | الثالثة |
| 5. | الإهتمام بالمواقف الجيولوجية لتحقيق التنمية المستدامة | 6 | 10.71 | الرابعة |
| 6. | إدارة الغابات على نحو مستدام | 5 | 8.92 | الخامسة |
| 7. | الحد من عمليات إزالة الغابات | 4 | 7.14 | السادسة |
| 8. | محاربة الأنشطة البشرية التي تهدد النظام الأيكولوجي | 4 | 7.14 | السادسة |
| | المجموع | 56 | 100 | |

4: المضامين الفرعية لقضايا المساواة بين الجنسين

بخصوص قضايا المساواة بين الجنسين فقد جاءت فئة (تخطيط القوالب النمطية عن المرأة) بالمرتبة الأولى وبنسبة (29%) ، وتلتها فئتي (ضمان فرص حصول النساء على التعليم) و(حماية الصحفيات من التهديدات) في المرتبة الثانية، وبنسبة (14.54%) لكل فئة منهما، وحصلت فئتي (حماية النساء من الإعتداء الجسدي) و (تمكين المرأة لتحقيق الإستقلال الإقتصادي) بالمرتبة الثالثة، وبنسبة (12.72%) ، بينما حصلت فئة (المساواة بين الجنسين في ميدان العلوم والتكنولوجيا) على المرتبة الرابعة، وبنسبة (10.9%)، في حين حصلت فئة (أشراك النساء في صنع القرارات) على المرتبة الخامسة، وبنسبة (3.63%) ، وجاءت فئة (دعم النساء في أوقات الأزمات) بالمرتبة السادسة، وبنسبة (1.81%).

حاولت منظمة اليونسكو ابراز الهدف الخامس من أهداف التنمية المستدامة التي وضعتها الأمم المتحدة عبر تأكيدها على تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين جميع النساء وتحقيق العدل الإجتماعي عن طريق تخطيط الصورة النمطية السائدة عن المرأة ومنحها حقوقها الكاملة في التعليم والإستقلالية الإقتصادية ، وإبراز دورها في ميدان العلوم والتكنولوجيا وبيان الإسهامات التي تقوم بها في هذا الميدان ، كما تناولت منظمة اليونسكو التهديدات التي تطال النساء حول العالم وضرورة حمايتهن منها لاسيما النساء الصحفيات، إذ تشكل هذه القضايا مجتمعة تحديات كبيرة لعملية النهوض الإجتماعي وتحقيق التنمية المستدامة . ينظر جدول (7)

جدول (7) يبين الفئات الفرعية لقضايا المساواة بين الجنسين

| ت | الفئات الفرعية | التكرار | النسبة | المرتبة |
|----|---|---------|--------|---------|
| 1. | تخطيط القوالب النمطية عن المرأة | 16 | 29 | الأولى |
| 2. | ضمان فرص حصول النساء على التعليم | 8 | 14.54 | الثانية |
| 3. | حماية الصحفيات من التهديدات | 8 | 14.54 | الثانية |
| 4. | حماية النساء من الاعتداء الجسدي | 7 | 12.72 | الثالثة |
| 5. | تمكين المرأة لتحقيق الإستقلال الإقتصادي | 7 | 12.72 | الثالثة |
| 6. | المساواة بين الجنسين في ميدان العلوم والتكنولوجيا | 6 | 10.9 | الرابعة |
| 7. | أشراك النساء في صنع القرارات | 2 | 3.63 | الخامسة |
| 8. | دعم النساء في اوقات الازمات | 1 | 1.81 | السادسة |
| | المجموع | 55 | 100 | |

5: المضامين الفرعية لفئات لقضايا الحفاظ على المحيطات والبحار ومواردها
 جاءت فئة (ضرورة الحفاظ على سلامة المحيطات) بالمرتبة الأولى، وبنسبة (57.89%)، وتلتها فئة (التخلص من النفايات البلاستيكية في المحيطات) في المرتبة الثانية وبنسبة (15.78%)، وحصلت فئتي (أهمية الأعشاب البحرية في تقليل انبعاثات الغازات الدفيئة) و (مكافحة الصيد الجائر وغير القانوني للأسماك) بالمرتبة الثالثة، وبنسبة (10.52%) لكل فئة منهما، بينما حصلت فئة (معالجة حمض المحيطات) على المرتبة الرابعة، وبنسبة (5.26%).

نستدل مما سبق إن منظمة اليونسكو حذرت العالم عبر منشوراتها على مواقعها الرسمية من تدهور البيئة البحرية وبيئت المشاكل التي تعاني منها ، فقد شددت على ضرورة الحفاظ على سلامة المحيطات التي تعدّ قلب العالم والمنتفس الأساسي له ، وحمائتها من النفايات البلاستيكية التي باتت تشكل خطرا حقيقيا على الأحياء البحرية وتضر بالصحة العامة ، كما أولت أهمية خاصة لحماية الأعشاب البحرية في تقليل انبعاثات الغازات التي تؤثر على تغير المناخ فضلا عن أهميتها في تحسين نوعية المياه وتوفير الأمن الغذائي. ينظر جدول(8)

جدول (8) يبين الفئات الفرعية لفئات الحفاظ على المحيطات والبحار ومواردها

| ت | الفئات الفرعية | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|----|---|---------|----------------|---------|
| 1. | ضرورة الحفاظ على سلامة المحيطات | 22 | 57.89 | الأولى |
| 2. | التخلص من النفايات البلاستيكية في المحيطات | 6 | 15.78 | الثانية |
| 3. | اهمية الأعشاب البحرية في تقليل انبعاثات الغازات الدفيئة | 4 | 10.52 | الثالثة |
| 4. | مكافحة الصيد الجائر وغير القانوني للأسماك | 4 | 10.52 | الثالثة |
| 5. | معالجة حمض المحيطات | 2 | 5.26 | الرابعة |
| | المجموع | 38 | 100 | |

6: فئات حرية التعبير والحصول على المعلومات

لم تغفل الأمم المتحدة حرية التعبير والحصول على المعلومات في مضامينها المنشورة على الفيس بوك ، إذ عمدت على توضيح أهمية حرية التعبير بعده المحور الأساس والفاعل في تحقيق أهداف التنمية المستدامة جميعها، وقد أظهرت نتائج البحث الميداني أن فئة (دعم حرية الصحافة) جاءت بالمرتبة الأولى من بين الفئات الأخرى وبنسبة (35.71%)، وتلتها فئة (التصدي للجرائم ضد الصحفيين) في المرتبة الثانية وبنسبة (25%)، وحصلت فئة (القضاء على خطاب الكراهية في المنصات الإلكترونية) بالمرتبة الثالثة وبنسبة (21.42%)، في حين حلت فئة (ضمان الحصول على المعلومات) بالمرتبة الرابعة وبنسبة (10.71%)، وجاءت فئة (توفير بيئة آمنة لحرية التعبير عن الرأي) بالمرتبة الخامسة وبنسبة (7.14%). ينظر جدول(9)

جدول(9) يبين الفئات الفرعية لحرية التعبير والحصول على المعلومات

| ت | الفئات الفرعية | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|----|---|---------|----------------|---------|
| 1. | دعم حرية الصحافة | 10 | 35.71% | الأولى |
| 2. | التصدي للجرائم ضد الصحفيين | 7 | 25% | الثانية |
| 3. | القضاء على خطاب الكراهية في المنصات الإلكترونية | 6 | 21.42% | الثالثة |
| 4. | ضمان الحصول على المعلومات | 3 | 10.71% | الرابعة |
| 5. | توفير بيئة آمنة لحرية التعبير عن الرأي | 2 | 7.14% | الخامسة |
| | المجموع | 28 | 100% | |

7: المضامين الفرعية لقضايا تغير المناخ

وفيما يتعلق بالمضامين الفرعية لقضايا تغير المناخ فقد جاءت فئة (الإحتباس الحراري) بالمرتبة الأولى وبنسبة (53.33%) ، وتلتها فئة (انبعاث الغازات الدفيئة) في المرتبة الثانية وبنسبة (20%)، وحصلت فنتي (ندرة المياه) و (قطع الغابات وتأثيرها على المناخ) بالمرتبة الثالثة وبنسبة (13.33%) لكل فئة منهما.

وعلى الرغم من أن المنظمة لم تول قضية تغير المناخ الإهتمام الكافي في مضامينها التسويقية إلا أن قضية الإحتباس الحراري التي يعاني منها العالم كانت من أكثر الموضوعات التي غطتها المنظمة مقارنة بالقضايا الأخرى التي تؤثر على المناخ السائد في العالم ، لما تسببه تلك الظاهرة من التهديدات على التوازن البيئي وتغيير المناخ وتسببها في العديد من المخاطر على حياة الكائنات الحية . ينظر جدول (10)

جدول(10) يبين الفئات الفرعية لقضايا تغير المناخ

| ت | الفئات الفرعية | التكرار | النسبة | المرتبة |
|----|---------------------------------|---------|--------|---------|
| 1. | الإحتباس الحراري | 8 | 53.33 | الأولى |
| 2. | انبعاث الغازات الدفيئة | 3 | 20 | الثانية |
| 3. | ندرة المياه | 2 | 13.33 | الثالثة |
| 4. | قطع الغابات وتأثيرها على المناخ | 2 | 13.33 | الثالثة |
| | المجموع | 15 | 100% | |

8: المضامين الفرعية لفئات ضمان وجود انماط استهلاك ونتاج مستدامة

جاءت فئة (حظر استخدام الأكياس البلاستيكية أحادية الاستخدام) في المرتبة الأولى وبنسبة (40%)، بينما حصلت فئة (مكافحة التلوث والقضاء على النفايات) على المرتبة الثانية وبنسبة (26.66%) ، في حين حصلت فنتي (الإعتماد على المشاريع الصديقة للبيئة) و(تعزير التطورات في ميدان الطاقة المتجددة) على المرتبة الثالثة وبنسبة (13.33%) لكل فئة منهما، بينما حلت فئة (الوقاية من المواد الكيميائية الخطرة) بالمرتبة الرابعة وبنسبة (6.66%) . فقد عمدت المنظمة عبر مضامينها المتنوعة الى إبراز الحاجة الى ضرورة تبني انماط انتاج واستهلاك مستدامة كونها أحد المتطلبات الهامة لتحقيق التنمية المستدامة عن طريق إحداث تغيرات جوهرية في سياسات الإنتاج وانماط الإستهلاك وجعلها أكثر استدامة ، فقد سلطت المنظمة الضوء على الإبتعاد عن استخدام الأكياس البلاستيكية لما تتركه من ضرر بالغ على البيئة؛ بسبب صعوبة تحللها وتشكيلها تحدياً كبيراً على حياة الكائنات الحية ، فضلاً عن محاربة التلوث و تقليل انبعاثات الغازات السامة عن طريق سياسات إعادة التدوير وتعزير الإعتماد على المشاريع الصديقة للبيئة فضلاً عن الإعتماد على الطاقة المتجددة التي تخدم البيئة وتساعد على نقائها. ينظر جدول(11)

جدول(11) يبين المضامين الفرعية لفئات ضمان وجود انماط استهلاك ونتاج مستدامة

| ت | الفئات الفرعية | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|----|--|---------|----------------|---------|
| 1. | حظر استخدام الأكياس البلاستيكية الأحادية الاستخدام | 6 | 40 | الأولى |
| 2. | مكافحة التلوث والقضاء على النفايات | 4 | 26.66 | الثانية |
| 3. | الإعتماد على المشاريع الصديقة للبيئة | 2 | 13.33 | الثالثة |
| 4. | تعزير التطورات في ميدان الطاقة المتجددة | 2 | 13.33 | الثالثة |
| 5. | الوقاية من المواد الكيميائية الخطرة | 1 | 6.66 | الرابعة |
| | المجموع | 15 | 100 | |

9 : مضامين قضايا تنمية الموارد المائية

لم تعط منظمة اليونسكو قضية تنمية الموارد المائية مساحة من التغطية والنشر، إذ جاءت بالمرتبة الأخيرة من بين فئات قضايا التنمية المستدامة التي اوضحتها للعالم وركزت على قضية الحفاظ على المياه الجوفية وبنسبة (100%) . ينظر جدول(12)

جدول (12) يبين الفئات الفرعية لقضايا تنمية الموارد المائية

| ت | الفئة الفرعية | التكرار | النسبة |
|----|---------------------------------|---------|--------|
| 1. | ضرورة الحفاظ على المياه الجوفية | 5 | %100 |

ثالثا : أغراض تسويق قضايا التنمية المستدامة في منشورات اليونسكو عبر الفيس بوك

بينت نتائج الدراسة التحليلية تصدر فئة (الأخبار) أغراض تسويق قضايا التنمية المستدامة التي ركزت عليها منظمة اليونسكو في منشوراتها في الفيس بوك، إذ جاءت في المرتبة الأولى وبنسبة(31.04%)، تلتها فئة (الترويج لأنشطة المنظمة) في المرتبة الثانية التي شكلت نسبة (27.41%)، وحصلت فئة (التوعية) على المرتبة الثالثة وجاءت بنسبة (23.79%)، في حين حلت في المرتبة الرابعة فئة (الشرح والتوضيح) وبنسبة (17.74%). يتضح أن الهدف الأساس من التسويق كان إبلاغ العالم بتلك القضايا واطلاعهم على مخاطرها الإجتماعية والبيئية فضلا عن بيان دور منظمة اليونسكو والأنشطة التي تقوم بها في ميدان التنمية المستدامة عن طريق المؤتمرات والمبادرات والدراسات والتقارير التي تصدرها بهذا الشأن لغرض توعية الناس وتنقيفهم بهذه القضايا وآثارها في حين كان اهتمامها قليل بالشرح التفصيلي وتوضيح تلك القضايا . ينظر جدول (13)

جدول (13) يبين اغراض تسويق قضايا التنمية المستدامة في منشورات اليونسكو عبر الفيس بوك

| ت | اغراض التسويق | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|----|------------------------|---------|----------------|---------|
| 1. | الأخبار | 77 | 31.04 | الأولى |
| 2. | الترويج لأنشطة المنظمة | 68 | 27.41 | الثانية |
| 3. | التوعية | 59 | 23.79 | الثالثة |
| 4. | الشرح والتوضيح | 44 | 17.74 | الرابعة |
| | المجموع | 248 | 100 | |

رابعا : الإستثمارات المستخدمة في تسويق قضايا التنمية المستدامة في منشورات اليونسكو عبر الفيس بوك

بينت نتائج الدراسة التحليلية تصدر فئة (الإستثمارات العقلية) الإستثمارات المستخدمة في تسويق قضايا التنمية المستدامة في منشورات اليونسكو في الفيس بوك، إذ جاءت في المرتبة الأولى وبنسبة(51.42%)، تلتها فئة (الإستثمارات العاطفية) في المرتبة الثانية التي شكلت نسبة (27.61%)، وحصلت فئة (الإستثمارات التخويفية) على المرتبة الثالثة وجاءت بنسبة (20.95%). ويلاحظ توظيف منظمة اليونسكو جميع الإستثمارات في رسائلها الإتصالية في محاولة لإقناع المتلقين بمضامينها إلا إنها اعتمدت بشكل كبير على الإستثمارات العقلية عن طريق تقديم الإحصائيات والمعلومات المدعومة بالحجج المنطقية لبيان التحديات التي تواجه العالم وتقف عائقا أمام تحقيق التنمية المستدامة . ينظر جدول (14)

جدول (14) يبين الفئات الإستعمالات المستخدمة في تسويق قضايا التنمية المستدامة في منشورات اليونسكو في الفيس بوك

| ت | الاستمالات | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|----|------------|---------|----------------|---------|
| 1. | عقلية | 108 | 51.42 | الأولى |
| 2. | عاطفية | 58 | 27.61 | الثانية |
| 3. | تخوفية | 44 | 20.95 | الثالثة |
| | المجموع | 210 | | |

خامسا : اشكال الرسائل التسويقية لقضايا التنمية المستدامة عبر الفيس بوك

بينت نتائج الدراسة التحليلية تصدر فئة (النص المرفق مع الصورة والهاشتاك والرابط) اشكال الرسائل التسويقية الأخرى لقضايا التنمية المستدامة في الفيس بوك، إذ جاءت في المرتبة الأولى، وبنسبة(55.21%)، تلتها فئة (النص المرفق مع مع الفيديو والهاشتاك والرابط) في المرتبة الثانية التي شكلت نسبة (15%)، وحصلت فئة (النص المرفق مع الصورة والهاشتاك) على المرتبة الثالثة وجاءت بنسبة (11.96%)، في حين حصلت فئة (النص المرفق مع الصورة والرابط) بالمرتبة الرابعة، وبنسبة(10،81%)، وجاءت فئة (النص المرفق مع الفيديو والهاشتاك)، بالمرتبة الخامسة وبنسبة (5%)، وحلت بالمرتبة السادسة فئة(النص المرفق مع الأنفوغرافيك والهاشتاك والرابط) ، وبنسبة(1.15)، وجاءت فئة (النص مع الهاشتاك) بالمرتبة السابعة والأخيرة، وبنسبة(0.77%). فقد اعتمدت منظمة اليونسكو على وسائل متنوعة في عرض الرسائل منها النصوص المرفقة بالصور لتكون أكثر تشويقا وأيسر فهما ، فضلا عن إرفاق روابط الكترونية للإطلاع على تفاصيل الدراسات والبحوث والتقارير والإتفاقيات والمؤتمرات الدولية التي تعدها منظمة اليونسكو باللغة الإنكليزية ، كما وظفت الهاشتاك بشكل كبير جدا في رسائلها التسويقية الموجهة للجمهور ، إذ كان لا يخلو أي منشور منه وفي أغلب الأحوال كان يتضمن المنشور الواحد أكثر من هاشتاك لما له من تأثيرات في جذب الإنتباه وإعطاء الفرصة للإطلاع على المنشور واعطائه قيمة أكبر ، وحاولت اليونسكو إبراز عدد من القضايا عن طريق الهاشتاك على سبيل المثال " # من أجل الطبيعة ، # التنوع البيولوجي ، # اليوم العالمي للبيئة ، # اليوم العالمي لمحو الأمية ، # إحياء روح الموصل ، # تحويل التعليم، # حرية الصحافة ، # اليوم العالمي للتنوع الثقافي " فضلا عن الترويج لهوية المنظمة واسهاماتها في تحقيق التنمية المستدامة فقد استخدمت الهاشتاك " # اليونسكو ، # رسالة اليونسكو" . ينظر جدول(15)

جدول(15) يبين اشكال الرسائل التسويقية لقضايا التنمية المستدامة عبر الفيس بوك

| ت | اشكال الرسائل | التكرار | النسبة المئوية | المرتبة |
|----|---|---------|----------------|---------|
| 1. | النص المرفق مع الصورة والهاشتاك والرابط | 143 | 55.21 | الأولى |
| 2. | النص المرفق مع مع الفيديو والهاشتاك والرابط | 39 | 15 | الثانية |
| 3. | النص المرفق مع الصورة والهاشتاك | 31 | 11.96 | الثالثة |
| 4. | النص المرفق مع الصورة والرابط | 28 | 10.81 | الرابعة |
| 5. | النص المرفق مع الفيديو والهاشتاك | 13 | 5 | الخامسة |
| 6. | النص المرفق مع الأنفوغرافيك والهاشتاك والرابط | 3 | 1.15 | السادسة |
| 7. | النص مع الهاشتاك | 2 | 0.77 | السابعة |
| | المجموع | 259 | 100 | |

سادسا : أهم النتائج

- 1— وظفت منظمة اليونسكو الصفحة الرسمية على الفيس بوك الإمكانات التقنية التي تتيحها لتكون إحدى المنصات الألكترونية للتواصل مع العالم وتسويق مجال عملها واسهاماتها في ميدان التنمية المستدامة، وعلى الرغم من كونها مؤسسة معنية بالثقافة والعلوم إلا أنها تبنت الإستراتيجية العالمية التي وضعتها الأمم المتحدة لتحقيق مستقبل مستدام .
- 2 — تولي منظمة اليونسكو اهتمامها بالبعدين الإجتماعي والبيئي للتنمية المستدامة واعطتها مساحة كبيرة في النشر عبر صفحاتها في حين لم تعطِ البعد الإقتصادي أهمية في اثناء مدة البحث .
3. ركزت منظمة اليونسكو في مضامينها التسويقية على قضايا توفير فرص التعليم للجميع ، والتنوع الثقافي والإرتقاء بالنظم البيئية البرية واستدامتها كركائز أساسية للتنمية المستدامة ، فيما كان تركيزها بنسب أقل على مكافحة قضايا تغير المناخ في العالم .
4. أكدت منظمة اليونسكو على القضايا التي تواجه التعليم على مستوى العالم وهي ضرورة إحداث تحول في التعليم وتحقيق المساواة بين الجنسين في هذا المجال ، فضلا عن محور الأمية وتهيئة بيئة تعليمية آمنة، وضرورة تعليم الأطفال ، وأهمية التعليم في تغيير حياة البشر.
- 5 — نبهت منظمة اليونسكو على ضرورة وجود انماط استهلاك و انتاج مستدامة لتحقيق اهداف التنمية المستدامة عن طريق حظر استخدام الأكياس البلاستيكية أحادية الاستخدام و محاربة التلوث والقضاء على النفايات، والإعتماد على المشاريع الصديقة للبيئة، فضلا عن تعزيز التطورات في ميدان الطاقة المتجددة.
- 6 – شجعت منظمة اليونسكو في مضامينها التسويقية على الإرتقاء بالنظم البرية واستدامتها عن طريق الحفاظ على التنوع البيولوجي، ومكافحة التصحر، والحفاظ على الحيوانات المهددة بالإنقراض.
- 7 – لم تهمل منظمة اليونسكو قضايا التنوع الثقافي في العالم في مضامينها المنشورة كأحد متطلبات تحقيق التنمية المستدامة فقد سلطت الضوء على الحفاظ على التراث الثقافي العالمي ، فضلا عن اعادة بناء المدن الثقافية المدمرة والإهتمام بنقل التراث الثقافي غير المادي وحمايته .
- 8 — تمثل الهدف الأساسي من تسويق قضايا التنمية المستدامة في إبلاغ العالم بتلك القضايا وتعميمها واطلاعهم على مخاطرها، فضلا عن بيان أدوار منظمة اليونسكو والأنشطة التي تقوم بها هذا الميدان .
- 9— وظفت منظمة اليونسكو الإستimalات الإقناعية عند مخاطبة الجمهور واقناعهم بمضامينها، فقد اعتمدت على الإستimalات العقلية بشكل رئيس عبر إيراد الإحصائيات والأرقام والحجج المنطقية، فضلا عن الإستعانة بالإستimalات العاطفية عن طريق إثارة الجوانب الوجدانية والعاطفية ، ولجئها الى الإستimalات التخويفية لبيان التحديات التي تواجه العالم وتقف عائقا أمام تحقيق التنمية المستدامة .

الهوامش:

- 1 - احمد بدوي عبد العال بدوي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي بقضايا التنمية المستدامة لدى معلمي التربية الرياضية في ضوء رؤية مصر 2030، العدد 37، المجلة العلمية لعلوم وفنون الرياضة، القاهرة، 2020.
- 2 - ندى بوجاجة، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التوعية البيئية وتحقيق التنمية المستدامة / موقع الفيسبوك انموذجاً، مجلد 26، العدد 46، المجلة العربية للارشيف والتوثيق والمعلومات، قسنطينة، 2019.
- 3 - ايمن محمد ابراهيم بريك، دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب المصري بقضايا التنمية المستدامة/ دراسة ميدانية، مجلد 4، العدد 13، مجلة بحوث العلاقات العامة - الشرق الاوسط، القاهرة، 2021.
- 4 - رضا عبد الواحد امين، اعتماد الجمهور على الاعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة / دراسة ميدانية، العدد 17، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، السعودية، 2017.
- 5 - Ayesha Aparak kakankanamage, (Social Networking, Sustainable Development Issues and Environment Problems in the Third World): A Case Study of Youth Awareness in Sri Lanka. PhD, Thesis, University of Maryland, A, 2015.
- 6 - حجيبة رحالي، التنمية في ظل المتغيرات العالمية (من التنمية الاقتصادية الى التنمية المستدامة) ، مجلة معارف، الجزائر، المجلد 17، العدد 9، 2014، ص159.
- 7 - عبد الله بن عبد الرحمن البريدي، التنمية المستدامة: مدخل تكاملي لمفاهيم الاستدامة وتطبيقاتها مع التركيز على العالم العربي، السعودية، دار العبيكان للنشر والتوزيع، 2015، ص 17-18.
- 8 - حمزه الجبالي، التنمية المستدامة استغلال الموارد الطبيعية والطاقة المتجددة، الأردن، دار الأسرة وعالم الثقافة للنشر والتوزيع، 2016، ص14.
- 9 - مدحت أبو النصر و ياسمين مدحت محمد، التنمية المستدامة : مفهومها- ابعادها- مؤشراتها، القاهرة، المجموعة العربية للتدريب والنشر ، 2017، ص 17.
- 10 - كمال فراحتيه ، التنمية المستدامة، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، جامعة محمد بوضياف، الجزائر، العدد11، 2018، ص 279.
- 11 - شهدان عادل عبد اللطيف الغريباوي، التنمية المستدامة ما بين أطر التنمية الاجتماعية والإقتصادية وعلاقتها بالموارد البشرية، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، 2020، ص13.
- 12 - عبد الله بن عبد الرحمن البريدي، مصدر سبق ذكره، ص53.
- 13 - مصطفى كافي، التنمية المستدامة ، عمان، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، 2016، ص17.
- 14 - حافظ بن عمر ، البعد الاجتماعي في التنمية المستدامة، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، الجزائر، العدد 12، 2015، ص3.
- 15 - احمد غريبي، ابعاد التنمية المحلية وتحدياتها في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات العلمية "، العدد 4، 2010، ص43.
- 16 - سعدون حمود الربيعاوي ، حسين وليد ، ادارة التسويق: اسس ومفاهيم معاصرة، الاردن، دار غيداء للنشر والتوزيع، 2015، ص 28.

- ¹⁷ محمود جاسم الصميدعي ، ردينة عثمان يوسف، التسويق الاعلامي: المبادئ والاستراتيجيات ، عمان، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2014، ص 53.
- ¹⁸ منى سعيد الحديدي ، سلوى امام علي ، الاعلام والمجتمع " القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، 2004 " ص 16
- ¹⁹. 19. سمية تومي ، عبد القادر بودي : مساهمة التسويق الاجتماعي في تحقيق التنمية المستدامة، 2018،¹⁹
متاح على الرابط/ <https://www.researchgate.net>
- ²⁰ ثامر البكري واخرون ، التسويق الاخضر، الاردن، دار اليازوري للنشر والتوزيع ، 2020، ص7.
- ²¹ حسن اليوسفي المغاري ، اهمية وسائل الإعلام والاتصال في تسليط الضوء على القضايا التنموية ، نشر بتاريخ 2019 /2/9 على الرابط <https://alminassa24.ma>.
- ²² سامي السيد عبد العزيز، التسويق الاجتماعي والسياسي: منطلقات نظرية وتطبيقات محلية وعالمية، القاهرة، دار نهضة مصر للنشر والتوزيع، 2013، ص 28 – 30.
- ²³ حسنين شفيق ، الإعلام التفاعلي " القاهرة : دار فن للطباعة والنشر ، 2010 " ص 20.
- ²⁴ اسامة المدني، دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي بقضايا التنمية المستدامة/ دراسة ميدانية على من جامعتي²⁴
- ام القرى والملك عبد العزيز، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد 23، 2020، ص20.

مراجع الدراسة:

1. Abdullah Bin Abd Al-Rahman Al-Baridi, (2015). Sustainable Development: An Integrated Introduction to Sustainability Concepts and Applications, with a Focus on the Arab World. Saudi Arabia: Dar Obeikan Publishing for Publishing and Distribution), pp.53 & p. 17-18 .
2. Ahmed Badawy Abd al-Al Badawy, (2020). The Role of Social Networks in Developing Awareness of Sustainable Development Issues for Physical Education Teachers in the Light of Egypt's Vision 2030. Issue 37, Scientific Journal of Sports Science and Arts, El Cairo.
3. Ahmed Gharibi, (2010). Dimensions of Local Development and its Challenges in Algeria. Journal of Scientific Research and Studies, No. 4, p. 43.
4. Ayman Mohammed Ibrahim Borik, (2021). **The Role of Social Networking Sites in Educating Egyptian Youth About Sustainable Development Issues: A Field Study.** Volume 4, Issue 13, Journal of Public Relations Research - Middle East, Cairo.
5. Ayesha Aparakkakanamage, (2015). Globalization, Sustainable Development, and Environmental Problems in the Third World: A Case Study of Sri Lanka. A PhD. Thesis, University of Maryland.
6. Hafidh Bin Omar, (2015). The Social Dimension in Sustainable Development. Journal of Arts and Social Sciences, No. 12, Algeria, p. 3.
7. Hajeela Rahali, (2014). Development in Light of Global Changes (From Economic Development to Sustainable Development). Ma'arif Magazine: Algeria, Issue No. 9, Volume 17, p. 159.
8. Hamza Al-Jebali, (2016). Sustainable Development, Exploitation of Natural Resources and Renewable Energy. Jordan, Dar Al-Usra wa AAlam Al-Thaqafa for Publishing and Distribution, p.14.
9. Hassan Al-Yousifi Al-Maghari, (2019). The Importance of Media and Communication in Shedding Light on Development Issues. Published on February 9, at the link <https://alminassa24.ma/>
10. Hassanein Shafiq, (2010). Interactive Media. Cairo Dar Funoon for Printing and Publishing, p. 20.
11. Kamal Farahtyah, (2018). Sustainable Development. The Journal of the Teacher Researcher for Legal and Political Studies. No. 11, Mohamed Boudiaf University, Algeria, pp. 279.
12. Mahmoud Jassem Al-Sumaida'i, Rudeina Othman Youssuf, (2014). Media Marketing: Principles and Strategies. Amman: Dār al-Manāhij lil-Nashr wa-al-Tawzī', p. 53.
13. Medhat Abu Al-Nasr and Yasmine Medhat Muhammad, (2017). Sustainable Development: Its Concept- Dimensions- Indicators. Cairo: The Arab Group for Training and Publishing), p. 17.
14. Mona Sa'eed Al-Hadidi, Salwa Imam Ali, (2004). Media and Society. Cairo: The Egyptian Lebanese House, p. 1.

15. Mustafa Kafi, (2016). Sustainable Development. Amman: Dar Academic for Publishing and Distribution, pg. 17.
16. Nada Boujaja, (2019). Social Media and its Role in Environmental Awareness and Sustainable development/ Facebook as a Model. Volume 26, Issue 46, The Arab Journal of Archives, Documentation and Information, Constantine.
17. Osama Al-Madani, (2020). The Role of Social Media in Developing Awareness of Sustainable Development Issues: A Field Study on a Sample of the Universities of Umm Al-Qura and King Abdulaziz. The Arab Journal of Mass Media and Communication, No. 23, Saudi Association for Media and Communication, p. 20.
18. Ridha Abd al-Wahed Amin, (2017). Public Reliance on New Media as a Source of Information on Sustainable Development Issues: A Field Study. Issue no. 17, The Arab Journal for Media and Communication Research, Saudi Arabia.
19. Saadoun Hammoud Al-Rabai'awi, Hussein Walid, (2015). Marketing Management: Foundations and Contemporary Concepts. Dar Ghaida'a for Publishing and Distribution, p. 28.
20. Sami Al-Sayed Abd Al-Aziz, (2013). Social and Political Marketing: Theoretical Premises and Local and Global Applications. Nahdet Misr Publishing Group. pp. 28-30.
21. Shahdan Adel Abdul Latif Al-Gharbawi, (2020). Sustainable Development between the Frameworks of Social and Economic Development and its Relationship to Human Resources. Alexandria, Dar Al-Feker Al-Jamei, p. 13.
22. Somaya Toumi, Abd Al-Qader Boodai, (2018). The Contribution of Social Marketing to Achieving Sustainable Development. Available at <https://www.researchgate.net/>
23. Thamir Al-Bakri et al, (2020). Green Marketing. Jordan: Al-Yazuri House, p. 7.