

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

نائب رئيس التحرير: أ.م.د/ سامح عبدالغني - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)

أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير:

أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ/ جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

التدقيق اللغوي:

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد التاسع والستون - الجزء الأول - جمادى الآخر ١٤٤٥هـ - يناير ٢٠٢٤م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وأخر بالغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق
بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

محتويات العدد

- ٩ ■ اتجاه الأكاديميين وأخصائي الإعلام التربوي نحو توظيف برنامج الذكاء الاصطناعي (ChatGPT) في الأبحاث العلمية وإنتاج المحتوى
أ.م.د/ نوره حمدي محمد أبو سنة
- ٧٣ ■ إدارة البصمة الرقمية لمستخدمي الإنترنت في ضوء نظرية إدارة خصوصية الاتصالات - دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الإنترنت بجمهورية مصر العربية
د/ وسام محمد أحمد حسن
- ١٦٥ ■ مفاهيم المشاركة وتطورها من المجال العام التقليدي حتى المجال العام الافتراضي - دراسة في تطور نظرية المجال العام عند هابرماس
د/ رويدا أحمد طلب محمد
- ١٩٥ ■ الأنشطة الاتصالية لمنظمات المجتمع المدني ودورها في تحقيق التنمية المستدامة - دراسة تحليلية لصفحة مؤسسة مصر الخير بالفييس بوك
د/ هاجر محمد نوبي علي
- ٢٥٣ ■ دور البرامج الدينية المترجمة إلى لغة الإشارة المقدمة في الفضائيات المصرية في زيادة الوعي الديني لدى الصم وضعاف السمع
د/ عبد الرحمن شوقي محمد يونس
- ٢٩٩ ■ نتوغرافيا التحدث وتجاوزها للثوابت المجالية والفيزيقية لثالث الأزمة (الغذاء، الحرب، المناخ): دراسة تفسيرية للنمط التفاعلي عند الجمهور النشط باليوتيوب والفييسبوك من منظور «Dell Hymes»
د/ فوزية فراح

٣٦٩

■ تعرض الجمهور المصري للإعلانات الدوائية على الفيس بوك وعلاقته
بسلوكهم الشرائي (دراسة ميدانية) د/ منى سمير محمد محمد

٤٣٧

■ دور منصات التواصل الاجتماعي في توعية أخصائي الإعلام التربوي
بأدوات التحول الرقمي وتقنيات الذكاء الاصطناعي
د/ هالة غزالي محمد الربية

٤٩٧

■ معالجة البرامج الوثائقية الاستقصائية لقضايا الغموض (سلسلة
الصندوق الأسود نموذجًا) سمر عبد الكريم، د/ علاء الدين محمد

٥٤٥

■ معالجة الدراما المصرية لظاهرة الطلاق واتجاهات المرأة المصرية نحوها
«دراسة ميدانية» أميرة عبدالله محمد مصطفى

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

«وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ
إِلَى عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ»

سورة التوبة - الآية (١٠٥)

بقلم: الأستاذ الدكتور

رضا عبد الواحد أمين

رئيس التحرير

الافتتاحية

مجلة البحوث الإعلامية .. ثلاثون عاما من الريادة والتميز

الحمد لله والصلاة والسلام على سيدنا رسول الله .
وبعد

أعزاءنا القراء من الباحثين والمهتمين بعلوم الإعلام والاتصال بفروعه المختلفة، نعتز بأن نقدم لكم العدد التاسع والستين من مجلة البحوث الإعلامية الصادرة عن كلية الإعلام جامعة الأزهر، والذي يصادف مرور ثلاثين عاما على إنشائها، حيث صدر العدد الأول منها عام ١٩٩٣م ، والتي نعتز فيها بإقامة جسور تواصل علمية مع نخبة من أكفأ الأساتذة الأفاضل في مجال التخصص لتحكيم وتقيق البحوث العلمية والدراسات المجازة للنشر ، وصولا إلى الغاية المبتغاة ، وهي الارتقاء بالعملية البحثية ، وقيادة المجتمع العلمي للممارسات التي من شأنها الحفاظ على قوة ومكانة الدورية العلمية محليا وإقليميا وعالميا، مع التأكيد على أن عملية التحكيم تتم في جميع مراحلها عبر النظام الإلكتروني للمجلة، وأن البحث الواحد يحكم من قبل اثنين من الأساتذة في تخصص البحث بالنظام المعمى اتساقا مع المعايير العالمية في مراجعة البحوث والدراسات المعدة للنشر في الدوريات العلمية المرموقة.

وكم يسعدنا أن نتلقى ردود الفعل المثنية - من الباحثين - على الانضباط في كل عمليات التعامل مع البحث والباحث من المتابعة المستمرة ، وتجسير الهوة الزمنية بين تاريخ استقبال البحث وتاريخ نشره أو إجازته للنشر ، دون أن يؤثر ذلك على جودة كل المراحل التي يتم التعامل فيها مع البحث ، كما أن هناك نظام داخلي للتدقيق المستمر للتأكد من الشفافية والعدالة والموضوعية في كل بحث يتم الاتفاق على إجازته للنشر من قبل الأساتذة المحكمين.

وترجمة لهذه الثقة المطردة من قبل الباحثين والأساتذة فإننا يسرنا أن نعلن أن عدد قراءة الدراسات المنشورة في الموقع الإلكتروني للمجلة وهو : <https://jsb.journals.ekb.eg/> زاد عن ٨٥٠ ألف قراءة ، وأن عدد تحميل البحوث Download بلغت ٩٢٠ ألفا وفقا لإحصائيات الموقع الإلكتروني في نهاية ديسمبر ٢٠٢٣م، وذلك بخلاف الاطلاع على النسخ الورقية في مكتبة كلية الإعلام جامعة الأزهر أو المكتبة المركزية بالجامعة أو أي وسيلة أخرى.

وهذا الأمر يضاعف من المسؤوليات الملقاة على عاتق أسرة تحرير المجلة التي تعمل على المضي قدما في عمليات التحديث والتطوير ، في محاولة للإسهام الفاعل في البيئة العلمية والبحثية في تخصص مهم هو الإعلام والاتصال ، ونسأل الله أن يكون ذلك كله من باب العلم الذي ينتفع به ، و ندعوه سبحانه أن يجعل كل ما يتم من عمليات مستمرة في مجلة البحوث الإعلامية خدمة للباحثين والمهتمين في ميزان حسنات كل من له دور في ذلك ، وإنما التوفيق والعون من الله وحده ، فله - سبحانه - الحمد في الأولى والآخرة ، « وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ » (الآية رقم ٨٨ من سورة هود)

أ.د/ رضا عبد الواحد أمين

عميد كلية الإعلام جامعة الأزهر

ورئيس التحرير

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	السنة	نقاط المجلة
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكنيية، كلية الإعلام	2536- 9393	2735- 4008	2023	7
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 914X	2682- 4663	2023	7
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	2536- 9237	2735- 4326	2023	7
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9158	2682- 4620	2023	7
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9131	2682- 4671	2023	7
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	1110- 5836	2682- 4647	2023	7
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	1110- 5844	2682- 4655	2023	7
8	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110- 9297	2682- 292X	2023	7
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق	2357- 0407	2735- 4016	2023	7
10	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الإعلام العربية	2356- 9891	2682- 4639	2023	7
11	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	2314- 8721	2314- 873X	2023	7
12	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بني سويف، كلية الإعلام	2735- 3796	2735- 377X	2023	7
13	الدراسات الإعلامية	المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات	جمعية تكنولوجيا البحث العلمي والفنون	2812- 4812	2812- 4820	2023	7

الأنشطة الاتصالية لمنظمات المجتمع المدني ودورها
في تحقيق التنمية المستدامة - دراسة تحليلية لصفحة
مؤسسة مصر الخير بالفيس بوك

- **Communication Activities of Civil Society Organizations
and Their Role in Achieving Sustainable Development
An Analytical Study of the Misr Al Khair Foundation**

Facebook Page

د / هاجر محمد نوبي علي ●

مدرّس العلاقات العامّة والإعلان- قسم الإعلام- كَلْيَة الآداب- جامعة حلوان.

Email: hagernopy@arts.helwan.edu.eg

ملخص الدراسة

سعت الدراسة للتعرف على تقييم الجهود الاتصالية للمؤسسات الخيرية في تحقيق التنمية المستدامة، وذلك بالتطبيق على رؤية 2030، من خلال رصد الأنشطة الاتصالية لمؤسسة مصر الخير على صفحتها في فيسبوك، ومعرفة الاستراتيجيات الاتصالية والاستمارات التي توظفها على الصفحة، وذلك في محاولة لمعرفة دور الأنشطة الاتصالية لمؤسسة مصر الخير - كونها إحدى منظمات المجتمع المدني - ودورها في تحقيق ودعم التنمية المستدامة عبر صفحتها في فيسبوك، وكذلك رصد وتوصيف أبرز قضايا التنمية المستدامة التي تناولتها المؤسسة، وذلك بسحب عينة الدراسة التحليلية اعتمادًا على أسلوب الحصر الشامل للمواد المنشورة لمؤسسة مصر الخير على صفحتها في فيسبوك خلال مدة زمنية بلغت (7 شهور): من 1/1/2022 حتى 31/7/2022، وقد بلغ عدد المنشورات التي حلتها الدراسة (211 منشورًا)، وأظهرت الدراسة تنوع الأنشطة الاتصالية التي استخدمتها صفحة مؤسسة مصر الخير على فيسبوك، ووجود علاقة دالة إحصائيًا بين غالبية الأنشطة الاتصالية التي استخدمتها المؤسسة وقضايا التنمية المستدامة، ولأحظت الباحثة ارتفاع نسبة مشاهدة الفيديوهات بوصفها أحد القوالب الفنية التي وظفتها مؤسسة مصر الخير وكانت جميعها من نصيب قضية القضاء على الفقر.

الكلمات المفتاحية: الأنشطة الاتصالية - التنمية المستدامة - منظمات المجتمع المدني

Abstract

This study seeks to monitor the communication activities of the foundation. Misr Al-Khair on its Facebook page, and to know the communication strategies that are employed on the page, in an attempt to know the role of the communication activities carried out by the organization, the sample of the study - as one of the civil society organizations - and its role in achieving and supporting the sustainable development that it carries out on its Facebook page, as well as monitoring and describing the most prominent sustainable development issues that were addressed and covered by the Foundation. The sample for the analytical study was drawn based on the method of a comprehensive inventory of the materials published by the Misr El Kheir Foundation on its Facebook page during the time period (7 months). Which started on 1/1/2022 and ended on 7/31/2022, and the number of posts that were analyzed reached (211 posts). The study showed the diversity of communication activities used by the Misr Al Khair Foundation page on Facebook. It also showed the existence of a statistically significant relationship between The majority of the communication activities used by the Foundation dealt with sustainable development issues, and the researcher noted the high rate of watching videos as it was one of the artistic templates employed by the Misr El Kheir Foundation, all of which were for the cause of eradicating poverty.

Keywords: Communications Activities – Sustainable Development – Civil Society Organization.

تتميز مؤسسات المجتمع المدني بصفات يمكنها أن تدعم تحقيق أهداف التنمية المستدامة، كما أن لها خصوصيتها عن السوق والدولة، وخدمتها للصالح العام، وهذه المميزات تجعل المجتمع المدني فاعلاً لتحقيق أهداف التنمية، خاصة وأن مؤسساته تدعم التنمية المنطلقة من القاعدة الشعبية، وتؤكد المسؤولية المشتركة للدولة، والقطاع الخاص والمجتمع المدني، إضافة إلى التكاملية وسرعة وصول الخدمات (للمستهدفين) من خلال المتبرعين والمتطوعين والعاملين... إلخ، وقد أكد المفكرون وصانعو السياسات العلاقة القوية المتبادلة بين مؤسسات "المجتمع المدني" و"التنمية" بكل أشكالها: الاقتصادية والاجتماعية والبشرية والمستدامة، وأيضاً أهداف التنمية المستدامة 2030، مما جعل بعضهم يقرر أن تحقيق أهداف التنمية المستدامة سيحتاج إلى إسهام ومشاركة كل من الحكومات، والقطاع الخاص، والمجتمع المدني، والمؤسسات الدولية، والأوساط العلمية.

ولما كانت التنمية الهدف الاستراتيجي الذي تسعى إليه الدولة المصرية خلال الفترة المقبلة، خاصة في ظل ما تواجهه من تحديات، ولما كانت منظمات المجتمع المدني، وخاصة المؤسسات الخيرية، أحد المصادر التي تسهم بشكل كبير في تحقيق تنمية شاملة يستفيد منها الجميع حاضراً ومستقبلاً، ولما كانت مواقع التواصل الاجتماعي تمثل ركناً أساسياً من أركان الإعلام الجديد الذي أصبح يؤدي دوراً كبيراً ومهماً كأداة للتعبئة الجماهيرية، فقد سعت الدراسة للتعرف على تقييم الجهود الاتصالية للمؤسسات الخيرية في تحقيق التنمية المستدامة، وذلك بالتطبيق على رؤية 2030.

أولاً: مشكلة الدراسة:

تسعى الدراسة لرصد الأنشطة الاتصالية لمؤسسة مصر الخير على صفحتها بفيسبوك، ومعرفة الاستراتيجيات الاتصالية والاستمالات التي توظفها في الصفحة، وذلك في

محاولة لمعرفة الأنشطة الاتصالية للمؤسسة - بوصفها إحدى منظمات المجتمع المدني - ودورها في تحقيق ودعم التنمية المستدامة على صفحتها في فيسبوك، وكذلك رصد وتوصيف أبرز قضايا التنمية المستدامة التي تتناولها المؤسسة.

ثانياً: أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في الآتي:

الأهمية العلمية:

1- يواكب موضوع الدراسة الحالية الاتجاهات الإعلامية الحديثة، التي تركّز على

دور الإعلام الجديد، وما تتناوله مواقع التواصل الاجتماعي، في تحقيق قضايا

التنمية المستدامة، بدلاً من التركيز على وسائل الإعلام التقليدية، وهو الاتجاه

الذي كان سائداً من قبل.

2- تُعدّ شبكات التواصل الاجتماعي مصدراً لنشر الثقافة، ولها دور فعال في توجيه

الجمهور سلباً أو إيجاباً.

3- تُعدّ قضايا التنمية المستدامة من الموضوعات المهمة التي تحتاج إلى استخدام

شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك لخدمة المجتمع، من خلال رفع مستوى

القدرات والعمل على خلق المشاركة الإيجابية من جانب الجمهور.

4- التنمية هي القضية الرئيسية والمحورية للارتقاء بالإنسان، وجعله قادراً على

مواجهة تحديات الحاضر ومتغيرات المستقبل، من خلال عرض علمي هدفه

جذب الانتباه لأهمية دور الإعلام الجديد، التي تُعدّ الأساس في إنجاح خطط

التنمية بوجه عام.

الأهمية التطبيقية:

1- تأتي الأهمية العملية من الدور الفعّال لمواقع التواصل الاجتماعي ودورها في

تحقيق قضايا التنمية المستدامة، وذلك من خلال ما تعرضه صفحة مؤسسة

مصر الخير من حملات تسهم بشكل كبير في بناء مجتمع إلكتروني للتنمية، من

خلال مشاركة الجمهور المتابع في نشر هذه الثقافة والعمل على تحقيقها، مما

يفيد القائمين على الصفحة في تخطيط اتصالات التنمية المستدامة.

2- الاستفادة من نموذج "مؤسسة مصر الخير" ودورها التنموي لغيرها من مؤسسات المجتمع المدني في مصر، خاصة مع ما يقرب من 52 ألف مؤسسة مجتمع مدني في مصر وفقاً لتقارير وزارة التضامن الاجتماعي⁽¹⁾، التي يمكن أن يكون لها دور في تنمية المجتمع.

ثالثاً: الدراسات السابقة:

1- استهدفت دراسة (أيمن بريك، 2016)⁽²⁾ رصد دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب المصري بقضايا التنمية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، وأشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع معدلات استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي، وجاء في المرتبة الأولى "فيسبوك"، وفي المرتبة الثانية "تويتر"، ثم "يوتيوب"، وجاءت مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة الوسائل التي يعتمد عليها في الحصول على قضايا التنمية، يليها الصحف الورقية، ثم الإذاعة، والمؤتمرات والندوات والأصدقاء والمعارف، وجاء وعي الشباب بقضايا التنمية المستدامة من خلال متابعتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة بنسبة 51.6%.

2- هدفت دراسة (Sylvia A. Owiny & Other, 2016)⁽³⁾ إلى استكشاف مستوى ملاءمة شبكات التواصل الاجتماعي في بناء وتأكيد معرفة ووعي الشباب بقضايا التنمية المستدامة في شرق إفريقيا، وقد استخدم الباحث المنهج التجريبي في دراسة الحالة التي أجراها، وتكون مجتمع البحث من الشباب الأمريكي الذي يستخدم الإنترنت (ما بين 18 - 24 عاماً)، ومن الذين يمتلكون حسابات على فيسبوك أيضاً، وأظهرت نتائج الدراسة: التحقق من فاعلية استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي بوصفها وسيلة لبناء وعي الشباب حول قضايا التنمية المستدامة، وذلك لأنها تتسم بالانفتاح أمام جميع الفئات العمرية وخاصة الشباب، كما أوضحت الدراسة حرية المشاركة في النقاش عبر شبكات التواصل الاجتماعي، التي أسهمت بشكل كبير في زيادة الوعي بقضايا التنمية المستدامة؛ نظراً لأنها اقتصر على من يتشاركون الاهتمام نفسها في الصفحات والموضوعات والفعاليات عبر الصفحة.

3- أشارت دراسة (أحمد عمر عبد الرسول، 2017)⁽⁴⁾ إلى إمكانية تفعيل شبكات التواصل الاجتماعي في إحداث التنمية المستدامة وتعزيز دورها في عملية نشر الوعي في أوساط المجتمعات العربية، إلى جانب استخدامها في خلق التواصل الإيجابي بين مكونات المجتمع العربي، واستخدام الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي، واعتمد في جمع المعلومات على الملاحظة والمقابلة، وخلص الباحث إلى عدد من النتائج أهمها: أن شبكات التواصل الاجتماعي تعمل على نقل المعلومات التي تتوافق مع أهداف التنمية المستدامة العربية، كما أوضحت أن شبكات التواصل الاجتماعي تعمل على تشكيل الرأي العام لتعمل على تحقيق خطط التنمية المستدامة، كما أشارت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي أسهمت في الوصول إلى للفئات المستهدفة، وسرعة جلب المتطوعين، والحصول على مصادر المعلومات، وتحقيق انسجام أكبر بين مؤسسات العمل الإنساني ومؤسسات بالدول العربية.

4- تناولت دراسة (نصر الدين عبد القادر عثمان، 2017)⁽⁵⁾ طرق توظيف الإعلام الجديد وفاعلية الأدوات والأساليب المستخدمة في نشر الوعي بقضايا التنمية المستدامة، إضافة إلى دراسة إمكانيات استخدامه، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، إضافة إلى مسح أساليب ممارسي الإعلام بأنواعه المختلفة، وقد أظهرت الدراسة نتائج أهمها أن 64% من مجتمع البحث يرون أن الإعلام الجديد لم يُوظَّف في مجال التوعية بالبيئة، في مقابل 10% رأوا أن الإعلام الجديد وُظِّف في مجال التوعية بالبيئة، كما أظهرت الدراسة أن غالبية مجتمع الدراسة (70%) أكدوا أن المؤسسات العربية لم تهتم بالإعلام الجديد في نشر الوعي بالمشكلات البيئية كما يجب.

5- هدفت دراسة (ندى بوجاجة، 2019)⁽⁶⁾ إلى إلقاء الضوء على دور فيسبوك في نشر الوعي البيئي داخل المجتمع وتحقيق التنمية المستدامة، وتأثير موقع فيسبوك في السلوكيات البيئية لمستخدميه، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الوصفي، والاستبانة، وتوصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي من بين أهم

الأَساليب ووسائل التوعية البيئية، خاصة موقع فيسبوك، الذي يسهم بشكل فعّال في التوعية البيئية وتحقيق التنمية المستدامة، وذلك عن طريق تقديم معلومات حول الحفاظ على البيئة، ونشر موضوعات عن التربية البيئية، كما أظهرت الدراسة أيضاً أن موقع فيسبوك يؤدي دوراً مهماً في التوعية البيئية من خلال توعية المستخدمين بأهمية حماية البيئة لتحقيق التنمية المستدامة.

6- كشفت دراسة (أسامه بن غازي زين، 2020)⁽⁷⁾ عن دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي بقضايا التنمية المستدامة لدى الشباب الجامعي السعودي، وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات طلاب الجامعات نحو تناول وسائل التواصل الاجتماعي لقضايا التنمية المستدامة، واعتمد البحث على منهج المسح بالعينة، والاستبانة أداة لجمع البيانات، بالتطبيق على عينة عمدية قوامها (400) مفردة من الشباب الجامعي من جامعتي (أم القرى بمكة المكرمة، وجامعة الملك عبد العزيز بجدة) بالمملكة العربية السعودية، وخلصت الدراسة إلى تأكيد وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الشباب الجامعي السعودي لوسائل التواصل الاجتماعي ومستوى وعيهم بقضايا التنمية المستدامة على وسائل التواصل الاجتماعي، وتمثلت في تكوين خلفية عن قضايا التنمية المستدامة (الترتيب الأول)، والحصول على معلومات بشأن قضايا التنمية المستدامة (الترتيب الثاني)، والتعرف على وجهات النظر المختلفة حول قضايا التنمية (الترتيب الثالث)، وفي الترتيب الرابع "يتيح لي حرية التعبير والرأي والتعليق والحوار حول قضايا التنمية المستدامة".

7- سعت دراسة (خلود عبد الله محمد ملياني، 2020)⁽⁸⁾ لتحقيق هدف رئيس يتمثل في التعرف على دور حملات التسويق الرقمي للأجهزة الحكومية في دعم خطط التنمية المستدامة لدى الشباب السعودي، والكشف عن مستوى واقعية تلك الحملات، ودرجة الثقة فيها، واستندت الدراسة في بناء متغيراتها وتفسير نتائجها إلى نظرية الاتصال الحوارية، وكذلك نموذج كرة الممرات، كما وظّفت منهج المسح، وفي إطاره أجرت مسحاً على عينة قوامها (400 مفردة) من الشباب السعودي، من

مستويات عمرية وتعليمية مختلفة، ووظفت أداة الاستبانة لمعرفة آرائهم في تلك الحملات، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: ثقة الباحثين في المضمون الذي تقدمه الحملات التسويقية عن خطط التنمية المستدامة، وأن تأثر الأفراد بمضمون الحملات التسويقية الرقمية نقطة مهمة للوصول لاستيعاب أفكار ومعلومات منها مستوى كفاءة العاملين في الأجهزة الحكومية، وحرصهم على إيصال خطط التنمية المستدامة للمجتمع ككل.

8- هدفت دراسة (مروة صبحي محمد، 2020)⁽⁹⁾ إلى قياس دور الصفحات الرسمية المصرية على وسائل التواصل الاجتماعي في دعم التنمية البيئية المستدامة، بالتطبيق على مبادرة "اتحضر للأخضر"، ووظفت الدراسة منهجي المسح وتحليل المضمون على عينة تحليلية من منشورات الصفحة، بلغت (161) منشوراً، وعينة من متابعي الصفحة بلغت (200 مفردة)، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها: فاعلية الصفحة في إشراك الجمهور المصري في الاتصالات البيئية من خلال تحفيز التفاعل بين المتابعين، وكذلك ارتفاع نسبة مشاركة الباحثين للمنشورات وممارستهم للاتصال الشفهي الإلكتروني، وأثبتت الدراسة فاعلية الصفحة بالتأثير في وعي الباحثين البيئي، كما توصلت إلى أهمية متغير اشتراك الجمهور في الاتصال البيئي في تدعيم اتجاهات الجمهور نحو الاستدامة البيئية.

9- هدفت دراسة (Amal Marzouki & Others, 2021)⁽¹⁰⁾ إلى تحليل منصات وسائل التواصل الاجتماعي وخاصة تويتر، وذلك لمعرفة واستكشاف تحقيق أهداف التنمية المستدامة داخل المدن، واستخدمت المنهج التحليلي الوصفي، وذلك بتحليل التغريدات التي اشتملت على أهداف التنمية المستدامة، وأشارت نتائج الدراسة إلى التأثير السلبي لتحقيق أهداف التنمية المستدامة في المدن والمجتمعات نتيجة جائحة كوفيد-19، إضافة إلى ارتباط أهداف التنمية المستدامة ببعضها؛ إذ يمكن لأحد الأهداف أن يؤثر في الأهداف الأخرى وذلك سلباً أو إيجاباً.

10- هدفت دراسة (رانيا الصاوي، 2021)⁽¹¹⁾ إلى رصد دور مؤسسات المجتمع المدني في تحقيق التنمية المستدامة، من خلال مجموعة من المحاور الرئيسية التي تضمنت

مفهوم التنمية المستدامة والمجتمع المدني وطبيعته، ورصد أبرز أهداف التنمية المستدامة التي ينعكس أثرها في وظائف المجتمع المدني؛ لرصد معايير قياس فاعلية المجتمع المدني، وإبراز دور مؤسسات المجتمع المدني في تنفيذ التنمية المستدامة. وقد استعانت الباحثة بالمنهج الوصفي التحليلي، إضافة إلى المنهج التاريخي لتتبع المراحل التاريخية للاهتمام بشأن البيئة وأهمية المجتمع المدني ومؤسساته في حمايتها، وقد توصلت الدراسة إلى وجود دور كبير لمؤسسات المجتمع المدني في تحقيق التنمية بصفة عامة، والتنمية المستدامة بصفة خاصة، نتيجة للتحويلات والتطورات العالمية التي شهدتها الاقتصاديات العالمية، مع تطور مفهوم التنمية من التنمية الاقتصادية إلى التنمية المستدامة التي تعمل على تحقيق التوازن بين الجانب البيئي من جهة والجانب الاقتصادي والاجتماعي من جهة أخرى، وأصبحت هناك حاجة إلى المجتمع المدني بمنظوماته المختلفة لحل المشكلات والأزمات، إضافة إلى نشر الوعي البيئي بين أفراد المجتمع.

11- تناولت دراسة (Muhammed Shajab Rahman & Others,)

(2023)⁽¹²⁾ تأثير مشاركة المرأة الريفية في زيادة الأعمال عبر وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالتنمية المستدامة في بنجلاديش، وأُجريت الدراسة على عينة قوامها (376) من رواد الأعمال بمتاجر الملابس عبر الإنترنت، وقد توصلت الدراسة إلى وجود تأثير إيجابي لمشاركة المرأة في زيادة الأعمال عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتحقيق التنمية المستدامة في بنجلاديش، التي من شأنها خلق فرص عمل للمرأة الريفية من خلال العروض والمشروعات عن طريق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، إضافة إلى ذلك، فقد أثبتت الدراسة أن إسهام دخل الأسرة عن طريق المرأة الريفية له تأثيره الإيجابي في التنمية المستدامة.

12- تناولت دراسة (Olufunmilayo Thomas Kuye & Other, 2023)

(13) دور وسائل الإعلام، التقليدية والمطبوعة والإلكترونية والجديدة ووسائل التواصل الاجتماعي بمختلف أشكالها، في تحقيق التنمية المستدامة بنيجيريا، وذلك بصفتها

أساس الحكم الرشيد، وقد استخدمت الدراسة منهج المسح، وذلك على عينة قوامها (45 مشاركاً) من قسم الاتصال الجماهيري، وأظهرت الدراسة نتائج أهمها أن معظم المبحوثين يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي مصدر معلوماتهم عن التنمية المستدامة، كما أظهرت الدراسة وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين وسائل الإعلام بمختلف أشكالها والتنمية المستدامة، وأشارت الدراسة أيضاً إلى أن وسائل الإعلام بوجه عام، والصحف والإذاعة والتلفزيون والإنترنت خاصة، تُمثّل جميعاً كياناً رئيساً في تشكيل عملية التنمية المستدامة في أي بلد.

التعليق على الدراسات السابقة:

1- اتفقت غالبية الدراسات على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي؛ إلا أنها تنوعت في حجم الدور الذي تؤديه، فقد أظهرت دراسات أن لها قدرة على التأثير في تحقيق التنمية المستدامة، كما في دراسة (Muhammed Shajab Rahman & Olufunmilayo Thomas Kuye & Other, 2023)، ودراسة (Others, 2023)، في حين اقتصر الدور في نتائج دراسات أخرى على التأثير في وعي الجمهور بالتنمية المستدامة بأبعادها المختلفة، كما في دراسة (أيمن بريك، 2016)، (Sylvia, 2016)، (A. Owiny & Other, 2016)، (أسامة بن غازي زين 2020)، دراسة (مروة صبحي محمد، 2020).

2- تفاوت حجم العينة في الدراسات المسحية، فقد اعتمدت دراسات على عينة قوامها (45 مشارك) كما في دراسة (Olufunmilayo Thomas Kuye & Other, 2023)، في حين استخدمت دراسات أخرى (400 مفردة) كما في دراسة (خلود عبد الله محمد ملياني، 2020)، وقد يرجع هذا التفاوت إلى مجتمع الدراسة؛ إذ تزيد العينة في الدراسات التي تتناول أكثر من مجتمع.

3- طُبقت معظم الدراسات على فيسبوك، الذي جاء في مقدمة وسائل التواصل الاجتماعي، يليه "تويتر"، كما في دراسة (أيمن بريك، 2016)، (ندي بوجاجة، 2019).

4- اختلفت الدراسات حول أبعاد التنمية المستدامة التي تناولتها وسائل التواصل الاجتماعي، فتناولت دراسة (مرودة صبحي محمد، 2020)، ودراسة (ندي بوجاجة، 2019) البُعد البيئي للتنمية المستدامة، بينما تناولت دراسة (Muhammed Shajab Rahman & Others, 2023) البُعد الاجتماعي للتنمية المستدامة، في حين تناولت دراسة (رانيا الصاوي، 2021) التطور والتبع التاريخي للتنمية بأبعادها المختلفة.

5- استخدمت غالبية الدراسات المسح بالاستقصاء؛ بتوظيف منهج المسح بالاستقصاء في دراسات مثل (أيمن بريك، 2016)، دراسة (ندي بوجاجة، 2019)، دراسة (أسامة بن غازي زين، 2020)، دراسة (خلود عبد الله محمد ملياني، 2020)، بينما استخدمت دراسات أخرى تحليل المضمون، كما في دراسة (Amal Marzouki & Other, 2021)، في حين استخدمت دراسة (Sylvia A. Owiny & Other, 2016) المنهج التجريبي، وجمعت دراسات أخرى بين أكثر من منهج، كما في دراسة (مرودة صبحي محمد، 2020)، واستخدمت دراسة (Sylvia A. Owiny & Other, 2016) المنهج التجريبي.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

بعد استعراض نتائج الدراسات السابقة، وجدت الباحثة أن غالبيتها تناول دور وسائل التواصل الاجتماعي بمختلف أشكالها في دعم وتحقيق ونشر الوعي بالتنمية المستدامة في مختلف الدول، كما ركّز بعضها على أحد جوانب التنمية المستدامة، مثل التنمية المستدامة البيئية، وقد استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في الجوانب الآتية:

- 1- استفادت الباحثة من استعراض الدراسات السابقة في صياغة المشكلة البحثية وتحديد الإطار المنهجي، من حيث الدراسة والمناهج المستخدمة، وصياغة تساؤلات الدراسة، والأدوات، وكذلك في تحديد الإطار النظري للدراسة.
- 2- تصميم استمارة تحليل المضمون وتحديد عناصر الدراسة التحليلية.
- 3- ساعدت الدراسات السابقة الباحثة في تفسير نتائج الدراسة الحالية.

رابعاً: الإطار النظري للدراسة:

- مدخل نظرية المجال العام **Public Sphere**:

قدم هابرماس Habermas مفهوم المجال العام الحديث حول الديمقراطية والنقاشات التي تدور حولها، وطريقة تأثير هذه النقاشات في تشكيل الديمقراطية⁽¹⁴⁾، وكيف أن هذه النقاشات تخلق مجالاً عاماً يؤدي إلى نوع من الجدل وطرح وتبادل الأفكار حولها، وأشار "هابرماس" عند حديثه عن الإنترنت إلى أن التفاعل بين المستخدمين على الإنترنت يعزز الديمقراطية وحرية النقاشات، وأضاف "هابرماس" أن النقاشات بين المستخدمين على الإنترنت تعزز التواصل وبلورة الأفكار، والسماح للقطاعات العريضة والمستبعدين من المشاركة، بشرط توافر القدرة لأي فرد من قطاعات المجتمع أن يتواصل ويعطي التغذية المرتدة على ما يطرح⁽¹⁵⁾.

ويُعرف "هابرماس" المجال العام بأنه مجتمع افتراضي أو خيالي ليس من الضروري أن يوجد في مكان معروف أو مميز، ويتكون من الأفراد الذين لهم سمات مشتركة، ومجتمعين مع بعضهم كجمهور، ويتفاعلون مع بعضهم على قدم من المساواة حول قضايا مشتركة، ويقتضي مفهوم المجال العام أن يتمتع الفرد بحرية الانتقال والحركة داخله، وبحرية التفاعل والتصرف دون أي رقابة من أي جهة كانت، ما دام لا يعتدي على القوانين العامة، كما يتمتع بحرية مناقشة الموضوعات التي تهمة ويقدر عليها، وقد كان المجال العام - تقليدياً - مفهوماً أساسياً في دراسة وسائل الإعلام والاتصالات في المجتمعات الليبرالية، وهو يمثل - بعبارة عامة - التدفق الحر للمناقشة العامة وتبادل الآراء، التي تُعدّ - بصفة خاصة - أساسية لشرعية النظم الديمقراطية⁽¹⁶⁾.

ونظرية المجال العام هي نظرية اجتماعية تشرح كيفية تطور أنواع التواصل المختلفة، واستخدامها في التنظيم الاجتماعي والأيدلوجي لمختلف المجالات في المجتمع، كما أن هذه النظرية تُعنى بتطور المجتمع في المجالات المختلفة، وتؤكد دور وسائل الإعلام المختلفة في تنظيم وتحول المجتمعات الحديثة في تشكيل الرأي العام، وأخيراً، على الرغم مما أحدثته تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة، فإنه يُفترض أن المجال العام هو الفضاء، حيث يمكن إجراء حوار عقلائي نقدي بين المواطنين بشأن القضايا

السياسية أو أمور الحكم، وأن المجتمع المدني يقدم إسهاماً جوهرياً للحوار داخل المجال العام، سواء كان تقليدياً أم افتراضياً. وقد أدت قدرة وسائل الإعلام الجديدة - وبشكل عام شبكة الإنترنت - على جمع أعداد كبيرة من الناس معاً، وإنشاء مجتمعات على الإنترنت، إلى الاعتقاد بأن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يمكن أن تساعد على إنعاش المجتمعات من خلال إنشاء مجالات عامة افتراضية⁽¹⁷⁾.

ووفقاً لما شهدته المجتمعات من انفجار في النقاش على الإنترنت والمدونات، ووسائل الإعلام الاجتماعية، مثل فيسبوك ويوتيوب وتويتر، التي تسهل إنشاء المحتوى وتبادلها؛ برز الحديث حول دور الإنترنت في الحركات الاجتماعية، وإسهامها في الأحداث المتنوعة، مثل صعود الاحتجاجات الطلابية في بريطانيا في نهاية عام 2010، ودور مواقع التواصل الاجتماعي في الثورة المصرية، واحتجاجات "وول ستريت" ضد الرأسمالية العالمية في الولايات المتحدة الأمريكية، ومن ثم فإن التأثير السياسي لوسائل الإعلام الاجتماعية يكمن في دعم المجتمع المدني وخلق المجال العام⁽¹⁸⁾.

وترى الباحثة أن مشاركة الجمهور على صفحات فيسبوك لمؤسسة مصر الخير وغيرها من المؤسسات الأخرى، التي تسعى لتحقيق التنمية المستدامة في المجتمع، تُعد من الإسهامات المهمة في عملية خلق مجال عام، نظراً لقدرة الجمهور على المشاركة والنقاش والحوار، الذي ينشأ بين متابعي الصفحة، وأيضاً مع القائمين على إدارة الصفحة للاستفسار أو التفاعل معهم، وكذلك التعليقات على آراء بعضهم، وسوف تُوظف النظرية في هذه الدراسة من خلال استناد الباحثة إليها في تحديد المشكلة البحثية، واختيار منهج الدراسة، إضافة إلى تفسير النتائج وتحليلها.

نبذة عن مؤسسة مصر الخير:

أُنشئت مؤسسة مصر الخير عام 2007 بهدف الاستمرار لأكثر من 500 عام، وذلك بالاستناد إلى هيكل مؤسسي لا يعتمد على الأشخاص بل على العمل المؤسسي؛ لأنها تعمل بأحدث طرق العمل المؤسسي التنموي والحرفية من أجل تنمية الإنسان في ستة مجالات أساسية (التكافل الاجتماعي، والتعليم، والصحة، والبحث العلمي، ومناحي الحياة، والتنمية المتكاملة) تحت مظلة واحدة هي مؤسسة مصر الخير، التي

تُعدُّ مؤسسة تنمية أهلية غير هادفة للربح، وتهدف إلى خدمة المجتمع المصري وتطويره وتمكينه من أجل العودة للحياة الكريمة في جميع ربوع مصر، وتستقبل مؤسسة مصر الخير أموال الزكاة والصدقات، وتعمل على صرف أموال الزكاة في مصارفها الشرعية، كما تستثمر أموال الصدقات للحصول على عائد يُنفق على مشروعات مختلفة، وتُعدُّ مشروعات التكافل الاجتماعي أحد البرامج التي تقدمها المؤسسة، مثل: (حملة سكن ودفا، وخلأويص لسه "للغارات" وهي حملات لمواجهة الفقر، وحملة حلم "بالتعليم اتحقق.. خيرك هيعيش" موجهة للتعليم، وحملة "بصدقك النعمة تدوم" موجهة للصحة، وحملة إفطار صائم وصك الأضحية وكارت الخير، موجهة للقضاء على الجوع، وغيرها من المشروعات الأخرى التي تنفذها المؤسسة بهدف تحقيق التنمية في المجتمع⁽¹⁹⁾.

التنمية المستدامة:

شهد مفهوم التنمية المستدامة تطوراً بعد أن ارتبط في بداية ظهوره بالبيئة والأخطار التي تسببها أنماط التنمية على مستقبل الحياة في الأرض، ثم تطور المفهوم واكتسب اتساعاً وشمولاً وتعدداً لأبعاده، مع منح أهمية خاصة للبعد الثقافي والسياسي، والتداخل بين ما هو محلي وإقليمي وعالمي، أي أن مصطلح التنمية المستدامة أخذ مفاهيم مختلفة حسب الوسط الذي يستعمله، فيوجد من يرى أن التنمية المستدامة هي حماية البيئة، ومن يرى أنها إدارة للموارد الطبيعية، وفي الأوساط ذات العلاقة بالمؤسسة الاقتصادية من يرى أن التنمية المستدامة هي إدارة الجودة والبيئة، والنزاهة وأخلاقيات الأعمال وإدارة العلاقة مع أصحاب المصالح، في حين اتفقت دول العالم في مؤتمر البيئة والتنمية (مؤتمر الأرض) في "ريودي جانيرو" عام 1992 على تعريف للتنمية المستدامة على أنها إنجاز الحق في التنمية بحيث تتحقق على نحو متساوٍ، والحاجات التنموية والبيئية لأجيال الحاضر والمستقبل⁽²⁰⁾. فالتنمية المستدامة تعبير عن التنمية التي تتسم بالاستقرار وتمتلك عوامل التواصل، وقد أُضيفت صفة المستدامة إلى التنمية لتصبح التنمية البشرية المستدامة؛ وذلك لصيانة حقوق الأجيال القادمة في التنمية؛ إذ نلاحظ أنه مع التطور المذهل للتكنولوجيا، يوجد خطر حقيقي

على استمرار الحياة والموارد الطبيعية والتوازن البيئي يؤثر في حق الأجيال القادمة⁽²¹⁾. وتتمثل التنمية المستدامة في عدد من الأبعاد الأساسية المتكاملة والمتفاعلة، هي: البعد البيئي وكل ما يتعلق بحماية البيئة، والبعد الاقتصادي وما يتعلق بتحقيق النمو الاقتصادي، وأخيراً البعد الاجتماعي وكل ما يتعلق بتحقيق العدالة الاجتماعية، وكل بُعد من هذه الأبعاد يتكون من مجموعة من العناصر، إضافة إلى المجال الثقافي والحرية⁽²²⁾.

وتوجد تعريفات عدة للتنمية المستدامة، فيوجد من يعرفها بأنها ذلك النشاط الذي يؤدي إلى الارتقاء بالرفاهية الاجتماعية أكبر قدر ممكن، مع الحرص على الموارد الطبيعية المتاحة وبأقل قدر ممكن من الإضرار والإساءة بالبيئة، ويوضح ذلك أن التنمية المستدامة تختلف عن التنمية في كونها أكثر تعقيداً وتداخلاً فيما هو اقتصادي واجتماعي وبيئي.

أما اللجنة العالمية للتنمية المستدامة فقد عرفتها على أنها: التنمية التي تفي باحتياجات الحاضر دون المجازفة بموارد أجيال المستقبل، وأشارت في تقريرها المعنون بـ "مستقبلنا المشترك" إلى الحاجة لطريق جديد للتنمية، طريق يستديم التقدم البشري ليس في أماكن قليلة، أو بعض السنين؛ بل للكرة الأرضية بأسرها وصولاً إلى المستقبل البعيد⁽²³⁾.

وترى الباحثة أن التنمية المستدامة: هي تنمية تهتم وتراعي حقوق الأجيال القادمة في الثروات الطبيعية، كما تضع الاحتياجات الأساسية للإنسان في المقام الأول، وهي أولويات الإنسان المتمثلة في تلبية احتياجاته من المسكن والغذاء والملبس وحق الإنسان في العمل، وكذلك حقه في التعليم والحصول على الرعاية الصحية، وكل ما له علاقة بتحسين مستوى معيشته، سواء على المستوى المادي أو الاجتماعي.

أهمية التنمية المستدامة:

تعدُّ التنمية المستدامة حلقة وصل بين الجيل الحالي والجيل القادم، وذلك حتى تضمن استمرارية الحياة الإنسانية، وتضمن للجيل القادم العيش الكريم والتوزيع العادل للموارد داخل الدولة الواحدة، حتى بين الدول المتعددة، وتكمن أهمية التنمية

المستدامة في أنها وسيلة لتقليص الفجوة بين الدول المتقدمة والنامية، وتؤدي دوراً كبيراً في تقليص التبعية الاقتصادية للخارج، وتوزيع الإنتاج وحماية البيئة، والعدالة الاجتماعية، وتحسين مستوى المعيشة، ورفع مستوى التعليم، وتقليص نسبة الأمية، ولتقليص هذه الفجوة وتحقيق كل هذه الأولويات لا بد من رؤية استراتيجية مدروسة واضحة، وذلك لتحقيق التنمية المستدامة بكل مجالاتها على الأجيال القادمة ليس فقط الجيل الحالي⁽²⁴⁾، وهو ما تسعى إليه غالبية المؤسسات الخيرية، ومن ضمنها مؤسسة مصر الخير، التي تهدف إلى تحقيق جميع هذه المجالات من خلال المشروعات التنموية التي تنفذها لخدمة المجتمع.

مجالات تحقيق التنمية المستدامة:

يتطلب تطبيق مفهوم التنمية المستدامة في العالم تحسين الظروف المعيشية لجميع سكان العالم بالشكل الذي يحافظ على الموارد الطبيعية، ولا يعرضها للهدر والاستنزاف غير المبرر، فالتنمية القابلة للاستمرار هي تلك التي تعمل على إشباع حاجات الإنسان وتحقيق آماله، ولتحقيق هذه المعادلة الصعبة، يتطلب الأمر التركيز على ثلاثة مجالات رئيسة ترتبط بتحقيق مفهوم التنمية المستدامة، هي⁽²⁵⁾:

- 1- تحقيق النمو الاقتصادي والعدالة، من خلال خلق ترابط بين الأنظمة والقوانين الاقتصادية العالمية، بما يكفل النمو الاقتصادي المسؤول طويل الأجل لجميع دول ومجتمعات العالم دون استثناء أو تمييز.
- 2- المحافظة على الموارد البيئية والطبيعية للأجيال المقبلة، مما يتطلب البحث المستمر لإيجاد الحلول الكفيلة للحد من الاستهلاك غير المبرر وغير الرشيد للموارد الاقتصادية، إضافة إلى الحد من استخدام العوامل الملوثة للبيئة.
- 3- تحقيق التنمية الاجتماعية في جميع أنحاء العالم من خلال إيجاد فرص العمل، وتوفير الغذاء والتعليم والرعاية الصحية للجميع، بما في ذلك توفير الماء والطاقة، إضافة إلى تنمية الموارد البشرية اللازمة لتحسين الأداء الاقتصادي، ولن يتأتى ذلك إلا من خلال سياسة تعليمية وصحية وأسرية جيدة، والعدالة والمساواة بين جميع أفراد المجتمع، وقد توالى الجهود العالمية ما بين عامي 1972 و 2002

لتأكيد ضرورة إرساء قواعد التنمية المستدامة على مستوى العالم، من خلال عقد ثلاثة مؤتمرات أرض دولية مهمة.

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق التنمية المستدامة:

يعد الأفراد هدف التنمية؛ لذا لا بد أن يكون لكل منهم دور في تطوير المجتمع، الأمر الذي يحتاج إلى توعية وتثقيف متصلين، وتعليم وتدريب مستمرين، وتأتي أهمية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة في الدول النامية من حاجة تلك الدول إلى إعلام يواكب خططها الإنمائية. وهو الدور الذي تسعى إليه غالبية منظمات المجتمع المدني، وبشكل خاص المؤسسات الخيرية التي تُفعل صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي التي تتواصل من خلالها بالجمهور؛ ويعمل ذلك على خلق المشاركة بين الأفراد في عجلة التنمية، فهو السبيل لنشر المعرفة بخطط الدولة التنموية وأهدافها.

وتؤدي مواقع التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في تحقيق التنمية المستدامة، من خلال ثلاث وظائف أساسية، هي:

- الوظيفة الإخبارية والتفسيرية لمختلف مواقع التواصل الاجتماعي.
- القدرة الإيحائية والإقناعية لهذه المواقع؛ نظراً لما لها من إقبال شديد وانتشار بالنسبة لعامة الجمهور.
- تحول مواقع التواصل الاجتماعي إلى فاعل اجتماعي، أي جانب التفاعل السياسي والاقتصادي والاجتماعي؛ لأن السلوك الإنساني هو العامل الأساسي الذي يحدد أسلوب وطريقة التعامل مع قضايا التنمية المستدامة وتفاعل الجمهور معها⁽²⁶⁾.

خامساً: أهداف الدراسة:

تستهدف الدراسة معرفة ما يلي:

- 1- التعرف على حجم متابعة الجمهور المصري لصفحة مؤسسة مصر الخير على فيسبوك.
- 2- قياس حجم استجابة الجمهور المصري لصفحة مؤسسة مصر الخير من خلال قياس (حجم الإعجاب - التفاعل - اشتراك الجمهور في الصفحة - تعليقات الجمهور).

- 3- رصد الأنشطة الاتصالية المستخدمة في صفحة مؤسسة مصر الخير على فيسبوك.
- 4- معرفة الاستراتيجيات الاتصالية التي تستخدمها المؤسسة على صفحتها في فيسبوك.
- 5- التعرف على المداخل الإقناعية التي تستخدمها المؤسسة عبر صفحتها على فيسبوك.
- 6- رصد أبرز قضايا التنمية المستدامة التي تتناولها صفحة مؤسسة مصر الخير.
- 7- الوقوف على كيفية توظيف القوالب الفنية، والأشكال الاتصالية في منشورات صفحة مؤسسة مصر الخير في نشر موضوعات التنمية المستدامة وقضاياها.

سادسا: تساؤلات الدراسة:

- 1- ما قضايا التنمية المستدامة التي تتناولها مؤسسة مصر الخير عبر صفحتها على فيسبوك؟
- 2- ما حجم متابعة الجمهور المصري لصفحة مؤسسة مصر الخير على فيسبوك؟
- 3- ما الأنشطة الاتصالية التي تستخدمها مؤسسة مصر الخير على صفحتها في فيسبوك؟
- 4- ما الاستراتيجيات الاتصالية (المعلوماتية - التفاعلية) التي تمارسها مؤسسة مصر الخير عبر صفحتها على فيسبوك لإمداد الجمهور بالمعلومات الخاصة بقضايا التنمية المستدامة؟
- 5- ما المداخل الإقناعية (العقلية - العاطفية) التي توظفها مؤسسة مصر الخير على صفحتها في فيسبوك لعرض قضايا التنمية المستدامة؟
- 6- كيف توظف مؤسسة مصر الخير الأشكال الفنية عبر صفحتها على فيسبوك لعرض قضايا التنمية المستدامة؟
- 7- كيف يستجيب الجمهور لصفحة مؤسسة مصر الخير (تعليق - إعجاب - مشاركة - مشاهدة)؟

سابعاً: التصميم المنهجي للدراسة: 1- نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية **Descriptive Studies**، التي تستخدم للوصف المجرد والمقارن للأفراد والجماعات والاتجاهات والدوافع والحاجات، وكذلك وصف النظم والمؤسسات الإعلامية والوقائع والأحداث، ومن ثم وصف وتفسير العلاقات المتبادلة بين هذه العناصر⁽²⁷⁾؛ إذ تسعى هذه الدراسة لتقييم الجهود والأنشطة الاتصالية لمؤسسة مصر الخير على صفحتها في فيسبوك ودورها في تحقيق التنمية المستدامة.

2- منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح **survey Method**، الذي يهدف إلى تسجيل الظاهرة وتحليلها وتفسيرها في ضئها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكامنة عنها وعن عناصرها، من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها⁽²⁸⁾، وتعتمد الدراسة على تحليل المضمون الكمي والكيفي، الذي يعرفه محمد عبد الحميد بأنه: "مجموعة الخطوات المنهجية، التي تسعى لاكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى، والعلاقات الارتباطية بهذه المعاني، من خلال البحث الكمي والموضوعي والمنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى⁽²⁹⁾".

3- أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي، ويأتي اعتماد الدراسة على التحليل الكيفي من واقع أسلوبه لطبيعة الدراسة التي ركزت على تقييم الأنشطة الاتصالية لمؤسسة مصر الخير ودورها في تحقيق ودعم التنمية المستدامة، وذلك بتحليل صفحتها على فيسبوك، ويعتمد التحليل الكيفي في مجال التواصل الاجتماعي على تحليل مشاركات فيسبوك، ومحتوى وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للبيانات⁽³⁰⁾.

مجتمع الدراسة وعينتها:

- يتمثل مجتمع الدراسة في صفحة مؤسسة مصر الخير على موقع فيسبوك، وقد اختيرت هذه المؤسسة لكونها من أكبر المؤسسات الخيرية على مستوى جمهورية

مصر العربية من حيث حجم أعمالها وانتشارها وحجم متابعيها، وقد اختيرت الصفحة الرسمية لمؤسسة "مصر الخير" على موقع فيسبوك بصفتها أشهر المنصات الاجتماعية وأكثرها شعبيةً على مستوى العالم، وذلك وفقاً لإحصائية تقرير الإعلام الاجتماعي 2020، فإن فيسبوك الوسيلة الأكثر شيوعاً بين الجمهور المصري، كما يمثل الوسيلة التي تزودهم بالمعلومات، إضافة إلى استخدام الشركات لفيسبوك - كأحدى وسائل التواصل الاجتماعي - في كثير من أعمالهم، والعمل على نموها في السوق، وأوضح التقرير أن فيسبوك لا يزال الأكثر استخداماً مقارنة بوسائل التواصل الاجتماعي الأخرى، إضافة إلى أن مؤسسة مصر الخير تعرض كل المجالات والمبادرات والأنشطة الاتصالية التي تنفذها على فيسبوك⁽³¹⁾.

- اختارت الباحثة أسلوب الحصر الشامل للمواد المنشورة لمؤسسة مصر الخير على صفحتها في فيسبوك، التي بلغ حجمها (211 منشوراً)، وذلك خلال فترة زمنية بلغت (7 شهور)، من 2022 /1/1 حتى 2022 /7/31، وذلك لإمكانية تحليل أكبر عدد من المنشورات، وقياس حجم التفاعل.
- وقد اختارت الباحثة تلك الفترة الزمنية نظراً لتوالي عديد من المناسبات الدينية والإنسانية، مثل: شهر رمضان والأعياد وغيرها من المناسبات الإنسانية التي تكون فيها كثافة المواد الإعلامية متزايدة، لتنافس المؤسسات الخيرية في الوصول لأكبر عدد من الجمهور في تلك الفترة.
- وحدة التحليل: هي أصغر جزء في المحتوى يختاره الباحث ويخضعه للعد والقياس، ويعبر ظهوره أو غيابه وتكراره عن دلالة معينة في رسم نتائج التحليل، وتعتمد هذه الدراسة على المنشور Post وحدة للتحليل، وقد بلغ عدد المنشورات التي حللتها الباحثة (211 منشوراً).

- فئات تحليل المضمون وتعريفاتها الإجرائية:

فئات الشكل (كيف قيل؟)	كيفية قياسها
ال قالب الفني المستخدم	- منشور مصاحب لهاشاج
	- نص مصاحب لصورة
	- نص مصاحب لصورة وهاشاج
	- نص مصاحب لصورة واربط وهاشاج
	- نص مصاحب لصورة و رابط
	- نص مصاحب لفيديو
	- نص مصاحب لفيديو وهاشاج
	- نص مصاحب لفيديو و رابط وهاشاج
	- نص مصاحب رابط وهاشاج
	- نص مصاحب لصورة و فيديو وهاشاج
	كيفية قياسها
تقيسها الدراسة من خلال عدد المنشورات التي وضعتها الصفحة، وتتناول الموضوعات الآتية:	قضايا التنمية المستدامة التي تتناولها مؤسسة مصر الخير
- القضاء على الفقر	
- التعليم	
- الصحة	
- القضاء على الجوع	الاستمالات المستخدمة في المنشورات:
- الاستمالات العقلية، ويقصد بها البراهين العقلية والمنطقية التي تقوم على مخاطبة العقل، وتتضمن هذه الفئة مجموعة من الفئات الفرعية، هي: عرض حقائق معروفة - الاستناد إلى آراء الخبراء - الاستناد إلى أمثلة وشواهد من الواقع - الاستشهاد بتقارير وإحصائيات رسمية وعلمية.	
- الاستمالات العاطفية، ويقصد بها الأدلة الوجدانية والعاطفية التي تخاطب الغرائز والدوافع، وتتضمن هذه الفئة مجموعة من الفئات الفرعية، هي: التخويف - التهويل - الترغيب - استثارة المشاعر الدينية - مخاطبة	- الاستمالات العقلية: تعتمد على مخاطبة عقل المتلقي، وتقديم الحجج والبراهين والشواهد المنطقية.
	- الاستمالات العاطفية: تعتمد هذه الاستمالات على التركيز على وتر العاطفة للجمهور المستهدف.

<p>الغرائز والرغبات - الاستشهاد برأي شخصية أو جهة بارزة في المجتمع.</p>	
<p>هي الاستراتيجية التي تعتمد على نقل المعلومات من مصدر واحد إلى الجمهور المستهدف دون تفاعل أو تغذية راجعة، وهو ما سيقاس من خلال المنشورات التي تعرضها المؤسسة على صفحاتها دون وجود أي تفاعل من جانب جمهور المتابعين.</p> <p>هي الاستراتيجية التي تهدف إلى تحقيق التفاعل بين المرسل والمستقبل في العملية الاتصالية، وهو ما سيقاس من خلال حجم تفاعل الصفحة مع جمهور المتابعين لمؤسسة مصر الخير، وأشكال هذا التفاعل التي يمكن قياسها أيضاً من خلال الرد أو المشاركة أو المشاهدة أو التعليق.</p>	<p>الاستراتيجية التي توظفها الصفحة:</p> <p>1- الاستراتيجية المعلوماتية أحادية الاتجاه.</p> <p>2- الاستراتيجية التفاعلية ثنائية الاتجاه.</p>
<p>سيقاس التفاعل باشتراك الجمهور فيما يلي:</p> <p>1- عدد مشاهدات المنشور</p> <p>2- عدد الإعجاب</p> <p>3- عدد التعليقات</p> <p>4- عدد المشاركات</p>	<p>أشكال تفاعل المتابعين على المنشورات</p>
<p>تتضمن هذه الفئة الأنشطة الاتصالية التي تمارسها مؤسسة مصر الخير على صفحاتها على فيسبوك، وقد تشتمل على الأخبار التي تقدمها المؤسسة عن نفسها، والتهنئة بالمناسبات، والمسابقات التي تقيمها المؤسسة أو تشارك فيها، وتقارير حول مبادرة أو اتفاقية ما مع مؤسسات حكومية أو غير حكومية، وتغطية إعلامية لاحتفالية أو حدث ما، وإصدار بيانات صحفية خاصة بالمؤسسة، وحملات توعوية ونشر المواد الإعلامية الخاصة بالمؤسسة.</p>	<p>الأنشطة الاتصالية المستخدمة في صفحة مؤسسة مصر الخير على فيسبوك</p>

اختبارات الصدق والثبات:

بعد استكمال المراحل الأساسية في بناء أداة التحليل، يتعين على الباحثة إخضاعها للصدق والثبات من أجل إضفاء الطبيعة الموضوعية والعلمية عليها، ويشير الصدق إلى درجة دقة أداة جمع البيانات وصلاحيتها لقياس ما وضعت لقياسه، وذلك من خلال

عرض الاستمارة على ثلاثة أساتذة متخصصين في مجال الإعلام (*)، وتم التحليل بعد مراجعة تعليقات المُحكِّمين، أما الثبات فقد استعانت الباحثة بباحث آخر (** لإعادة تحليل المضمون، بعد شرح الباحثة فئات ووحدات التحليل للباحث الذي حلل مضمون عينة من المنشورات التي تعرضها المؤسسة على صفحتها في فيسبوك بنسبة (5%)، وقيس الثبات بين التحليل الذي أجرته الباحثة وتحليل المحلل الآخر للاتفاق فيما بينهم على فئات التحليل، وقد بلغت نسبة الثبات بينهما 90%.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، عملت الباحثة على ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" "SPSS Statistical Package for the Social Science"

ولجأت الباحثة إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية الآتية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- اختبار كاي² (chi square test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).

تاسعا: النتائج العامة للدراسة التحليلية:

استهدفت الدراسة التحليلية رصد الأنشطة الاتصالية لمؤسسة مصر الخير، ومعرفة الاستراتيجيات الاتصالية والاستمالات التي توظفها على صفحتها في موقع فيسبوك، وذلك لمعرفة دور أنشطتها الاتصالية، بصفتها إحدى منظمات المجتمع المدني، ودورها في تحقيق التنمية المستدامة التي تقوم بها المؤسسة، وكذلك رصد وتوصيف أبرز قضايا التنمية المستدامة التي تتناولها وتغطيها صفحة المؤسسة، وفي إطار ما سبق، اعتمدت

* أسماء السادة محكمي الاستمارة:

- 1- أ.د. رباب عبد الرحمن هاشم – أستاذ الإذاعة والتلفزيون في قسم الإعلام- كلية الآداب جامعة حلوان.
- 2- أ.د. سلوى سليمان - أستاذ العلاقات العامة والإعلانات في قسم الإعلام- كلية الآداب جامعة عين شمس.
- 3- أ.م.د. عماد شلبي – أستاذ الإعلام المساعد في المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية.

** استعانت الباحثة بـ د. أحمد كمال أحمد – مدرس الصحافة في قسم الإعلام- كلية الآداب جامعة حلوان، في إعادة التحليل.

الباحثة على الحصر الشامل لكل المواد المنشورة على صفحة فيسبوك لمؤسسة مصر الخير في الفترة الزمنية من 2022/1/1 إلى 2022/7/31، وفيما يلي عرض لخصائص العينة:

جدول (1) توزيع المواد المنشورة على صفحة فيسبوك لمؤسسة مصر الخير في شهور الدراسة التحليلية

الشهور	ك	%
يناير	24	11.4
فبراير	15	7.1
مارس	33	15.6
أبريل	53	25.1
مايو	18	8.5
يونيو	34	16.1
يوليو	34	16.1
المجموع	211	100

يتضح من نتائج الجدول السابق تباين كثافة عرض صفحة مؤسسة مصر الخير للمنشورات عبر فترة التحليل، فقد بلغت (24 منشوراً) في يناير، ثم انخفضت إلى (15 منشوراً) في فبراير، ثم بدأت في التصاعد مرة أخرى في شهر مارس (33 منشوراً)، ويعد شهر أبريل أعلى فترة شهدت إطلاقاً للمنشورات، وصلت إلى (53 منشوراً)؛ نظراً لأن تلك الفترة كانت في شهر رمضان، وتعد من الفترات الزمنية التي تتزايد فيها المنشورات وجميع الأشكال الاتصالية، كما تتنافس المؤسسات الخيرية فيما للوصول إلى أعلى نسبة من الجمهور، وحشد أكبر عدد للمتبرعين، لتتخفف مرة أخرى في شهر مايو إلى (18 منشوراً)، وتستقر في شهري يونيو ويوليو، قرابة (34 منشوراً) للشهر الواحد.

1- ما قضايا التنمية المستدامة التي تناولها مؤسسة مصر الخير عبر صفحتها على فيسبوك؟

جدول (2) قضايا التنمية المستدامة في المواد المنشورة التي تناولتها صفحة فيسبوك لمؤسسة مصر الخير

قضايا التنمية المستدامة	ك	%
القضاء على الفقر	57	27%
التعليم	6	2.8%
الصحة	37	17.5%
القضاء على الجوع	111	52.6%
المجموع	211	100

يتضح من هذا الجدول اهتمام صفحة مؤسسة مصر الخير بالقضاء على الجوع، الذي يمثل حوالي نصف العينة، وجاءت في مقدمة قضايا التنمية المستدامة التي تناولتها المؤسسة على صفحتها في فيسبوك بنسبة (52.6%)، وتمثلت في حملات نفذتها المؤسسة خلال فترة الدراسة التحليلية، وتضمنت (حملة كارت الخير لشراء منتجات غذائية، وكرتونة الخير، وتقديم وجبات ساخنة في شهور الشتاء، وإفطار صائم، وشنطة رمضان، وصكّ الأضحية، ومساعدة المتبرعين في توزيع اللحوم على المستحقين من الأسر)، ويمكن إرجاعه لاهتمام المؤسسة بتوفير الغذاء للمستحقين، ومحااربة جميع أشكال الجوع وسوء التغذية، وما يترتب عليها من آثار صحية تؤثر في الأفراد الذين يمثلون في الأساس محور عملية التنمية، الذي من دونه لا يمكن القيام بها، وقد جاء القضاء على الفقر بنسبة (27%)، ورصدت الباحثة تناول صفحة المؤسسة عدة حملات شملت (حملة سكن ودفا لبناء أسقف للمحتاجين وتوزيع غطاء في فصل الشتاء، وتوزيع الملابس الشتوية للأطفال، وحملة فكّ كرب الغارمين)، وهو ما يمكن تفسيره بسعي مؤسسة مصر الخير لرفع المعاناة عن كاهل الأسر المحتاجة والفقيرة والمعدمة، من خلال إسهام المؤسسة في سداد ما عليهم من ديون، وإقامة مشروعات، كما في حالة الحملات التوعوية لفكّ كرب الغارمات، إضافة إلى تقديم المساعدات لتنفيذ المشروعات الصغيرة لتوفير مصدر دخل دائم لهن، وذلك بتفعيل الزكاة وشرح الاستفادة من أسهمها في مساعدة الآخرين لتحسين مستوى معيشة الأفراد، من خلال صفحة المؤسسة أو عبر

وسائل الإعلام التقليدية. ويتفق ذلك مع ما تعرضه منظمة الأمم المتحدة، التي ترى أن الفقر أكثر من مجرد الافتقار إلى الدخل أو الموارد، أو ضمان مصدر رزق مستدام، لأنه يرتبط بشكل وثيق الصلة بالجوع وسوء التغذية وانحسار إمكانية الحصول على الخدمات الأساسية كالتعليم والصحة⁽³²⁾، ثم تناولت الصفحة المنشورات الخاصة بالصحة بنسبة (17.5%)؛ إذ أطلقت المؤسسة حملات توعية للمتابعين من الجمهور على الصفحة، إضافة إلى حملات دعم لمرضى الكلى، ضمن هاشتاج (#خلي_رحلتهم_أسهل)، وركزت المؤسسة من خلال منشوراتها على تحفيز المتابعين للتبرع لمرضى الفشل الكلوي، ومساعدتهم في استكمال علاجهم من خلال تقديم التبرع عن طريق (شراء الأدوية لغير القادرين - فتح وحدات جديدة لعمل الغسيل الكلوي للمحتاجين - دفع جلسات الغسيل الكلوي للمرضى غير القادرين)، ثم جاء التعليم بنسبة (2.8%)، وذلك من خلال حملات تتناول تقديم منح دراسية وتعليمية للطلاب، وبناء مدارس في مختلف القرى والمحافظات المنتشرة في أنحاء الجمهورية، وبناء على ما سبق، ترى الباحثة اهتمام مؤسسة مصر الخير في المقام الأول بمحور القضاء على الجوع، يليه القضاء على الفقر، ثم كل من الصحة والتعليم في المرتبة الأخيرة من حيث الاهتمام، وهو ما يجب أن تقوم عليه المؤسسة من تكثيف جهودها بالتركيز نحو الحملات التوعوية للنهوض بمحوري الصحة والتعليم.

- نماذج من حملات مؤسسة مصر الخير:

Misr El Kheir Foundation - مؤسسة مصر الخير

11 Apr 2022 · 260 likes · 11 comments · 10 shares · 195K views

في رمضان، هي اللي بتجمعنا، وفي الوقت الصعب حاضنها بيهون علينا
ومش بنحس بالأمان غير بوجودها.
الأم هي أهم حاجة في حياتنا.
بس في بيوت كثير محرومة من وجودها، ساعدنا نرجع 3000 أم
غارمة لبيتهم من تاني في شهر رمضان، وخلي زكاتك مع مصر الخير
ترجعهم حياتهم من تاني
اتبرع من خلال الموقع الإلكتروني:
<https://mekeg.net/Gharemeen>
أو حمل تطبيق مصر الخير Misr Elkheir
<http://onelink.to/mekeg>
#فك_كرب_3000_أم_غارمة
#زكاتك_مع_مصر_الخير
#15_سنة_مصر_الخير

For fifteen years, our vision was that the development of a human being was our mission to

Like Comment Share

Misr El Kheir Foundation - مؤسسة مصر الخير

1 Apr 2022 · 72 likes · 38 comments · 20 shares

معاكم بنبدأ مشوارنا، وفي ليلة أول أيام شهر رمضان الكريم، بنجهز
أول وجبات السحور عشان نوزعها على المستحقين، وبداية من
النهاردة ولحد آخر سحور هينم توزع ٢٥ ألف وجبة يوميا في ٢٣
محافظة.
اتبرع لحملة #إفطار_صائم من خلال اللينك ده:
http://mekeg.net/iftar_Campaign
أو حمل تطبيق مصر الخير
<http://onelink.to/mekeg>
#كل_الخير_في_شهر_الخير

Like Comment Share

Misr El Kheir Foundation - مؤسسة مصر الخير

26 Apr 2022 · 38 likes · 4 shares · 4K views

هدفنا انا نرجع الفرحة لـ 3000 أسرة غارمة قبل نهاية رمضان.
وبمساھتمك وبزكاتك مع مؤسسة مصر الخير هنتقدر نخلي فرحة
العید فرحتين
ساهم من خلال اللينك ده:
<https://mekeg.net/Gharemeen>
أو حمل تطبيق مصر الخير Misr Elkheir
<http://onelink.to/mekeg>
#فك_كرب_3000_أم_غارمة
#زكاتك_مع_مصر_الخير
#15_سنة_مصر_الخير

With your charity with Egypt to relieve the misery of a

Like Comment Share

Laila Mother

1 Feb 2022 · 36 likes · 6 comments · 2 shares · 10.9K views

متأخرش الدفا على اللي يستحقه في أيام البرد اللي بتعيشها واتبرع
لحملة #سكن_ودفا مع مؤسسة #مصر_الخير من خلال وسيلة الدفع
الإلكتروني المناسبة ليك.
أو عن طريق الموقع الإلكتروني:
www.mekeg.org/landing/Winter
أو من خلال تطبيق مصر الخير Misr El Kheir
<http://onelink.to/mekeg>
#سكن_ودفا
#مع_بعض_هندي_البرد

تقدر تبرع لحملة
سكن ودفا من خلال

www.mekeg.org

Like Comment Share

- لاحظت الباحثة من خلال الدراسة التحليلية اتباع صفحة مؤسسة مصر الخير على فيسبوك أسلوب الجدولة المستمرة في التوزيع الزمني للمنشورات؛ فالصفحة لم تقطع عن عرض المنشورات الخاصة بها، التي تتناول فيها حملات التوعية التي تنفذها، وركّزت المؤسسة على قضية معينة خلال فترة زمنية محددة، وفيما يلي جدول يوضح تناول الصفحة لمنشوراتها التي أطلقتها خلال شهور الدراسة التحليلية:

جدول (3) توزيع قضايا التنمية المستدامة عبر المواد المنشورة التي تناولتها صفحة فيسبوك لمؤسسة مصر الخير عبر شهور الدراسة التحليلية

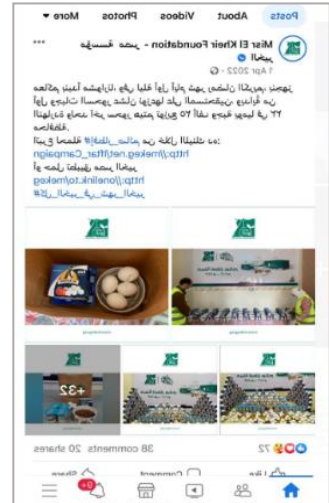
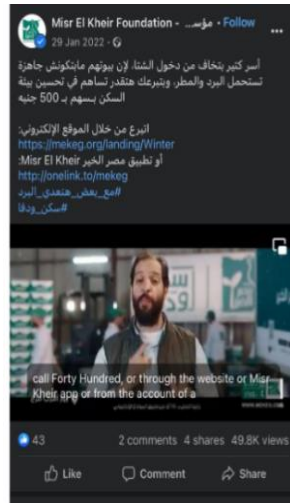
الإجمالي	يناير		فبراير		مارس		أبريل		مايو		يونيو		يوليو		الإجمالي
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
القضاء على الفقر	24	100	15	100	3	1	14	26.4	3	16.7	0	0	0	0	27%
التعليم	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	14.7	1	2.9	6
الصحة	0	0	0	0	4	12.1	18	34	7	38.9	3	8.8	5	14.7	37
القضاء على الجوع	0	0	0	0	28	84.8	21	39.6	8	44.4	26	76.5	28	82.4	111
الإجمالي	24	100	15	100	33	100	53	100	18	100	34	100	34	100	211

رصدت الباحثة عبر الملاحظة واستقراء الصفحة تركيز المنشورات المتعلقة بقضية القضاء على الجوع من خلال الحملات التي أطلقتها المؤسسة خلال فترة شهور الدراسة التحليلية، التي تمثلت في: (حملة سكن ودفا لتقديم الوجبات الساخنة للمستحقين - كرتونة الخير التي توزعها خلال شهر رمضان - حملة إفطار صائم - حملة زكاتك مع مؤسسة مصر الخير - صكّ الأضحية من خلال توزيع اللحوم خلال فترة عيد الأضحى

على المستحقين)، وقد ظهرت هذه الحملات على الصفحة بداية من شهر مارس بنسبة (84.8%) حتى شهر يوليو (82.4%)، وظهرت قضية القضاء على الجوع بكثافة خلال هذه الشهور؛ نظراً لأنها فترة اشتملت على عديد من المناسبات الدينية؛ تضمنت شهر رمضان والأعياد التي تتنافس وتتسابق فيها المؤسسات الخيرية لتقديم المساعدات للمستحقين، مما يسهم في تخفيف العبء عن كاهل الأسر المحتاجة، وتوفير الطعام وتوزيعه على مستوى أنحاء الجمهورية، وهو ما يتفق مع أهداف خطة التنمية المستدامة، التي يُعد فيها القضاء على الجوع ثاني أهدافها التي تسعى لتحقيقها بإنهاء جميع أشكال الجوع وسوء التغذية بحلول 2030، والتأكد من حصول جميع الأفراد - خاصة الأطفال - على الأغذية الكافية والمغذية على مدار السنة، وهو ما تسعى لتحقيقه جميع المؤسسات الخيرية⁽³³⁾.

2- ما حجم متابعة الجمهور المصري لصفحة مؤسسة مصر الخير على فيسبوك؟
يتضح من نتائج الدراسة التحليلية التي أجرتها الباحثة ارتفاع نسبة متابعة صفحة "مؤسسة مصر الخير" على فيسبوك، فقد بلغ عدد متابعي الصفحة خلال شهور الدراسة التحليلية (2200000) متابع، كما وصل عدد المنشورات التي حُلَّت خلال فترة الدراسة التحليلية إلى (211 منشوراً)، وقد وصلت أعلى نسبة مشاهدة (1400000 مشاهد)، وذلك لفيديو عرضته في شهر يناير تحديداً، بتاريخ (2022/1/23)، وقد كان الفيديو لحملة سكن ودفا بهاشتاج (#لحاف_وبطانية)، وهي إحدى الحملات الفرعية لمحور القضاء على الفقر، وتتفق هذه النسبة مع الفترة الزمنية التي أُجري فيها التحليل؛ نظراً لفترة الشتاء التي يكثر فيها مثل تلك الحملات لتوزيع الأغذية على المستحقين، وفي المقابل، كانت أقل نسبة (422 مشاهدة)، وذلك لفيديو عرضته في شهر أبريل بتاريخ (2022/4/29)، وقد كان الفيديو لحملة لمرضى الكلى بهاشتاج (#خلي_رحلتهم_أسهل)، وهو ما يدخل ضمن محور الصحة بوصفه أحد محاور التنمية المستدامة، وقد وصلت أعلى نسبة للإعجاب بمنشور إلى (6500) إعجاب، وذلك لمنشور يتبع حملة إفطار صائم بتاريخ (2022/3/11)، وهي إحدى الحملات الفرعية التي تندرج تحت محور القضاء على الفقر، من حيث القضاء على الجوع، أما فيما يخص

تعليقات الجمهور المتابع على صفحة مؤسسة مصر الخير، فقد وصلت أعلى نسبة تعليقات إلى (641) تعليقا، وهو المنشور ذاته لحملة إفطار صائم التي حازت أعلى نسبة إعجاب أيضاً، وأخيراً بلغت أعلى نسبة مشاركة للمتابعين على صفحة المؤسسة (929) مشاركة، وذلك لحملة لمرضى الكلى بهاشتاج (#خليرحلتهم_أسهل)، وهي إحدى حملات محور الصحة الذي يعد من محاور التنمية المستدامة، وقد كان هذا المنشور بتاريخ (2022/3/10)، وتعكس تلك النتائج انتشار صفحة مؤسسة مصر الخير على فيسبوك بين الجمهور المصري وجذبها له؛ إضافة إلى توظيف الصفحة لاستراتيجية التفاعل في الاتصال، التي تتميز بها مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام التقليدية، وهو ما بدأت تركز عليه عدد من المؤسسات الخيرية والتطوعية في إمكانية التواصل بالجمهور والتفاعل معه، من أجل تحقيق ودعم قضايا التنمية المستدامة بمختلف محاورها وأبعادها.



وقد استدلت الباحثة من خلال الدراسة التحليلية على قياس تفاعل الجمهور مع صفحة

مؤسسة مصر الخير فيسبوك من خلال (الإعجاب - التعليق - المشاركة - مشاهدة الفيديو)، وفيما يلي عرض نسب كل منها:

جدول (4) نسب الإعجاب بصفحة مؤسسة مصر الخير على فيسبوك

%	ك	
53.1	112	أقل من 1000
34.6	73	من 1000 إلى 50000
5.2	11	من 50000 إلى 100000
7.1	15	من 100000 فأكثر
100	211	المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق أن فئة (أقل من 1000) هي الأعلى نسبة، فقد بلغت (53.1%)، وبلغت أقل نسبة (5.2%) وكانت من نصيب الفئة التي تضم (من 50000 إلى 100000)، ورغم تفاوت هذه النسب فإنه مؤشر على تفاعل الجمهور مع المؤسسة وما تعرضه من منشورات على صفحاتها.

جدول (5) نسب التعليق في صفحة مؤسسة مصر الخير على فيسبوك

%	ك	
93.4	197	أقل من 100
5.7	12	من 100 إلى 500
0.9	2	من 500 إلى أقل من 1000
100	211	المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق أن غالبية التعليقات كانت من نصيب الفئة (أقل من 100) وذلك بنسبة (93.4%)، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء الدراسة التحليلية التي أجرتها الباحثة، لأن متابعي الصفحة يجدون سهولة في التفاعل عن طريق الإعجاب أو المشاركة أكثر من كتابة التعليقات؛ بل إن غالبية هذه التعليقات كانت من نصيب المستحقين من خلال طلب مساعدة أو استفسار عن الأرقام الخاصة بالمؤسسة؛ للتواصل معهم لمساعدتهم من خلال الحملات التي عرضتها خلال فترة التحليل، وفي المقابل، يتقاسم المتبرعون التعليقات مع المستحقين، وذلك من خلال الاستفسارات وعمل شكاوى في بعض الأحيان، وقد ظهرت هذه المشكلة بوضوح

خلال فترة حملة صكّ الأضحية، التي استمرت خلال شهر يونيو.

جدول (6) نسب المشاركة في صفحة مؤسسة مصر الخير على فيسبوك

%	ك	
96.7	204	أقل من 100
2.8	6	من 100 إلى 500
0.5	1	من 500 إلى أقل من 1000
100	211	المجموع

أظهرت نتائج الجدول السابق ارتفاع نسبة مشاركة منشورات الصفحة من المتابعين في الفئة (أقل من 100) وذلك بنسبة (96.7%)، في مقابل (0.5%) لفئة (من 500 إلى أقل من 1000)، وهو مؤشر يوضح حرص المتابعين على التفاعل مع القضايا التي تعرضها الصفحة، التي ربما تمس مصيرهم ومستقبلهم، ولكن تشير هذه النسبة أيضاً إلى ضرورة الاهتمام بالصفحة من قبل القائمين عليها؛ لجذب الجمهور إليها بشكل أكبر، وإمكانية انتشارها على نطاق أوسع من خلال تلك المشاركات، التي تسهم في زيادة الوعي بالمؤسسة وأنشطتها وأهدافها في تحقيق التنمية المستدامة، وقد رصدت الباحثة أثناء الدراسة التحليلية أن أعلى نسبة مشاركة كانت من نصيب فيديو لحملة "خلي رحلتهم أسهل"، وذلك بتاريخ (2022/3/10)، وتعدّ هذه الحملة ضمن محور الصحة الذي يمثل إحدى قضايا التنمية المستدامة التي تقوم عليها مؤسسة مصر الخير، ووصلت نسبة مشاركة الفيديو إلى (929) متابع.

جدول (7) نسب المشاهدة في صفحة مؤسسة مصر الخير على فيسبوك

%	ك	
14.3	15	أقل من 1000
55.2	58	من 1000 إلى 50000
10.5	11	من 50000 إلى 100000
20	21	من 100000 فأكثر
100	* 105	المجموع

* عدد الفيديوهات التي تم حصرها خلال فترة شهور الدراسة التحليلية (105) فيديو

يتضح من بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة المشاهدة للفيديوهات في الفئة التي تشمل (من 1000 إلى 50000) وذلك بنسبة (55.2%)، وهي نسبة مرتفعة عن غيرها من الفئات الأخرى في نسب المشاهدة، تصل لأكثر من نصف العينة، وكانت من نصيب حملات (سكن ودفا) بمختلف أشكالها، سواء حملة سكن ودفا لتقديم الوجبات الساخنة، أو لتقديم الأغطية للمستحقين، إضافة لحملة إفطار صائم، وجميعها تمثل محور القضاء على الفقر بوصفه أحد محاور التنمية المستدامة، وهو مؤثر على إدراك المؤسسة أهمية القضاء على الفقر كأحد أهداف خطة التنمية 2030، من خلال تحسين مستوى معيشة الأفراد، وتقديم المساعدات للتغلب على المشكلات الاقتصادية التي تعوق خطة التنمية المستدامة. في المقابل كانت أقل نسبة مشاهدة (من 50000 إلى 100000) بنسبة (10.5%)، وقد كانت لحملات الصحة وخاصة حملة (خلي رحلتهم أسهل لمرضى الكلى)، وهي الحملات التي تضم خدمات الرعاية الصحية، وهو ما يشير إلى ضرورة اهتمام المؤسسة بعمل حملات توعوية أكثر للخدمات الصحية ككل كونها جزءاً مكملاً لخطة التنمية المستدامة.

وفيما يتعلق بالعلاقة بين قضايا التنمية المستدامة وأشكال تفاعل المتابعين في صفحة مؤسسة مصر الخير على فيسبوك:

جدول (8)

العلاقة بين قضايا التنمية المستدامة والإعجاب كأحد أشكال تفاعل المتابعين للصفحة

الإجمالي		قضايا التنمية المستدامة								فئات الإعجاب
		القضاء على الجوع		الصحة		التعليم		القضاء على الفقر		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
53.1	112	51.4	57	54.1	20	33.3	2	57.9	33	أقل من 100
34.6	73	34.2	38	29.7	11	50	3	36.8	21	من 100 إلى أقل من 500
5.2	11	6.3	7	2.7	1	16.7	1	3.5	2	من 500 إلى أقل من 1000
7.1	15	8.1	9	13.5	5	0	0	1.8	1	من 1000 فأكثر
100	211	100	111	100	37	100	6	100	57	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع نسبة فئة الإعجاب (لأقل من 100) لكل من محور القضاء على الفقر بنسبة (57.9%)، يليه الصحة بنسبة (54.1%)، ثم القضاء على الجوع بنسبة (51.4%)، في المقابل ارتفعت نسبة فئة الإعجاب (من 100 إلى أقل من 500) فيما يخص محور التعليم، وذلك بنسبة (50%)، وتفسر الباحثة هذه النتائج بأن كلاً من (القضاء على الفقر- القضاء على الجوع - الصحة) كانت تمثل النصيب الأكبر من المنشورات التي تعرضها الصفحة خلال شهور الدراسة التحليلية من خلال الحملات التوعوية التي أطلقتها المؤسسة منذ بداية التحليل في شهر يناير وفبراير (شهور الشتاء) التي كان الاهتمام فيها بحملات سكن ودفا (تقديم الوجبات الساخنة، وتقديم الملابس الشتوية والأغطية، وبناء الأسقف)، ثم مروراً بشهر مارس، بالاستعداد لشهر رمضان من خلال حملات (كارت الخير لتقديم المنتجات الغذائية، وحملات إفطار صائم، وتقديم شنطة رمضان، وخلي رحلتهم أسهل)، إضافة إلى استمرارية تلك الحملات في شهر أبريل، وصولاً لشهر مايو الذي استكملت فيه المؤسسة حملاتها التوعوية (إفطار صائم - فك كرب الغارمات - خلي رحلتهم أسهل لعلاج مرضى الفشل الكلوي)، ثم عرضت منشورات في شهري يونيو ويوليو كان الاهتمام فيها بحملات صكّ الأضحية استعداداً لعيد الأضحى؛ إذ أنها تمثل فترة مليئة بالمناسبات الدينية المختلفة، التي أتاحت لمتابعي الصفحة التفاعل من خلال الإعجاب بالمنشورات التي تتضمن قضايا التنمية المستدامة، وهو مؤشر على اهتمام المتابعين بالتفاعل مع المحتوى الذي يعرض بشكل يومي ومستمر.

جدول (9)

العلاقة بين قضايا التنمية المستدامة والتعليق كأحد أشكال تفاعل المتابعين لصفحة مؤسسة مصر

الإجمالي		قضايا التنمية المستدامة								فئات التعليق
		القضاء على الجوع		الصحة		التعليم		القضاء على الفقر		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
93.4	197	91	101	94.6	35	100	6	96.5	55	أقل من 100
5.7	12	7.2	8	5.4	2	0	0	3.5	2	من 100 إلى أقل من 500
9	2	1.8	2	0	0	0	0	0	0	من 500 إلى أقل من 1000
100	211	100	111	100	37	100	6	100	57	الإجمالي

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع نسبة فئة التعليق (أقل من 100) على قضايا التنمية المستدامة الخاصة بالقضاء على الفقر بنسبة (96.5%)، والتعليم بنسبة (100%)، والصحة بنسبة (94.6%)، والقضاء على الجوع بنسبة (91%)، وهو ما يمكن تفسيره بتفاعل متابعي للصفحة واهتمامهم بالمنشورات التي تعرضها المؤسسة عن قضايا التنمية المستدامة؛ إذ يُعد التعليق المستوى الثاني للاشتراك في التفاعل على الصفحة، ضافة لكونه مؤشراً لردود أفعالهم تجاه الحملات التوعوية للمؤسسة، إذ تُعد كتابة التعليقات من أعلى أشكال التفاعل التي تحتاج إلى وقت ومجهود ذهني في الكتابة، وقد رصدت الباحثة خلال فترة الدراسة التحليلية أن غالبية التعليقات كانت بشكل دائم ويومي، وكانت التعليقات إما من جمهور المتبرعين للمؤسسة بهدف الاستفسار عن الحملات التوعوية، وعن طريقة التواصل مع المؤسسة وكيفية التبرع لها، أو تعليقات من المستحقين من خلال عرض مشكلاتهم وطلب المساعدة.

جدول (10)

العلاقة بين قضايا التنمية المستدامة والمشاركة كأحد أشكال تفاعل المتابعين في صفحة مؤسسة مصر

الإجمالي		قضايا التنمية المستدامة								فئات المشاركة
		القضاء على الجوع		الصحة		التعليم		القضاء على الفقر		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
96.7	204	95.5	106	94.6	35	100	6	100	57	أقل من 100
2.8	6	4.5	5	2.7	1	0	0	0		من 100 إلى أقل من 500
0.5	1	0	0	2.7	1	0	0	0	0	من 500 إلى أقل من 1000
100	211	100	111	100	37	100	6	100	57	الإجمالي

من خلال بيانات الجدول السابق يلاحظ ارتفاع نسبة فئة المشاركة (أقل من 100) في قضايا التنمية المستدامة، وتساوت نسب كل من التعليم والقضاء على الفقر بنسبة (100%)، يليهما القضاء على الجوع بنسبة (95.5%)، ثم الصحة بنسبة (94.6%)، وهي نسب متقاربة للغاية، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأنها مؤشر على زيادة التفاعل من خلال إعادة نشر المحتوى الذي تعرضه الصفحة وزيادة وصوله لأكبر عدد من الجمهور.

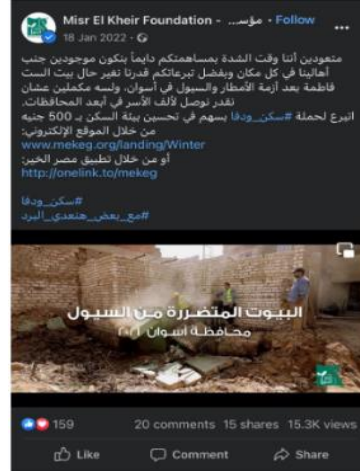
جدول (11)

العلاقة بين قضايا التنمية المستدامة والمشاهدة كأحد أشكال تفاعل المتابعين مع صفحة مؤسسة مصر الخير

الإجمالي		قضايا التنمية المستدامة						فئات المشاهدة
		القضاء على الجوع		الصحة		القضاء على الفقر		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
14.3	15	15.4	8	16.7	3	11.4	4	أقل من 1000
55.2	58	51.9	27	50	9	62.9	22	من 1000 إلى أقل من 50000
10.5	11	7.7	4	11.2	2	14.3	5	من 50000 إلى أقل من 100000
20	21	25	13	22.2	4	11.4	4	من 100000 فأكثر
100	105	100	52	100	18	100	35	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود فيديوهات للتعليم، لذلك لم يظهر محور التعليم في هذا النوع من التفاعل (المشاهدة)، واقتصرت نسب المشاهدة على قضايا التنمية الأخرى، فجاءت فئة المشاهدة (من 1000 إلى 50000) في مقدمة الفئات فيما يخص القضاء على الفقر وذلك بنسبة (62.9%)، وهو ما رصدته الباحثة أثناء شهور الدراسة التحليلية، وكان أعلى معدل مشاهدة (14000000) في شهر يناير (2022/1/23) لحملة سكن ودفا، التي اشتملت على عديد من الحملات الأخرى الفرعية (بناء الأسقف، وتقديم الملابس الشتوية... إلخ)، التي تمثل جميعها محور القضاء على الفقر، ثم جاء محور القضاء على الجوع بنسبة (51.9%)، ثم الصحة بنسبة (50%)، وهي نسب متقاربة، ويمكن تفسير هذه النتيجة بزيادة معدل تفاعل الجمهور؛ نظراً لأهمية هذه القضايا ومتابعتهم لما يعرض.

- نماذج من حملات مؤسسة مصر الخير:



3- ما الأنشطة الاتصالية التي تستخدمها مؤسسة مصر الخير على صفحتها في فيسبوك؟
جدول (12) الأنشطة الاتصالية المستخدمة في صفحة مؤسسة مصر الخير

%	ك	
69.2%	146	الأخبار
1.4%	3	التهنئة
0.9%	2	مسابقات
0.9%	2	تقرير حول مبادرات/ اتفاقيات
23.7%	50	تغطية إعلامية لاحتفاليات
82.9%	175	حملات توعية
0.5%	1	بيان صحفي
	211	إجمالي

تشير نتائج الجدول السابق إلى تعدد وتباين الأنشطة الاتصالية التي استخدمتها مؤسسة مصر الخير في عرض منشوراتها على صفحتها في فيسبوك، وقد كان في مقدمة أولويات هذه الأنشطة حملات التوعية بنسبة (82.9%)، ويرجع ذلك لطبيعة هذه المؤسسات الخيرية التي تقوم على تقديم المساعدة للمستحقين في جميع المجالات، من خلال جمع التبرعات عن طريق حملات التوعية التي تطلقها المؤسسة (فيما يتعلق بالمجال التعليمي قدمت المؤسسة حملات توعية بعمل منح للطلاب، وبناء مدارس،

وتأهيل طلاب الجامعات لسوق العمل من خلال دورات تقدّم عن طريق المؤسسة)،
 (وفيما يتعلق بالقضاء على الجوع، تعددت حملات التوعية مثل: حملة تقديم وجبات
 ساخنة - زكاتك مع مؤسسة مصر الخير - إفطار صائم - صكّ الأضحية)، و(فيما
 يتعلق بالمجال الصحي، ركّزت حملات التوعية خلال فترة شهور الدراسة التحليلية على
 حملة "خلي رحلتهم أسهل" لعلاج مرضى الفشل الكلوي، سواء بتقديم تبرعات لعمل
 جلسات أو مساعدة في تقديم الأدوية، أو لبناء وحدة مختصة للغسيل الكلوي
 للمستحقين)، و(فيما يتعلق بالجانب الخاص بالقضاء على الفقر، استخدمت الصفحة
 حملات التوعية لجمع تبرعات لفكّ كرب الغارمات، وحملة سكن ودفا لبناء الأسقف
 للمستحقين في مختلف القرى والمحافظات، وحملة سكن ودفا لتقديم الغطاء في فترات
 الشتاء، وتقديم الملابس للمحتاجين)، ثم جاءت الأخبار كأحد الأنشطة الاتصالية
 المستخدمة في عرض المنشورات على صفحة فيسبوك لمؤسسة مصر الخير وذلك بنسبة
 (69.2%)، وكان معظمها يحمل أخبار المؤسسة وإنجازاتها وتعاونها مع مؤسسات
 أخرى من أجل تقديم خدمات متميزة للمجتمع في مختلف مجالات التنمية المستدامة،
 وأخيراً لم تتجاوز نسبة البيانات الصحفية خلال فترة التحليل (0.5%).

جدول (13) العلاقة بين الأنشطة الاتصالية المستخدمة على صفحة مؤسسة مصر الخير وقضايا
 التنمية المستدامة التي تناولتها الصفحة

الإجمالي	قضايا التنمية المستدامة								الأنشطة الاتصالية	
	القضاء على الجوع		الصحة		التعليم		القضاء على الفقر			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%69.2	146	70.3	78	81.1	30	66.7	4	59.6	34	الأخبار
%1.4	3	1.8	2	0	0	0	0	1.8	1	التهنئة
%0.9	2	0	0	0	0	33.3	2	0	0	مسابقات
%0.9	2	0	0	0	0	16.7	1	1.8	1	تقرير حول مبادرة/ اتفاقية
%23.7	50	26.1	29	16.2	6	16.7	1	24.6	14	تغطية إعلامية
%82.9	175	75.7	84	91.9	34	50	3	94.7	54	حملات توعية
%0.5	1	0	0	2.7	1	0	0	0	0	بيان صحفي
	211		111		37		6		57	الإجمالي

* تم اختيار أكثر من بديل لهذا الجدول

يتضح من بيانات الجدول السابق صدارة حملات التوعية كأحد الأنشطة الاتصالية المستخدمة في عرض منشورات مؤسسة مصر الخير على صفحتها في فيسبوك، وقضايا التنمية المستدامة التي تناولتها على صفحة المؤسسة، المتمثلة في القضاء على الفقر بنسبة (94.7%)، يليها حملات التوعية لمحور الصحة بنسبة (91.9%)، مما يشير إلى أهمية استخدامها بوصفها أحد أهم الأنشطة الاتصالية التي تُستخدم ضمن عرض منشورات المؤسسة وقبولها لدى الجمهور؛ نظراً لأن الحملات تستخدم المداخل والاستمالات الإقناعية التي تخاطب مسئولية الجمهور تجاه مساعدة الآخرين، إضافة لاستمرارية الحملات لفترة زمنية محددة تسمح بتفاعل أكبر عدد من متابعي الصفحة، في المقابل كانت أقل نسبة للأنشطة الاتصالية المستخدمة على الصفحة للبيان الصحفي وبلغت (2.7%)، الذي لم يُستخدم سوى مرة واحدة فقط لمحور الصحة بتاريخ (2022/4/7)، وهو من الأشكال الاتصالية التي لم تحظ باهتمام كبير من المؤسسة.

ما الاستراتيجيات المستخدمة في الأنشطة الاتصالية (المعلوماتية - التفاعلية) التي تمارسها مؤسسة مصر الخير عبر صفحتها على فيسبوك لإمداد الجمهور بالمعلومات الخاصة بقضايا التنمية المستدامة؟

جدول (14) الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة على صفحة مؤسسة مصر الخير

ك	ل	%
56	الاستراتيجية المعلوماتية الأحادية	26.5
155	الاستراتيجية التفاعلية	73.5
211	الإجمالي	100

رصدت الباحثة من خلال الدراسة التحليلية تفاعل صفحة مؤسسة مصر الخير على فيسبوك بشكل كبير مع متابعيها؛ وهو ما توضحه نتائج الجدول السابق؛ إذ تصل نسبة الاستراتيجية التفاعلية إلى (73.5%) في مقابل الاستراتيجية المعلوماتية الأحادية بنسبة (26.5%)، وهو ما يؤكد اهتمام إدارة صفحة مؤسسة مصر الخير بالتفاعل مع المتابعين. ويوضح الجدول الآتي العلاقة بين الاستراتيجية الاتصالية التي استخدمتها الصفحة وقضايا التنمية المستدامة.

جدول (15) العلاقة بين الاستراتيجية الاتصالية المستخدمة على صفحة مؤسسة مصر الخير وقضايا التنمية المستدامة

ك²=4.214 درجة الحرية=3 مستوى المعنوية=0.239

الإجمالي		قضايا التنمية المستدامة								الاستراتيجية الاتصالية
		القضاء على الجوع		الصحة		التعليم		القضاء على الفقر		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
26.5	56	20.7	23	35.1	13	33.3	2	31.6	18	الاستراتيجية المعلوماتية الأحادية
73.5	155	79.3	88	64.9	24	66.7	4	68.4	39	الاستراتيجية التفاعلية
100	211	100	111	100	37	100	6	100	57	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين الاستراتيجية الاتصالية (المعلوماتية الأحادية- التفاعلية) التي استخدمتها المؤسسة في عرض منشوراتها وقضايا التنمية المستدامة التي تناولتها الصفحة من خلال حملات المؤسسة، فقد بلغت قيمة (ك²=4.214)، وهذه القيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.239)، وتشير النتائج إلى ارتفاع نسبة الاستراتيجية التفاعلية لقضية القضاء على الجوع وذلك بنسبة (79.3%)، وهو مؤشر قوي على أهمية هذه القضية واهتمام متابعي الصفحة بها؛ وذلك قد يكون إما لتحفيزهم على المشاركة بالتبرعات لتقديم المساعدات التي يحتاجها إليها المستحقون، أو للرد على المستحقين واستفساراتهم في طلب المساعدة، يليها الاستراتيجية التفاعلية في القضاء على الجوع وذلك بنسبة (68.4%) وهي تمثل ثاني أهم قضية تنمية مستدامة يتفاعل معها متابعو الصفحة، في المقابل أظهرت نتائج الدراسة التحليلية ارتفاع نسبة الاستراتيجية المعلوماتية الأحادية لقضية الصحة على الصفحة وذلك بنسبة (35.1%) في مقابل أقل نسبة للاستراتيجية المعلوماتية الأحادية التي كانت من نصيب القضاء على الجوع وذلك بنسبة (20.7%)، وهو ما يشير إلى أهمية الجانب التفاعلي في هذه القضية بين المؤسسة والمتابعين للحصول على الاستفسارات أو الشكاوي

التي توجه للمؤسسة عبر صفحتها على فيسبوك، وانتظارهم للرد عليها، ومن ثم فإن هذه النتيجة توضح أن استخدام الاستراتيجية التفاعلية هو الأفضل في إقامة حوار مع المتابعين، وتشير بيانات الجدول الآتي إلى حجم هذا التفاعل بجميع أشكاله.

جدول (16) أشكال الاستراتيجيات الاتصالية التفاعلية المستخدمة على صفحة مؤسسة مصر الخير مع المتابعين

المتابعين	ك	%
التفاعل بالرد التلقائي	66	42.6
التفاعل بالرد على الاستفسار	45	29
التفاعل بالرد على الشكوى	7	4.5
التفاعل بالرد التلقائي وعلى الشكوى	5	3.2
التفاعل بالرد التلقائي وعلى الاستفسار	28	18.1
التفاعل بالرد التلقائي وعلى الاستفسار بالرد وعلى الشكوى	2	1.3
التفاعل بالرد على الاستفسار والشكوى	2	1.3
الإجمالي	155	100

رصدت الباحثة استخدام إدارة صفحة مؤسسة مصر الخير على فيسبوك للاستراتيجية الاتصالية التفاعلية، وذلك من خلال تفاعل الصفحة مع المتابعين، إما بالرد التلقائي بتوضيح كيفية التواصل مع المؤسسة بوضع خط ساخن أو أرقام أخرى للتواصل من خلال وضع رسائل تلقائية فوري لأي تساؤل من متابعي الصفحة، سواء كانوا من المستحقين أو المتبرعين، كذلك حرصت إدارة الصفحة على التفاعل مع المتابعين من خلال رسائل الشكر المقدمة واهتمامها بالمستحقين أو المتبرعين على حد سواء، أو من خلال الرد على استفسارات المتابعين، أو الرد على الشكاوى التي يوجهها الجمهور المتابع للصفحة، وفي بعض الأحيان كانت تعتمد على أكثر من تفاعل في وقت واحد كما هو موضح في الجدول السابق؛ إذ بلغت نسبة التفاعل بالرد التلقائي (42.6%)، يليه التفاعل بالرد على الاستفسار بنسبة (29%)، يليه الاثنان معاً (التفاعل بالرد التلقائي وعلى الاستفسار) بنسبة تصل إلى (18.1%)، ووصلت نسبة التفاعل بالرد على الشكوى إلى (4.5%)، وهو ما يعكس توظيف صفحة مؤسسة مصر الخير لاستراتيجية التفاعل في الاتصال؛ إذ تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بهذه الاستراتيجية عن غيرها من الاستراتيجيات

الاتصالية الأخرى التي توظفها وسائل الإعلام التقليدية، كما أصبحت الاستراتيجية التفاعلية إحدى أهم الخصائص التي تركز عليها المؤسسات الخيرية نظراً لقدرتها على التواصل والتفاعل مع الجمهور الذي يساعدها على تحقيق ودعم أهدافها فيما يخص قضايا التنمية المستدامة بجميع أشكالها ومجالاتها، وهو ما تقوم به مؤسسة مصر الخير من خلال الحملات التي فعلتها خلال فترة الدراسة التحليلية.

جدول (17) العلاقة بين الاستراتيجية الاتصالية التفاعلية وقضايا التنمية المستدامة على صفحة مؤسسة مصر الخير في فيسبوك

الإجمالي		قضايا التنمية المستدامة								الاستراتيجية التفاعلية
		القضاء على الجوع		الصحة		التعليم		القضاء على الفقر		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
42.6	66	35.2	31	29.2	7	25	1	69.2	27	التفاعل بالرد التلقائي
29	45	30.7	27	41.7	10	25	1	17.9	7	التفاعل بالرد على الاستفسار
4.5	7	5.7	5	4.2	1	0	0	2.6	1	التفاعل بالرد على الشكوى
3.2	5	5.7	5	0	0	0	0	0	0	التفاعل بالرد التلقائي على الشكوى
18.1	28	18.2	16	25	6	50	2	10.3	4	التفاعل بالرد التلقائي وعلى الاستفسار
1.3	2	2.3	2	0	0	0	0	0	0	التفاعل بالرد التلقائي والرد على الاستفسار والشكوى
1.3	2	2.3	2	0	0	0	0	0	0	التفاعل بالرد على الاستفسار والشكوى
100	155	100	88	100	24	100	4	100	39	الإجمالي

تشير النتائج إلى تقارب نسب الاستراتيجية الاتصالية التفاعلية فيما يخص قضايا التنمية المستدامة التي تناولتها المؤسسة على صفحتها في فيسبوك بوجه عام، ولكن وصلت أعلى نسبة في التفاعل بالرد على الاستفسار في قضية القضاء على الفقر بنسبة (69.2%)، يليه التفاعل بالرد على الاستفسار في مجال الصحة وذلك بنسبة (41.7%)، وهو ما يمكن تفسيره بتوظيف الصفحة لاستراتيجية التفاعل في الاتصال، وهي من الخصائص التي تميز الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن الاتصال التقليدي، بينما كانت أقل نسبة في قضايا التعليم والفقر والصحة من حيث التفاعل بالرد التلقائي وعلى الشكوى وذلك بنسبة (0%)، وهو ما يشير إلى عدم الرد أو التأخير في الرد والاستجابة للشكوى.

ما المداخل الإقناعية (العقلية - العاطفية) التي توظفها مؤسسة مصر الخير على صفحتها في فيسبوك لعرض قضايا التنمية المستدامة؟

جدول (18) المداخل الإقناعية التي توظفها مؤسسة مصر الخير على صفحتها في فيسبوك لعرض قضايا التنمية المستدامة

ك	%	
100	47.4	الاستمالات العقلية
77	36.5	الاستمالات العاطفية
34	16.1	الجمع بين الاستمالات العقلية والعاطفية
211	100	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة توظيف الصفحة للاستمالات العقلية؛ إذ أن (47.4%) من المنشورات تخاطب جمهور متابعي الصفحة باستخدام الاستمالات العقلية؛ باستخدام الأرقام والإحصائيات والحقائق والتقارير في عرض منشورات مؤسسة مصر الخير على صفحتها في فيسبوك من خلال حملات المؤسسة، وتوزيع التبرعات على المستحقين، في حين جاء استخدام الصفحة للاستمالات العاطفية بنسبة (36.5%)، فقد اعتمدت الصفحة في تناول بعض الحملات على الاستمالات الإقناعية العاطفية، مثل (حملة سكن ودفا، وتوزيع الملابس والأغطية في فصل الشتاء، إضافة إلى حملة فك كرب الغارمين)، كما جمعت الاستمالات العقلية والعاطفية في عرض بعض المنشورات بنسبة (16.1%)، وهو الأسلوب المشترك الذي يعتمد على الجمع بين

الاستمالات العاطفية والعقلية معاً، فقد خاطبت المنشورات التي تتضمن حملات مؤسسة مصر الخير جمهور متابعيها إلى جانب تقديم الإحصائيات والأرقام في الوقت ذاته.

ويوضح الجدول الآتي العلاقة بين الاستمالات الإقناعية المستخدمة التي وُظِّفت في عرض منشورات مؤسسة مصر الخير وقضايا التنمية المستدامة التي تناولتها.

جدول (19) العلاقة بين المداخل الإقناعية المستخدمة وقضايا التنمية المستدامة على صفحة

مؤسسة مصر الخير في فيسبوك

الإجمالي		قضايا التنمية المستدامة								الاستمالات الإقناعية
		القضاء على الجوع		الصحة		التعليم		القضاء على الفقر		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
47.4	100	51.4	57	29.7	11	100	6	45.6	26	عقلية
36.5	77	28.8	32	51.4	19	0	0	45.6	26	عاطفية
16.1	34	19.8	22	18.9	7	0	0	8.8	5	عاطفية وعقلية معاً
100	211	100	111	100	37	100	6	100	57	الإجمالي

تشير النتائج السابقة إلى تساوي نسب الاستمالات العاطفية والعقلية فيما يخص قضية القضاء على الفقر، التي اشتملت على حملات سكن ودفا، وبناء الأسقف، وتوزيع الملابس والأغطية في فصل الشتاء للمستحقين في القرى والمحافظات، إذ تساوت نسبة كل من الاستمالات العقلية والعاطفية (45.6%) بينما كانت نسبة استخدامهم معاً ضئيلة للغاية في مقابل استخدام كل منهما على حدة (8.8)، وقد كانت النسبة الأكبر للاستمالات العقلية (51.4%) في القضاء على الجوع، وهو مؤشر قوي لأهمية هذه القضية وضرورة استخدام الاستمالات العقلية في عرضها على المتابعين للصفحة؛ لتحفيزهم على المشاركة بالتبرعات لتقديم المساعدات التي يحتاج إليها المستحقون، وذلك من خلال عرض أرقام وإحصائيات وتقارير وحقائق عن الحملات التي نفذتها المؤسسة، كما اعتمدت الصفحة على الاستمالات العاطفية في عرض المنشورات التي تخص قضية الصحة وحملات المؤسسة بنسبة (51.4%)، بمخاطبة المتابعين لتحفيزهم وحثهم على المشاركة بالتبرع لمساعدة المرضى من خلال حملة (خلي رحلتهم أسهل لمرضى الكلى)، وذلك من خلال فتح

وحدات جديدة أو شراء أدوية للمحتاجين، أو التبرع لعمل جلسة من جلسات الغسيل الكلوي للمرضى، وبذلك تعددت أشكال المساعدة التي تناولتها المؤسسة في هذه الحملة. كيف توظف مؤسسة مصر الخير الأشكال الفنية عبر صفحاتها على فيسبوك لعرض قضايا التنمية المستدامة؟

جدول (20) القوالب الفنية المستخدمة في عرض المنشورات على صفحة مؤسسة مصر الخير

القوالب الفنية	ك	%
نص مصاحب لهاشtag	1	0.5
نص مصاحب لصورة	21	10
نص مصاحب لصورة وهاشtag	30	14.2
نص مصاحب لصورة ورايط وهاشtag	50	23.7
نص مصاحب لصورة ورايط	3	1.4
نص مصاحب لفيديو	8	3.8
نص مصاحب لفيديو وهاشtag	8	3.8
نص مصاحب لفيديو ورايط وهاشtag	87	41.2
نص مصاحب لرايط وهاشtag	1	0.5
نص مصاحب لصورة وفيديو وهاشtag	2	0.9
الإجمالي	211	100

رصدت الباحثة استخدام صفحة مؤسسة مصر الخير لجميع القوالب الفنية التي تجمع بين النص والفيديو والهاشtag والرايط والصورة الثابتة، وأظهرت نتائج الجدول السابق اعتماد صفحة المؤسسة بشكل أكبر في عرض منشوراتها على النص المصاحب لفيديو ورايط وهاشtag وذلك بنسبة (41.2%) مقابل (0.5%) لكل من النص المصاحب لرايط وهاشtag، والنص المصاحب لهاشtag فقط.

جدول (21) العلاقة بين القوالب الفنية المستخدمة على صفحة مؤسسة مصر الخير وقضايا التنمية المستدامة التي تناولتها الصفحة

الإجمالي	قضايا التنمية المستدامة									القوالب الفنية
	القضاء على الجوع		الصحة		التعليم		القضاء على الفقر			
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
10	21	9.0	10	8.1	3	66.7	4	7.0	4	نص مصاحب لصورة
14.2	30	20.7	23	8.1	3	16.7	1	5.3	3	نص مصاحب لصورة وهاشاج
23.7	50	19.8	22	35.1	13	0	0	26.3	15	نص مصاحب لصورة ورابط وهاشاج
3.8	8	7.2	8	0	0	0	0	0	0	نص مصاحب لفيديو
3.8	8	5.4	6	2.7	1	0	0	1.8	1	نص مصاحب لفيديو وهاشاج
41.2	87	32.4	36	45.9	17	0	0	59.6	34	نص مصاحب لفيديو ورابط وهاشاج
3.3	7	5.4	6	0	0	16.7	1	0	0	أخرى

وظّفت صفحة مؤسسة مصر الخير على فيسبوك في تناول غالبية قضايا التنمية النص المصاحب لفيديو و رابط وهاشاج، وكانت نسبة القضاء على الفقر النسبة الأعلى لاستخدام هذا القالب فقد بلغت (59.6%)، يليها نسبة الصحة (45.9%)، وأخيراً وظّفت الصفحة هذا القالب في مجال القضاء على الجوع وذلك بنسبة (32.4%)، في المقابل، رصدت الباحثة ارتفاع استخدام صفحة مؤسسة مصر الخير للنص المصاحب لصورة في مجال التعليم، وذلك بنسبة (66.7%)، وهو ما يمكن أن تفسره الباحثة بتفضيل جمهور ومتابعي الصفحة للعناصر المرئية التي تشرها الصفحة بشكل مبسط من خلال الفيديوهات أو الصور لعرض قضايا التنمية المستدامة.

مناقشة نتائج الدراسة:

انتهت الدراسة الحالية إلى مجموعة من النتائج:

- أظهرت الدراسة ارتفاع حجم متابعة الجمهور المصري لمؤسسة مصر الخير، فقد وصل عدد متابعي الصفحة خلال شهور الدراسة التحليلية (2100460) متابعاً، وهو ما يعكس نجاح الصفحة في جذب انتباه الجمهور تجاهها، وأهمية فيسبوك كأحد مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق التنمية المستدامة، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Osama Elmadany, 2020)⁽³⁴⁾، التي أظهرت أن الحصول على معلومات عن قضية التنمية المستدامة جاء من أهم أسباب متابعة الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي، إضافة إلى وجود علاقة ارتباطية بين تعرض الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي، ومستوى الوعي لديهم بقضايا التنمية المستدامة، كما اتفقت مع دراسة (آية أحمد عبد الجواد عياد، 2021)⁽³⁵⁾، التي توصلت إلى استفادة الصفحات التتموية بنسب متباينة من الإمكانيات التكنولوجية والتفاعلية المتاحة في جذب انتباه أعداد كبيرة من المتابعين وتشجيعهم على التفاعل مع قضايا التنمية، واختلفت الدراسة الحالية مع دراسة (إيمان موسى، 2019)⁽³⁶⁾، التي أظهرت تنوع مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها المبحوثات، وقد جاء استخدام "واتساب" بنسبة (98.8%) في مقابل استخدام فيسبوك الذي جاء في المرتبة الأخيرة في الدراسة بنسبة (40.7%).
- اهتمت مؤسسة مصر الخير بقضايا التنمية المستدامة، التي تضمنت (القضاء على الفقر - التعليم - الصحة - القضاء على الجوع) وجاءت في مقدمة هذه القضايا: القضاء على الجوع بنسبة (52.6%) واختلفت هذه النتيجة مع (ندى بوجاجة، 2023)⁽³⁷⁾، التي أظهرت وجود تركيز على قضايا التنمية المستدامة، وأثبتت أن مواقع التواصل الاجتماعي تُعدّ من أهم أساليب ووسائل التوعية البيئية وتحقيق التنمية المستدامة عن طريق تقديم معلومات حول الحفاظ على البيئة.
- لاحظت الباحثة من خلال الدراسة التحليلية اتباع صفحة مؤسسة مصر الخير على فيسبوك أسلوب الجدولة الزمنية المستمرة، بتوزيع المنشورات بمعدل زمني

معين، فلم تنقطع الصفحة تماماً عن المنشورات الخاصة بحملات التوعية التي تنفذها المؤسسة، وتركز على قضية معينة خلال فترة زمنية محددة، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (مروة صبحي محمد، 2020)⁽³⁸⁾، فقد رصدت الباحثة تركيز صفحة اتحضر للأخضر على بُعد بيئي واحد شهرياً.

- لاحظت الباحثة ارتفاع نسبة مشاهدة الفيديوهات كونها أحد القوالب الفنية التي وظفتها مؤسسة مصر الخير، وكانت جميعها من نصيب قضية القضاء على الفقر، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Francesca onte & other, 2018)⁽³⁹⁾، التي أظهرت تفضيل الجمهور للقوالب الفنية المصورة، وتوظيف صفحات التواصل الاجتماعي للقوالب المصورة (الفيديوهات والصور الثابتة).

- أظهرت الدراسة عدم وجود فروق دالة إحصائية بين أشكال المتفاعلين المتابعين على صفحة مؤسسة مصر الخير في فيسبوك، وتشمل (المشاهدة- الإعجاب- التعليق- المشاركة) وقضايا التنمية المستدامة التي تناولتها المؤسسة على الصفحة من خلال ما نشرته، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (أحمد عمر عبد الرسول، 2017)⁽⁴⁰⁾، التي خلصت إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي ساعدت بشكل كبير في الوصول إلى الفئات المستهدفة وسرعة جلب المتطوعين، إضافة إلى قدرتها على تشكيل الرأي العام لتعمل على تحقيق خطط التنمية المستدامة.

- أظهرت الدراسة تنوع الأنشطة الاتصالية التي استخدمتها صفحة مؤسسة مصر الخير على فيسبوك، كما أظهرت وجود علاقة دالة إحصائية بين غالبية الأنشطة الاتصالية التي استخدمتها المؤسسة وقضايا التنمية المستدامة، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (إسلام أحمد عثمان، 2020)⁽⁴¹⁾، التي خلصت إلى تنوع الأنشطة الاتصالية للعلاقات الدولية عبر المنصات التي تم تحليلها، واختلاف نوعية هذه الأنشطة، إضافة إلى وجود علاقة ارتباطية بين التعرض للأنشطة الاتصالية ومستوى إدراك عناصر الهوية الوطنية.

- وظفت الصفحة الاستراتيجية الاتصالية التفاعلية، ورصدت الباحثة ارتفاع تفاعل الصفحة مع المتابعين من خلال أشكال التفاعل المختلفة، كالاستجابة السريعة

للتعليقات، والرد على الاستفسار والشكاوى، وتشجيع المتابعين على مشاركة منشورات الصفحة؛ وذلك لدعم التنمية المستدامة للقضايا المختلفة التي تناولتها الصفحة. وكان لقضية القضاء على الجوع النصيب الأكبر من التفاعل، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Seema Shukla & Others, 2020)⁽⁴²⁾، التي خلصت إلى أن مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي توفر بيئة تفاعلية مع الجمهور؛ إذ يمكن التواصل بشكل سريع وفوري مع إدارة مواقع التواصل الاجتماعي، مما يشعر المتابعين بمزيد من الثقة والدعم في النقاش والحوار الذي يكون بين الطرفين.

- تنوعت الاستمالات الإقناعية التي استخدمتها صفحة مؤسسة مصر الخير؛ إذ اعتمدت الصفحة في تناولها لبعض قضايا التنمية المستدامة على الاستمالات الإقناعية العقلية، التي كانت تمثل النسبة الأكبر من حيث استخدامها للأرقام والتقارير والإحصائيات والحقائق، وكان ذلك من نصيب قضية القضاء على الجوع، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (Linda Gonzalez, 2016)⁽⁴³⁾، التي أظهرت أهمية دعم محلات التجزئة لأنشطة الاتصال الرقمي التي يكون لها تأثير إيجابي في مصداقية الجمهور في فرنسا، إضافة لتأثيرها في الآخرين، في حين اعتمدت الصفحة على الاستمالات العاطفية، خاصة في قضايا الصحة كما استخدمت الصفحة الأسلوب المشترك الذي يجمع بين الاستمالات العاطفية والعقلية معاً في بعض القضايا الأخرى.

- اعتمدت الصفحة بشكل كبير في عرض منشوراتها على النص المصاحب لفيديو ورابط وهاشتاج، وتختلف هذه النتيجة مع الدراسة التحليلية (لامان محمد محمد أحمد وآخرون، 2017)⁽⁴⁴⁾ للمؤسسات والمنظمات غير الربحية، واستخدامها للمواد المنشورة في دعم جهود التنمية على مواقع التواصل الاجتماعي خاصة فيسبوك، فقد جاء اعتمادها على النص المصاحب للصورة الثابتة بنسبة مرتفعة تصل إلى (40%) في مقابل (26.72%) للنص المصاحب لفيديو، كما أنها تتفق مع دراسة (توفيق ذباح، 2020)⁽⁴⁵⁾ التحليلية، التي أجراها الباحث على صفحة

وكالة الطاقة على صفحة فيسبوك، وأظهرت النتائج ارتفاع نسبة استخدام الصفحة للصور في عرض منشوراتها البيئية.

- تتفق النتائج السابقة مع ما أشارت إليه نظرية المجال العام، التي أشارت إلى تفاعل الآراء والتداول الفكري والمناظرات السياسية والتواصل بين الأفراد، ودورها في إتاحة النقاش العام والحوار حول قضايا التنمية المستدامة، وهو ما أظهرته نتائج الدراسة التحليلية الحالية، التي أوضحت أن فيسبوك بوصفه إحدى وسائل التواصل الاجتماعي، يتيح للجمهور العام من متابعي صفحة مؤسسة مصر الخير القدرة على إقامة نقاش وحوار عام حول قضايا التنمية المستدامة التي تعرضها المؤسسة، وقد كان هناك تفاعل بين إدارة الصفحة ومتابعيها من المستحقين والمتطوعين والمتبرعين، وتبادل للآراء والحوار فيما بينهم، وهو ما يتفق مع دراسة (السيد عبد الرحمن علي عبد الرحمن، 2018)⁽⁴⁶⁾، التي أشارت إلى أن الإعلام الجديد يتيح النقاش العام حول القضايا بشكل قد يؤدي إلى الاختلاف في إثبات صحة الآراء أحياناً، والاتفاق في أحيان أخرى، لكنه يقدم مجالاً عاماً للجدل أو النقاش.

توصيات الدراسة:

وفقاً للنتائج التي توصل إليها الدراسة فإنها توصي بما يلي:

1- ضرورة الاهتمام بمحور التعليم في مؤسسة مصر الخير وغيرها من المؤسسات الخيرية الأخرى، لأن المؤسسات التعليمية يقع على عاتقها مسئولية كبيرة في تحقيق رؤية 2030.

2- محاولة التغلب على المعوقات التي تقف أمام أداء المؤسسات الخيرية لدورها في نشر ثقافة التنمية المستدامة وتدعيم أهدافها.

3- الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة فيسبوك، بوصفها وسيلة تواصل جماهيري يمكن من خلالها نشر الوعي بالتنمية المستدامة، لذا يجب الاهتمام بالتفاعل مع الجمهور واستقبال ردود أفعالهم، والشكاوى،

والاستفسارات، والمقترحات التي ترسل لصفحات المؤسسات الخيرية، والعمل على إيجاد حلول لدعم دور أهداف التنمية المستدامة.

4- أهمية الابتكار في استخدام تطبيقات جديدة تساعد على جذب انتباه الجمهور لصفحة المؤسسة، وتسهم بشكل أكبر في زيادة التفاعل مع الصفحة، والاستفادة من التفاعلية المتوفرة في فيسبوك، وقدرة الصفحة على التواصل مع الجمهور.

المراجع:

- 1 - حصلت الباحثة على هذه المعلومة بالاستناد إلى موقع وزارة التضامن الاجتماعي: <https://www.moss.gov.eg/ar-eg/Pages/default.aspx>
- 2 - أيمن محمد إبراهيم بريك، دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب بقضايا التنمية المستدامة - دراسة ميدانية، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع13، 2016، ص ص 253:293.
- 3- Sylvia A.Owiny & Other , The Use of social media technologies to create and disseminate in digenous knowledge and skills to communities in East Africa, **International Journal of Communication** , Vol.8, No.14, 2016 , Pp.234:247.
- 4 - أحمد عمر عبد الرسول، فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي في إحداث التنمية المستدامة بالدول العربية، المؤتمر الثامن والعشرين شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها في مؤسسات المعلومات والوطن العربي، نوفمبر 2017، ص ص 10:1.
- 5 - نصر الدين عبد القادر عثمان علي، توظيف الإعلام الجديد في نشر الوعي بقضايا التنمية المستدامة: الوعي البيئي نموذجًا، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع15، يونيو 2017، ص ص 157:196.
- 6 - ندى بوجاجة، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التوعية البيئية وتحقيق التنمية المستدامة- موقع فيسبوك نموذجًا، المجلة العربية للأرشيف والتوثيق والمعلومات، ع46، ديسمبر 2019، ص ص 387-416.
- 7 - أسامة بن غازي زين، دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي بقضايا التنمية المستدامة: دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعتي أم القرى والملك عبد العزيز، المجلة العربية للإعلام والاتصال، ع23، مايو 2020، ص ص 11:68.
- 8 - خلود عبد الله محمد ملياني، حملات التسويق الرقمي للأجهزة الحكومية ودورها في دعم خطط التنمية المستدامة لدى الشباب السعودي، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، ع20، ديسمبر 2020، ص ص 95-139.
- 9 - مروة صبحي محمد، دور الصفحات الرسمية المصرية على وسائل التواصل الاجتماعي في دعم التنمية البيئية المستدامة بالتطبيق على صفحة "تحضر للأخضر"، مجلة البحوث الإعلامية، ع25، مج أكتوبر 2020، ص ص 1682:1764.
- 10- Amal Marzouki & Others, From sustainable development goals to sustainable cities: A social media analysis for policy – making decision, Vol. 13, No.15, **Sustainability**, July 2021, Pp1:21.
- 11 - رانيا الصاوي عبده، دور مؤسسات المجتمع المدني في تحقيق التنمية المستدامة، المؤتمر العلمي الدولي الثالث للعلوم الإدارية والاقتصادية والإنسانية، يناير 2021، ص ص 14:1.
- 12- Muhammed Shajib Rahman & Others , The effect of social media entrepreneurship on sustainable development: evidence from online clothing shops in Bangladesh , **Heliyon** , Vol.9, No.9, August 2023, Pp1:10.

¹³- Olufunmilayo Thomas Kuye & Other , The role of media on innovational and sustainable development of Nigeria , **3rd Annual International Conference** , march 2023 ,Pp 969: 977.

¹⁴- Rodney Benson· Shaping the Public Sphere: Habermas and Beyond, The American Sociologist, September 2009, Volume 40, Issue 3, p1.

available at:

<https://steinhardt.nyu.edu/scmsAdmin/uploads/006/243/Benson%202009%20American%20Sociologist%20FINAL.pdf>.

¹⁵ - Terje Rasmussen, Two Faces of the Public Sphere: The Significance of Internet Communication in Public Deliberation, **The Public Journal of the European Institute for Communication and Culture**, Volume 16, Issue 1, 2009, pp 2-7.

¹⁶ - Gillian youngs , Blogging and Globlization: the blurring of the public/private spheres , **Aslib Proceedings** , Vol.61 , Issue2. , 2009 , P.127.

¹⁷- Ari Adut, A Theory of The Public Sphere , **American Sociological Association** , Vol.30 , No. 4, 2012 , P.244.

¹⁸- A. Fulya SEN, The Social Media As A Public Sphere: The Rise Of Social Opposition, **International Conference on Communication, Media, Technology and Design**,09-11 May 2012 Istanbul – Turkey.

available at:- <http://www.cmdconf.net/2012/makale/92.pdf>

19 - موقع مؤسسة مصر الخير:

Available At:

https://mekeg.org/landing/Winter?gclid=EAIaIQobChMIx6uxi7Hn9QIVDtd3Ch2tV AhUEAAYAiAAEgLtW_D_BwE

²⁰ - السيد عبد الرحمن علي عبد الرحمن، معالجة الإعلام الجديد لقضايا التنمية المستدامة في مصر في ضوء آراء عينة من الخبراء، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، مايو 2018، ص 259.

²¹ - رضا عبد الواحد أمين، دور وسائل الإعلام في تحقيق التنمية المستدامة في العالم الإسلامي، مؤتمر **التنمية المستدامة في العالم الإسلامي في مواجهة العولمة، رابطة الجامعات الإسلامية والبنك الإسلامي للتنمية**، مايو 2008، ص ص 121:123.

²²- أمال مهري، التوجه من الإعلام البيئي إلى الاتصال المسنول في إطار التنمية المستدامة لدى المؤسسة الاقتصادية، **مجلة العلوم الاجتماعية**، ع242، ديسمبر 2014، ص ص 12-13.

²³ - فيان سليمان سعيد، دور المسؤولية الاجتماعية للشركات كأداة لتفعيل التنمية المستدامة في إقليم كردستان بالعراق: دراسة ميدانية على شركة الإسكان للاستثمار والتطوير العقاري، **جرش للبحوث والدراسات**، مج17، ع2، 2016، ص33.

²⁴ -فيان سليمان سعيد، **مرجع سابق**، ص 35.

²⁵ - رجعت الباحثة في هذه النقطة إلى:

- أحمد سامي عبد الوهاب العائدي، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تحقيق الوعي لدى الشباب السعودي لقضايا التنمية المستدامة، **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان**، ع16، 2018، ص ص 455، 456.

- أمل محمد سلامة، دور الجمعيات الأهلية كإحدى منظمات المجتمع المدني في تحقيق التنمية المستدامة: دراسة مطبقة على جمعيات تنمية المجتمع المحلي بحي المنزه بالإسكندرية، **المؤتمر العلمي الدولي الثاني والعشرون للخدمة الاجتماعية**، مج3، 2009، ص 1139.

²⁶ - سارة دربال، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي البيئي المستدام والتوعية بقضايا التنمية المستدامة، **مجلة العلوم الإنسانية**، مج6، ع2، ص 303.

- 27 - محمد عبد الحميد، "نظريات الإعلام واتجاهات التأثير"، (القاهرة: عالم الكتب، 2004)، ص 13.
- 28 - محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، (القاهرة: عالم الكتب، 2000)، ص 93.
- 29 - محمد عبد الحميد، المرجع السابق، ص 220.
- 30- Chareen L.Senlson , "Qualitative and Mixed Methods Social Media: A Review of the literature , "**International Journal Of Qualitative Methods** " , January – December , 2016 , 1-15.
- 31 - Arab Social Media Report ,Retrived (2020) **At available:-**
https://www.researchgate.net/publication/341776036_The_State_of_Social_Media_2020_10Pm.
- 32 - حصلت الباحثة على هذه المعلومة بالاستناد إلى:
Avaliable At: <https://www.un.org/ar/global-issues/ending-poverty>
- 33 - حصلت الباحثة على هذه المعلومة بالاستناد إلى:
Avaliable At: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ar/sustainable-development-goals/>
- 34 - Osama El Madany, The role of social media in developing awareness with sustainable developmet issues: A field study on sample of Umm Al-Qura and King Adulaziz Universities, students, **Arabian Journal for Media & ommuniation**, May 2020, Issue 23.
- 35 - آية أحمد عبد الجواد عياد، توظيف الإعلام التنموي الرقمي في المساهمة الفعالة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة، المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 11-12 يوليو 2021، ص ص 1885:1920.
- 36 - إيمان موسى، تعرض المرأة السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى إدراكها لخطط التنمية المستدامة، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، 2019.
- 37 - ندى بوجاجة، مرجع سابق، ص 390.
- 38 - مروة صبحي محمد، مرجع سابق، ص 1722.
- 39- Francesca Conte & Other, Designing a data visualization dashboard for managing the sustainability communication of healthcare organization on facebook, **Sustainability**, Vol.10, No.12, 2018, Pp.1:14.
- 40 - أحمد عبد الرسول، فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي في إحداث التنمية المستدامة بالدول العربية، المؤتمر الثامن والعشرون: شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها في مؤسسات المعلومات في الوطن العربي، نوفمبر 2017، ص ص 1:10.
- 41 - إسلام أحمد عثمان، فاعلية الأنشطة الاتصالية للعلاقات الدولية بالمنظمات الدبلوماسية في تسويق الهوية الوطنية: دراسة تطبيقية على منصتي وزارتي الخارجية المصرية والأمريكية بموقع فيسبوك، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، 2020، مج19، ع2، ص ص 455:529.
- 42- Seema Shukla & Others, # Me Too movement: influence of social media engagement on intention o control sexual harassment against women, **Journal of Content, community, communication**, Vol.12, 2020, Pp. 57:69.
- 43 - Linda Gonzalez, Facebook and sustainable development: a case study of a french supermarket chain, **International Journal of Retail & Distribution Management** , Vol.44, No.5, 2016, Pp 560:582.

- 44 - لآمان محمد محمد أحمد وآخرون، دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم جهود التنمية بالمجتمع المصري: فيسبوك نموذجًا، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، مج 115، ع19، أكتوبر - ديسمبر 2017، ص ص 283:333.
- 45 - توفيق ذباح، المعالجة الإعلامية لقضايا البيئة عبر وسائل الإعلام الجديد - دراسة وصفية تحليلية لصفحة وكالة النفايات الوطنية، *مجلة الدراسات الإعلامية*، ع10، 2020، ص ص 334:317.
- 46 - السيد عبد الرحمن علي عبد الرحمن، مرجع سابق، ص ص 257:316.

References

<https://www.moss.gov.eg/ar-eg/Pages/default.aspx>

- Brik, A. (2016). dawr mawaqie altawasul alaijtimaeii fi taweiat alshabab biqadaya altanmiat almustadamat - dirasat maydaniatun, majalat buhuth alealaqat aleamat Alsharq Al'awsat, 13(3): 293:253.

- Sylvia A.Owiny & Other , The Use of social media technologies to create and disseminate in digenous knowledge and skills to communities in East Africa, **International Journal of Communication** , Vol.8, No.14, 2016 , Pp.234:247.

- Ali, N. (2017). tawzif al'ielam aljadid fi nashr alwaey biqadaya altanmiat almustadamat: alwaey albiyyu nmwdhjan, majalat buhuth alealaqat aleamat Alsharq Al'awsat, 15(6).

- Boujaja, N. (2019). wasayil altawasul alaijtimaeii wadawriha fi altaweiat albiyyat watahqi altanmiat almustadamat- mawqie fisbuk nmwdhjan, almajalat alearabiat lil'arshif waltawthiq walmaelumati, 46(2): 387-416.

- Zayn, O. (2020). dawr wasayil altawasul alaijtimaeii fi tanmiat alwaey biqadaya altanmiat almustadamat: dirasat maydaniat ealaa eayinat min tulaab jamieatay 'Om Alquraa walmalik Abd Aleaziz, almajalat alearabiat lil'ielam walaitisali, 23(4).

- Mlyani, K. (2020). hamalat altaswiq alraqamii lil'ajhizat alhukumiya wadawruha fi daem khutat altanmiat almustadamat ladaa alshabab alsaeudii, almajalat aleilmiat libuhuth alealaqat aleamat wal'ielan, 20(3): 95-139.

- Muhamad, M. (2020). dawr alsafahat alrasmia almisriat ealaa wasayil altawasul alaijtimaeii fi daem altanmiat albiyyat almustadamat bialtatbiq ealaa safha "atahdar lil'akhdar", majalat albuuhuth al'ielamiati, 25(3): 1764:1682.

- Amal Marzouki & Others, From sustainable development goals to sustainable cities: A social media analysis for policy – making decision, Vol. 13, No.15, **Sustainability**, July 2021, Pp1:21.

- Abdo, R. (2021). dawr muasasat almujtamae almadanii fi tahqiq altanmiat almustadamat, almutamar aleilmiu alduwalu althaalith lileulum al'idariat walaiqtisadiat wal'iiniani.

- Muhammed Shajib Rahman & Others , The effect of social media entrepreneurship on sustainable development: evidence from online clothing shops in Bangladesh , **Heliyon** , Vol.9, No.9, August 2023, Pp1:10.

- Olufunmilayo Thomas Kuye & Other , The role of media on innovational and sustainable development of Nigeria , **3rd Annual International Conference** , march 2023 ,Pp 969: 977.

- Rodney Benson· Shaping the Public Sphere: Habermas and Beyond, The American Sociologist, September 2009, Volume 40, Issue 3, p1.

<https://steinhardt.nyu.edu/scmsAdmin/uploads/006/243/Benson%202009%20American%20Sociologist%20FINAL.pdf>.

- Terje Rasmussen, Two Faces of the Public Sphere: The Significance of Internet Communication in Public Deliberation, **The Public Journal of the European Institute for Communication and Culture**, Volume 16, Issue 1, 2009, pp 2-7.

- Gillian youngs , Blogging and Globlization: the blurring of the public/private spheres , **Aslib Proceedings** , Vol.61 , Issue2. , 2009 , P.127.
- Ari Adut, A Theory of The Public Sphere , **American Sociological Association** , Vol.30 , No. 4, 2012 , P.244.
- A. Fulya SEN, The Social Media As A Public Sphere: The Rise Of Social Opposition, **International Conference on Communication, Media, Technology and Design**,09-11 May 2012 Istanbul – Turkey.
available at:- <http://www.cmdconf.net/2012/makale/92.pdf>
https://mekeg.org/landing/Winter?gclid=EAIaIQobChMIx6uxi7Hn9QIVDtd3Ch2tVAhUEAAYAiAAEgLTW_D_BwE
- Abd alrahman, A. (2018). muealajat al'ielam aljadid liqadaya altanmiat almustadamat fi Misr fi daw' ara' eayinat min alkhubara', almajalat Almisria libuhuth al'ielam, mayu 2018.
- Amin, R. (2008). dawr wasayil al'ielam fi tahqiq altanmiat almustadamat fi alealam al'iislami, mutamar altanmiat almustadamat fi alealam al'iislami fi muajahat aleawlamati, rabitat aljamieat al'iislamiat walbank al'iislami liltanmiati.
- Mahri, A. (2014). altawajuh min al'ielam albiyyi 'iilaa alaitisal almasyuwl fi 'iitar altanmiat almustadamat ladaa almuwasasat alaiqtisadiati, majalat aleulum alaijtimaeiati, 242(1).
- Saeed, V. (2016). dawr almasyuwliat alaijtimaeiat lilsharikat ka'adaat litafeil altanmiat almustadamat fi 'iiqlim kurdistan bialeiraqi: dirasatan maydaniatan ealaa sharikat al'iiskan lilaistithmar waltatwir Aleaqari, jarsh libuhuth waldirasati, 2(5)
- Aleaydi, A. (2018). mawaqie altawasul alaijtimaeii wadawriha fi tahqiq alwaey ladaa alshabab alsaedii liqadaya altanmiat almustadamat, almajalat aleilmia libuhuth alealaqat aleamat wal'ielan, 16(2).
- Salama, A. (2009). dawr aljameiaat al'ahliat ka'iihdaa munazamat almujtamae almadanii fi tahqiq altanmiat almustadamat: dirasatan mutbaqat ealaa jameiaat tanmiat almujtamae almahaliyi bihayi almuntaazah bial'iiskandiriati, almutamar aleilmu alduwaliu althaani waleishrun lilkhidmat alaijtimaeiati, 3(1).
- Dirbal, S. (2018). dawr mawaqie altawasul alaijtimaeii fi nashr alwaey albiyyi almustadam waltaweiat biqadaya altanmiat almustadamat, majalat aleulum al'iisaniati, 2(3).
- Abd Alhamid, M. (2004). "nzariaat al'ielam watijahat altaathira", (Alqahira: ealim alkutub).
- Abd Alhamid, M. (2000). dirasat aljumphur fi buhuth al'ielami, (Alqahira: Aalim alkutub).
- Chareen L.Senlson , "Qualitative and Mixed Methods Social Media: A Review of the literature , "**International Journal Of Qualitative Methods** " , January – December , 2016 , 1-15.
- Arab Social Media Report ,Retrived (2020) **At available:-**
https://www.researchgate.net/publication/341776036_The_State_of_Social_Media_2020_10Pm.

Available At: <https://www.un.org/ar/global-issues/ending-poverty>

Available At: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ar/sustainable-development-goals/>

- Osama El Madany, The role of social media in developing awareness with sustainable developmet issues: A field study on sample of Umm Al-Qura and King Adulaziz Universities, students, **Arabian Journal for Media & ommuniation**, May 2020, Issue 23.

- Ayyad, A. (2021). tawzif al'ielam altanmawii alraqamii fi almusahamat alfaeaalat litahqiq 'ahdaf altanmiat almustadamati, almutamar aleilmu alduwaliu alsaadis waleishruna, kuliyyat Al'ielam, jamieat Alqahira, 11-12 yuliu, 1920:1885.

-Musaa, I. (2019). taerid almar'at alsaaudiat limawaqie altawasul alaijtimaeii wamadaa 'iidrakiha likhutat altanmiat almustadamati, almajalat Almisriat libuhuth al'ielami.

- Francesca Conte & Other, Designing a data visualization dashboard for managing the sustainability communication of healthcare organization on facebook, **Sustainability**, Vol.10, No.12, 2018, Pp.1:14.

- Abd Alrasuli, A. (2017). faeiliat shabakat altawasul alaijtimaeii fi 'iihdath altanmiat almustadamat bialduwal alearabiati, almutamar althaamin waleishruna: shabakat altawasul alaijtimaeii watathiratiha fi muasasat almaelumat fi alwatan alearabii, nufimbir 2017: 10:1.

- Uthman, I. (2020). faeiliat al'anshitat alaitisaliat lilealaqat alduwliat bialmunazamat aldiblumasiat fi taswiq alhuiat alwataniati: dirasat tatbiqiatan ealaa minsatay wazaratay alkharijiaat almisriat wal'amrikiat bimawqie fisbuk, almajalat Almisria libuhuth alraay aleama, 2(4): 529:455.

- Seema Shukla & Others, # Me Too movement: influence of social media engagement on intention o control sexual harassment against women, **Journal of Content, community, communication**, Vol.12, 2020, Pp. 57:69.

- Linda Gonzalez, Facebook and sustainable development: a case study of a french supermarket chain, **International Journal of Retail & Distribution Management** , Vol.44, No.5, 2016, Pp 560:582.

- 'Ahmed, L. (2017). dawr mawaqie altawasul alaijtimaeii fi daem juhud altanmiat bialmujtamae almisrii: fisbuk nmwdhjan, almajalat alearabiati libuhuth al'ielam walaitisal, 19(2): 333:283.

- Dabbah, T. (2020). almuealajat al'ielamiat liqadaya albiyat eabr wasayil al'ielam aljadid - dirasat wasfiat tahliliatan lisafhat wikalat alnufayat alwataniati, majalat aldirasat al'ielamiati, 10(2): 317:334.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof. Salama Daoud President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Deputy Editor-in-chief: Dr. Sameh Abdel Ghani

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
(Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ahmed Abdo: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

● Issue 69 January 2024 - part 1

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.