

The importance of new media platforms in promoting the goals of sustainable development (a field study of followers of the Al-Iraqiya News Channel platform on Facebook)

أهمية منصات الإعلام الجديد في الترويج لأهداف التنمية المستدامة (دراسة ميدانية لمتابعي منصة قناة العراقية الإخبارية على الفيس بوك)

A.T. Karrar Haider Hatef^{1,*}

¹ Presidency of the University of Baghdad,
Department of Media and Government
Communication

م.م. كرار حيدر هاتف^١

^١ رئاسة جامعة بغداد/ قسم الاعلام والاتصال الحكومي

ABSTRACT

The new media plays a pivotal role in promoting the goals of sustainable development by employing them according to a planned scientific approach to inform the public about the goals of sustainable development. For this reason, the United Nations General Assembly relied on the new media to introduce the need to raise awareness of the contents and importance of sustainable development in the world. The researcher sought to study the role of the channel Al-Iraqiya in promoting the goals of sustainable development, and the research problem is to know the importance of the channel's Facebook platform in promoting the goals of sustainable development. The researcher used the field survey method followed by a media research approach, as the researcher relied on a random sample of followers of the Al-Iraqiya news channel on the Facebook platform, consisting of (300) items. The research confirmed the interest of Al-Iraqiya Channel in promoting sustainable development goals..

الخلاصة

يؤدي الإعلام الجديد دوراً محورياً في ترويج أهداف التنمية المستدامة من خلال توظيفها وفق منهج علمي مخطط له تمهيداً لإعداد مادة إعلامية متنوعة لتعريف الجمهور بأهداف التنمية المستدامة، ولهذا اعتمدت الجمعية العامة للأمم المتحدة على الإعلام الجديد كوسيلة مهمة لتعريف المجتمع الدولي بضرورة التوعية بمضامين وأهمية التنمية المستدامة في العالم، يتلخص البحث في سعي الباحث إلى دراسة دور قناة العراقية الإخبارية في الترويج لأهداف التنمية المستدامة وتوظيفها عبر صفحتها الرسمية على منصة الفيس بوك، حيث تندرج مشكلة البحث في معرفة أهمية منصة الفيس بوك لقناة العراقية الإخبارية في الترويج لأهداف التنمية المستدامة، واستخدم الباحث المنهج المسحي الذي يعتبر من أشهر المناهج العلمية المعتمدة في البحوث الإعلامية إذ اعتمد الباحث على عينة عشوائية من المتابعين لقناة العراقية الإخبارية على منصة الفيس بوك قوامها (٣٠٠) مفردة، فيما أوصى الباحث إلى ضرورة أن يكون هنالك اهتمام من قبل إدارة قناة العراقية الإخبارية في ترويج أهداف التنمية المستدامة من خلال نشراتها الإخبارية وبرامجها الحوارية والمتنوعة.

الكلمات المفتاحية:

الإعلام الجديد، التنمية المستدامة، قناة العراقية الإخبارية، الفيس بوك.

Keywords:

new media, sustainable development, Al-Iraqiya News Channel, Facebook.

Received

استلام البحث

23/1/2024

Accepted

قبول النشر

25/3/2024

Published online

النشر الالكتروني

15/6/2024

المقدمة:

يعتبر الإعلام الجديد الوسيلة التي اعتمدت عليها المؤسسات الإعلامية وغير الإعلامية في الترويج للأهداف التي تسعى إلى إيصالها للمتلقي بوضوح بغض النظر عن نوع الوسيلة المستخدمة في ترويج هذه الأهداف، إذ تعتبر التنمية المستدامة من أهم المواثيق التي أسستها الأمم المتحدة وركزت عليها وأكدت على ضرورة أن يفهم ويعي المجتمع الدولي أهدافها ومن هذا المبدأ سعى الباحث إلى دراسة دور قناة العراقية الإخبارية في الترويج لأهداف التنمية المستدامة بالاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي التي تمثل الثورة التكنولوجية الذي شهدها العالم جعل الكثير من المؤسسات تغير خططها وتعتمد على وسائل الإعلام الحديثة التي تواكب التطور في تقنيات الاتصال الجماهيري والمتمثلة في المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي والمدونات الإلكترونية التي أصبحت تتمتع بمتابعات عالية مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، فضلاً عن الاعتماد على تقنيات الإعلام الجديد في ترويج أهداف التنمية المستدامة التي تمثل نقطة جوهرية يمكن استخدامها لتعريف الجمهور وتوعيته بمضامينها ومرتكزاتها ومدى فائدتها للمجتمع وعلى هذا الأساس يمكن من خلال منصات الإعلام الجديد معرفة مدى فاعلية التغطيات الإخبارية والبرامجية التي تتناول أهداف التنمية المستدامة ودورها في تعريف الجمهور بماهية التنمية المستدامة التي أصبحت تمثل محور الاهتمام العالمي.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث وتساؤلاته

تعرف المشكلة بأنها موقف أو قضية أو فكرة أو مفهوم يحتاج إلى البحث والدراسة العلمية للوقوف على مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها ونتائجها الحالية وإعادة صياغتها من خلال نتائج الدراسة ووضعها في الإطار العلمي السليم.^(١)

أن معرفة مشكلة البحث يسهم في تسهيل الطريق البحثي الذي يمهّد للباحثين تطوير وتنضيج الأفكار البحثية المماثلة مستقبلاً، وتتحدد مشكلة البحث في الإجابة على التساؤل الرئيس.

- ما أهمية منصة الفيس بوك لقناة العراقية الإخبارية في الترويج لأهداف التنمية المستدامة؟

ويتحدد من التساؤل الرئيس عدة تساؤلات فرعية هي:

١- ما مدى اهتمام قناة العراقية الإخبارية في الترويج لأهداف التنمية المستدامة على منصة الفيس بوك؟

٢- ما مدى مساهمة منصة الفيس بوك لقناة العراقية الإخبارية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة؟

٣- هل هنالك دور لقناة العراقية الإخبارية في ترويج أهداف التنمية المستدامة على منصة الفيس بوك؟

٤- هل تساهم قناة العراقية الإخبارية عبر منصة الفيس بوك في تعريف الجمهور بأهداف التنمية المستدامة؟

(١) إسماعيل إبراهيم، مناهج البحوث الإعلامية، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٧م)، ص ٣٤.

ثانياً: أهمية البحث

تكمن أهمية البحث في معرفة الدور الذي تقدمه وسائل الإعلام وتقنياتها الحديثة في ترويج أهداف التنمية المستدامة عبر توظيف المادة الإعلامية المتخصصة بأهداف التنمية المستدامة من خلال التأكيد على إعداد خطة برامجية تُضاف إلى البرامج التي تبثها قناة العراقية الإخبارية.

ثالثاً: أهداف البحث

يعتبر الإعلام الجديد الركيزة الأساسية التي تستخدمها المؤسسات في الترويج لأهدافها وأنشطتها للجمهور لا سيما المؤسسات الإعلامية التي اعتمدت بشكل كبير على المنصات التي ظهرت بعد الثورة التكنولوجية والتي مهدت إلى ظهور وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية فضلاً عن المدونات الإلكترونية، حيث تعتبر وسائل ناجحة يمكن أن يتم توظيفها في ترويج وتوعية الجمهور بأهداف التنمية المستدامة من خلال تناولها بمختلف القوالب البرامجية والإخبارية، ويهدف البحث إلى معرفة مدى اهتمام قناة العراقية الإخبارية عبر منصة الفيس بوك في تغطيتها لأهداف التنمية المستدامة من خلال النشرات الإخبارية وبرامجها.

رابعاً: منهجية البحث

يعتبر المنهج البحثي الخطوة الرئيسة التي يعتمد عليها الباحث في الحصول على نتائج بحثه والتي تسهم في تحقيق أهدافه من خلال الإجابة على تساؤلاته من قبل المبحوثين، ويعرف المنهج "بأنه الوسيلة التي يتم من خلالها الوصول إلى حقيقة معينة أو مجموعة من الحقائق في موضوع معين ومحاولة اختبارها للتأكد من صلاحيته ومدى استفادة الباحث من هذا المنهج العلمي في دراسته".^(١)

وأعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي والذي يعتبر من أبرز المناهج العلمية المستخدمة في البحوث الإعلامية حيث يهدف إلى الحصول على البيانات والمعلومات التي تهتم في الظاهرة العلمية التي تضم عدد من الفقرات المكونة لمجتمع البحث حيث يندرج هذا البحث ضمن البحوث الوصفية التي تتميز بجمع البيانات والمعلومات بموضوعية عن عينة البحث.^(٢)

خامساً: عينة البحث

تعرف العينة البحثية: بأنها وحدة صغيرة من مجتمع البحث الأصلي التي يمكن أن تمثل المجتمع الأصلي تمثيلاً صحيحاً، حيث تعتبر من الأدوات التي يستخدمها الباحث عند قيامه بدراسة ميدانية على مجتمع واسع للحصول على المعلومات المراد دراستها من المجتمع الأصلي.^(٣)

وحدد الباحث عينة عشوائية من الجمهور المتابع للصفحة الرسمية لقناة العراقية على منصة الفيس بوك، تمثلت بتوزيع استمارة استبيان قوامها (٣٠٠) مفردة موزعة بين الذكور والاناث وبمختلف المستويات التعليمية

(١). ينال حمادي، مناهج وأساليب البحث العلمي، (الأردن، دار أمجد للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م)، ص ٢٣.
(٢). سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، (الإمارات، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٧م)، ص ١٦٤.
(٣). عبد الملك الدناني، سامية هاشم، مناهج بحوث الاتصال الحديثة، (الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م)، ص ١٠٢.

والفئات العمرية المتابعين للصفحة الرسمية لقناة العراقية الإخبارية على منصة الفيس بوك، واستخدم الباحث برنامج SPSS المتخصص في تحليل البيانات الاحصائية واستخراج العينات وتحديد نسبها.

سادسا: اختبارا الصدق والثبات

١ - اختبار الصدق

يعدّ الصدق في التحليل الإحصائي من أهم الأدوات التي تساعد الباحث على التأكد من صحة النتائج التي توصل إليها بعد تحليلها للتأكد من إمكانية تعميم هذه النتائج على مجتمع البحث ويرتبط الصدق بالأدوات التي يقوم الباحث باستخدامها في البحث العلمي ومدى قدرة هذه الأدوات على قياس المعلومات التي حصل عليها الباحث وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث، قام الباحث بإعداد استبيان تحتوي على عدة محاور تتضمن الإجابة على تساؤلات البحث وتم عرضها على مجموعة الخبراء المتخصصين في الإعلام لتحكيمها وتنضيجها لتحقيق أهداف البحث^(*)، ولمعرفة صدق الأداة واتساق فقراتها تم تطبيق معادلة هولستي.

$$\frac{M}{N} = \text{تطبيق معادلة هولستي}$$

تمثل M الفقرات التي اتفق عليها المحكمون، فيما تمثل N جميع فقرات الاستبانة.

$$\text{تطبيق معادلة هولستي على فقرات الاستبانة} = \frac{30}{33} = 0.90 \text{ نتيجة صدق الأداة}$$

وبالتالي فإن نتيجة صدق الأداة تكون 90%، وتعتبر من النسب الجيدة في البحث العلمي.

٢ - اختبار الثبات

يعتبر الثبات هو الأساس الذي يتم من خلاله تخفيض نسبة التباين لأقل حد ممكن حيث تم تطبيق اختبار الثبات على جزء من العينة الأصلية بعد تحكيمها من قبل خبراء متخصصين في الإعلام، وبعدها تم إعادة معامل الثبات على عينة من المبحوثين بعد اسبوع من الاختبار الأول، قام الباحث بإجراء اختبار ألفا كرونباخ للاتساق الداخلي للتحقق من ثبات مقياس البحث حيث وصلت نسبة الثبات إلى 92%، وهذا يؤكد على ثبات استمارة الاستبيان وبالتالي فإنها تعتبر صالحة وجاهزة للتطبيق واستخراج النتائج

سابعاً: دراسات سابقة

تعتبر الدراسات السابقة خارطة الطريق الذي يعتمد عليها الباحث في أعداد بحثه إذ تمثل تجارب الباحثين في تحديدهم واختيارهم لموضوعاتهم البحثية واستفادة نوعية يمكن من خلالها تجاوز العقبات التي واجهت الباحثين

(*) الاساتذة المحكمين لاستمارة الاستبيان .

١. أ. د. محمود يوسف جامعة القاهرة كلية الإعلام .

٢. أ. د. يوسف حسن محمود جامعة تكريت كلية الآداب - قسم الإعلام .

٣. أ. م. د. أيمن متولي عرفات الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات كلية الإعلام .

٤. أ. م. د. علي مولود فاضل جامعة سامراء كلية الآداب - قسم الإعلام .

٥. أ. م. د. صباح عواد محمد ، الجامعة العراقية، كلية الإعلام .

خصوصاً وأن الكتابة في موضوعات حديثة مثل الإعلام الجديد والتنمية المستدامة وربط الموضوعين ببحث واحد من خلال عمل مكس بحثي سيمثل إضافة نوعية للدراسات التي ستكتب في المستقبل، ومنها الدراسات المشابهة للبحث المنشورة في محرك الباحث العلمي Google Scholar .

١- دراسة آية أحمد محمد (٢٠٢١م):^(١)

بعنوان "توظيف الإعلام التنموي الرقمي في المساهمة الفعالة لتحقيق التنمية المستدامة"، تتمحور مشكلة البحث في فهم وتحليل وتفسير عملية توظيف شبكات التواصل الاجتماعي كأداة من أدوات الإعلام التنموي الرقمي، فيما تأتي أهمية البحث في معرفة سبل تحقيق أهداف التنمية المستدامة على الصعيدين المحلي والعالمي في وضع وتنفيذ الخطط الاستراتيجية لتحقيق الأهداف، فيما يهدف البحث إلى رصد اتجاهات الشباب المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي نحو قضايا التنمية المستدامة والمشاركة الفاعلة في تحقيق أهدافها، واستخدمت الباحثة المنهج التحليلي لدراسة العينة من جميع أبعادها فيما تمثلت عينة البحث دراسة الصفحات ذات الاهتمام التنموي الخاصة في أنشطة ومبادرات التنمية المجتمعية وأهداف التنمية المستدامة في مصر، واوصى البحث بضرورة اهتمام الصفحات التنموية المصرية في ترويج أهداف التنمية المستدامة وضخ المعلومات بشكل واسع ومتنوع لتحقيق التفاعلية بأشكال ومستويات مختلفة.

٢- دراسة دعاء فتحي سالم (٢٠١٩م):^(٢)

بعنوان "دور الإعلام الرقمي في تعزيز استراتيجيات التنمية المستدامة لتحقيق المزايا التنافسية"، تتمحور مشكلة الدراسة في استخدام وسائل الإعلام الجديد في المملكة العربية السعودية حيث وصل عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ٩.٢ مليون مستخدم وهذا يسهم في توظيف هذه الوسائل لتعزيز استراتيجيات التنمية المستدامة والتي تسهم في تحقيق المزايا التنافسية، وتأتي أهمية هذه الدراسة في كونها تركز على الجمهور السعودي لارتباطه في تقنيات الإعلام الجديد، واستخدم الباحث في دراسته المنهج المسحي حيث اعتمد في دراسته على معرفة آراء الجمهور عبر توزيع استمارة الاستبانة على عينة عشوائية بهدف تحليل النتائج وفق إجابات الباحثين، وأوصت الدراسة بضرورة إطلاق برامج التنمية المستدامة في جميع مواقع التواصل الاجتماعي مع التأكيد على إقامة العديد من ورش العمل والندوات الإلكترونية لعامة المجتمع تتحدث عن استراتيجيات وأهداف التنمية المستدامة.

المبحث الثاني: الإعلام الجديد والتنمية المستدامة

أولاً: ماهية الإعلام الجديد

يعتبر الباحث في علم الاتصال مارشال مكلوهان أول من استخدم مصطلح الإعلام الجديد في عام ١٩٥٣م، عندما تحدث عن تكنولوجية الاتصال وقدرتها على جمع المعلومات إلكترونياً وتوصيلها عالمياً، حيث ظهر مصطلح الإعلام الجديد بعد التطورات التي شهدتها العالم في المجالات الإعلامية والسياسية والاقتصادية والثقافية إلا أن تأثير هذه التطورات لم يصل إلى حد التأثيرات التي أحدثتها الثورات التقنية التي انبثقت عنها

(١) آية أحمد محمد، توظيف الإعلام التنموي الرقمي في المساهمة الفعالة لتحقيق التنمية المستدامة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد (٧٧)، مصر، جامعة القاهرة، ٢٠٢١م.

(٢) دعاء فتحي سالم، دور الإعلام الرقمي في تعزيز استراتيجيات التنمية المستدامة لتحقيق المزايا التنافسية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد (٦٦)، مصر، جامعة القاهرة، ٢٠١٩م.

ظهور الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي والتي أعقبها تطور تقنيات الوسائل الإعلامية الجديدة التي نالت استحسان الجمهور والذي أصبح مشاركاً في صناعة المحتوى الإعلامي ومؤثراً في تحديد نوعية المادة الإعلامية التي تروج للجمهور، من خلال الميزة التفاعلية التي ميزت الإعلام الجديد عن الإعلام التقليدي، مما سهل على المؤسسات الإعلامية معرفة متطلبات الجمهور واحتياجاته للمادة الإعلامية التي تسهم في تحقيق إشباعاته وتوفير متطلباته، أن مصطلح الإعلام الجديد ظهر بشكل واسع في الآونة الأخيرة مع التطورات التكنولوجية في وسائل الإعلام والاتصال التي ركزت على إدماج الإعلام التقليدي بالوسائل والتقنيات الحديثة حيث أدت إلى تعزيز المشاركة الجماهيرية مع المؤسسات الإعلامية التي شكلت نمطاً حديثاً في الاتصال الجماهيري.^(١)

ثانياً: مفهوم الإعلام الجديد

يتمثل الإعلام الجديد بأنه مجموعة من الوسائل التي تهدف إلى تحقيق الاتصال ونقل المعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية عبر استخدام أدوات النشر والترويج للتأثير في الجمهور وتوجيه الرأي العام حول موضوع معين مستخدماً وسائل التأثير والأقناعات لتحقيق الأهداف المرجوة من نشر الرسالة الإعلامية، ويعتبر الإعلام الجديد شأنه شأن العلوم الاجتماعية حيث تعددت تسمياته ومنها "الإعلام الشبكي والإعلام الإلكتروني والإعلام الرقمي والإعلام الاجتماعي، وهناك العديد من وسائل الإعلام التقليدية التي استبدلت بوسائل حديثة ساعدت على تطورها حيث ظهر التلفزيون عام ١٩٤٨م، وكان يُعد حينها إعلاماً جديداً لكنه لم يعد إعلاماً جديداً الآن بفعل إدماج التلفزيون مع

التقنيات الحديثة من خلال تسجيل الفيديو الرقمي وتقنيات البث المباشر والإنترنت جعلت من التلفزيون يحافظ على وجوده مقارنة مع وسائل إعلامية قديمة ظهرت قبل وبعد التلفزيون أصبحت شبه مندثرة في ظل التطورات المتسارعة في تقنيات الاتصال الجماهيري.^(٢)

ويعرف لوجان الإعلام الجديد "بأنها استخدام الوسائل الرقمية التي تتميز بالتفاعلية وثنائية الاتجاه في مقابل الوسائل التقليدية التي تعتمد على الاتجاه الأحادي مثل التلفزيون والراديو والتي لم تتطلب في عملها أية تقنية حديثة"، فيما يعرف قاموس التكنولوجيا الرقمية الإعلام

الجديد بأنه "اندماج الكمبيوتر مع شبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة، فيما يعرفه ليستر" بأنه مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام الصحافة والإذاعة والتلفزيون والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو.^(٣)

وتعرف الدكتورة مي العبد الله الإعلام الجديد في كتابها "المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال" بأنه جميع أشكال الإعلام الرقمي الذي يقدم قالب رقمي وتفاعلي ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو

(١) وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، الإعلام الجديد (تحولات اتصالية ورؤى معاصرة)، (الإمارات: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٧م)، ص ٦٤.

(٢) حسن رضا النجار، فاضل عبد علي، الإعلام الرقمي واتجاهاته الحديثة، (الإمارات: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٧م)، ص ١٨.

(٣) فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠م)، ص ٥٤.

والصوت فضلاً عن استخدام جهاز الكمبيوتر كأداة محورية من أجل عملية الإنتاج والعرض وتعتبر التفاعلية من أهم سماته مما جعله يتميز عن الإعلام التقليدي.^(١)

ثالثاً: خصائص الإعلام الجديد

أن التنوع الذي فرضه الإعلام الجديد من مواقع إخبارية إلكترونية وصحافة إلكترونية وإذاعات وتلفزيونات ومدونات إلكترونية ومواقع تواصل اجتماعي، جعل له خصائص تميزه عن الإعلام التقليدي من خلال فرض واقع إعلامي جديد أجبر الجميع على الاهتمام به خصوصاً وأنه يتمتع بسعة الانتشار حول العالم دون تقيد بحواجز مكانية أو زمانية، وهذا ما جعل مراقبة السلطات على المحتوى المنشور عبر وسائل الإعلام الجديد صارمة فرضت قوانين تنظم النشر وتعاقب كل من يخرق ويخالف هذه القوانين، إلا أن هذه القيود التي فرضتها الدول لم تنجح في الحد من الوصول إلى كل المجتمع عبر البث الحي المستمر على مدار الساعة بحيث أصبحت أدوات الإعلام الجديد تسهل وصول المعلومة ليس فقط في مجال الإعلام بل في مختلف المجالات والتخصصات العلمية والانسانية وغيرها، إذ استطاع الإعلام الجديد أن يفرض نفسه على الجميع لما يتمتع به من خصائص اتاحت له السيطرة على نشر الأحداث الآنية بسهولة بغض النظر عن مكان وقوع الحدث.^(٢)

(١) **التفاعلية:** بدأ الاهتمام في التفاعلية في عام ١٩٤٨م، حينما أضاف Wiener خاصية رجع الصدى إلى نموذج شانون وويفر في الاتصال باعتباره عملية ديناميكية بين المرسل والمستقبل، إذ أكد ولبورشرام على ضرورة وجود تجارب مشتركة بين المرسل والمستقبل تتمثل في التفاعلية فيما بينهم لتحقيق الهدف من نشر الرسالة الاتصالية إلى المتلقي، ومع بروز الإنترنت وتطبيقاته المتطورة زاد الاهتمام في مفهوم التفاعلية كأداة لتحليل المضمون السوسيولوجي في عملية الاتصال الجماهيري التي سهلت معرفة احتياجات الجمهور وما يفضل مشاهدته عبر وسائل الإعلام الجديد التي مهدت لظهور العديد من الدراسات والبحوث العلمية التي تخصصت في تحليل عملية الاتصال استناداً إلى خاصية التفاعلية التي ميزت الإعلام الجديد وجعلته ينتشر بقوة في العالم.^(٣)

(٢) **اللاتزامنية:** توفر هذه الخاصية أمكانية إرسال واستقبال رسائل في أوقات تناسب جميع المستخدمين إذ لا تتطلب من المستخدمين أن يكونوا متواجدين في وقت إرسال الرسائل خصوصاً وأن الإعلام الجديد استطاع أن يوفر أمكانية إرسال المادة الإعلامية دون الحاجة إلى أن يكون مستقبل هذه الرسالة متصل بالإنترنت حيث يمكن جميع المستخدمين من الحصول على المعلومات والأخبار والتقارير في الوقت الذي يريده من دون بذل أي جهد في الحصول على المعلومة وهذا ما جعل المؤسسات الإعلامية تهتم في تقنيات الإعلام الجديد لترويج أهدافها عبره.^(٤)

(٣) **الحرية الواسعة:** تعتبر الوسائل الإعلامية التقليدية من الوسائل الاتصالية التي تخضع لسيطرة الحكومات كلياً في سياستها من خلال تحديد المادة الإعلامية التي يسمح في نشرها وتداولها وتصديرها للجمهور، أما بعد

(١). مي العبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، (بيروت: دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م)، ص ٤٧.

(٢). علي خليل شقرة، الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م)، ص ٥٥.

(٣). عبيدة صبطي، الإعلام الجديد والمجتمع، (مصر: المركز العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٨م)، ص ٢٧.

(٤). عبيد الرحباني، الإعلام الرقمي، (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م)، ص ١٤٠.

ظهور الإنترنت وتطور تقنيات الإعلام الجديد الذي استطاع اختراق الحدود المكانية والزمانية واعطى حرية واسعة في النشر وتداول الأخبار والأحداث الداخلية والخارجية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، التي تهم المواطنين مما دفعهم إلى التعمق في وسائل الإعلام الجديد، وهذا ما جعل المؤسسات الإعلامية أكثر تحرراً من السابق في نقل الأخبار والأحداث المحلية والدولية لكونها تبحث عن حاجة الجمهور وتسعى لتحقيق إشباعاتهم.^(١)

(٤) الكونية وعالمية الوصول: ارتبط الإعلام الجديد في الشبكة العنكبوتية التي جعلت بإمكان أي شخص في العالم مهما كانت ثقافته ومستواه العلمي أن يصبح ناشراً ومدوناً ومنشئ محتوى يستطيع أن يوصل رسالته إلى جميع أنحاء العالم وبأقل التكاليف، حيث يختص الإعلام الجديد في جمع مستخدمي الإنترنت في جميع أنحاء العالم باختلاف ثقافتهم ولهجاتهم وتقاليدهم وعاداتهم ومعتقداتهم ومبادئهم، إذ لا تمنع أنتشار الرسالة الاتصالية في الإعلام الجديد حدود جغرافية معينة وهذا ما ميزه وجعل المستخدمين يفضلون الاعتماد على تقنيات الإعلام الجديد الذي اسهمت في التعريف بثقافات الشعوب فضلاً عن نقل الأخبار والأحداث بسهولة ودون تقييد.^(٢)

أن الثورة الاتصالية التي هبت بفعل تطور تقنيات الإنترنت التي استطاعت أن تمزج بين الصورة والصور المتحركة والنصوص وملفات الصوت والرسوم المتحركة، وتعتبر الوسائط المتعددة الوسيلة التي تستخدم في دمج الكمبيوتر والوسائل التعليمية لخلق بيئة تفاعلية تساعد على التفاعل مع مختلف البرامج، وتعتمد الوسائط على ميزة التحديث المستمر للمعلومات التي يتم نشرها عبر وسائل الإعلام الجديد بالاعتماد على الجمهور المستخدم الذي من خلاله يتم تحديث المحتوى الإعلامي خصوصاً في أوقات الأزمات حيث تعتمد الكثير من المؤسسات الإعلامية على ما ينشره الجمهور واعتماده مصدر مطلع على الحدث.^(٣)

رابعاً: مفهوم التنمية المستدامة

(١) نبذة تعريفية عن التنمية المستدامة

يعود تاريخ التنمية المستدامة إلى مؤتمر الأمم المتحدة المعني بالبيئة البشرية الذي عقد في مدينة ستوكهولم عام ١٩٧٢م، ويعتبر أول مؤتمر رئيس للأمم المتحدة يهتم في قضايا البيئة حيث اعتمد المؤتمر إعلان وخطة عمل الذي حدد مبادئ الحفاظ على البيئة البشرية وتعزيزها مع توصيات للعمل البيئي الدولي، كما أنشأ المؤتمر برنامج الأمم المتحدة للبيئة (UNEP) وهو أول برنامج يعمل فقط على القضايا البيئية، وبعد عشرين عاماً من قمة الأرض التاريخية في ريو دي جانيرو بالبرازيل والتي استمرت لمدة أسبوعين من التخطيط والتعليم والمفاوضات بين جميع الدول الأعضاء في الأمم المتحدة أدى إلى اعتماد جدول أعمال القرن ٢١ والذي حظى بتوافق عالمي رسمي توحدت من خلاله الآراء وتطابق وجهات النظر بشأن التنمية والتعاون البيئي حيث سعت الأمم المتحدة إلى مساعدة الحكومات على إعادة التفكير في قضايا التنمية والسعي لإيجاد طرق بديلة لوقف التلوث والاستنفاد من الموارد الطبيعية وهذا يعكس إجماعاً دولياً لدعم وتكملة الاستراتيجيات والخطط الوطنية للتنمية المستدامة، حيث دعا المؤتمر

(١) علي خليل شقرة، مصدر سابق، ص ٥٦.

(٢) علي عبد الفتاح، الإعلام الجديد والمجتمع، (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م)، ص ١٦٥.

(٣) ماجدة عبد الفتاح الهلباوي، الإعلام الدولي والإلكتروني، (مصر: دار التعليم الجامعي، ٢٠١٥م)، ص ٢٤٠.

جميع الدول إلى المشاركة في تحسين النظم الإيكولوجية وحمايتها وإدارتها بشكل أفضل وتحمل مسؤولية المستقبل بنهج تشاركي.^(١)

يعتبر مؤتمر ريو دي جانيرو التاريخي الأساس الذي وجه الرأي العام العالمي على ضرورة الالتفات للتنمية المستدامة والاهتمام في النظام البيئي العالمي حيث اعتمدت هذا المنهج ١٧٢ حكومة وقعت ثلاث اتفاقيات رئيسية لتوجيه الخطط المستقبلية للتنمية، فضلاً عن بيان مبادئ الغابات لدعم الإدارة المستدامة للغابات في جميع أنحاء العالم وفتح صكين ملزمين قانوناً للتوقيع في اتفاقية الأمم المتحدة بشأن تغير المناخ والتنوع البيولوجي ومكافحة التصحر التي فُتح باب التوقيع عليها في أكتوبر ١٩٩٤م، دخلت حيز التنفيذ في ديسمبر ١٩٩٦م أما في عام ١٩٩٧م، عُقدت دورة استثنائية للجمعية العامة مكرسة للبيئة، تُعرف أيضاً باسم "قمة الأرض +٥" وهو معني بدراسة وتنفيذ جدول أعمال القرن ٢١ حيث اقترحت برنامجاً لمواصلة التنفيذ بعد ثلاث سنوات، وفي عام ٢٠٠٠م، أُقرت قمة الألفية المعنية بالأهداف الإنمائية الثمانية (MDGS) التي مهدت للقمة العالمية للتنمية المستدامة في جوهانسبرج خطة عمل جديدة استعرضت الأهداف الإنمائية الألفية في اجتماعات رفيعة المستوى في نيويورك في عام ٢٠١٢م، عقد مؤتمر الأمم المتحدة للتنمية المستدامة المعروف باسم ريو +٢٠ حيث تم تأسيس جمعية الأمم المتحدة للبيئة لتصبح هذه الجمعية دوراً في العالم لصنع القرار بشأن البيئة لتحديد أولويات السياسات البيئية العالمية وتطوير القانون البيئي الدولي، في عام ٢٠١٣م، وقبل عامين من الموعد النهائي المحدد لتحقيق الأهداف الإنمائية الألفية عُقدت فعالية استثنائية في نيويورك وافقت خلالها دول الأعضاء على عقد قمة في سبتمبر ٢٠١٥م لاعتماد مجموعة جديدة من الأهداف والتي من شأنها أن تبني على الأسس التي حددتها الأهداف الإنمائية الألفية، في عام ٢٠١٥م، أصدرت قمة الأمم المتحدة للتنمية المستدامة جدول أعمال ٢٠٣٠م، حددت أهداف التنمية المستدامة السبعة عشر.^(٢)

(٢) مفهوم التنمية المستدامة:

تعتبر التنمية المستدامة مفهوم علمي حديث بدأ يستخدم كثيراً في الأدب التنموي المعاصر وأصبحت الاستدامة مدرسة فكرية عالمية تنتشر في معظم دول العالم تتبناها هيئات شعبية ورسمية تطالب بتطبيقها عبر استخدام نمط تنموي يمتاز بالعقلانية والرشد حيث تتعامل التنمية المستدامة مع النشاطات الاقتصادية فضلاً عن تطبيق إجراءات المحافظة على البيئة والموارد الطبيعية حيث تعتبر عملية متكاملة تضمن تحقيق حياة جديدة متكاملة للمجتمع في الحاضر وضمان مستقبل للأجيال القادمة ومن هذا المنطلق تأتي أهمية الإعلام الجديد في توعية وتنقيف المجتمع بأهداف التنمية المستدامة التي تشكل أهمية كبيرة في الحياة لكونها مرتبطة بعلاقة وثيقة مع النشاطات البيئية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية، ورغم الانتشار السريع لمفهوم التنمية المستدامة منذ ظهورها قبل حوالي عقدين من الزمن، إلا أنه ما زال غامضاً بوصفه مفهوماً وفلسفة علمية مازالت تفسر

(١) فرانك برياج، فلسفة التنمية المستدامة رهانات في نقد التنمية، ترجمة أيمن محمد منير، (السعودية: دار جامعة الملك سعود للنشر، ٢٠١٨م)، ص ٣٤.

(٢) سعيد أوكيل، الابتكار التكنولوجي لتحقيق التنمية المستدامة وتعزيز التنافس، (السعودية: العبيكان للنشر والتوزيع، ٢٠١١م)، ص ٢٢٦.

بطرق مختلفة من قبل المتخصصين كلاً يرى أن التنمية المستدامة تمثل مجال تخصصه لكونها مطلق متشعب وشامل.^(١)

وهنا تأتي دور الوسائل الإعلامية عموماً ووسائل الإعلام الجديد خصوصاً في اتباع وتطبيق استراتيجيات تسهم في الترويج إلى الجمهور عن الدور المحوري التي تقدمه التنمية المستدامة والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها وهذا ما جعل جمعية الأمم المتحدة إلى اقامة العديد من المؤتمرات العلمية المعنية بأهداف التنمية المستدامة.^(٢)

تعددت تعاريف التنمية المستدامة حيث عرفت اللجنة العالمية للبيئة والتنمية "بأنها تلك التنمية التي تلبي حاجات الحاضر دون المساس في قدرة الأجيال المستقبل وقدرتها على تلبية جميع احتياجاتهم، وعرف قاموس ويسترن التنمية المستدامة "بأنها تلك التنمية التي الموارد الطبيعية دون أن تسمح باستنزافها أو تدميرها كلياً أو جزئياً، فيما يعرف مدير حماية البيئة الأمريكية وليم رولكز هاوس التنمية المستدامة" بأنها العملية التي تقرر بضرورة تحقيق نمو اقتصادي يتلائم مع القدرات البيئية.^(٣)

٣) أهداف التنمية المستدامة:

حددت الجمعية العامة للأمم المتحدة ١٧ هدفاً أساسياً وضعت من قبل برنامج الأمم المتحدة الإنمائي حيث أدرجت الأهداف ضمن خطط التنمية المستدامة لعام ٢٠٣٠م وتتمحور هذه الأهداف في تحديد السياسات العالمية المعنية في قضايا التنمية المستدامة والتي تقدم خيارات وفرص جديدة لسد الثغرات بين حقوق الإنسان والتنمية، أن استخدام وسائل الإعلام الجديد اسهم بشكل كبير في ترويج هذه الأهداف من خلال توظيفها في البرامج التلفزيونية والتغطيات الإخبارية في المؤسسات الإعلامية وترويجها عبر منصاتها، وتندرج أهداف التنمية المستدامة في ما يلي:^(٤)

- أ- القضاء على الفقر.
- ب- القضاء التام على الجوع.
- ت- الصحة الجيدة والرفاه.
- ث- التعليم الجيد.
- ج- المساواة بين الجنسين.
- ح- المياه النظيفة والنظافة الصحية.
- خ- طاقة نظيفة وبأسعار معقولة.
- د- العمل اللائق ونمو الاقتصاد.
- ذ- الصناعة والابتكار والهياكل الأساسية.

(١). عثمان محمد غنيم، ماجد أبو زنت، التنمية المستدامة فلسفتها وأساليب تخطيطها، (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٩م)، ص ١٥.

(٢). غازي فيصل حسين، التنمية المستدامة في دول العالم الثالث، (عمان، دار الراية للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م)، ص ١٦.

(٣). عثمان محمد غنيم، ماجد أبو زنت، مصدر سابق، ص ٢٥.

(٤). الجمعية العامة للأمم المتحدة، <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ar>.

- ر- الحد من أوجه عدم المساواة.
- ز- مدن ومجتمعات محلية مستدامة.
- س- الاستهلاك والإنتاج المسؤولان.
- ش- العمل المناخي.
- ص- الحياة تحت الماء.
- ض- الحياة في البر.
- ط- السلام والعدل والمؤسسات القوية.
- ظ- عقد الشراكات لتحقيق الأهداف.
- ٤) الإعلام التنموي والتنمية المستدامة:

حددت الجمعية العامة للأمم المتحدة يوم ٢٤ تشرين الأول من كل عام يوماً عالمياً للإعلام الإنمائي يهدف إلى لفت انتباه الرأي العام العالمي إلى مشاكل التنمية من خلال نشر المعلومات وتعبئة الرأي العام لا سيما الشباب لتوعيتهم بقضايا ومشاكل التنمية عبر تعزيز الجهود في مجال التعاون الدولي من أجل التنمية حيث لا يتبع الإعلام الإنمائي عموماً آلية الخبر أو السبق الصحفي بل يستغرق وقتاً أطول ليعالج المواضيع بشكل عميق مستخدماً أدوات بحثية علمية متطورة ودقيقة تشكل دوراً مهماً في تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتقديمها أفكار وحلول جديدة لتحديات التنمية في تعزيز النمو الاقتصادي والقدرة على المنافسة والحصول على المعلومات الدقيقة ومواجهة المعلومات المضللة و البروباغندا المنحازة والقضاء على الفقر، وضمان الإدماج الاجتماعي حيث يسهم الإعلام التنموي في تحقيق التوازن وإحداث تغييرات مفيدة في سلوكيات الأفراد والجماعات والمنظمات بشرط أن يمارس هذا الإعلام في بيئة إعلامية تعددية تسودها حرية تداول المعلومات والآراء والاستقلالية كي لا يتحول الإعلام إلى أداة دعائية منحازة لجهة معينة ويعرف الإعلام التنموي "بأنه الإعلام المتخصص في قضايا التنمية وتحدياتها كالفقر والعدالة الاقتصادية المحلية والعالمية، وتمكين القطاعات المهمشة في المجتمعات كالمرأة، والشباب، ومؤسسات المجتمع المدني المعنية، وتوفير المعلومات الاستقصائية والتحليل العلمي الدقيق لمشاكل التنمية بمختلف أشكالها الاقتصادية والاجتماعية والاقتصادية والبيئية".^(١)

يشكل الإعلام الجديد أهمية قصوى في العملية التنموية حيث يساهم في نشر المفاهيم وتوعية المجتمع وإرشاده عبر المختصين في هذا المجال من خلال إشراك المجتمع ومساندته في فهم الاحتياجات والتحديات الحالية والمستقبلية التي تصب في مصلحة التنمية المستدامة الشاملة حيث يساعد هذا الطرح على تبادل الأفكار والأنشطة التنموية والتفاعل مع القطاع العام والخاص والمجتمع لتمهيد الطريق في بناء قدرات بشرية وتشجيع الجهات والمؤسسات على الاهتمام وتبني المواضيع والممارسات التنموية، حيث يمكن مساعدة المجتمع في التعريف بأهداف التنمية المستدامة وإيضاح أبعادها وغاياتها وهنا تأتي أهمية وجود الإعلام التنموي المنخرط مع الجهات التي تمارس العمل التنموي للإسهام في تقدم المجتمع وازدهاره واستدامة ما تقدمه هذه الجهات، ويمكن لوسائل الإعلام الإنمائية أن تسهم في تحقيق الأهداف التنموية كجزء فاعل في العملية التنموية حيث يسهم المختصون في التنمية دوراً رئيسياً في الدفع بتنمية مستدامة وشاملة للجميع عبر شرح مبادئها كونها حلقة

(١). مقال علمي منشور في شبكة وطن بعنوان "اليوم العالمي للإعلام الإنمائي صحافة متخصصة بحاجة إلى تنمية" للكاتب منصور العمري، <https://2u.pw/9XhgHMW>

وصل بين الجمهور وبين الجهات المختصة في العمل التنموي فضلاً عن توضيح دورها في إشراك أفراد المجتمع لتحقيق أهداف التنمية المستدامة ويعتبر الإعلام التنموي أساسياً لعملية التنمية وعمودها الفقري الذي يهدف إلى تعزيز المشاركة المجتمعية كافة دعماً لأهداف التنمية المستدامة.^(١)

المبحث الثالث: أهمية منصة قناة العراقية في الترويج لأهداف التنمية المستدامة

المطلب الأول: نبذة عن قناة العراقية الإخبارية

تعدّ قناة العراقية الإخبارية إحدى تشكيلات شبكة الإعلام العراقي وهي شبكة تضم عدداً من القنوات التلفزيونية والمحطات الإذاعية والصحف والمجلات الأسبوعية والمجلات اليومية تأسست بعد سقوط نظام البائد بتاريخ ١٣ مايو 2003، حيث ابتدأ بتأسيس القناة من خمسة عشر قسماً متنوع بلغت عدد برامجها السياسية أحد عشر برنامجاً، أما البرامج المتنوعة بلغ عددها سبعة عشر، فضلاً عن البرامج الدينية والثقافية، كما استحدثت دائرة تعني في الانتاج الدرامي حيث انتجت فيها العديد من الأعمال الدرامية التي احدثت نقلة نوعية في وسائل الإعلام العراقية، وبعد سقوط نظام البائد كان الإعلام التلفزيوني متوفر في قناتان أرضية وواحدة فضائية حيث كانت أجهزة استقبال القنوات الفضائية ممنوعة في العراق وبعد عام 2003 شهد العراق إطلاق العديد من القنوات الفضائية والأرضية ذات توجهات سياسية ودينية مختلفة بلغ عدد القنوات التلفزيونية التي تبث في العراق أكثر من ٨٠ قناة فضلاً عن القنوات الإذاعية الصحف المتنوعة.^(٢)،، وبلغ عدد المتابعين لقناة العراقية الإخبارية (مليون و ٦٠٠ ألف متابعاً) وعدد المعجبين في الصفحة (مليون و ٤٠٠ ألف معجباً) في الصفحة الرسمية لقناة العراقية الإخبارية الموثقة بالعلامة الزرقاء.^(٢)

المطلب الثاني: تحليل بيانات المبحوثين

المحور الأول: (البيانات الديموغرافية)

١. النوع الاجتماعي

بعد تحليل نتائج الاستبيان تبين أن هنالك تقارب بين الذكور والإناث الذي أبدوا رأيهم وأجابوا على محاور استمارة الاستبانة، وبلغت نسبة الذكور (٥٣.٤٥ %) فيما بلغت نسبة الإناث (٤٦.٦ %)، ويتضح هنا بأن هنالك نسبة تكافؤ في اختيار المبحوثين لمعرفة رأيهم وانطباعهم عن نموذج البحث، وكما موضح في الجدول (١).

(١) عبد النبي عبدالله الطيب، الإعلام والتنمية مشكلات وقضايا، (القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م)، ص ١

(٢) الموقع الرسمي لشبكة الإعلام العراقي <https://imn.iq>

جدول (١) يبين النوع الاجتماعي للمبحوثين

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	النوع الاجتماعي
الأولى	٥٣.٤%	١٦٠	ذكر
الثانية	٤٦.٦%	١٤٠	أنثى
	١٠٠%	٣٠٠	المجموع

٢. العمر

أما في ما يتعلق بعمر المبحوثين المشاركين في ملئ استمارة الاستبانة فتراوحت اعمارهم من ١٨ عاماً إلى ٣١ فما فوق، وهذا يبين أن غالبية المبحوثين من الشباب والمستخدمين لمواقع اتواصل الاجتماعي عموماً وموقع الفيس بوك على وجه الخصوص، وجاءت في المرتبة الأولى فئة الأعمار من (٢٥-٣٠) ونسبتهم (٣٦.٧%)، فيما جاءت في المرتبة الثانية فئة الأعمال من (١٨-٢٤) ونسبتهم (٣٥%)، وجاءت في المرتبة الأخيرة فئة الأعمار من (٣١ فما فوق) ونسبتهم (٢٨.٣%)، وكما موضح في الجدول (٢).

جدول (٢) يبين المتوسط العمري للمبحوثين

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	العمر
الأولى	٣٦.٧%	١١٠	٣٠-٢٥
الثانية	٣٥%	١٠٥	٢٤-١٨
الثالثة	٢٨.٣%	٨٥	٣١ فما فوق
	١٠٠%	٣٠٠	المجموع

٣. التحصيل الدراسي

يتضح في هذا الجدول المستوى التعليمي للمبحوثين وجاءت النسبة الكبرى لحملة شهادة البكالوريوس ونسبتهم (٣٠%)، أما في المرتبة الثانية حملة شهادة الماجستير ونسبتهم (٢٨%)، فيما جاءت في المرتبة الثالثة حملة شهادة الدبلوم ونسبتهم (٢٥%)، أما في المرتبة الرابعة فكانت من نصيب حملة شهادة الدكتوراه المشاركين في الإجابة على استمارة الاستبانة ونسبتهم (١٣.٦%)، وفي المرتبة الأخيرة حملة شهادة الإعدادية ونسبتهم (٣.٤%)، وكما موضح في الجدول (٣).

جدول (٣) يبين المستوى العلمي للمبحوثين

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	التحصيل الدراسي
الأولى	٣٠%	٩٠	البكالوريوس
الثانية	٢٨%	٨٤	الماجستير
الثالثة	٢٥%	٧٥	دبلوم
الرابعة	١٣.٦%	٤١	الدكتوراه
الخامسة	٣.٤%	١٠	إعدادية
	١٠٠%	٣٠٠	المجموع

المحور الثاني: دور قناة العراقية الإخبارية في ترويج أهداف التنمية المستدامة على منصة فيسبوك

١. متابعة المبحوثين للصفحة الرسمية لقناة العراقية الإخبارية عبر منصة الفيس بوك

بعد تحليل إجابات المبحوثين بخصوص متابعتهم للصفحة الرسمية لقناة العراقية، وجاءت إجابات المبحوثين بانهم يتابعون الصفحة الرسمية لقناة العراقية الإخبارية بشكل مستمر ونسبتهم (٨٤.٧%)، أما الذين يتابعونها بشكل متقطع نسبتهم (١٥.٣%)، أما الذين لا يتابعونها نسبتهم (٠%)، وهذا ما يؤيد أن الغالبية العظمى من المبحوثين متابعين لقناة العراقية الإخبارية، وكما موضح في الجدول (٤).

جدول (٤) يبين مدى متابعة المبحوثين للصفحة الرسمية لقناة العراقية الإخبارية عبر منصة الفيس بوك

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	إجابة المبحوثين
الأولى	٨٤.٧%	٢٥٤	اتابع بشكل مستمر
الثانية	١٥.٣%	٤٦	اتابع بشكل متقطع
الثالثة	٠%	٠	لا اتابع
	١٠٠%	٣٠٠	المجموع

٢. رضا المبحوثين على المادة الإعلامية التي تبثها قناة العراقية الإخبارية على الفيس بوك

من خلال إجابة المبحوثين تبين بأن هنالك نوع من القبول والرضا على المادة الإعلامية التي تبثها قناة العراقية الإخبارية على منصات التواصل الاجتماعي، حيث جاءت في المرتبة الأولى راض بشكل كبير ونسبتهم (٤٥%)، فيما جاءت في المرتبة الثانية إجاباتهم راض إلى حد ما ونسبتهم (٣٢.٦%)، فيما جاءت في المرتبة الثالثة عدم رضا الجمهور عن المادة الإعلامية التي تبثها قناة العراقية على منصات التواصل الاجتماعي ونسبتهم (٢٢.٤%)، وكما موضح في الجدول (٥).

جدول (٥) يبين مدى رضا المبحوثين عن المادة الإعلامية التي تبثها قناة العراقية على الفيس بوك

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	إجابة المبحوثين
الأولى	٤٥%	١٣٥	راض بشكل كبير
الثانية	٣٢.٦%	٩٨	راض إلى حد ما
الثالثة	٢٢.٤%	٦٧	غير راض
	١٠٠%	٣٠٠	المجموع

٣. مشاهدة المبحوثين لبرامج حوارية أو نشرات إخبارية تعرض على قناة العراقية الإخبارية تتحدث عن التنمية المستدامة وأهدافها

أما في ما يتعلق بإجابة المبحوثين عن مصادفتهم لبرنامج حوارية أو في نشرة إخبارية تتحدث عن التنمية المستدامة وأهدافها، حيث جاءت في المرتبة الأولى إجابة المبحوثين بكلا ونسبتهم (٤٥.٦%)، أما الذين اجابوا

ب احيانا فأن نسبتهم (٣٢.٦%)، أما في المرتبة الأخيرة فئة المبحوثين الذين اجابوا بنعم ونسبتهم (٢١.٨%)، وكما موضح في الجدول (٦).

جدول (٦) يبين مدى مشاهدة المبحوثين لبرنامج حوارى أو نشرة إخبارية تتحدث عن التنمية المستدامة وأهدافها

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	إجابة المبحوثين
الأولى	٤٥.٦%	١٣٧	كلا
الثانية	٣٢.٦%	٩٨	احيانا
الثالثة	٢١.٨%	٦٥	نعم
	١٠.٠%	٣٠٠	المجموع

٤. حاجة قناة العراقية الإخبارية إلى تنويع برامجها في مجال التنمية المستدامة

اتفق غالبية المبحوثين على تأييدهم بشكل كبير على ضرورة أن تزيد قناة العراقية في تنوع برامجها في مجال التنمية المستدامة وجاءت نسبتهم (٦٢.٤%)، أما فئة المبحوثين الذين يؤيدون إلى حد ما فجاءت نسبتهم ٢٣%، أما في المرتبة الثالثة فئة المبحوثين الذين لا يؤيدون ونسبتهم (١٧.٦%)، وكما موضح في الجدول (٧).

جدول (٧) يبين رأي المبحوثين في البرامج المتنوعة لقناة العراقية الإخبارية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	إجابة المبحوثين
الأولى	٦٢.٤%	١٧٨	أؤيد بشكل كبير
الثانية	٢٣%	٦٩	أؤيد إلى حد ما
الثالثة	١٧.٦%	٥٣	لا أؤيد
	١٠.٠%	٣٠٠	المجموع

٥. حاجة قناة العراقية الإخبارية للاهتمام بتعزيز الوعي الجماهيري بأهمية التنمية المستدامة

أما في ما يتعلق بشعور المبحوثين بأن قناة العراقية الإخبارية تعمل على تعزيز الوعي الجماهيري بأهمية التنمية المستدامة حيث جاءت في المرتبة الأولى فئة المبحوثين الذين اجابوا بكلا ونسبتهم (٥٣.٤%)، أما في المرتبة الثانية جاءت فئة المبحوثين الذين اجابوا بنعم إلى حد ما ونسبتهم (٢٧.٦%)، أما في المرتبة الأخيرة فجاءت فئة المبحوثين الذين اجابوا نعم بشكل كبير ونسبتهم (١٩%)، وكما موضح في الجدول (٨).

جدول (٨) يبين مدى تأييد المبحوثين في تعزيز الوعي الجماهيري بأهمية التنمية المستدامة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	إجابة المبحوثين
الأولى	٥٣.٤%	١٦٠	كلا
الثانية	٢٧.٦%	٨٣	نعم إلى حد ما
الثالثة	١٩%	٥٧	نعم بشكل كبير
	١٠٠%	٣٠٠	المجموع

المحور الثالث: معرفة الجمهور بأهداف التنمية المستدامة

١. معلومات المبحوثين عن مفهوم التنمية المستدامة

بعد تحليل إجابات المبحوثين في ما يخص إجابة المبحوثين عن هل سمعت أو قرأت عن مفهوم التنمية المستدامة حيث جاءت في المرتبة الأولى فئة المبحوثين الذين اجابوا "نعم سمعت بشكل كبير" نسبتهم (٥٢%)، فيما جاءت في المرتبة الثانية فئة المبحوثين الذين اجابوا "نعم سمعت إلى حد ما" ونسبتهم (٤٠.٦%)، أما في المرتبة الأخيرة فجاءت إجابات المبحوثين "كلا لم اسمع" ونسبتهم (٧.٤%)، وكما موضح في الجدول (٩).

جدول (٩) يبين مدى فهم المبحوثين لمصطلح التنمية المستدامة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	إجابة المبحوثين
الأولى	٥٢%	١٥٦	نعم سمعت بشكل كبير
الثانية	٤٠.٦%	١٢٢	نعم سمعت إلى حد ما
الثالثة	٧.٤%	٢٢	كلا لم اسمع
	١٠٠%	٣٠٠	المجموع

٢. معرفة المبحوثين بأهداف التنمية المستدامة

من خلال إجابات المبحوثين عن معرفتهم بأهداف التنمية المستدامة تبين أن غالبية المبحوثين ليس لديهم معرفة كافية بأهداف التنمية المستدامة وكانت إجاباتهم "كلا" ونسبتهم (٦٦.٦%)، أما فيما يخص المبحوثين الذين لديهم معرفة بأهداف التنمية المستدامة واجابتهم "نعم" ونسبتهم (٢٣.٤%)، وكما موضح في الجدول (١٠).

جدول (١٠) يبين مدى معرفة المبحوثين عن مفهوم التنمية المستدامة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	إجابة المبحوثين
الأولى	٦٦.٦%	٢٠٠	كلا
الثانية	٢٣.٤%	١٠٠	نعم
	١٠٠%	٣٠٠	المجموع

٣. معلومات المبحوثين عن مجالات التنمية المستدامة

بعد تحليل إجابات المبحوثين عن معلوماتهم التي تخص مجالات للتنمية المستدامة تبين أن غالبية المبحوثين ليس لديهم معلومات كافية بمجالات التنمية المستدامة حيث كانت إجاباتهم "كلا" ونسبتهم (٦٦.٦%)، أما فيما يخص المبحوثين الذين لديهم معلومات عن مجالات التنمية المستدامة جاءت اجابتهم "نعم" ونسبتهم (٣.٤%) أما في المرتبة لثالثة إجابة المبحوثين احيانا ونسبتهم ٣٠.٤%، وكما موضح في الجدول (١١).

جدول (١١) يبين مدى معلومات المبحوثين عن مجالات التنمية المستدامة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	إجابة المبحوثين
الأولى	٥٣%	١٥٩	نعم
الثانية	٣٠.٤%	٩١	كلا
الثالثة	١٦.٦%	٥٠	احيانا
	١٠٠%	٣٠٠	المجموع

٤. مصادر معلومات المبحوثين عن التنمية المستدامة

بعد تحليل إجابة المبحوثين بخصوص مصدر معرفتهم بالتنمية المستدامة تبين أن غالبية المبحوثين اتخذوا من وسائل الإعلام الجديد مصدراً لمعرفةهم بالتنمية المستدامة وجاءت نسبته (٦٤%)، أما في المرتبة الثانية فكانت للندوات والمحاضرات التي تتخذ من التنمية المستدامة عنواناً لتعريف المجتمع بأهدافها وجاءت نسبته (٣.٤%)، أما في ما يخص وسائل الإعلام التقليدي فجاءت في المرتبة الأخيرة كمصدر في معرفة المبحوثين في النمية المستدامة ونسبتهم (١٢.٦%)، وكما موضح في الجدول (١٢).

جدول (١٢) يبين مصدر معرفة المبحوثين عن التنمية المستدامة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	إجابة المبحوثين
الأولى	٦٤%	١٩٢	وسائل الإعلام الجديد
الثانية	٢٣.٤%	٧٠	الندوات والمحاضرات
الثالثة	١٢.٦%	٣٨	وسائل الإعلام التقليدي
	١٠٠%	٣٠٠	المجموع

٥. مشاهدة المبحوثين لإعلانات عن أهداف التنمية المستدامة

أما في ما يخص إجابة المبحوثين عن مشاهدتهم إعلاناً يتحدث عن أهداف التنمية المستدامة حيث تبين أن غالبية المبحوثين اجابوا " كلا لم اشاهد" وجاءت نسبته (٥٢.٦%)، فيما إجاب فئة من المبحوثين " احيانا ما اشاهد" إعلاناً يتحدث عن أهداف التنمية المستدامة ونسبتهم (٢٩.١%) ، فيما جاءت في المرتبة الأخيرة فئة المبحوثين الذين اجابوا "نعم شاهدت" ونسبتهم (١٨.٣%)، وكما موضح في الجدول (١٣).

جدول (١٣) يبين مدى مشاهدة المبحوثين إعلاناً يتضمن أهداف التنمية المستدامة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	إجابة المبحوثين
الأولى	٥٢.٦%	١٥٨	كلا لم اشاهد
الثانية	٢٩.١%	٨٧	أحياناً ما اشاهد
الثالثة	١٨.٣%	٥٥	نعم شاهدت
	١٠٠%	٣٠٠	المجموع

المحور الرابع: أهمية منصة الفيس بوك لقناة العراقية الإخبارية في ترويج أهداف التنمية المستدامة

١. ثقة المبحوثين بدور قناة العراقية الإخبارية في الترويج لأهداف التنمية المستدامة

في ما يخص إجابة المبحوثين عن دور قناة العراقية الإخبارية في الترويج لأهداف التنمية المستدامة حيث اتفق باعتمادهم بشكل كبير وجاءت نسبتهم (٥٥.٥%)، أما جاءت في المرتبة الثانية فئة الباحثين الذين اجابوا اعتقد إلى حد ما ونسبتهم (٢٩.٧%)، أما في المرتبة الأخيرة جاءت إجابات المبحوثين الذين لا يعتقدون بأن لقناة العراقية دوراً في الترويج لأهداف التنمية المستدامة ونسبتهم (١٤.٨%)، وكما موضح في الجدول (١٤).

جدول (١٤) يبين اعتقاد المبحوثين بدور قناة العراقية الإخبارية في الترويج لأهداف التنمية المستدامة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	إجابة المبحوثين
الأولى	٥٥.٥%	١٦٧	اعتقد بشكل كبير
الثانية	٢٩.٧%	٨٩	اعتقد إلى حد ما
الثالثة	١٤.٨%	٤٤	لا اعتقد
	١٠٠%	٣٠٠	المجموع

٢. مشاهدة المبحوثين لبرامج في قناة العراقية الإخبارية تتحدث عن أهداف التنمية المستدامة

في ما يخص إجابة المبحوثين عن مشاهدتهم لبرنامج يُبث على قناة العراقية الإخبارية تتحدث عن أهداف التنمية المستدامة حيث اجابوا غالبية المبحوثين "كلا" ونسبتهم (٤٧.٤%)، أما الذين اجابوا "أحياناً" ونسبتهم (٢٩.٣%)، أما فيما يخص الباحثين الذين اتفقوا على أن هنالك برنامجاً يُبث على قناة العراقية يتحدث عن أهداف التنمية المستدامة ونسبتهم (٢٣.٣%)، وكما موضح في الجدول (١٥).

جدول (١٥) يبين إجابة المبحوثين مشاهدتهم لبرنامج يناول أهداف التنمية المستدامة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	إجابة المبحوثين
الأولى	٤٧.٤%	١٤٢	كلا
الثانية	٢٩.٣%	٨٨	أحياناً
الثالثة	٢٣.٣%	٧٠	نعم
	١٠٠%	٣٠٠	المجموع

٣. ثقة المبحوثين بمساهمة قناة العراقية الإخبارية في تعزيز الوعي بأهداف التنمية المستدامة

بعد تحليل إجابة المبحوثين عن تأييدهم بأن برامج قناة العراقية الإخبارية تعزز الوعي بأهداف التنمية المستدامة تبين أن غالبية المبحوثين اجابوا "لا أؤيد" ونسبتهم (٤٥.٤%)، أما في المرتبة الثانية فئة المبحوثين الذين اجابوا "أؤيد إلى حد ما" ونسبتهم (٣٢.٦%)، أما في المرتبة الأخيرة فئة المبحوثين الذين أيدوا بشكل كبير بأن برامج قناة العراقية تعزز الوعي بأهداف التنمية المستدامة ونسبتهم (٢٢%)، وكما موضح في الجدول (١٦).

جدول (١٦) يبين مدى تأييد المبحوثين لبرامج قناة العراقية الإخبارية التي تعزز الوعي بأهداف التنمية المستدامة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	إجابة المبحوثين
الأولى	٤٥.٤%	١٣٦	لا أؤيد
الثانية	٣٢.٦%	٩٨	أؤيد إلى حد ما
الثالثة	٢٢%	٦٦	أؤيد بشكل كبير
	١٠٠%	٣٠٠	المجموع

٤. مساهمة قناة العراقية في تغيير السلوك والتوجهات نحو أهداف التنمية المستدامة

أما فيما يخص إجابة المبحوثين في تأييدهم بأن قناة العراقية تسهم في تغيير السلوك والتوجهات نحو أهداف التنمية المستدامة تبين أن الغالبية العظمى من المبحوثين اجابوا "أؤيد بشكل كبير" ونسبتهم (٥٦.٦%)، فيما اجاب المبحوثين "أؤيد إلى حد ما" ونسبتهم (٣٠%)، فيما جاءت في المرتبة الأخيرة فئة المبحوثين الذين "لا يؤيدون" ونسبتهم (١٣.٤%)، وكما موضح في الجدول (١٧).

جدول (١٧) يبين مدى تأييد المبحوثين لقناة العراقية الإخبارية في تغيير السلوك والتوجهات نحو أهداف التنمية المستدامة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	إجابة المبحوثين
الأولى	٥٦.٦%	١٧٠	أؤيد بشكل كبير
الثانية	٣٠%	٩٠	أؤيد إلى حد ما
الثالثة	١٣.٤%	٤٠	لا أؤيد
	١٠٠%	٣٠٠	المجموع

٥. تناول قناة العراقية الإخبارية لقضايا التنمية المستدامة في برامجها وتقاريرها ونشراتها

بعد تحليل إجابات المبحوثين حول تأييدهم بأن قناة العراقية الإخبارية تتناول قضايا التنمية المستدامة بشكل كافٍ عبر برامجها وتقاريرها ونشراتها الإخبارية حيث جاءت في المرتبة الأولى فئة المبحوثين الذين اجابوا "لا أؤيد" ونسبتهم (٥٤%)، فيما جاءت في المرتبة الثانية فئة المبحوثين الذين اجابوا "أؤيد إلى حد ما" ونسبتهم

(٢٩%)، أما في المرتبة الأخيرة فجاءت إجابات المبحوثين " أؤيد بشكل كبير" ونسبتهم (١٧%)، وكما موضح في الجدول (١٨).

جدول (١٨) يبين مدى تأييد المبحوثين لقناة العراقية الإخبارية في تناول قضايا التنمية المستدامة عبر برامجها وتقاريرها ونشراتها الإخبارية

إجابة المبحوثين	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
لا أؤيد	١٦٢	٥٤%	الأولى
أؤيد إلى حد ما	٨٧	٢٩%	الثانية
أؤيد بشكل كبير	٥١	١٧%	الثالثة
المجموع	٣٠٠	١٠٠%	

المحور الخامس: اهتمام قناة العراقية الإخبارية على منصة الفيس بوك في ترويج أهداف التنمية المستدامة.

من خلال تحليل إجابات المبحوثين لأهم الفقرات التي تضمنت أهداف التنمية المستدامة التي حظيت باهتمام قناة العراقية الإخبارية على منصة الفيس بوك حيث تبين أن هنالك تصدر للعبارة رقم (٧) جاءت في المرتبة الأولى التي تتضمن اهتمام قناة العراقية الإخبارية على الفيس بوك في الترويج إلى توفير طاقة نظيفة وبأسعار معقولة"، جاءت في المرتبة الأولى بأعلى درجة تحقق لإجمالي عينة الدراسة، حيث تشير استجابات المبحوثين إلى تحقق هذه العبارة بوزن نسبي (٢,٥١٣)، ومتوسط شدة استجابة (٨٤%)، حيث يرى أفراد العينة أن هذا يتحقق في الواقع الفعلي بدرجة قوية؛ وقد يرجع ذلك إلى اهتمام الدولة عبر توظيف منصة الفيس بوك لقناة العراقية الإخبارية بالترويج إلى توفير طاقة نظيفة وبأسعار معقولة.، أما في المرتبة الثانية فجاءت العبارة رقم (٦): "تؤيد قناة العراقية الإخبارية على الفيس بوك توفير المياه النظيفة والنظافة الصحية"، بالنسبة لإجمالي عينة الدراسة، حيث تشير استجابة أفراد العينة على تحقق هذا بوزن نسبي (٢,٤٤٧)، ومتوسط شدة الاستجابة (٨٢%) وتري عينة البحث أن هذا يتحقق في الواقع الفعلي بدرجة قوية؛ ويرجع ذلك إلى اهتمام الدولة بتوفير المياه النظيفة والنظافة الصحية من خلال توعية المواطنين تشجيع على الحفاظ على توفير المياه النظيفة والنظافة الصحية من خلال إعداد خطط لترويجها عبر منصة الفيس بوك لقناة العراقية الإخبارية.، أما في المرتبة الثالثة فجاءت العبارة رقم (٤)، "تكرس قناة العراقية الإخبارية على الفيس بوك في التشجيع على التعليم الجيد"، بالنسبة لإجمالي عينة الدراسة حيث تشير استجابة أفراد العينة على تحقق هذا بوزن نسبي (١,٥٣٨)، ومتوسط شدة الاستجابة (٥٣%)، وتري عينة البحث أن هذا يتحقق في الواقع الفعلي بدرجة ضعيفة؛ ويرجع ذلك إلى وجود قصور في اهتمام منصة الفيس بوك لقناة العراقية الإخبارية في التشجيع على التعليم الجيد وكما موضح في العبارات التي أدرجت في جدول (١٩)، والتي تتضمن ما يأتي.

العبارة (١) تسهم مضامين قناة العراقية الإخبارية على منصة الفيس بوك في القضاء على الفقر.

العبارة (٢) تقدم قناة العراقية الإخبارية على منصة الفيس بوك مضامين تدعو للقضاء التام على الجوع.

العبارة (٣) تبرز قناة العراقية الإخبارية على منصة الفيس بوك قضايا الصحة الجيدة والرفاه.

العبارة (٤) تركز قناة العراقية الإخبارية على الفيس بوك في التشجيع على التعليم الجيد.

العبارة (٥) تدعو قناة العراقية الإخبارية على الفيس بوك للمساواة بين الجنسين.

العبارة (٦) تؤيد قناة العراقية الإخبارية على الفيس بوك توفير المياه النظيفة والنظافة الصحية.

العبارة (٧) تهتم قناة العراقية الإخبارية على الفيس بوك في الترويج إلى توفير طاقة نظيفة وبأسعار معقولة.

العبارة (٨) تبرز قناة العراقية الإخبارية على الفيس بوك العمل اللائق ونمو الاقتصاد.

العبارة (٩) تهتم قناة العراقية الإخبارية على الفيس بوك في التشجيع على تطوير الصناعة والابتكار والهياكل الأساسية.

العبارة (١٠) تؤكد قناة العراقية الإخبارية على الفيس بوك الحد من أوجه عدم المساواة.

العبارة (١١) تتناول قناة العراقية الإخبارية على الفيس بوك المدن والمجتمعات المحلية المستدامة.

العبارة (١٢) تقدم قناة العراقية الإخبارية على الفيس بوك معلومات لتطوير المناخ من خلال الاهتمام في الاستهلاك والانتاج المسؤولين.

العبارة (١٣) تهتم قناة العراقية الإخبارية على الفيس بوك في نشر مضامين عن الحياة في البر وتحت الماء.

العبارة (١٤) تدعو قناة العراقية الإخبارية على الفيس بوك إلى السلام والعدل والمؤسسات القوية.

العبارة (١٥) تسهم قناة العراقية الإخبارية على الفيس بوك في عقد الشراكات لتحقيق الأهداف.

جدول (١٩) يبين اهداف التنمية المستدامة التي حظيت باهتمام قناة العراقية الاخبارية منصة الفيس بوك. ن= (٣٠٠).

ت	العبارات	الاستجابات				المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	المرتبة
		ك	لا أتفق	محايد	أتفق				
١	العبرة (١)	ك	٧٥	١٦٧	٥٨	٢,٠٥٣	٠,٦٦٧	٦٨%	السادسة
		%	٢٥	٥٥.٦	١٩.٤				
٢	العبرة (٢)	ك	٩٣	١٠٥	١٠٢	١,٩٧٠	٠,٨٠٧	٦٦%	الثامنة
		%	٣١	٣٥	٣٤				
٣	العبرة (٣)	ك	١٠٢	٩٨	١٣٧	١,٧٦٠	٠,٧٨٦	٥٩%	الثاني عشر
		%	٣٤	٣٢.٦	٤٥.٦				
٤	العبرة (٤)	ك	٥٣	٦٩	١٧٨	١,٥٨٣	٠,٧٧٤	٥٣%	الرابع عشر
		%	١٧.٦	٢٣	٦٢.٤				
٥	العبرة (٥)	ك	٨٣	١٦٠	٥٧	١,٩٩٣	٠,٦٨٤	٦٦%	السابع
		%	٢٧.٦	٥٣.٤	١٩				
٦	العبرة (٦)	ك	١٥٦	١٢٢	٢٢	٢,٤٤٧	٠,٦٢٩	٨٢%	الثاني
		%	٥٢	٤٠.٦	٧.٤				
٧	العبرة (٧)	ك	١٩٢	٧٠	٣٨	٢,٥١٣	٠,٧١١	٨٤%	الأول
		%	٦٤	٢٣.٤	١٢.٦				
٨	العبرة (٨)	ك	٩٨	١٤٢	٧٠	٢,٠٦٠	٠,٧٢٤	٦٩%	الخامس
		%	٣٢.٦	٤٧.٤	٢٣.٣				
٩	العبرة (٩)	ك	٩٨	٦٦	١٣٦	١,٨٧٣	٠,٨٧٦	٦٢%	العاشر
		%	٣٢.٦	٢٢	٤٥.٤				
١٠	العبرة (١٠)	ك	١٧٠	٩٠	٤٠	٢,٤٣٣	٠,٧١٧	٨١%	الثالث
		%	٥٦.٦	٣٠	١٣.٤				
١١	العبرة (١١)	ك	٥١	٨٧	١٦٢	١,٦٣٠	٠,٧٥٨	٥٤%	الثالث عشر
		%	١٧	٢٩	٥٤				
١٢	العبرة (١٢)	ك	٧٦	١٢٦	٩٨	١,٩٢٧	٠,٧٥٩	٦٤%	التاسع
		%	٢٥.٣	٤٢	٣٢.٦				
١٣	العبرة (١٣)	ك	٧	٥٥	٢٣٨	١,٢٣٠	٠,٤٧٤	٤١%	الخامس عشر
		%	٢.٤	١٨.٣	٧٩.٣				
١٤	العبرة (١٤)	ك	١٤٩	٦٧	٨٤	٢,٢١٧	٠,٨٥٦	٧٤%	الرابع
		%	٤٩.٦	٢٢.٣	٢٨.١				
١٥	العبرة (١٥)	ك	٧٩	٩٢	١٢٩	١,٨٣٣	٠,٨١٧	٦١%	الحادي عشر
		%	٢٦.٣	٣٠.٦	٤٣				
المجموع						٢٩,٥٢٣	٩,٩١٦	٦٦%	

❖ النتائج

(١) أظهرت نتائج البحث أن هنالك تكافؤ في نسبة المشاركة بين الذكور والإناث المشاركين في الإجابة على الاستمارة الاستبانة، أما فيما يخص العمر فأن غالبية المبحوثين من فئة الشباب والمستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي عموماً وموقع الفيس بوك خصوصاً، فضلاً عن أن جميع المبحوثين ذوي مستوى علمي جيد يؤهلهم لفهم استمارة الاستبيان والإجابة.

(٢) هنالك نسب جيدة من إجابات المبحوثين الذين لديهم اطلاع ومتابعة للصفحة الرسمية لقناة العراقية الإخبارية على منصة الفيس بوك حيث جاءت نسبتهم (٨٤.٧%) من المجموع الكلي لإجاباتهم، أما من ناحية الرضا عن المادة الإعلامية التي تبثها فأن هنالك نسبة رضا مقبولة من قبل المبحوثين ونسبتهم (٤٥%).

(٣) تبين من خلال المبحوثين بأن هنالك ضعف من قبل قناة العراقية الإخبارية في تناول الأخبار التي تهتم في قضايا التنمية المستدامة حيث جاءت نسبة الذين لم يصادفهم برنامج حوار أو في نشرة إخبارية ونسبتهم (٤٥.٦%)، فضلاً عن أن هنالك تأييد واسع من قبل المبحوثين بضرورة أن تنوع قناة العراقية الإخبارية في برامجها التي تهتم في موضوعات التنمية المستدامة ونسبتهم (٦٢.٤%). (٤) تشير إجابات المبحوثين إلى أن هنالك عدد جيد من عينة البحث سمعوا و بشكل كبير عن التنمية المستدامة وجاءت نسبتهم (٥٢%)، فيما أظهرت النتائج أن الكثير من المبحوثين ليس لديهم معرفة بأهداف ومجالات التنمية المستدامة (٦٦.٦%).

(٥) أن وسائل الإعلام الجديد اسهمت بشكل كبير في تعريف الجمهور المستدامة وفق إجابات المبحوثين ونسبتهم (٦٤%)، أما فيما يخص الإعلانات التعريفية التي تتناول أهداف التنمية المستدامة اظهرت النتائج أن (٥٢.٦%) لم يشاهدوا إعلاناً توعوياً يتحدث عن أهداف التنمية المستدامة.

(٦) تشير إجابات المبحوثين حول اهتمام قناة العراقية الإخبارية على الفيس بوك في الترويج إلى توفير طاقة نظيفة وبأسعار معقولة إلى تحقق هذه العبارة وزن نسبي (٢,٥١٣)، ومتوسط شدة استجابة (٨٤%).

(٧) تؤكد إجابات المبحوثين حل "تأييد قناة العراقية الإخبارية على الفيس بوك توفير المياه النظيفة والنظافة الصحية"، بالنسبة لإجمالي عينة الدراسة، حيث تشير استجابة أفراد العينة على تحقق هذا بوزن نسبي (٢,٤٤٧)، ومتوسط شدة الاستجابة (٨٢%).

❖ التوصيات

(١)

يوصي الباحث بضرورة اهتمام قناة العراقية في توعية وتثقيف الجمهور بأهداف التنمية المستدامة من خلال إعداد خطة برمجية تتناول أهداف التنمية المستدامة والترويج لها بشكل مستمر.

(٢) ضرورة التركيز على الجانب الإعلاني الذي يسهم بشكل كبير في الترويج لأهداف التنمية المستدامة والتأكيد على أن يكون الإعلان توعوياً وهادفاً وبأفكار متنوعة فضلاً عن تعدد مصادر البث والترويج مثلاً (التلفزيون، مواقع التواصل الاجتماعي، الصحف والمجلات، إعلانات الطرقات، البوسترات).

(٣) الاهتمام في عقد الندوات العلمية في المؤسسات الأكاديمية والغير أكاديمية التي تتحدث عن التنمية المستدامة مع التأكيد على تطبيق الأفكار والمقترحات التي يوصي بها الباحثين.

٤) ضرورة أن يكون هنالك دعم حكومي وتوجيه للمؤسسات الإعلامية بأن تعد خطط برامجية تسهم في توضيح أهمية التنمية المستدامة للجمهور.

٥) ضرورة أن يكون لقناة العراقية الإخبارية دوراً محورياً في التوعية والترويج للتنمية المستدامة من خلال السعي لتوسيع دائرة البرامج والفقرات التي توعي الجمهور بأهداف التنمية.

٦) ضرورة الاهتمام والتركيز من قبل قناة العراقية الإخبارية على إعداد برامج ثقافية تهتم في نشر مضامين التي تهتم في الحفاظ على البيئة التوعية بمخاطر التلوث البيئي وتوظيفها عبر منصة الفيس بوك.

❖ قائمة المراجع العربية

- ١) إسماعيل إبراهيم، مناهج البحوث الإعلامية، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٧م).
- ٢) آية أحمد محمد، توظيف الإعلام التنموي الرقمي في المساهمة الفعالة لتحقيق التنمية المستدامة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، مصر، جامعة القاهرة، ٢٠٢١، ٧٧٤.
- ٣) الجمعية العامة للأمم المتحدة، <https://2u.pw/IIB3fzYb>
- ٤) حسن رضا النجار، فاضل عبد علي، الإعلام الرقمي واتجاهاته الحديثة، (الإمارات: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٧م).
- ٥) دعاء فتحي سالم، دور الإعلام الرقمي في تعزيز استراتيجيات التنمية المستدامة لتحقيق المزايا التنافسية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، مصر، جامعة القاهرة، ٢٠١٩، ٦٦٤.
- ٦) سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، (الإمارات، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٧م).
- ٧) سعيد أوكيل، الابتكار التكنولوجي لتحقيق التنمية المستدامة وتعزيز التنافس، (السعودية: العكيان للنشر والتوزيع، ٢٠١١م).
- ٨) عبد الملك الدناني، سامية هاشم، مناهج بحوث الاتصال الحديثة، (الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م).
- ٩) عبد النبي عبدالله الطيب، الإعلام والتنمية مشكلات وقضايا، (القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م).
- ١٠) عبدة صبطي، الإعلام الجديد والمجتمع، (مصر: المركز العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٨م).
- ١١) عبير الرحباني، الإعلام الرقمي، (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م).
- ١٢) عثمان محمد غنيم، ماجد أبو زنط، التنمية المستدامة فلسفتها وأساليب تخطيطها، (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩م).
- ١٣) علي خليل شقرة، الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، (الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م).
- ١٤) علي عبد الفتاح، الإعلام الجديد والمجتمع، (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م).
- ١٥) غازي فيصل حسين، التنمية المستدامة في دول العالم الثالث، (عمان: دار الراية للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م).
- ١٦) فرانك برباج، فلسفة التنمية المستدامة رهانات في نقد التنمية، ترجمة أيمن محمد منير، (السعودية: دار جامعة الملك سعود للنشر، ٢٠١٨م).

- ١٧) فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠م).
- ١٨) ماجدة عبد الفتاح الهلباوي، الإعلام الدولي والإلكتروني، (مصر: دار التعليم الجامعي، ٢٠١٥م).
- ١٩) مقال علمي منشور في شبكة وطن بعنوان "اليوم العالمي للإعلام الإنمائي صحافة متخصصة بحاجة إلى تنمية" للكاتب منصور العمري، <https://2u.pw/9XhgHMW>
- ٢٠) الموقع الرسمي لشبكة الإعلام العراقي <https://imn.iq>
- ٢١) مي العبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، (بيروت: دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م).
- ٢٢) وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، الإعلام الجديد (تحولات اتصالية ورؤى معاصرة)، (الإمارات: دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٧م).
- ٢٣) ينال حمادي، مناهج وأساليب البحث العلمي، (الأردن: دار أمجد للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م).

❖ المراجع الأجنبية

- 1) A scientific article published in the Watan Bawan Network, "World Development Media Day, specialized journalism in need of development," by the writer Mansour Al-Omari, <https://2u.pw/9XhgHMW>
- 2) Abdul Malik Al-Danani, Samia Hashem, Modern Communication Research Methods, (Kuwait: Al-Falah Library for Publishing and Distribution, 2016).
- 3) Abdul Nabi Abdullah Al-Tayeb, Media and Development, Problems and Issues, (Cairo: International House for Publishing and Distribution, 2014).
- 4) Abeer Rahbani, Digital Media, (Jordan: Dar Osama for Publishing and Distribution, 2014).
- 5) Ali Abdel Fattah, New Media and Society, (Amman: Al-Yazouri Scientific Publishing and Distribution House, 2014).
- 6) Ali Khalil Shakra, New Media and Social Networks, (Jordan: Dar Osama for Publishing and Distribution, 2014).
- 7) Aya Ahmed Mohamed, Employing digital development media in effective contribution to achieving sustainable development, Egyptian Journal of Media Research, Egypt, Cairo University, 2021.
- 8) Doaa Fathi Salem, the role of digital media in promoting sustainable development strategies to achieve competitive advantages, Egyptian Journal of Media Research, Egypt, Cairo University, 2019 .
- 9) Faisal Abu Aisha, Electronic Media, (Amman: Dar Osama for Publishing and Distribution, 2010)

- 10) Frank Burbage, The Philosophy of Sustainable Development, Stakes in Criticism of Development, translated by Ayman Muhammad Munir, (Saudi Arabia: King Saud University Publishing House, 2018).
- 11) Ghazi Faisal Hussein, Sustainable Development in Third World Countries, (Amman: Dar Al-Raya for Publishing and Distribution, 2014).
- 12) Hassan Reda Al-Najjar, Fadel Abd Ali, Digital Media and Its Modern Trends, (Emirates: University Book House, 2017).
- 13) Ismail Ibrahim, Media Research Methods, (Cairo: Dar Al-Fajr for Publishing and Distribution, 2017).
- 14) Magda Abdel Fattah Al-Helbawy, International and Electronic Media, (Egypt: University Education House, 2015)
- 15) Mai Al-Abdullah, The Dictionary of Modern Concepts of Media and Communication, (Beirut: Arab Renaissance House for Publishing and Distribution, 2014).
- 16) Obaida Sabti, New Media and Society, (Egypt: Arab Center for Publishing and Distribution, 2018).
- 17) Othman Muhammad Ghoneim, Majid Abu Zant, Sustainable Development: Its Philosophy and Planning Methods, (Amman: Safaa Publishing and Distribution House, 2009).
- 18) Saad Salman Al-Mashhadani, Media Research Methods, (Emirates, University Book House, 2017
- 19) Saeed Okil, Technological Innovation to Achieve Sustainable Development and Enhance Competition, (Saudi Arabia: Al-Akiban Publishing and Distribution, 2011).
- 20) The official website of the Iraqi Media Network <https://imn.iq>
- 21) United Nations General Assembly <https://2u.pw/IlB3fzYb>
- 22) Wissam Fadel Radi, Muhannad Hamid Al-Tamimi, New Media (Communicative Transformations and Contemporary Visions), (Emirates: University Book House, 2017).
- 23) Yanal Hammadi, Methods and Methods of Scientific Research, (Jordan: Dar Amjad for Publishing and Distribution, 2015).