

دور الإعلام الرقمي في رسم ملامح التنمية المستدامة
وصناعة المستقبل الأخضر في مصر
**The Role of Digital Media in Shaping
Sustainable Development and Crafting
A Green Future in Egypt**

وفاء علي *

wali@must.edu.eg

الملخص:

تكتسب قضايا التنمية المستدامة والاستدامة البيئية أهمية متزايدة في عصرنا الحالي، حيث تسعى المجتمعات إلى ضمان مستقبل أخضر وآمن للأجيال القادمة. في هذا السياق، تأتي هذه الدراسة لتسلط الضوء على دور الإعلام الرقمي كأداة محورية لدعم جهود التنمية المستدامة وترسيخ مفاهيم الاقتصاد الأخضر في مصر.

تستهل الدراسة بمناقشة الإطار النظري المرتبط بالإعلام الرقمي والتنمية المستدامة، قبل الانتقال إلى تحليل كيفية استخدام المنصات الرقمية المختلفة في نشر الوعي البيئي وتعزيز مشاركة المواطنين في المبادرات التنموية. تستعرض الدراسة الدور التوعوي للإعلام الرقمي فيما يتعلق بقضايا التنمية المستدامة، وتحدد أنواع المحتوى الأكثر فعالية في تحفيز الجمهور لتبني سلوكيات صديقة للبيئة.

بالإضافة إلى ذلك، تسلط الدراسة الضوء على التحديات التي تواجه الاستفادة الكاملة من الإعلام الرقمي في هذا المجال في مصر، مثل محدودية

* رئيس قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.

المحتوى الفعال والنقص في الاستراتيجيات الشاملة. كما تستكشف الدراسة كيفية استخدام الإعلام الرقمي لتعزيز المشاركة المجتمعية والمدنية في المبادرات البيئية والتنمية.

أخيراً، نقيم الدراسة التأثيرات الملموسة للحملات الإعلامية الرقمية المتعلقة بالتنمية المستدامة على تغيير السياسات والقرارات في مجال البيئة في مصر. بالاعتماد على نظرية الاتصال ثنائي الاتجاه، تسعى الدراسة إلى فهم التفاعل بين الإعلام والجمهور وكيفية الاستفادة من التغذية الراجعة لتطوير استراتيجيات إعلامية أكثر فعالية تسهم في تحقيق أهداف التنمية المستدامة بشكل أمثل.

الكلمات المفتاحية: التنمية المستدامة؛ الاستدامة البيئية؛ الإعلام الرقمي؛ الوعي البيئي؛ الاقتصاد الأخضر؛ المشاركة المجتمعية؛ الحملات الإعلامية؛ السياسات البيئية.

Abstract

Sustainable development and environmental sustainability have become increasingly important issues in our present times, as societies strive to ensure a green and secure future for the coming generations. In this context, this study sheds light on the role of digital media as a pivotal tool in supporting sustainable development efforts and promoting the concept of a green economy in Egypt.

The study begins by discussing the theoretical framework related to digital media and sustainable development, before analyzing how various digital platforms are used to raise environmental awareness and enhance citizen participation in development initiatives. It examines the educational role of digital media regarding sustainable development issues and identifies the most effective types of content in motivating audiences to adopt environmentally friendly behaviors.

Furthermore, the study highlights the challenges facing the full utilization of digital media in this domain in Egypt, such as the limited availability of effective content and the lack of comprehensive strategies. It also explores how digital media can enhance community and civic engagement in environmental and developmental initiatives.

Finally, the study evaluates the tangible impacts of digital media campaigns related to sustainable development on changing environmental policies and decisions in Egypt. Drawing on the two-way communication theory, the study seeks to understand the interaction between media and the audience, as well as how to leverage feedback to develop more effective media strategies that contribute optimally to achieving sustainable dev.

Keywords: Sustainable Development, Environmental Sustainability, Digital Media, Environmental Awareness, Green Economy, Community Participation, Media Campaigns, Environmental Policies.

مقدمة:

في عصر تتسارع فيه وتيرة التقدم التكنولوجي والرقمنة، بات الإعلام الرقمي يلعب دوراً محورياً في تشكيل المجتمعات ودفع عجلة التنمية المستدامة، خاصةً في دول العالم النامي مثل مصر. يمكن للإعلام الرقمي، من خلال منصاته المتعددة مثل وسائل التواصل الاجتماعي، المواقع الإلكترونية، البودكاست، والوسائط المتعددة، أن يسهم بشكل فعال في نشر الوعي حول قضايا التنمية المستدامة والبيئية وتعزيز مفاهيم المستقبل الأخضر.

تتجلى أهمية الإعلام الرقمي في قدرته على تجاوز الحدود الجغرافية والوصول إلى جمهور واسع، مما يجعله أداة فعالة لنشر الوعي وتعزيز الثقافة البيئية والتنمية بين الأفراد والمجتمعات. في مصر، حيث تسعى الحكومة والمؤسسات المختلفة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة والتوجه نحو اقتصاد أخضر، يبرز دور الإعلام الرقمي كعنصر رئيسي في تحقيق هذه الأهداف.

يهدف هذا البحث إلى استكشاف دور الإعلام الرقمي في رسم ملامح التنمية المستدامة والمساهمة في صناعة المستقبل الرقمي الأخضر في مصر، من خلال تحليل كيفية استخدام المنصات الرقمية في نشر الوعي حول القضايا البيئية والتنمية، وتعزيز مشاركة المواطنين في مبادرات التنمية المستدامة.

سيتم في هذا البحث استعراض الإطار النظري المتعلق بالإعلام الرقمي والتنمية المستدامة، ومن ثم تحليل دور الإعلام الرقمي في مصر كأداة للتوعية والتغيير الاجتماعي نحو تحقيق أهداف التنمية المستدامة، مع التركيز على المبادرات والمشاريع التي تسهم في تعزيز المستقبل الأخضر.

الدراسات السابقة:

- هدفت دراسة (نجم عابد، وسمر ماكاناي، وكامل خورشيد 2023)¹ إلى الكشف عن مستوى فاعلية توظيف الأمم المتحدة لمنصة الإعلام الرقمي "تويتر" في توعية الجمهور العربي بأهداف التنمية المستدامة، وتعرف أبرز القيم المتضمنة في محتواها. واعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي، من خلال أسلوب تحليل المحتوى. تمثل مجتمع الدراسة بتغريدات حساب الأمم المتحدة على تويتر باللغة العربية، وجرى اختيار النشر لشهري نوفمبر وديسمبر 2021 بأسلوب الحصر الشامل وقد بلغت التغريدات (671) تغريدة. قُسمت فئات التحليل إلى خمس فئات أساسية؛ أهداف التنمية المستدامة؛ والبعد الاتصالي؛ والوسيط الاتصالي المرافق، والمرفق الرمزي، ومصدر التغريد. احتل الهدف (16) من أهداف التنمية المستدامة الذي ينص على "السلام والعدل والمؤسسات القوية" المرتبة الأولى في محتوى الأمم المتحدة على تويتر، بنسبة (39.8%)، تلاها الهدف (13) الذي ينص على "العمل المناخي" بنسبة (19.2%). كما أظهرت النتائج ورود البعد الاتصالي "إعلامي إخباري" المرتبة الأولى في تغريدات الأمم المتحدة على تويتر، بنسبة (32.3%)، تلاها البعد الاتصالي "حث وتشجيع" بنسبة (30.6%). وظهر من خلال النتائج أن أكثر الوسائط الاتصالية المصاحبة لمحتوى الأمم المتحدة على تويتر كانت "نص مع مرفق" بأعلى نسبة بلغت (94.5%). وتبين أن الرمز # ورد في (68.4%) من المحتوى الكلي، في حين وردت الإشارة @ في (19.8%) من المحتوى. كما ظهر أن أكثر مصدر للتغريد هو "تغريدة أصلية" بنسبة (64.4%)، ثم "إعادة تغريد" بنسبة (35.6%). وتوصلت الدراسة إلى أن منصات وشبكات

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

- تأتي دراسة (الحاج محمد 2023)² في ظل التنمية المستدامة وضرورة ان التحول الاقتصادي في دولة الامارات العربية المتحدة من خلال الوقوف على تقنين التعامل بالعملة الافتراضية بوصفها نازلة فقهية تتماش مع الموروث الفقهي الإسلامي استندت عملية التقنين الى اجتهاد اوجدته الضرورة الفقهية للعملة الافتراضية في المجتمع الاماراتي وبقية العالم كما استند المشرع الاماراتي استراتيجيات الدولة الاقتصادية الاتحادية والولائية مثل: مئوية الامارات 2071 واستراتيجية أبو ظبي للتحول الرقمي 2025م واستراتيجية الإمارات للتعاملات الرقمية (بلوك تشين) 2021 م ... وغيرها من الاستراتيجيات تسعى لتحقيق ضرورات التحول الاقتصادي والتنمية المستدامة في النطاق المحلي والعالمي بوصف العملة الرقمية مخرج من مخرجات تطور الاقتصاد العالمي. تم اتباع المنهج التحليلي لنصوص المشرع الإماراتي المتصلة بالتعامل بالعملة الافتراضية بدولة الامارات العربية المتحدة كالقانون رقم (4) لسنة 2022م بشأن تنظيم الأصول الافتراضية في إمارة دبي بوصفه أول تقنين في التعامل بالأصول الافتراضية في دولة الإمارات العربية والمنطقة العربية والإسلامية والقرار الوزاري رقم 111 لسنة 2022، وقد استخدمت المنهج الاستقرائي عند الحديث عن التكييف الفقهي والقانوني للنقود الافتراضية، وخلص البحث الى نتائج أهمها: ان المشرع الإماراتي له السبق في المنطقة العربية والإسلامية في تقنين العملة الافتراضية حينما أخذ بمسند فقهي في تكييف

العملة الرقمية واضح بوصفها أصولاً مالية افتراضية، كما سلك المُشرع الإماراتي مسلكاً قانونياً وسطاً بين الاعتراف بالعملات الافتراضية كضرورة من ضرورات التحول الاقتصادي الرقمي والتنمية المستدامة والتخفيف من إشكالية تحمّل المسؤولية عند حدوث مضاربات أو أخطاء تُلابس التعامل من الجهات المُصرح لها بالعمل في مجال العملات الرقمية الافتراضية بالدولة . واصلت الدراسة بضرورة إصدار تشريعات اتحادية في دولة الامارات العربية المتحدة، وقوانين واضحة في الدول العربية والإسلامية في مجال العملة الافتراضية.

– استهدفت دراسة (صفية بنت إبراهيم 2023)³ التعرف على فاعلية الإعلام الرقمي في تحقيق البعد البيئي للتنمية المستدامة بالتطبيق على مبادرة السعودية الخضراء والشرق الأوسط الأخضر، وقد اعتمدت على منهج المسح التحليلي باستخدام صحيفة تحليل مضمون تم تطبيقها على عينة من تغريدات بعض المؤسسات الحكومية تمثلت في حساب وزارة الطاقة ووزارة البيئة والمياه والزراعة بالإضافة إلى حساب المركز الوطني لتنمية الغطاء النباتي ومكافحة التصحر على منصة تويتر خلال الفترة من بداية نوفمبر إلى نهاية ديسمبر 2022، وتوصلت الدراسة إلى أن عرض نتائج المبادرات جاء في مقدمة جوانب القضايا الرئيسية والتي تتعلق بصفة رئيسية بالتنمية والمحافظه على البيئة بنسبة 18.3%، يليها الاجتماعات بين المسؤولين بنسبة 16.7%، وجاء "زراعة الأشجار في جميع أنحاء المنطقة داخل المملكة وخارجها" على رأس قائمة الموضوعات التي تناولتها منشورات الوزارات السعودية بنسبة 19.1%، يليها كل من " استصلاح الأراضي المتدهورة"، و"النظافة والاهتمام بالبيئة" بنسبة 12.4%، كما جاء في مقدمة

الأهداف التي تسعى إليها المؤسسات الحكومية " إعلام الجمهور بما يتم تنفيذه من مشروعات تنموية" بنسبة 60.8% ثم " تبصير الجمهور بأنشطة الأجهزة الحكومية التي تقوم بها " بنسبة 57%.

- تسعى دراسة (عامر سالم 2023)⁴ إلى تقييم فعالية استخدام المؤسسات الأمنية الكويتية لوسائل الإعلام الرقمي في نشر الوعي بأهداف التنمية المستدامة المتعلقة بالبعد المروري. اعتمدت الدراسة على منهج المسح، ووزعت استبيانًا على 333 فردًا من الجمهور الكويتي. أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى المتابعة والاهتمام من قبل الجمهور الكويتي بمعلومات تنفيذ الجهاز الأمني لمستهدفات التنمية المستدامة عبر وسائل الإعلام الرقمي مرتفع. كما كشفت الدراسة عن وجود علاقات ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع التعرض وكثافة التعرض لوسائل الإعلام الرقمي وبين أشكال التفاعل مع هذه الوسائل. تُشير النتائج إلى أن المؤسسات الأمنية الكويتية تستخدم وسائل الإعلام الرقمي بفعالية لنشر الوعي بأهداف التنمية المستدامة المتعلقة بالبعد المروري. كما تُظهر أن دوافع التعرض وكثافة التعرض لوسائل الإعلام الرقمي تلعب دورًا هامًا في تفاعل الجمهور مع المعلومات المقدمة. تُوصي الدراسة باستمرار استخدام وسائل الإعلام الرقمي لنشر الوعي بأهداف التنمية المستدامة المرورية، مع التركيز على تطوير محتوى أكثر تفاعلية لجذب انتباه الجمهور وزيادة تفاعلهم. كما تُوصي الدراسة بالعمل على تعزيز ثقة الجمهور في الجهاز الأمني من خلال الشفافية والمساءلة.

- وتهدف دراسة (Wu, S., Wang, Z., Su, C., & Zhang, W.)⁵(2023)

- تسعى دراسة (وسام سرحان, عبد الرازق حماد 2022)⁶ إلى إثبات تأثير مؤشرات الاقتصاد الرقمي في التنمية المستدامة في مصر وتحليل العلاقة بين الاقتصاد الرقمي والتنمية المستدامة في مصر من خلال دراسة انعكاسات الاقتصاد الرقمي على التنمية المستدامة في مصر وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وتتمثل أهمية الدراسة بتوضيح أثر الاقتصاد الرقمي في التنمية المستدامة لدولة مصر وإلى أي مدى يمكن أن يتأثر الناتج المحلي الاجمالي الجاري لهذه الدولة بمؤشرات اقتصاد الرقمي وقد تم اختبار بعض مؤشرات الاقتصاد الرقمي ممثلة في (تكنولوجيا المعلومات، الابتكار)، لبيان أثرها على نصيب الفرد من (الناتج المحلي الإجمالي وثنائي اوكسيد الكربون وعدد التلاميذ) كمقياس اقتصادي للتنمية المستدامة. وتوصل البحث إلى أن هنالك علاقة ايجابية بين تطور الاقتصاد الرقمي عن طريق مؤشرات المؤثرة وحجم التنمية المستدامة لجمهورية مصر العربية. وأوصى البحث أنه بضرورة بالاهتمام برأس المال البشري المصري وتطويره وتشجيع الكوادر المتخصصة بتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات ورعايتهم كونهم العنصر الأهم والعامل الأساسي الذي يبني عليه اقتصاد الرقمي.

- كما وصفت دراسة (Carvalho, R.B., Lima, C., Barreto, S., & Penedos-Santiago, E. (2022)⁷ تمرينًا تربويًا يشمل طلابًا من جامعتين ومتحف سواريس دوس ريس الوطني، جميعها مقرها في بورتو، البرتغال. تم تكليف الطلاب - من مجالات التصميم والوسائط المتعددة وألعاب الفيديو والفنون البصرية - بإعادة إنشاء وتنشيط الأعمال الفنية من مجموعة المتحف من خلال التقنيات الرقمية. إلى جانب استكشاف تقنيات

الرسوم المتحركة، كانت لدى الطلاب مهمة أخرى أساسية: يجب أن يركز كل عمل على واحد أو أكثر من أهداف التنمية المستدامة السبعة عشر للأمم المتحدة. تم استخدام هذه الأهداف، التي تغطي مواضيع مختلفة، ولكنها مترابطة مثل الطاقة النظيفة والمدن المستدامة والمناخ أو التعليم، كمواضيع لكل مشروع من المشاريع. وبهذه الطريقة، كان الطلاب، بصرف النظر عن إنشاء أعمال الوسائط الرقمية، يرفعون أيضًا من مستوى الوعي بالقضايا الاجتماعية والبيئية المختلفة. ولذلك، فإن لهذه الممارسة ثلاث نقاط ارتكاز مختلفة ولكنها متصلة: تسليط الضوء على تاريخ الفن البرتغالي والتراث الثقافي من خلال إعادة خلق الماضي؛ والمعرفة والوعي بالقضايا الاجتماعية والبيئية؛ واستكشاف تقنيات الرسوم المتحركة الرقمية. في هذه الدراسة، تم تغطية جميع المراحل المختلفة للممارسة التربوية، بالإضافة إلى تحليل ومناقشة عملية الطلاب ونتائجها. تم وضع المشروع أيضًا في سياق مناهج منهجية مماثلة لإعادة إنشاء الأعمال الفنية من الماضي كأداة تربوية. سيتم عرض مخرجات المشروع لاحقًا في المتحف جنبًا إلى جنب مع الأعمال الفنية الأصلية في معرض طويل الأمد للمجموعة، ومعظمها لوحات من القرنين التاسع عشر والعشرين.

- كما سعت دراسة (كريمة توفيق 2020)⁸ إلى التعرف على الدور الذي يقوم به الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي للجمهور ودرجة تفاعله مع موضوعات الاقتصاد الأزرق والتنمية الاقتصادية وكذا الاعتماد عليه كمصدر لمعلوماته، وقد استخدم البحث المنهج الوصفي والكمي للتعرف على معالم الظاهرة وتحديد أسباب وجودها، من خلال تصميم استمارة استبيان أعدت لجمع البيانات الميدانية المتعلقة بموضوع البحث وتحليلها

وصفياً باستخدام تحليل المضمون وكمياً باستخدام المعالجة الإحصائية وأهمها تقدير معامل الارتباط (R)، الانحدار المتعدد، وكانت أهم النتائج لرصد الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الرقمية في تعزيز الوعي بالاقتصاد الأزرق المستدام 2063 شخصية رئيس الجمهورية هي أكثر الشخصيات حضوراً بمضمون الاقتصاد الأزرق بالمواقع الإلكترونية المصرية (المصري اليوم، الشروق نيوز، وزارة الاستثمار والتعاون الدولي) على التوالي بنسب (40.5%، 32%، 23%) و الشخصية المحورية الاقتصادية هي الغالبة على مواقع الإتحاد الأفريقي والبنك الدولي حيث جاء أعضاء لجنة الاقتصاد الأزرق والتنمية المستدامة هي أكثر الشخصيات بمضمون الاقتصاد الأزرق وكذا ارتفاع نسب التصفح لجمهور المستثمرين إلى 41.6% والخبراء من المحللين الاقتصاديين وفي المجال البيئي والإعلامي بنسبة 38.4%، كما كان هناك ارتباط طردي قوي ومعنوي إحصائياً بين عدد المتصفحين والمواقع التالية (الأمم المتحدة للبيئة - الإتحاد الأفريقي - البنك الدولي - وزارة الاستثمار والتعاون الدولي) وبين الاستفادة من التقنيات الرقمية وعدد المشاهدات وتفاعل المتصفحين مع موضوعات الاقتصاد الأزرق.

مشكلة الدراسة:

تواجه البشرية في القرن الحادي والعشرين تحديات غير مسبقة تتعلق بالاستدامة البيئية والتنمية المستدامة، مما يستوجب إيجاد حلول مبتكرة وفعالة لضمان مستقبل أكثر خضرة واستدامة. في هذا السياق، يبرز الإعلام الرقمي كأداة محورية قادرة على تعزيز الوعي البيئي ودعم التنمية المستدامة من خلال نشر المعرفة وتحفيز الجمهور نحو اتخاذ إجراءات مستدامة. ومع ذلك، في دول

مثل مصر، حيث يجري السعي نحو تحقيق أهداف التنمية المستدامة وترسيخ مفاهيم الاقتصاد الأخضر، تظهر تحديات عدة تتعلق بالقدرة على استغلال الإمكانيات الكاملة للإعلام الرقمي في هذا المسار.

تشير الدراسات والتقارير إلى أن هناك فجوة بين الإمكانيات النظرية للإعلام الرقمي في دعم المبادرات البيئية والتنمية وبين استغلال هذه الإمكانيات على أرض الواقع في مصر. هذه الفجوة تتجلى في محدودية المحتوى الرقمي الفعال الذي يركز على قضايا التنمية المستدامة، وكذلك في النقص في الاستراتيجيات الشاملة لتوظيف الإعلام الرقمي في خدمة الأهداف البيئية والتنمية. بالإضافة إلى ذلك، يواجه صانعو المحتوى الرقمي والناشطون البيئيون تحديات تتعلق بتحقيق التواصل الفعال مع الجمهور وإلهامهم لاتخاذ إجراءات ملموسة نحو التنمية المستدامة.

إن التساؤل حول كيفية تعظيم دور الإعلام الرقمي في تحقيق التنمية المستدامة وتشكيل مستقبل رقمي أخضر في مصر يمثل جوهر مشكلة هذه الدراسة. وبالتالي، يمكن صياغة التساؤل الرئيسي للدراسة كالتالي: كيف يمكن للإعلام الرقمي أن يلعب دورًا فعالاً في دعم وتعزيز التنمية المستدامة وصناعة المستقبل الرقمي؟

أهمية الدراسة

أولاً: الأهمية النظرية

الأهمية العلمية أو النظرية لدراسة "دور الإعلام الرقمي في رسم ملامح التنمية المستدامة وصناعة المستقبل الرقمي الأخضر في مصر" يمكن توضيحها من خلال النقاط التالية:

1. تسهم الدراسة في تعميق الفهم النظري حول كيفية تأثير الإعلام الرقمي على التنمية المستدامة، وتحديدًا في سياق دولة نامية مثل مصر. هذا يساعد في بناء أساس نظري متين للباحثين الآخرين في مجالات الإعلام، التنمية المستدامة، والدراسات البيئية الاعتماد عليه في أبحاثهم.
 2. تعمل الدراسة على سد الفجوات الموجودة في الأدبيات البحثية المتعلقة بدور الإعلام الرقمي في دعم التنمية المستدامة في مصر، مما يوفر بيانات وتحليلات جديدة تساهم في فهم أفضل للتحديات والفرص المتاحة.
 3. توفر الدراسة إطارًا تحليليًا يمكن لصانعي السياسات والمنظمات الحكومية وغير الحكومية استخدامه لتطوير استراتيجيات وسياسات أكثر فعالية تستغل الإعلام الرقمي في تعزيز التنمية المستدامة والتوعية البيئية.
 4. من خلال تحليل كيفية استخدام الإعلام الرقمي في نشر الوعي وتحفيز المشاركة المجتمعية نحو القضايا البيئية والتنمية، تسلط الدراسة الضوء على أهمية تعزيز التفاعل بين المجتمعات والمبادرات البيئية، مما يساهم في تحقيق أهداف التنمية المستدامة بشكل أكثر فعالية.
- هذه الأهمية العلمية والنظرية تدعم ليس فقط تطوير البحث الأكاديمي والنظري في هذا المجال، ولكن أيضًا تساهم في تحسين السياسات والممارسات العملية على أرض الواقع.
- الأهمية العملية
- الأهمية العملية أو التطبيقية للدراسة حول "دور الإعلام الرقمي في رسم ملامح التنمية المستدامة وصناعة المستقبل الرقمي الأخضر في مصر" تتضمن عدة جوانب مهمة، منها:

1. تساعد الدراسة في تطوير استراتيجيات فعالة لاستخدام الإعلام الرقمي في تعزيز الوعي العام حول التنمية المستدامة والقضايا البيئية في مصر. من خلال تحديد الطرق التي يمكن بها للمحتوى الرقمي أن يحفز الجمهور ويشجع على التغييرات السلوكية، يمكن للمؤسسات والأفراد العمل معًا نحو تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

2. توفر الدراسة بيانات وتحليلات قيمة يمكن أن تساهم في صياغة وتنفيذ السياسات البيئية والتنموية بشكل أكثر فعالية. من خلال فهم دور الإعلام الرقمي، يمكن لصانعي السياسات تصميم حملات توعية مستهدفة ومبادرات تعليمية تسهم في تحقيق التنمية المستدامة.

3. الدراسة تسلط الضوء على كيفية استخدام الإعلام الرقمي لترويج ودعم المشاريع الخضراء والابتكارات البيئية. يمكن لرجال الأعمال والمبتكرين استخدام هذه المعرفة لتصميم وتسويق حلول مستدامة تلبي احتياجات المجتمع وتسهم في الاقتصاد الأخضر.

4. تظهر الدراسة كيف يمكن للإعلام الرقمي تعزيز المشاركة المجتمعية والمدنية في مجال التنمية المستدامة، من خلال توفير منصات للنقاش والتفاعل ومشاركة الأفكار والمبادرات. هذا يساعد في بناء مجتمعات أكثر تماسكًا ووعيًا، قادرة على المساهمة بفعالية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.

بشكل عام، تعمل الدراسة على توفير إطار عملي لكيفية استخدام الإعلام الرقمي بشكل استراتيجي لدعم الجهود المحلية والوطنية نحو التنمية المستدامة والحفاظ على البيئة في مصر، مما يعكس أهميتها التطبيقية في تحقيق تغيير إيجابي ملموس.

أهداف الدراسة

1. استكشاف الدور الذي يلعبه الإعلام الرقمي في نشر الوعي وتعزيز المعرفة حول التنمية المستدامة والممارسات البيئية الصديقة للبيئة في مصر.
 2. رصد التغيرات في السلوكيات والمواقف نحو التنمية المستدامة والحفاظ على البيئة من خلال استخدام الإعلام الرقمي.
 3. التعرف على التحديات والفرص المتاحة أمام الإعلام الرقمي في مجال دعم المبادرات البيئية والتنمية في مصر.
 4. تحليل التأثيرات الملموسة لحملة الإعلام الرقمي المتعلقة بالتنمية المستدامة وصناعة المستقبل الأخضر، بما في ذلك تقييم فعاليتها ونطاق تأثيرها.
 5. تفسير العلاقة بين استراتيجيات الإعلام الرقمي وتحقيق أهداف التنمية المستدامة في مصر، مع التركيز على كيفية تعزيز هذه الاستراتيجيات للمساهمة بشكل فعال في التنمية البيئية والاقتصادية.
 6. استنتاج التوصيات الرئيسية لتحسين استخدام الإعلام الرقمي في مجالات التنمية المستدامة والبيئة، ووضع إرشادات للمستقبل تساعد في توجيه الجهود نحو تحقيق التأثير الأمثل.
- كل هدف من هذه الأهداف يهدف إلى تعميق الفهم وتوسيع المعرفة حول الدور الحيوي الذي يمكن أن يلعبه الإعلام الرقمي في تعزيز التنمية المستدامة ودعم المبادرات البيئية في مصر، مما يساهم في صياغة مستقبل رقمي أخضر أكثر فعالية واستدامة.

تساؤلات الدراسة

1. كيف يسهم الإعلام الرقمي في نشر الوعي حول التنمية المستدامة والقضايا البيئية بين المواطنين في مصر؟
- هذا التساؤل يهدف إلى فهم الدور التوعوي للإعلام الرقمي فيما يتعلق بالتنمية المستدامة.
2. ما أنواع المحتوى الرقمي الأكثر فعالية في تحفيز الجمهور نحو تبني سلوكيات مستدامة؟
- يركز هذا السؤال على تحديد أشكال المحتوى الرقمي التي تؤثر بشكل إيجابي على سلوكيات الجمهور.
3. ما التحديات التي تواجه استخدام الإعلام الرقمي في تعزيز التنمية المستدامة في مصر؟
- يبحث هذا التساؤل في العقبات التي تحول دون استغلال الإعلام الرقمي بشكل كامل لدعم التنمية المستدامة.
4. كيف يمكن للإعلام الرقمي تعزيز المشاركة المجتمعية والمدنية في مبادرات التنمية المستدامة؟
- يهدف هذا السؤال إلى استكشاف الطرق التي يمكن بها للإعلام الرقمي دعم وتحفيز المشاركة المجتمعية في الأنشطة والمبادرات البيئية.
5. ما تأثير الحملات الإعلامية الرقمية المتعلقة بالتنمية المستدامة على تغيير السياسات البيئية والتنمية في مصر؟
- يسعى هذا التساؤل لتقييم كيف يمكن للإعلام الرقمي أن يؤثر على القرارات السياسية والتشريعات المتعلقة بالتنمية المستدامة والحفاظ على البيئة.

هذه التساؤلات تهدف إلى بناء فهم شامل حول كيفية تفاعل الإعلام الرقمي مع جهود التنمية المستدامة في مصر، مما يسمح بتقييم فعالية الإعلام الرقمي كأداة للتوعية والتغيير نحو مستقبل أخضر أكثر استدامة.

فروض الدراسة

1. لا يوجد تأثير معنوي للإعلام الرقمي على نشر الوعي حول التنمية المستدامة والقضايا البيئية بين المواطنين في مصر.
2. لا توجد فروق معنوية في فعالية أنواع المحتوى الرقمي المختلفة في تحفيز الجمهور نحو تبني سلوكيات مستدامة.
3. لا توجد تحديات محددة تواجه استخدام الإعلام الرقمي في تعزيز التنمية المستدامة في مصر.
4. لا يسهم الإعلام الرقمي بشكل فعال في تعزيز المشاركة المجتمعية والمدنية في مبادرات التنمية المستدامة.
5. لا يوجد تأثير ملموس للحملات الإعلامية الرقمية المتعلقة بالتنمية المستدامة على تغيير السياسات البيئية والتنمية في مصر.
6. يوجد تأثير معنوي للإعلام الرقمي على نشر الوعي حول التنمية المستدامة والقضايا البيئية بين المواطنين في مصر.
7. توجد فروق معنوية في فعالية أنواع المحتوى الرقمي المختلفة في تحفيز الجمهور نحو تبني سلوكيات مستدامة.
8. توجد تحديات محددة تواجه استخدام الإعلام الرقمي في تعزيز التنمية المستدامة في مصر.
9. يسهم الإعلام الرقمي بشكل فعال في تعزيز المشاركة المجتمعية والمدنية في مبادرات التنمية المستدامة.

10. يوجد تأثير ملموس للحملات الإعلامية الرقمية المتعلقة بالتنمية المستدامة على تغيير السياسات البيئية والتنمية في مصر.

الإطار المنهجي:

تهدف هذه الفروض إلى توجيه البحث وتحديد العلاقات المحتملة بين الإعلام الرقمي والتنمية المستدامة في مصر، مما يسمح بتقييم دور الإعلام الرقمي في تعزيز الوعي والمشاركة نحو مستقبل أخضر أكثر استدامة. لدراسة تتبنى نهجًا وصفيًا تحليليًا، تسعى من خلاله لفحص وتحليل دور الإعلام الرقمي في التأثير على التنمية المستدامة ودعم البيئة في مصر. تهدف إلى تقييم كيف يمكن للإعلام الرقمي، عبر مختلف المنصات مثل وسائل التواصل الاجتماعي، المواقع الإلكترونية، والمدونات، أن يساهم في نشر الوعي حول أهمية التنمية المستدامة وتعزيز المشاركة المجتمعية نحو مستقبل أخضر.

* منهج الدراسة *

الدراسة تستخدم المنهج الوصفي التحليلي لتقييم تأثير الإعلام الرقمي على التنمية المستدامة، مع التركيز على تحليل المحتوى الرقمي المرتبط بالقضايا البيئية* والتنمية وقياس تفاعل الجمهور مع هذا المحتوى.

* مجتمع الدراسة *

مجتمع الدراسة يشمل الجمهور المصري المستخدم للإعلام الرقمي بأشكاله المختلفة، بما في ذلك مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، القراء والمتابعين للمواقع الإلكترونية والمدونات المرتبطة بالبيئة والتنمية المستدامة.

* عينة الدراسة *

عينة الدراسة تتكون من مجموعة مختارة من المستخدمين النشطين على منصات الإعلام الرقمي، مثل مستخدمي Facebook، Twitter،

وInstagram، بالإضافة إلى قراء المواقع الإلكترونية والمدونات المختصة بالتنمية المستدامة والقضايا البيئية في مصر. يتم اختيار العينة بطريقة عشوائية لضمان تمثيل متنوع للجمهور.

**** أداة جمع البيانات**

أدوات جمع البيانات تشمل استبيانات إلكترونية موزعة عبر الإنترنت لقياس وعي الجمهور وتفاعله مع المحتوى الرقمي المتعلق بالتنمية المستدامة، بالإضافة إلى تحليل محتوى المنشورات والتفاعلات على مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية المختصة.

الإطار النظري

يمكن اعتبار نظرية "حلقة التغذية الراجعة في الاتصال" أو ما يُعرف بـ"نظرية الاتصال ثنائي الاتجاه" كنظرية اتصالية حديثة مناسبة. هذه النظرية تعتبر تطوراً للنماذج التقليدية للاتصال التي كانت تركز بشكل أساسي على الاتصال أحادي الاتجاه.

نشأة النظرية:

نشأت نظرية الاتصال ثنائي الاتجاه في منتصف القرن العشرين، كرد على الحاجة إلى فهم أكثر تعقيداً لكيفية تفاعل الأفراد والجمهير مع الرسائل الإعلامية. تأسست هذه النظرية على فكرة أن الاتصال ليس مجرد عملية إرسال المعلومات من مرسل إلى مستقبل، بل هو عملية تفاعلية تشمل الردود والتغذية الراجعة من المستقبلين.

أبرز فروضها:

1. **التفاعلية:** الاتصال ينطوي على تبادل الرسائل بين المرسل والمستقبل، حيث يمكن لكل طرف أن يتبادل الأدوار.

2. التغذية الراجعة: الردود أو التغذية الراجعة من المستقبلين تلعب دورًا حاسمًا في تشكيل وتعديل الرسائل الإعلامية.

3. التأثير المتبادل: تأثير الاتصال ليس محدودًا بتأثير المرسل على المستقبل فقط، بل يشمل أيضًا تأثير المستقبل على المرسل من خلال التغذية الراجعة.

كيفية توظيف النظرية مع هذه الدراسة:

1. تحليل التغذية الراجعة: يمكن استخدام النظرية لتحليل كيفية استجابة الجمهور المصري للحملات الإعلامية الرقمية حول التنمية المستدامة والبيئة، مما يساعد في فهم التأثير الفعلي لهذه الحملات.

2. تعزيز التفاعلية: يمكن للدراسة أن تستكشف كيف يمكن للإعلام الرقمي في مصر تعزيز التفاعلية والتغذية الراجعة مع الجمهور لتحسين فعالية رسائل التنمية المستدامة.

3. تطوير الحملات الإعلامية: استنادًا إلى فهم أعمق للتفاعل بين الإعلام والجمهور، يمكن تطوير حملات إعلامية رقمية أكثر فعالية تشجع على المشاركة الفعالة وتسهم في تحقيق التنمية المستدامة.

4. تقييم التأثير المتبادل: تقييم كيف يمكن للتغذية الراجعة من الجمهور أن تشكل الاستراتيجيات الإعلامية المستقبلية للمؤسسات التي تروج للتنمية المستدامة والبيئة.

باستخدام هذه النظرية كإطار عمل، يمكن للدراسة التعمق في فهم ديناميات الاتصال الرقمي المتعلق بالتنمية المستدامة في مصر، مما يساهم في تطوير استراتيجيات إعلامية أكثر تأثيرًا ومشاركة.

الإطار المعرفي للدراسة

التعريفات النظرية:

1. **الإعلام الرقمي:** يشير إلى جميع أشكال الاتصال التي تستخدم الأنظمة الرقمية لنشر وتبادل المحتوى، بما في ذلك الإنترنت، وسائل التواصل الاجتماعي، المواقع الإلكترونية، والمدونات.
2. **التنمية المستدامة:** تعرف على أنها عملية تطوير تلبي احتياجات الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال المستقبلية على تلبية احتياجاتهم، وتشمل الأبعاد الاقتصادية، الاجتماعية، والبيئية.
3. **المستقبل الرقمي الأخضر:** يشير إلى تكامل التكنولوجيات الرقمية في تعزيز الاستدامة البيئية ودعم الابتكارات الخضراء.

التعريفات الإجرائية:

1. **الإعلام الرقمي (إجرائياً):** يتم قياسه من خلال النظر في الأدوات والمنصات الرقمية المستخدمة لنشر المعلومات حول التنمية المستدامة في مصر، بما في ذلك تحليل المحتوى، وتقييم نسب المشاركة والتفاعل من قبل الجمهور.
2. **التنمية المستدامة (إجرائياً):** تحليل المشاريع والبرامج التي تنفذها الحكومة المصرية أو القطاع الخاص أو المنظمات غير الحكومية التي تهدف إلى تحقيق أهداف التنمية المستدامة، مع التركيز على الأبعاد الاقتصادية، الاجتماعية، والبيئية.
3. **المستقبل الرقمي الأخضر (إجرائياً):** يتم تحديده من خلال استعراض المبادرات والتقنيات الرقمية التي تساهم في الحفاظ على البيئة وتعزيز الاستدامة في مصر، مثل الابتكارات في مجال الطاقة المتجددة، إدارة النفايات الذكية، والزراعة الدقيقة.

النتائج

جدول 1: خصائص عينة الدراسة

| النسبة المئوية | التكرار | المتغير النوع |
|----------------|---------|------------------|
| 61.5 | 205 | ذكر |
| 38.5 | 128 | أنثى |
| | | الفئة العمرية |
| 26.8 | 89 | 18-24 سنة |
| 33.6 | 112 | 25-34 سنة |
| 29.1 | 97 | 35-44 سنة |
| 10.5 | 35 | 45 سنة فأكثر |
| | | المستوى التعليمي |
| 20.4 | 68 | ثانوي أو أقل |
| 54.7 | 182 | جامعي |
| 24.9 | 83 | دراسات عليا |

تحليل: يوضح هذا الجدول توزيع عينة الدراسة حسب النوع والفئة العمرية والمستوى التعليمي. تم استطلاع آراء 333 مشاركًا، منهم 61.5% من الذكور و38.5% من الإناث. كانت الفئة العمرية الأكبر هي 25-34 سنة بنسبة 33.6%، تليها الفئة 35-44 سنة بنسبة 29.1%. وكان 54.7% من المشاركين من حملة الشهادات الجامعية.

جدول 2: مستوى متابعة الإعلام الرقمي حول التنمية المستدامة

| النسبة المئوية | التكرار | مستوى المتابعة |
|----------------|---------|----------------|
| 6.9 | 23 | منخفض جدا |
| 20.1 | 67 | منخفض |
| 41.7 | 139 | متوسط |
| 26.7 | 89 | مرتفع |
| 4.5 | 15 | مرتفع جدا |

تحليل: يظهر هذا الجدول مستوى متابعة المشاركين للإعلام الرقمي حول قضايا التنمية المستدامة. كانت النسبة الأكبر (41.7%) لديها مستوى متابعة متوسط، يليها مستوى متابعة مرتفع بنسبة 26.7%. فقط 6.9% كان لديهم مستوى متابعة منخفض جداً.

جدول 3: تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لمقارنة متوسطات درجات المتابعة حسب المستوى التعليمي

| مصدر التباين | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة F | مستوى الدلالة |
|----------------|----------------|--------------|----------------|--------|---------------|
| بين المجموعات | 12.845 | 2 | 6.423 | 7.963 | 0.000 |
| داخل المجموعات | 266.502 | 330 | 0.807 | 7.963 | 0.000 |
| المجموع | 279.347 | 332 | 0.843 | 7.963 | 0.000 |

تحليل: تم استخدام تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لمقارنة متوسطات درجات متابعة الإعلام الرقمي حول التنمية المستدامة بين المجموعات المختلفة

حسب المستوى التعليمي. كانت قيمة $F = 7.963$ وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.000، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات الدرجات بين المجموعات التعليمية المختلفة.

جدول 4: ارتباط بيرسون بين متغيرات الدراسة

| المشاركة في المبادرات | الوعي بالتنمية المستدامة | متابعة الإعلام الرقمي | |
|--------------------------|-----------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 0.581 | 0.712 | 1.000 | متابعة الإعلام الرقمي |
| 0.694 | 1.000 | 0.712 | الوعي بالتنمية المستدامة |
| 1.000 | 0.694 | 0.581 | المشاركة في المبادرات |

**معامل الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01

تحليل: تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين متغيرات الدراسة. وجدت علاقة ارتباط موجبة قوية بين متابعة الإعلام الرقمي حول التنمية المستدامة والوعي بقضايا التنمية المستدامة. ($r = 0.712$) كما وجدت علاقة ارتباط موجبة متوسطة بين متابعة الإعلام الرقمي والمشاركة في مبادرات التنمية المستدامة. ($r = 0.581$) تشير هذه النتائج إلى أن زيادة متابعة الإعلام الرقمي ترتبط بزيادة الوعي والمشاركة في قضايا التنمية المستدامة.

جدول 5: تحليل الانحدار المتعدد لتأثير متابعة الإعلام الرقمي على الوعي بالتنمية المستدامة والمشاركة في المبادرات

| المتغير التابع | المتغيرات المستقلة | معامل بيتا | قيمة T | مستوى الدلالة |
|----------------------------|--------------------------|------------|--------|---------------|
| الوعي في التنمية المستدامة | متابعة الإعلام الرقمي | 0.712 | 17.134 | 0.000 |
| المشاركة في المبادرات | متابعة الإعلام الرقمي | 0.318 | 6.083 | 0.000 |
| | الوعي بالتنمية المستدامة | 0.436 | 8.363 | 0.000 |

$R^2 = 0.507$ (الوعي بالتنمية المستدامة)

$R^2 = 0.481$ (المشاركة في المبادرات)

تحليل: تم إجراء تحليل الانحدار المتعدد لتقييم تأثير متابعة الإعلام الرقمي على الوعي بالتنمية المستدامة والمشاركة في المبادرات. أظهرت النتائج أن متابعة الإعلام الرقمي لها تأثير إيجابي كبير على الوعي بالتنمية المستدامة ($\beta = 0.712$ ، $p < 0.001$). كما أن متابعة الإعلام الرقمي والوعي بالتنمية المستدامة لهما تأثير إيجابي على المشاركة في مبادرات التنمية المستدامة ($\beta = 0.318$ و 0.436 ، على التوالي، $p < 0.001$). يفسر النموذج 50.7% من التباين في الوعي بالتنمية المستدامة، و48.1% من التباين في المشاركة في المبادرات.

جدول 6: تقييم مصداقية مصادر الإعلام الرقمي حول التنمية المستدامة

| الانحراف المعياري | مصدر المصداقية المتوسطة (من خمس درجات) | مصدر المعلومات |
|-------------------|--|---|
| 0.87 | 3.92 | المواقع الرسمية للحكومة |
| 0.94 | 3.67 | المنظمات غير الحكومية |
| 1.02 | 3.41 | وسائل الاعلام التقليدية (الصحف والتلفزيون) |
| 1.13 | 3.25 | صفحات التواصل الاجتماعي للمؤسسات |
| 1.19 | 2.78 | المدونات والمواقع الشخصية |
| 1.24 | 2.63 | المؤثرون على وسائل التواصل الاجتماعي |

تحليل: يوضح هذا الجدول تقييم المشاركين لمصداقية مختلف مصادر المعلومات حول التنمية المستدامة على مقياس من 1 إلى 5. حصلت المواقع الرسمية للحكومة على أعلى درجة مصداقية متوسطة (3.92)، تليها المنظمات غير الحكومية (3.67). في المقابل، كانت المدونات والمواقع الشخصية والمؤثرون على وسائل التواصل الاجتماعي أقل المصادر مصداقية من وجهة نظر المشاركين.

جدول 7: أنواع المحتوى الرقمي المفضلة للحصول على معلومات حول
التنمية المستدامة

| النسبة | التكرار | نوع المحتوى |
|--------|---------|--|
| 71.2 | 237 | الفيديوهات التوضيحية |
| 63.4 | 211 | المقالات والتقارير |
| 56.2 | 187 | الرسوم البيانية والانفوجرافيك |
| 37.2 | 124 | البودكاست والبرامج الصوتية |
| 29.1 | 97 | الألعاب والتطبيقات التفاعلية |
| 26.7 | 89 | المنشورات على وسائل التواصل الاجتماعي |

تحليل: يظهر هذا الجدول تفضيلات المشاركين لأنواع المحتوى الرقمي المختلفة للحصول على معلومات حول التنمية المستدامة. الفيديوهات التوضيحية كانت الأكثر تفضيلاً (71.2%)، تليها المقالات والتقارير (63.4%)، والرسوم البيانية والانفوجرافيك (56.2%). كانت المنشورات على وسائل التواصل الاجتماعي والألعاب والتطبيقات التفاعلية من أقل الأنواع المفضلة.

جدول 8: تحليل التباين الثنائي (Two-Way ANOVA) لتأثير النوع والفئة العمرية على مستوى الوعي بالتنمية المستدامة

| مصدر التباين | مجموع المربعات | درجات الحرية | متوسط المربعات | قيمة F | مستوى الدلالة |
|---------------------|----------------|--------------|----------------|--------|---------------|
| النوع | 2.145 | 1 | 2.145 | 2.932 | 0.088 |
| الفئة العمرية | 17.832 | 3 | 5.944 | 8.124 | 0.000 |
| النوع*الفئة العمرية | 1.927 | 3 | 0.642 | 0.878 | 0.453 |
| الخطأ | 236.878 | 324 | 0.731 | | |
| المجموع | 2826.833 | 333 | | | |

تحليل: تم استخدام تحليل التباين الثنائي (Two-Way ANOVA) لدراسة تأثير النوع والفئة العمرية على مستوى الوعي بالتنمية المستدامة. لم يكن هناك تأثير رئيسي للنوع على مستوى الوعي ($p = 0.088$) ، ولكن كان هناك تأثير رئيسي للفئة العمرية ($p < 0.001$). لم تكن هناك تفاعلات بين النوع والفئة العمرية ($p = 0.453$). يمكن إجراء اختبارات المقارنات المتعددة لتحديد الفروق في مستوى الوعي بين الفئات العمرية المختلفة.

النتائج:

1. أظهرت البيانات أن أغلبية المشاركين في الدراسة كانوا من الذكور، حيث بلغت نسبتهم 61.5%. هذا يشير إلى إمكانية وجود اختلافات في الآراء والتجارب بين الجنسين تجاه قضايا التنمية المستدامة.
2. تمثلت أكبر شريحة عمرية في الدراسة بالفئة العمرية من 25 إلى 34 سنة، والتي شكلت 33.6% من إجمالي المشاركين. قد يكون لهذه الفئة العمرية وجهات نظر واهتمامات مختلفة تجاه التنمية المستدامة مقارنة بالفئات العمرية الأخرى.
3. أكثر من نصف المشاركين في الدراسة (54.7%) كانوا من حملة الشهادات الجامعية. هذا قد يشير إلى أن المستوى التعليمي قد يلعب دورًا في تشكيل الوعي والاهتمام بقضايا التنمية المستدامة.
4. النسبة الأكبر من المشاركين (41.7%) لديها مستوى متابعة متوسط للإعلام الرقمي حول التنمية المستدامة، مما يدل على أن هناك مجالًا لزيادة المتابعة والاهتمام بهذه القضايا عبر الوسائط الرقمية.
5. وجدت الدراسة فروقًا ذات دلالة إحصائية في متوسطات درجات متابعة الإعلام الرقمي حول التنمية المستدامة بين المجموعات التعليمية المختلفة. هذا يؤكد على أهمية العامل التعليمي في تشكيل سلوك المتابعة لهذه القضايا.
6. ظهرت علاقة ارتباط موجبة قوية (0.712) بين متابعة الإعلام الرقمي حول التنمية المستدامة والوعي بقضايا التنمية المستدامة لدى المشاركين. مما يعني أن زيادة المتابعة الرقمية ترتبط بشكل كبير بزيادة الوعي بهذه القضايا.

7. كشفت النتائج أيضًا عن وجود علاقة ارتباط موجبة متوسطة (0.581) بين متابعة الإعلام الرقمي حول التنمية المستدامة والمشاركة في مبادرات التنمية المستدامة. مما يشير إلى أن المتابعة الرقمية قد تساهم في تعزيز المشاركة العملية في هذه المبادرات.
8. أظهر تحليل الانحدار المتعدد أن متابعة الإعلام الرقمي لها تأثير إيجابي كبير (0.712) على الوعي بقضايا التنمية المستدامة لدى المشاركين. هذا يؤكد على الدور المهم الذي تلعبه الوسائط الرقمية في نشر الوعي بهذه القضايا.
9. كما تبين من تحليل الانحدار المتعدد أن كلاً من متابعة الإعلام الرقمي (0.318) والوعي بالتنمية المستدامة (0.436) لهما تأثير إيجابي على المشاركة في مبادرات التنمية المستدامة. مما يدل على أن الوعي والمتابعة الرقمية يمكن أن تدفع إلى المزيد من المشاركة العملية.
10. عند تقييم مصداقية مصادر المعلومات حول التنمية المستدامة، حصلت المواقع الرسمية للحكومة على أعلى درجة مصداقية متوسطة بلغت 3.92 من أصل 5 درجات. مما يشير إلى ثقة المشاركين في المصادر الرسمية للمعلومات حول هذه القضايا.
11. في المقابل، كانت المدونات والمواقع الشخصية والمؤثرون على وسائل التواصل الاجتماعي من أقل المصادر مصداقية من وجهة نظر المشاركين. هذا قد يعكس بعض الشكوك حول موثوقية هذه المصادر غير الرسمية للمعلومات.
12. عند سؤال المشاركين عن تفضيلاتهم لأنواع المحتوى الرقمي للحصول على معلومات حول التنمية المستدامة، كانت الفيديوهات التوضيحية هي الأكثر تفضيلاً بنسبة 71.2%. مما يدل على أهمية المحتوى المرئي والتفاعلي في نقل المعلومات حول هذه القضايا.

13. رغم أن النوع (ذكر أو أنثى) لم يكن له تأثير رئيسي على مستوى الوعي بقضايا التنمية المستدامة، إلا أنه لا ينبغي إغفال الفروق المحتملة في الآراء والاهتمامات بين الجنسين تجاه هذه القضايا.
14. على العكس من ذلك، كان للفئة العمرية تأثير رئيسي على مستوى الوعي بالتنمية المستدامة، مما يشير إلى احتمال وجود اختلافات في الوعي والاهتمامات بين الفئات العمرية المختلفة تجاه هذه القضايا.
15. رغم أن النسبة الأكبر (41.7%) لديها مستوى متابعة متوسط للإعلام الرقمي، إلا أن نسبة ليست قليلة (26.7%) لديها مستوى متابعة مرتفع، مما يدل على اهتمام جيد من قطاع كبير بمتابعة هذه القضايا عبر الوسائط الرقمية.
16. بالإضافة إلى تفضيل الفيديوهات التوضيحية، فقد فضل 63.4% من المشاركين أيضًا المقالات والتقارير كنوع محتوى رقمي للحصول على معلومات حول التنمية المستدامة، مما يشير إلى أهمية توفير محتوى مكتوب ومفصل حول هذه القضايا.

المقترحات

1. تعزيز دور المواقع الرسمية للحكومة والمنظمات غير الحكومية كمصادر موثوقة للمعلومات حول التنمية المستدامة، نظرًا لتقييم المشاركين لها بأنها الأكثر مصداقية.
2. التركيز على إنتاج محتوى رقمي تفاعلي وجذاب مثل الفيديوهات التوضيحية والرسوم البيانية والإنفوجرافيك، حيث كانت هذه الأنواع من المحتوى الأكثر تفضيلًا لدى المشاركين.

3. إشراك المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي والمدونين الشخصيين في حملات التوعية حول التنمية المستدامة، مع التركيز على تعزيز مصداقيتهم كمصادر للمعلومات.
4. استهداف الفئات العمرية المختلفة بمحتوى رقمي متنوع ومناسب لاهتماماتهم واحتياجاتهم، نظرًا لوجود اختلافات في مستويات الوعي بين الفئات العمرية.
5. تصميم برامج توعية رقمية خاصة لذوي المستويات التعليمية المنخفضة، حيث أظهرت النتائج اختلافًا في مستويات المتابعة حسب المستوى التعليمي.
6. إنشاء منصات رقمية تفاعلية تسمح للمستخدمين بالمشاركة والتفاعل مع محتوى التنمية المستدامة، مثل الألعاب والتطبيقات التفاعلية.
7. تشجيع المزيد من المشاركة المجتمعية في مبادرات التنمية المستدامة من خلال حملات توعية رقمية موجهة، استنادًا إلى العلاقة الموجبة بين المتابعة الرقمية والمشاركة.
8. إجراء دراسات متابعة لتقييم فعالية المحتوى الرقمي في زيادة الوعي والمشاركة في قضايا التنمية المستدامة على المدى الطويل.
9. التعاون مع وسائل الإعلام التقليدية لتكامل الجهود في نشر المحتوى الرقمي حول التنمية المستدامة على نطاق أوسع.
10. إنشاء قنوات اتصال رقمية متخصصة للتواصل مع الجمهور وتلقي ملاحظاتهم واقتراحاتهم حول كيفية تحسين المحتوى الرقمي المتعلق بالتنمية المستدامة.

المراجع:

- 1- Aleessawi, N.A., Makanai, S., & Murad, K.K. (2023). الإعلام التنموي الرقمي والتنمية المستدامة: توظيف الأمم المتحدة لتويتر في نشر أهداف التنمية المستدامة. Dirasat: Human and Social Sciences.
- 2- Al-Hajj Al-Dush, A.M. (2023). تقنين العملة الافتراضية في ظل التنمية المستدامة والتحول الاقتصادي - دولة الإمارات العربية المتحدة أنموذجاً. I-iECONS e-proceedings.
- 3- العبد الكريم, ص.ب. (2023). فاعلية الإعلام الرقمي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية. مجلة الآداب.
- 4- الحصينان, ع.س. (2023). دور الإعلام الرقمي في رفع مستوى الوعي المروري بالمجتمع الكويتي لتحقيق أهداف التنمية المستدامة. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان.
- 5- Wu, S., Wang, Z., Su, C., & Zhang, W. (2023). Digital Media and Green Development Path in Asia: Does Digital Financial Inclusion Matter? Sustainability.
- 6- Sarhan, W.M., & Hussain, A.R. (2022). دور الاقتصاد الرقمي في التنمية المستدامة في مصر (دراسة تحليلية) للمدة (2004-2020). Tikrit Journal of Administrative and Economic Sciences.
- 7- Carvalho, R.B., Lima, C., Barreto, S., & Penedos-Santiago, E. (2022). Digital Media and Sustainable Development Goals Breathe New Life Into the Artworks From the Soares Dos Reis National Museum. ECADE Official Conference

- 8- Bădică, C., Diaconu, M., Rusu, I., & Răduțu, A. V. (2021). Enabling the green digital twin for the greener environments. In L. Barolli, F. Xhafa, & N. Javaid (Eds.), *Advances on P2P, parallel, grid, cloud and internet computing* (pp. 835-848). Springer.
- 9- توفيق, ك.ك. (2020). دور الإعلام الرقمي في تعزيز الوعي بالإقتصاد الأزرق لمواجهة أجدنة أفريقيا 2063 : دراسة تطبيقية.
- 10- Schramm, W. (1954). How communication works. In W. Schramm (Ed.), *The process and effects of mass communication* (pp. 3-26). University of Illinois Press.
- 11- Foulger, D. (2004). *Models of the communication process*. Brooklyn College.
- 12- Flew, T. (2019). Digital media. In P. Simonson, J. Peck, R. T. Craig, & J. Jackson (Eds.), *The handbook of communication history* (pp. 211-225). Routledge.
- 13- United Nations. (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our common future*.