

أطر المُعالجة الإعلامية لأهداف التنمية المُستدامة في صفحة
الفيسبوك للوكالة الأمريكية للتنمية الدولية (USAID Jordan)
"دراسة تحليلية"

**Media Frameworks Addressing Sustainable Development
Goals of The United States Agency for International
Development (USAID Jordan) Facebook Page
"Analytical Study"**

إعداد

آلاء غازي غيث

إشراف

الدكتور أحمد علي عريقات

قُدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

قسم الصحافة والإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

كانون الثاني، 2024

تفويض

أنا آلاء غازي غيث، أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكاتب، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: آلاء غازي غيث.

التاريخ: 20 / 01 / 2024.

التوقيع: آلاء غازي غيث

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة والموسومة ب: أطر المُعالجة الإعلامية لأهداف التنمية المُستدامة في صفحة الفيسبوك للوكالة الأمريكية للتنمية الدولية (USAID Jordan) "دراسة تحليلية".

للباحثة: آلاء غازي غيث.

وأجيزت بتاريخ: 2024 / 01 / 20.

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم	الصفة	جهة العمل	التوقيع
د. أحمد علي عريقات	مُشرفًا	جامعة الشرق الأوسط	
د. محمود أحمد الرجبي	عضوًا من داخل الجامعة ورئيسًا	جامعة الشرق الأوسط	
د. صدام سليمان المشاقبة	عضوًا من داخل الجامعة	جامعة الشرق الأوسط	
د. امجد عمر صفوري	عضوًا من خارج الجامعة	جامعة الزرقاء الخاصة	

شكر وتقدير

الحمد لله حتى يبلغ الحمد منتهاه أولاً وآخراً على جميع نعمه وعلى تيسير طريقي لإتمام دراستي واتمام هذه الرسالة.

أود أن أتقدم بجزيل الشكر لمشرفي، الدكتور أحمد علي عريقات على دعمه وتوجيهه المتواصل لي خلال هذه الرحلة ولما أظهره من حسن اخلاق وكرم وكان خير المعلمين.

وأشكر جميع اساتذتي في كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط لجميع ما قدموه من خبراتهم وعلمهم خلال هذه الرحلة.

وأتوجه بشكر خاص لوالدتي العزيزة لأنها كانت دائماً مصدر تشجيعي الأول ودعمتي في جميع الأوقات.

الباحثة: الاء غازي غيث.

الإهداء

إلى أمي التي علمتني معنى القوة، ولطالما كانت مصدر إلهامي لأصبح أفضل نسخة من نفسي...

إلى روح أبي التي رافقتني طوال حياتي لأقدم الأفضل،

إلى إخوتي وأختي الذين كانوا بجانبني ودعموني دائماً

إلى نفسي، ولطموحي الذي دفعني للأمام وألا أفف عند تحقيق نجاح واحد.

أهديكم هذا العمل.

الباحثة

فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
العنوان	أ
تفويض	ب
قرار لجنة المناقشة	ج
شكر وتقدير	د
الإهداء	هـ
فهرس المحتويات	و
قائمة الجداول	ح
قائمة الملحقات	ط
الملخص باللغة العربية	ي
الملخص باللغة الإنجليزية	ك

الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميتها

أولاً: المقدمة	1
ثانياً: مشكلة الدراسة	3
ثالثاً: هدف الدراسة	3
رابعاً: أهمية الدراسة	4
خامساً: أسئلة الدراسة	5
سادساً: حدود الدراسة	6
سابعاً: محددات الدراسة	6
ثامناً: مصطلحات الدراسة	7

الفصل الثاني: الأدب النظري والدراسات السابقة

أولاً: الأدب النظري	10
ثانياً: الدراسات السابقة ذات الصلة	15
أ. الدراسات العربية	15
ب. الدراسات الأجنبية	19
ثالثاً: التعليق على الدراسات السابقة	25

الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

27.....	أولاً: منهج الدراسة.....
28.....	ثانياً: مجتمع الدراسة.....
29.....	ثالثاً: عينة الدراسة.....
29.....	رابعاً: أدوات الدراسة.....
30.....	خامساً: التعريفات الإجرائية لفئات ووحدات التحليل.....
36.....	أ. صدق الأداة.....
36.....	ب. ثبات الأداة.....
37.....	سادساً: إجراءات الدراسة.....

الفصل الرابع: عرض نتائج الدراسة

38.....	أولاً: نتائج أسئلة الدراسة.....
---------	---------------------------------

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات

45.....	أولاً: مناقشة النتائج.....
51.....	ثانياً: نتائج الدراسة.....
52.....	ثالثاً: التوصيات.....
53.....	قائمة المراجع.....
57.....	الملحقات.....

قائمة الجداول

الصفحة	محتوى الجدول	رقم الفصل - رقم الجدول
38	المصادر الإعلامية التي اعتمدت عليها منشورات "الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية" لأهداف التنمية المُستدامة في صفحتها على الفيسبوك.	1 - 4
39	أهداف التنمية المُستدامة التي تناولتها منشورات الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية في صفحتها على الفيسبوك.	2 - 4
40	المجال الجغرافي الذي تناولته منشورات الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية لأهداف التنمية المُستدامة في صفحتها على الفيسبوك.	3 - 4
41	نوع الوسائط المتعددة المستخدمة في منشورات "الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية" لأهداف التنمية المُستدامة في صفحتها على الفيسبوك.	4 - 4
42	القوى الفاعلة في منشورات الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية في صفحتها على الفيسبوك.	5 - 4
44	الأطر الإعلامية التي تستخدمها الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية لأهداف التنمية المُستدامة في صفحتها على الفيسبوك.	6 - 4

قائمة الملحقات

الصفحة	المحتوى	الرقم
57	قائمة بأسماء السادة المحكمين	1
58	استمارة التحليل	2

أطر المعالجة الإعلامية لأهداف التنمية المُستدامة في صفحة الفيسبوك للوكالة الأمريكية للتنمية الدولية (USAID Jordan) "دراسة تحليلية"

إعداد: آلاء غازي غيث
إشراف: د. أحمد علي عريقات
الملخص

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى المحتوى الإعلامي لأهداف التنمية المُستدامة التي قدمتها صفحة الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية في الأردن، من خلال مجموعة أهدافٍ فرعيةٍ أهمها معرفة القوى الفاعلة وتحليل الأطر الإعلامية التي قدمت فيه المنشورات. اعتمدت الدراسة منهجية تحليل المضمون من خلال تحليل منشورات صفحة الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية التي تم نشرها على الفيسبوك خلال فترة (01-07-2023 إلى 31-09-2023) والتي بلغ عددها (109) منشور.

وانتهت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها: أن أكثر مصادر إعلامية اعتمدت عليها صفحة الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية في الأردن هي "الوكالة نفسها" و"شريك مُنفذ" و"صفحة السفارة الأمريكية في الأردن". وأن أكثر هدف من أهداف التنمية المُستدامة تمت مناقشته الهدف الثامن (العمل اللائق ونمو الاقتصاد) والهدف السابع عشر (عقد الشراكات لتحقيق الأهداف) والهدف الرابع (التعليم الجيد). وأن القوى الفاعلة الأكثر ظهوراً في محتوى صفحة الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية في الأردن هي فئة الشباب والعائلة والنساء وأصحاب المشاريع الصغيرة ومتناهية الصغر. وأن أكثر الأطر الإعلامية تكراراً هو (إطار المسؤولية) ومن ثم (الإطار الإستراتيجي) ومن ثم (إطار الاهتمامات الإنسانية) ومن ثم (إطار النتائج الإستراتيجية).

وتوصلت الدراسة إلى عدة توصيات أهمها: دعوة الباحثين والمهتمين بدراسات الاتصالات الإستراتيجية والإعلام لعمل أبحاث ودراسات علمية بشكل أكبر في مجال اتصالات التنمية المُستدامة في الأردن وخاصة للجهات المانحة والمنظمات المعنية بأهداف التنمية المُستدامة لما لها من أهمية كبيرة على تخطيط الاتصال الإستراتيجي.

الكلمات المفتاحية: أهداف التنمية المُستدامة، الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية، القوى الفاعلة، الأردن، أطر المعالجة الإعلامية.

Media Frameworks Addressing Sustainable Development Goals of The United States Agency for International Development (USAID Jordan) Facebook Page "Analytical Study"

Prepared by: Ala'a Ghazi Ghaith

Supervised by: Dr. Ahmad Ali Oreiqat

Abstract

This study aimed to identify the media content of sustainable development goals communicated by the Facebook page of United States Agency for Sustainable Development in Jordan through sub goals such as identifying the actors and analyzing its frameworks.

This study relied on the content analysis methodology through analyzing the content of the USAID in Jordan Facebook page during the period of (01-07-2023 to 31-09-2023) which amounted (109) posts.

The study came up with a set of outcomes such as:

The source that the USAID Facebook page relied heavily on was “the agency itself” and “implementing partner” and “the US embassy Facebook page”. And the sustainable development goal that was mostly discussed is the 8th goal (decent work and economic growth) and the 17th goal (partnerships for the goals) and the 4th goal (quality education), and the actors that mostly appeared in the content of the USAID Facebook page were the “youth”, “family”, “women”, “small & micro small business owners”, the framework most frequently used is (responsibility framework) then (the strategic framework) then (humanitarian concerns framework) then (the strategic framework).

The study founded several recommendations such as: Call to all researchers interested in the strategic communications and media to conduct more researches and studies more focused on the sustainable development communications in Jordan. Especially for the donors and organizations involved with sustainable development goals due to its vital importance on strategic communication planning.

Keywords: sustainable development goals, United States Agency for International Development, Actors, Jordan. Media frameworks.

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

أولاً: المقدمة

تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي، وعلى وجه الخصوص فيسبوك، من الأدوات الفعّالة التي يمكن استخدامها لتحقيق أهداف التنمية المستدامة. حيث تشكل صفحة الفيسبوك للوكالة الأمريكية للتنمية الدولية (USAID Jordan) منصة استراتيجية لتناول قضايا التنمية في المملكة الأردنية، حيث يتم معالجة وتوجيه المحتوى الاعلامي بشكل يدعم تحقيق الأهداف الاستراتيجية للوكالة.

هدف هذا البحث إلى استكشاف وتحليل الأطر التي تعتمد عليها الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية في الأردن لمعالجة أهداف التنمية المستدامة عبر صفحاتها على الفيسبوك. وركز على الآليات والاستراتيجيات التي تم استخدامها لتوجيه الرسائل الاعلامية، وكيف يمكن أن تلعب هذه الأساليب دوراً فعّالاً في تعزيز الفهم والمشاركة المجتمعية في قضايا التنمية الحيوية في المملكة الأردنية.

توظيف صفحات وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق أهداف التنمية يتطلب تحليلاً دقيقاً للسياق الاعلامي والتواصل الاجتماعي في المنطقة المستهدفة. يعتبر استخدام الفيسبوك من قبل وكالة التنمية الأمريكية للتواصل في الأردن تحدياً وفرصة، حيث يتعين على الوكالة تكيف استراتيجياتها لتلبية تطلعات الجمهور المحلي والمساهمة في تعزيز التفاعل الإيجابي والفهم الشامل لأهداف التنمية المستدامة. تتناول هذه الدراسة التحليل العميق للمحتوى الاعلامي على صفحة الفيسبوك لـ USAID Jordan، محاولة فهم التأثيرات المحتملة والتحديات المتوقعة في عملية

المعالجة الاعلامية. سيتم التركيز على كيفية استخدام وكالة التنمية الدولية للأدوات الاعلامية لتعزيز التواصل الفعال وتعزيز الوعي حول أهمية التنمية المستدامة في المجتمع الأردني.

لقد حفلت أدبيات الإعلام والتنمية منذ سنوات طويلة بنظريات ومفاهيم عديدة حول دور الإعلام وأهميته في رعاية وتحفيز جهود وبرامج التنمية بالإضافة إلى مؤشرات نشر الوعي التنموي بين الشعوب بهدف تعزيز الدعم وفق استراتيجيات واضحة ومدروسة. حيث اشارت اخر التقارير الهيئات والمنظمات المعنية بالتنمية المُستدامة إلى ان الدول النامية والدول العربية بشكلٍ خاص تعاني من تحديات ومعوقات حالت دون تحقيقها لأهداف ومتطلبات التنمية المُستدامة بالمستوى المتفق عليه في الندوات والمؤتمرات المختلفة والتي تؤكد على درجة أهمية التنمية المُستدامة وأثرها على مستوى الرفاهية الاجتماعية والاقتصادية للإنسان. (نش و بوهالي، 2016)

حيث أكد الخبراء في مجال التنمية أنه مهما توفرت خطط دقيقة وواضحة لدى الحكومات والدول لن تكون قادرة على تنفيذ تلك الخطط دون الجهود الإعلامية المختلفة التي تتوافق مع مضامين هذه الخطط. ويسعى الإعلام في هذا الاتجاه بلا شك إلى نقل المعلومات والبيانات التي تهتم أفراد المجتمع. بحيث تساهم التغطية الإعلامية الإلكترونية والمرئية والمسموعة والمقروءة التي تتعلق بالمنظومة التنموية إلى تزويد الجمهور بأكبر قدر ممكن من الحقائق والمعلومات الدقيقة التي من شأنها زيادة الوعي لدى المجتمعات وتنشئته على قيم ومفاهيم تنموية تخدم أهداف التنمية المُستدامة من جهة وتحقق مصالحهم من جهة أخرى. (نش و بوهالي، 2016)

وفي هذا الإطار، تتبين أهمية ودور الإعلام الفعال في مجال العملية التنموية عن طريق اتخاذ كل السبل والآليات لأجل تحقيق متطلبات التنمية المُستدامة، وعليه؛ ستهدف هذه الدراسة إلى

معرفة الأطر الإعلامية لأهداف التنمية المُستدامة في الإعلام على الفيسبوك، من خلال نظرية الأطر الإعلامية. وتستند هذه الدراسة على المنهج الوصفي عن طريق تحليل المضمون لصفحة الفيسبوك للوكالة الأمريكية للتنمية الدولية في الأردن.

ثانياً: مشكلة الدراسة

أصبحت أهداف التنمية المُستدامة التي أوجدتها منظمة الأمم المتحدة في عام 2015 جزءاً لا يتجزأ من استراتيجيات الحكومات والمنظمات والشركات المعنية في مختلف قطاعات عملها من أجل أرض مُستدامة في جميع المجالات. وكان لا بد للجهات المعنية والمانحة من التواصل ونشر الوعي فيما يخص أهداف التنمية المُستدامة بحسب الأهداف الإستراتيجية التي تخص الدولة التي تعمل فيها.

وفي ضوء نشاط الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية في الأردن على صفحتها في موقع الفيسبوك ونظراً لأهمية عملها كجهة مانحة للمشاريع التنموية. تتمثل مشكلة الدراسة في التعرف على أطر المعالجة الإعلامية لأهداف التنمية المُستدامة في صفحة الفيسبوك للوكالة الأمريكية للتنمية الدولية عن طريق دراسة تحليلية لمحتوى الصفحة على موقع الفيسبوك.

ثالثاً: هدف الدراسة

يتمثل هدف الدراسة الرئيسي في معرفة الأطر الإعلامية التي تستخدمها الجهات المعنية بأهداف التنمية المُستدامة في الأردن مثل صفحة الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية USAID في الأردن. وستتمثل الأهداف الفرعية كالآتي:

1- الكشف عن المصادر الإعلامية التي اعتمدت عليها منشورات "الوكالة الأمريكية للتنمية

الدولية في الأردن" في صفحتها على الفيسبوك؟

2- معرفة أبرز أهداف التنمية المُستدامة التي تناولتها منشورات "الوكالة الأمريكية للتنمية

الدولية في الأردن" في صفحتها على الفيسبوك؟

3- معرفة المجال الجغرافي الذي تناولته منشورات "الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية في الأردن"

في صفحتها على الفيسبوك؟

4- معرفة نوع الوسائط المتعددة المستخدمة في منشورات "الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية في

الأردن" في صفحتها على الفيسبوك؟

5- الكشف عن القوى الفاعلة في منشورات "الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية في الأردن" في

صفحتها على الفيسبوك؟

6- معرفة أبرز الأطر الإعلامية التي تستخدمها منشورات "الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية في

الأردن" في صفحتها على الفيسبوك؟

رابعاً: أهمية الدراسة

تنقسم أهمية الدراسة إلى جزئين، أهمية علمية وأهمية نظرية على النحو التالي:

الأهمية العلمية:

1. إثراء المكتبة العربية بشكلٍ عام، والمحلية بشكلٍ خاص، بالأبحاث العلمية ذات الصلة

بأهداف التنمية المُستدامة، ودور وسائل التواصل الاجتماعي في إيصال هذه الرسائل

للجمهور المستهدف.

2. أهمية الموضوع محل الدراسة "الأطر الإعلامية لأهداف التنمية المُستدامة" من خلال

صفحة الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية، ودور الذي تقوم به هذه الوكالة في المجتمع

الأردني.

الأهمية التطبيقية:

1. تطرقت الدراسة إلى التعرف على ابرز الأطر الإعلامية التي تم استخدامها في صفحة الفيسبوك للوكالة الأمريكية للتنمية الدولية في الأردن من خلال المحتوى الذي يتم نشره عن عملها في الأردن.
2. يمكن لنتائج هذه الدراسة ان تساهم في نشر الوعي عن أهمية التأطير الإعلامي لمعالجة التنمية المُستدامة في الأردن لدى القائمين على الاتصال في الجهات التنموية.

خامساً: أسئلة الدراسة

1. ما المصادر الإعلامية التي اعتمدت عليها منشورات "الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية" لأهداف التنمية المُستدامة في صفحتها على الفيسبوك؟
2. ما أهداف التنمية المُستدامة التي تناولتها منشورات الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية في صفحتها على الفيسبوك؟
3. ما المجال الجغرافي الذي تناولته منشورات الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية لأهداف التنمية المُستدامة في صفحتها على الفيسبوك؟
4. ما نوع الوسائط المتعددة المستخدمة في منشورات"الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية لأهداف التنمية المُستدامة في صفحتها على الفيسبوك؟
5. ما هي القوى الفاعلة في منشورات الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية لأهداف التنمية المُستدامة في صفحتها على الفيسبوك

6. ما أبرز الأطر الإعلامية التي تستخدمها الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية لأهداف التنمية

المُستدامة في صفحتها على الفيسبوك؟

سادساً: حدود الدراسة

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل منشورات الصفحة الرسمية للوكالة الأمريكية للتنمية الدولية

على منصة الفيسبوك وخلال الفترة الزمنية من 1-07-2023 إلى 31-09-2023. كون هذه

الفترة تنشط أعمال الوكالة الإعلامية قبيل بدء الإحتفالات بالأعياد السنوية.

سابعاً: مُحددات الدراسة

تكمن محددات الدراسة في العوامل التي تحد من تعميم نتائج الدراسة على مجتمع البحث

نفسه، وتتمثل في طبيعة مجتمع وعينة الدراسة والزمن الذي تم فيه إجراء الدراسة، حيث يمكن ان

تختلف نتائج الدراسة فيما لو تغير وقت الدراسة وتغيرت إنطباعات الجمهور الاردني حول ذات

الموضوع، خاصة وأن المجتمع في ظل هذه الظروف يمر بتطور وتغير دائمين. كما إن صدق

أداة الدراسة وثباتها وإجابات أفراد العينة من حيث الموضوعية والأمانة تُعد من محددات هذه

الدراسة. ايضاً يمكن ان يكون استخدام عينة قصدية يشكل صعوبة في تعميم الدراسة كون اختيار

العينة تم بطريقة غير عشوائية (اللااحتمالية)، وفي حال اختيار نوع العينة بطريقة للاحتمالية قد

يكون من محددات تعميم الدراسة.

ثامناً: مصطلحات الدراسة

المعالجة الإعلامية

هي عملية تحليل وتوجيه المحتوى الإعلامي بشكل فني واستراتيجي لتحقيق أهداف محددة، سواء كانت توجيه رسائل معينة، تشكيل الرأي العام، أو نقل معلومات معينة. يشمل ذلك اختيار المحتوى، وترتيبه، وتقديمه بطريقة تتناسب مع الجمهور المستهدف. تعتمد المعالجة الإعلامية على استخدام وسائل الإعلام المختلفة مثل الصحف، والتلفزيون، ووسائل التواصل الاجتماعي. المرجع:

McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. Sage Publications.

الأطر الإعلامية

تعتبر الأطر الإعلامية عن الإطار النظري والتحليلي الذي يشكل السياق الذي يتم من خلاله فهم وتحليل الظواهر والمحتوى الإعلامي. تلعب الأطر دوراً هاماً في توجيه الفهم والتفسير لمختلف جوانب الإعلام، بدءاً من اختيار المواضيع وصياغة الرسائل إلى تأثيراتها على الجمهور. المرجع:

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. doi: 10.1111/j.1460–

2466.1993.tb01304.x

مفهوم التنمية

عرفت الأمم المتحدة مفهوم التنمية على أنها العملية المخطط لها لتقديم المجتمعات ككل من الناحية الاجتماعية والاقتصادية باعتمادها بأكبر قدر ممكن على مبادرات المجتمعات المحلية وإشراكهم في عملية التنمية. (أعجمي، 2011)

التنمية المُستدامة

هي النمو السؤول أي انه النمو الذي يتحقق عند التوفيق بين الاهتمامات البيئية والاجتماعية مع الاحتياجات الاقتصادية لأفراد المجتمع وترشيد الاستخدام للموارد الطبيعية. (علي، 2011) وإجرائيا هي الأهداف التي قامت الوكالة الامريكية للتنمية الدولية بنشرها على صفحتها على الفيسبوك.

الإعلام التنموي

توصل الباحثون والمختصون إلى عدة تعريفات في مجال الإعلام حول تعريف الإعلام التنموي. هو الجهود الاتصالية المخطط لها والمقصودة بهدف خلق مواقف واتجاهات إيجابية وصديقة للتنمية. وبذلك، فإن الإعلام التنموي لا يعنى بصناعة التنمية بينما يهيئ الظروف الثقافية والاجتماعية والنفسية للأفراد والجماعات من أجل الاستجابة للخطط والبرامج التنموية بشكلٍ فعّال. (حربي، 2016)

مواقع التواصل الاجتماعي

هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص بها ومن ثم ربطها عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها (راضي، 2003)

واجرائيا هو موقع صفحة الوكالة الامريكية للتنمية الدولية على الفيسبوك.

الفصل الثاني

الأدب النظري والدراسات السابقة

يتناول هذا الفصل الأدب النظري والدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة، وذلك على

النحو الآتي:

أولاً: الأدب النظري

نظرية الأطر الإعلامية

استندت هذه الدراسة على نظرية الأطر الإعلامية Media Framing، وتشير هذه النظرية إلى الفكرة المحورية في الإطار الإعلامي وتترتب عليها أحداث خاصة بقضايا معينة، وتتمثل الأبعاد الرئيسية للنظرية في عمليات التنظيم والانتقاء والتأكيد على جوانب معينة وإهمال جوانب أخرى. ويتركز مفهوم الأطر على الانتقاء والبروز، حيث انها تقوم بتقييم وتشخيص ووصف موضوع محدد. (M. Entman, 1993)، ويهدف التأطير إلى الحفاظ على مجموعة وظائف أساسية مثل تحديد الهدف، وتحديد الهوية وإبراز المعاني المقصودة. (Levin,2001).

تفترض نظرية الأطر بأن اختيار جوانب معينة من قضية ما بشكل متعمد ومقصود يجعلها أكثر ظهوراً داخل النصوص الإعلامية، ويستخدم أساليب محددة في وصف التحديات وتحديد الأسباب وتقييم الأبعاد واقتراح حلول. ولا يتم اختيار الإطار الإعلامي بمحض الصدفة ولا يكون محايداً أو دون قيمة. بناءً على ذلك، يوجد أهمية ودور كبير في التأثير على السياسات العامة والرأي العام. (Entman. 2007).

وتساهم نظرية التأطير الإعلامي في معرفة طريقة وضع المواضيع في اطرار معينة بحيث ان يوحى للجمهور أو المتلقي بكيفية التعامل مع قضايا معينة. وهذا عن طريق اختيار أطر

إعلامية تعطي معنى ومغزى للمضمون. إن عملية تحديد الإطار تعتبر كتنظيم الواقع اليومي للأفراد من خلال تصنيف المعلومات وإضافة معاني للأحداث. ويتم وصف الحقيقة بشكل يتوافق مع أهداف القائمين بالاتصال والمؤسسات الإعلامية. (Dietram. 1999)

وتتمثل الأطر الإخبارية في التالي: الإطار العام، الإطار المحدد بالقضية، والإطار الإستراتيجي وإطار الاهتمامات الإنسانية، وإطار الصراع وإطار النتائج الاقتصادية وإطار المسؤولية وإطار المبادئ الأخلاقية. (Angelo. 2002)

تم تطبيق نظرية التأطير الإعلامي في الدراسة من خلال تركيزها على كيفية إبراز وتحديد إطارات معينة لمعالجة الأهداف المتعلقة بالتنمية المستدامة. هدف التحليل إلى فهم كيف يتم تشكيل الرسائل والمحتوى الإعلامي لتحقيق تأثير إيجابي وتعزيز الوعي بأهداف التنمية. من خلال استخدام نظرية التأطير، وأظهرت الدراسة كيف يتم تشكيل المحتوى بحيث يبرز جوانب معينة من أهداف التنمية المستدامة، والذي يؤثر في فهم الجمهور المستهدف. أظهر التحليل كيف يمكن للإطارات الإعلامية توجيه انتباه الجمهور وتأثير تصوراتهم حيال التحديات والفرص المتعلقة بالتنمية المستدامة. الدراسة قد تكون مفيدة لفهم دور وتأثير الإعلام في نشر رسائل التنمية المستدامة وتشكيل وجهات نظر الجمهور.

أهداف التنمية المُستدامة

أهداف التنمية المُستدامة هي دعوة عالمية للعمل للقضاء على الفقر وصون الأرض وتحسين المعاييش في كل مكان. وقد تبنت كافة الدول الأعضاء في الأمم المتحدة هذه الأهداف السبعة عشر في عام 2015، بوصفها جزء من جدول أعمال التنمية المُستدامة لعام 2030، الذي حدد حُطَّة مدتها 15 عامًا لتحقيق تلك الأهداف (Sustainable Development , n.d).

وتتقسم الأهداف كالتالي:

1. القضاء على الفقر: القضاء على الفقر بجميع أشكاله في كل مكان.
2. القضاء التام على الجوع: القضاء على الجوع وتوفير الأمن الغذائي والتغذية المحسنة وتعزيز الزراعة المُستدامة.
3. الصحة الجيدة والرفاه: ضمان تمتّع الجميع بأنماط عيش صحية وبالرفاهية في جميع الأعمار.
4. التعليم الجيد: ضمان التعليم الجيد المنصف والشامل للجميع وتعزيز فرص التعلّم مدى الحياة للجميع.
5. المساواة بين الجنسين: تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين كل النساء والفتيات.
6. المياه النظيفة والنظافة الصحية: ضمان إتاحة المياه وخدمات الصرف الصحي للجميع.
7. طاقة نظيفة وبأسعار معقولة: ضمان حصول الجميع بتكلفة ميسورة على خدمات الطاقة الحديثة الموثوقة والمستدامة.
8. العمل اللائق ونمو الاقتصاد: تعزيز النمو الاقتصادي المطرد والشامل للجميع والمستدام، والعمالة الكاملة والمنتجة، وتوفير العمل اللائق للجميع.
9. الصناعة والابتكار والهياكل الأساسية: إقامة بنى تحتية قادرة على الصمود، وتحفيز التصنيع الشامل للجميع والمستدام، وتشجيع الابتكار.
10. الحد من أوجه عدم المساواة: الحد من انعدام المساواة داخل البلدان وفيما بينها.
11. مدن ومجتمعات محلية مُستدامة: جعل المدن والمستوطنات البشرية شاملة للجميع وآمنة وقادرة على الصمود ومستدامة.
12. الاستهلاك والإنتاج المسؤولان: ضمان وجود أنماط استهلاك وإنتاج مُستدامة.
13. العمل المناخي: اتخاذ إجراءات عاجلة للتصدي لتغير المناخ وآثاره.

14. الحياة تحت الماء: حفظ المحيطات والبحار والموارد البحرية واستخدامها على نحو مستدام

لتحقيق التنمية المُستدامة

15. الحياة في البر: حماية النظم الإيكولوجية البرية ومكافحة التصحر ووقف تدهور الأراضي

وفقدان التنوع

16. السلام والعدل والمؤسسات القوية

17. عقد الشراكات لتحقيق الأهداف: تعزيز وسائل التنفيذ وتنشيط الشراكة العالمية من أجل

التنمية المُستدامة.

الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية (USAID)

هي وكالة فدرالية حكومية تتبع وزارة الخارجية الأمريكية وتنفذ سياساتها المتعلقة بالمساعدات الخارجية للدول في مجالات عدة، والتي تأتي كنتيجة للسياسة الحكومية العامة لحكومة الولايات المتحدة الأمريكية، وشكل من أشكال سياستها الخارجية وعلاقاتها الدولية عبر تنفيذ البرامج والمشاريع التي توجه نحو قطاعات متعددة. (About USAID , n.d.)

ويركز عمل الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية في الأردن على عدة جوانب أهمها: تحقيق نمو شامل بقيادة القطاع الخاص و تعزيز الديمقراطية والحكم الرشيد وتحسين مستوى الخدمات الأساسية المقدمّة بالإضافة إلى تعزيز المساواة بين الجنسين. وتعود أهمية التركيز على هذه الجوانب بشكلٍ خاص في الأردن لعدة أسباب مثل ارتفاع نسب البطالة بالأخص بين الشباب والنساء. بالإضافة إلى ذلك، أدى النمو السكاني المتزايد وتدفق اللاجئين بسبب الأزمات الإقليمية إلى استنفاد الموارد المحدودة في الأردن. وذلك يؤثر سلباً على استمرارية المسيرة التنموية في

الأردن. (USAID, 2023)

وبسبب الشراكة والعلاقة طويلة الأمد بين الأردن والولايات المتحدة والتي تهدف إلى ترسيخ الحوكمة الديمقراطية ودعم الاستقرار الاقتصادي وتحسين مستوى الخدمات الأساسية التي تقدمها الدولة، بالإضافة إلى تعزيز المساواة بين الجنسين. تسعى هذه العلاقة الثنائية إلى مساعدة الأردن للتقدم والتطور في المستقبل من أجل الاستقرار الاقتصادي والاعتماد على الذات. (USAID, 2023)

صفحة الفيسبوك للوكالة الأمريكية للتنمية الدولية

هي الصفحة الرسمية للوكالة الأمريكية للتنمية الدولية في الأردن التي تعلن من خلالها عن نشاطات الوكالة ومشاريعها التنموية في الأردن.

وهي منظمة تابعة للحكومة الأمريكية مكلفة بتقديم الدعم والمساعدة في مجالات التنمية الاقتصادية والاجتماعية في المملكة الأردنية الهاشمية. يركز عملها على تعزيز التعليم، وتحسين الرعاية الصحية، وتعزيز فرص العمل، وتعزيز الاستدامة البيئية.

تعمل الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية (USAID) في الأردن على تعزيز التنمية الشاملة ودعم استقرار المملكة الأردنية الهاشمية. من خلال تنفيذ مشاريع وبرامج متنوعة، تركز الوكالة على تعزيز الفرص الاقتصادية وتحسين البنية التحتية الاقتصادية والاجتماعية في البلاد. تشمل أنشطة الوكالة في الأردن تعزيز التعليم والتدريب المهني، وتعزيز فرص العمل، وتطوير القدرات الإدارية، وتحسين الرعاية الصحية. بالإضافة إلى ذلك، تقدم الوكالة الدعم في مجالات اللاجئين السوريين، حيث تسعى لتوفير المساعدة الإنسانية وتعزيز الاستدامة في ظل التحديات الإنسانية والاقتصادية التي تواجه المنطقة.

تسعى الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية في الأردن إلى دعم الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي من خلال تنفيذ مشاريع تعزز التنمية المستدامة. يشمل ذلك تعزيز فرص العمل وتنمية المهارات الوظيفية للشباب، وتحسين البنية التحتية الاقتصادية والصحية في البلاد. (www.facebook.com/USAIDJordan).

ثانياً: الدراسات السابقة ذات الصلة

تم عرض الدراسات السابقة العربية والأجنبية ذات الصلة بموضوع الدراسة مرتبة من الأحدث للأقدم على النحو التالي:

أ. الدراسات العربية

دراسة (مر، 2022)، بعنوان: الاتجاهات الحديثة في بحوث مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تحقيق التنمية المُستدامة (دراسة تحليلية من المستوى الثاني).

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل ودراسة الاتجاهات الجديدة للدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق التنمية المُستدامة. وقامت هذه الدراسة خلال الفترة من سنة 2015 إلى 2021. واتبعت هذه الدراسة منهج المسح بأسلوب تحليل البيانات للدراسات الاجنبية والعربية الموجودة في البحث العلمي والتي تقوم على تحليل دور مواقع التواصل الاجتماعية في تحقيق التنمية المُستدامة، وتوصلت هذه الدراسة إلى ان الأبحاث الاجنبية هي الأكثر استخداماً للنظريات الجديدة والمبتكرة في حقل الإعلام. وتوصلت ايضا إلى ان الدراسات الأكثر استخداماً للأطر النظرية الحديثة من حيث العدد هي المدرسة الآسيوية في المرتبة الأولى. بالإضافة إلى ابرز النتائج التي توصل اليها الباحث لها من خلال الدراسات التي تم تحليلها كالتالي:

- أنه تم توفير بيئة تفاعلية مع الجمهور بفضل وسائل التواصل الاجتماعي بسبب التفاعل المباشر بين الجمهور والقائم على الاتصال. وأن هذه المنصات مكنت المرأة من حرية التعبير ووفرت لها فرص للثقافة والتعلم بالإضافة إلى أنها تعتبر إحدى أدوات تمكين المرأة في دولة الهند.

- الأهمية الكبيرة لمواقع التواصل الاجتماعي في اعتمادية الشعب الأمريكي عليها لمعرفة آخر المستجدات عن الطقس بالإضافة إلى أهميتها في إحراز التنمية المُستدامة" في مجال التوازن بين النظام البيئي والمناخي".

- توصلت الدراسة إلى وجود نقص ملحوظ في كمية الدراسات العربية التي اعتنت بمواقع التواصل الاجتماعي والأبعاد البيئية.

دراسة (الغمرائي و عبدالحميد، 2022)، بعنوان: دور الإعلام في توعية الجمهور بالمدن الذكية لتعزيز التنمية المُستدامة.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور النشاط الاتصالي على مواقع التواصل الاجتماعي في بلورة اتجاهات الجمهور لقضايا التنمية المُستدامة في مصر بحلول عام 2023. بالإضافة إلى التعرف على طبيعة الأنشطة الاتصالية على وسائل التواصل الاجتماعي ودورها بتزويد الجمهور بالمعلومات التي تخص قضايا التنمية المُستدامة، وتحديد الأنشطة ذات الفاعلية الأكبر في عرض قضايا التنمية المُستدامة، ورصد أبرز قضايا التنمية المُستدامة التي تناولتها عينة الدراسة وماهي اتجاهات الجمهور نحوها. وقامت هذه الدراسة باستخدام منهج المسح التحليلي والمسح الوصفي الذي تم من خلاله تحليل صفحتين تناولتا موضوع التنمية المُستدامة على مواقع التواصل الاجتماعي. بالإضافة إلى مجتمع الدراسة الميداني والذي تم اختيار الجمهور المصري المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- جاءت قضايا "النمو الاقتصادي" في المركز الأول بنسبة 25.5% من بين قضايا التنمية المُستدامة التي حازت على اهتمام وسائل الإعلام والتي قام بالترويج لها.
 - جاءت قضايا "البيئة" في المركز الثاني بنسبة 15.3% من بين قضايا التنمية المُستدامة التي حازت على اهتمام وسائل الإعلام والتي قام بالترويج لها.
 - جاءت قضايا "التعليم والتدريب" في المركز الثالث بنسبة 13.9% من بين قضايا التنمية المُستدامة التي حازت على اهتمام وسائل الإعلام والتي قام بالترويج لها.
 - جاءت قضايا "التنمية العمرانية" في المركز الرابع بنسبة 11.1% من بين قضايا التنمية المُستدامة التي حازت على اهتمام وسائل الإعلام والتي قام بالترويج لها.
 - جاءت قضايا "التنمية العمرانية" في المركز الرابع بنسبة 11.1% من بين قضايا التنمية المُستدامة التي حازت على اهتمام وسائل الإعلام والتي قام بالترويج لها.
- دراسة (سلامة، 2022)، بعنوان: دور موقع التواصل الاجتماعي تويتر في تشكيل اتجاهات المرأة السعودية نحو إدراك خطط التنمية المُستدامة.
- هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور موقع التواصل الاجتماعي تويتر وتأثيره في تشكيل اتجاهات المرأة السعودية في إدراك خطط التنمية المُستدامة عن طريق متابعة مضامين خطط التنمية المُستدامة على تويتر بالاستناد إلى نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية باستخدام منهجية المسح لعينة تكونت من 400 امرأة سعودية من مختلف المستويات العلمية والعمرية. تم تخصيص أداة الاستبيان لمعرفة آرائهم في دور موقع تويتر. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:
- حاز موقع تويتر على المقدمة من بين مواقع التواصل الاجتماعي بسبب وجود العديد من الأدوات التفاعلية على الموقع.

- توصلت الدراسة إلى انه قام تويتر بتشكيل الاتجاهات من خلال تقديم رؤية واقعية لخطط التنمية المُستدامة في المملكة.

- ساهم موقع تويتر في الإقناع بفاعلية إستراتيجيات وخطط التنمية المُستدامة.

دراسة (سليمان، 2022) بعنوان: دور الأنشطة الاتصالية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضايا التنمية المُستدامة في مصر 2030 دراسة تطبيقية.

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن أهمية التغطية الإعلامية المتعلقة بالتنمية المُستدامة بالإضافة إلى درجة متابعة الجماهير لهذه الأنشطة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بغاية التأكد من أهمية هذه المواقع كوسيلة من الوسائل الإعلامية الإلكترونية. أيضا، هدفت الدراسة إلى التعرف على أنواع الأنشطة الاتصالية المتعلقة بالتنمية المُستدامة على مواقع التواصل الاجتماعي والتطرق إلى سلبياتها وإيجابياتها. وانبثقت أهمية الدراسة من خلال ملاحظة ندرة الدراسات المتعلقة بالأنشطة الاتصالية وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الجمهور نحو أهداف التنمية المُستدامة في مصر في عام 2030 من خلال مواقع التواصل الاجتماعي. استخدمت هذه الدراسة المنهجية الوصفية التي تسعى إلى تحليل وتصوير مواصفات مجموعة معينة اتجاه هدف معين. واستهدف مجتمع هذه الدراسة إلى تحليل محتوى صفحتين على مواقع التواصل الاجتماعي تناولتا موضوع التنمية المُستدامة في مصر. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- جاءت صفحة (وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية) في المرتبة الأولى لاهتمامها بمواضيع التنمية المُستدامة بنسبة 63.9%، ويليهها بالمرتبة الثانية صفحة (مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار) بنسبة 36.1%.

- فيما يخص المواضيع المتعلقة بأهداف التنمية المُستدامة التي تم نشرها في صفحتي العينة، احتلت "المواضيع الاقتصادية" المرتبة الأولى بنسبة 23.6%، ويليهها بالمرتبة الثانية

"المواضيع الاجتماعية والبيئية وأكثر من فئة" بنسبة 16.7%، ويليهما في المرتبة الثالثة "المواضيع التعليمية" بنسبة 12.5%، ويليهما في المرتبة الرابعة "المواضيع التكنولوجية" بنسبة 6.9%، أما في المرتبة الخامسة "المواضيع الصحية" بنسبة 5.6%. أما في المرتبة السادسة والأخيرة "المواضيع السياسية" بنسبة 1.5%.

- فيما يخص نوع الوسائط المتعددة التي تم استخدامها في محتوى صفحتي العينة، جاء بالمرتبة الأولى فئة "النص" بنسبة 88.9%، ويليهما بالمرتبة الثانية فئة "صورة - فيديو" بنسبة 5.6% لكل منهما.

- فيما يخص درجة اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي ومتابعتهم لأهداف التنمية المُستدامة، جاءت في المرتبة الأولى فئة "أعتمد بدرجة كبيرة" بنسبة 58%، ويليهما في المرتبة الثانية فئة "أعتمد بدرجة متوسطة" بنسبة بلغت 33.25%، يليها في المرتبة الثالثة والأخيرة فئة "أعتمد بدرجة ضعيفة" بنسبة 8.75%.

ب. الدراسات الأجنبية

دراسة (Alfy, 2020)، بعنوان:

Corporations and Sustainable Development Goals Communication on social media: Corporate Social Responsibility or Just another Buzzword?

الشركات وأهداف التنمية المُستدامة، التواصل على وسائل التواصل الاجتماعي: المسؤولية الاجتماعية للشركات أو مجرد كلمة طنانة أخرى؟

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على استخدام الشركات لنظرية المسؤولية المجتمعية تبعاً

لأهداف التنمية المُستدامة وتطرق هذا البحث إلى طريقة تواصل الشركات بشأن أهداف التنمية

المُستدامة على وسائل التواصل الاجتماعي لزيادة شرعيتها أو لأنها مرتبطة بعمل لشركات

الأساسي. وحللت الدراسة أكثر من 24000 تغريدة متعلقة بأهداف التنمية المُستدامة من شركات

نموذجية وشركات فقيرة. وأظهرت النتائج أن الشركات تنشر تغريدات حول أهداف التنمية المستدامة المرتبطة بأعمالها الأساسية وتأثيراتها. ومن ثم، يتم توصيل أهداف التنمية المستدامة بطريقة تتناول استدامة الشركات الاستراتيجية والاجتماعية. تساهم هذه النتائج في البحث من خلال توضيح دور أهداف التنمية المستدامة فيما يتعلق باستراتيجية الشركة وشرعيتها.

دراسة (Janoušková, 2019)، بعنوان:

Sustainable Development - A Poorly Communicated Concept by Mass Media. Another Challenge for SDGs?

التنمية المستدامة - مفهوم ضعيف التواصل من قبل وسائل الإعلام. هل هو تحد آخر لأهداف التنمية المستدامة؟

هدفت هذه الدراسة للتعرف على دور وسائل الإعلام المختلفة (الصحف المطبوعة المكتوبة باللغة الإنجليزية) كمصدر معلومات مهمة وقامت بتحليل أساليب الاتصال المستدامة. وبحث أيضا في كيفية وصلت هذه الوسائط موضوعات الاستدامة الرئيسية المختارة وكيف تم ربطها بالمفهوم الشامل للتنمية المستدامة. وقامت على افتراضية أن وسائل الإعلام تنبث الرسائل للجمهور من خلال الموضوعات التي تلقى اهتمام كبير في وقت الدراسة مثل عدم المساواة بين الجنسين. لكنها تخفق في اغتنام فرصة تطيرها في المفهوم الأوسع والشامل للتنمية المستدامة.

وتطرقت الدراسة إلى أربع محاور رئيسية أهمها: تواصل التنمية المستدامة، وبناء أجنات الاستدامة (سرد القصص والتأطير)، والطرق والبيانات، واختيار المفاهيم في التحليل الإعلامي. وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر الموضوعات التي نُشر عنها هي:

- التغيير المناخي (الهدف الـ 13 من أهداف التنمية المستدامة)، يليه الطاقة المتجددة (الهدف

السابع من أهداف التنمية المستدامة)

- والمساواة بين الجنسين (الهدف الخامس من أهداف التنمية المُستدامة) يليه الفقر المدقع (الهدف الأول من أهداف التنمية المُستدامة) والوصول للعدالة (الهدف ال 16 من أهداف التنمية المُستدامة).

دراسة . (Daniel ،Cohen ، و Kim ،2021)، بعنوان:

Media and money: a 50-year analysis of international news coverage and U.S. foreign aid

وسائل الإعلام والمال: تحليل لمدة 50 عامًا للتغطية الإخبارية الدولية والمساعدات الخارجية الأمريكية

هدفت هذه الدراسة إلى فهم العلاقة بين التغطية الإخبارية الدولية والمساعدات الخارجية من خلال مقارنة 50 عامًا من التغطية الإخبارية الأجنبية لصحيفة نيويورك تايمز بمستويات المساعدات الخارجية الأمريكية المخصصة. هدفت الدراسة إلى التحقق من تأثير نسبة المساعدات الخارجية المقدمة لبلد ما ودرجة التغطية الإعلامية التي تتلقاها الدولة، والتعرف على التأثير السياسي على التغطية والمساعدات. والتعرف إلى الطرق التي تتم فيها التغطية في تلك البلدان المتلقية للمساعدات العالية والمتوسطة والمنخفضة وماهية تأثير مستوى المساعدات لكل دولة مع مدى التغطية.

استخدمت هذه الدراسة منهجية تحليل المحتوى وقامت بتحليل التغطية الإخبارية الدولية على مدى 50 عامًا لصحيفة نيويورك تايمز من عام 1966 حتى عام 2015. وحللت الدراسة كل مقال إخباري دولي يظهر في الصحيفة في عينتين تم تصميمهما لمدة أسبوع. سنويًا، بإجمالي 100 أسبوع تم إنشاؤه على مدار الخمسين عامًا المتضمنة في التحليل. وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

- حصلت الدول التي تحصل على أعلى مستوى من المساعدات على أكبر قدر من التغطية الإخبارية، مما يشير إلى وجود علاقة إيجابية بين حجم المساعدات الخارجية وحجم التغطية الإعلامية.
- ركزت موضوعات التغطية بشكلٍ كبير على السياسة والصراع والدبلوماسية بالنسبة للدول التي تتلقى مستوى عالٍ من المساعدات.
- وجود علاقة بين حجم المساعدات التي تتلقاها الدولة والموضوعات التي يتم تغطيتها من تلك الدولة. على سبيل المثال، الدول التي تتلقى مستويات أقل من المساعدات يتم ذكرها بشكلٍ شائع في سياق الرياضة والاقتصاد.
- كشفت الدراسة عن اتجاهات متناقضة مع مرور الوقت بالنسبة للدول من جميع فئات المساعدات الثلاث عند تحليل مقدار التغطية الإخبارية، مما يشير إلى انخفاض محتمل في التغطية الإخبارية الدولية عبر الدول ذات مستويات المساعدات المختلفة.

دراسة (De Luca, Iaia, Mehmood, & Vrontis, 2022)، بعنوان:

Can social media improve stakeholder engagement and communication of Sustainable Development Goals? A cross-country analysis (De Luca, Iaia, Mehmood, & Vrontis, 2022)

هل يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي تحسين مشاركة أصحاب المصلحة والتواصل بشأن أهداف التنمية المستدامة؟ تحليل قُطري.

هدفت الدراسة إلى فهم كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز مشاركة أصحاب المصلحة وتعزيز مبادرات التنمية المستدامة. بالإضافة إلى ذلك، سعت الدراسة إلى تقييم دور وسائل التواصل الاجتماعي في إشراك أصحاب المصلحة ومشاركتهم لأهداف التنمية المستدامة، مع التركيز على الشركات الأوروبية بشكلٍ خاص. وسعت الدراسة إلى التعرف على خصائص منشورات وسائل التواصل الاجتماعي، وبشكلٍ خاص على موقع تويتر، فيما يؤثر على زيادة

مشاركة أصحاب المصلحة. أيضاً، يهدف البحث إلى تحديد أهداف التنمية المُستدامة الأكثر أهمية بالنسبة للشركات التي يجب أن تعيرها الأولوية وتحديد أهداف التنمية المُستدامة التي تؤدي إلى زيادة مشاركة أصحاب المصلحة. واتبعت هذه الدراسة منهجية تحليل مقارنة لثمانى صناعات بين 19 دولة أوروبية.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- فيما يتعلق بالخصائص الأكثر تأثيراً في مشاركة وتفاعل أصحاب المصلحة هي استخدام "الهاشتاغ"، وعدد الشخصيات الظاهرة في المنشور، ووجود رابط يحتوي على مزيد من المعلومات، ونوع المحتوى المرتبط بأهداف التنمية المُستدامة.
- فيما يتعلق بأهداف التنمية المُستدامة الأكثر اهتمام من قبل أصحاب المصلحة هي "الهدف السابع عشر من أهداف التنمية المُستدامة "الشراكات لتحقيق الأهداف"، و الهدف ال 13 من أهداف التنمية المُستدامة "العمل المناخي"، والهدف ال 10 من أهداف التنمية المُستدامة "الحد من أوجه عدم المساواة"، والهدف ال 14 من أهداف التنمية المُستدامة "الحياة تحت الماء"، والهدف ال 15 من أهداف التنمية المُستدامة "الحياة في البر"، والهدف الخامس من أهداف التنمية المُستدامة "المساواة بين الجنسين".

دراسة (Marzouki, Chouikh, Mellouli, & Haddad, 2021)، بعنوان:

From Sustainable Development Goals to Sustainable Cities: A Social Media Analysis for Policy-Making Decision (Marzouki, Chouikh, Mellouli, & Haddad, 2021)

من أهداف التنمية المُستدامة إلى مدن مُستدامة: تحليل التواصل الاجتماعي بهدف قرار صنع السياسات.

هدفت الدراسة إلى تحديد المعلومات المتعلقة بالغايات والمؤشرات والموضوعات الخاصة

بالهدف 11 من أهداف التنمية المُستدامة "مدن ومجتمعات محلية مُستدامة" فيما يخص إعلام

صناع السياسات بشكلٍ أفضل. وسعت الدراسة إلى تحليل مجموعة من التغريدات المتعلقة بالهدف 11 من أهداف التنمية المُستدامة، وقامت بقياس تفاعل الجمهور على تويتر، وتحديد الهاشتاغات "علامات التصنيف" الأكثر رواجاً، أيضاً، تطرقت الدراسة إلى طريقة تطور موضوعات الهدف ال 11 من أهداف التنمية المُستدامة مع مرور الزمن، فيما ينتج عنه الرؤى الجديدة عن الاتجاهات والموضوعات المحددة. قامت منهجية هذه الدراسة على تحليل مجموعة من التغريدات المتعلقة بالهدف ال 11 من أهداف التنمية المُستدامة التي تم نشرها في الفترة ما بين 1 أيلول 2015 و 31 كانون الأول 2020. وشملت المنهجية تحليل التفاعل والاتجاهات الناتجة عن نشر هذا المحتوى، وتم التحليل باستخدام برمجيات خاصة بتويتر لعرض التغريدات السابقة المطابقة للمعايير المحددة مثل الكلمات الرئيسية والمواضيع والمستخدمين. وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- حددت الدراسة أهم عشرة حسابات مؤثرة ونشطة على تويتر تناقش الهدف 11 من أهداف التنمية المُستدامة، مما يدل على إمكانات المؤسسات التعليمية والمنظمات المحلية والمنظمات غير الحكومية والحسابات الفردية لرفع مستوى الوعي العام حول قضايا الاستدامة المحلية.
- انخفاض وتيرة التغريدات التي تشير إلى الهدف 11 من أهداف التنمية المُستدامة في عام 2020 خصوصاً فيما يتعلق بالمدن المُستدامة ويرجع سبب هذا التراجع إلى جائحة كوفيد-

.19

- حددت الدراسة خمسة مواضيع تتعلق بالهدف 11 من أهداف التنمية المُستدامة وهي: النقل المستدام، والحد من مخاطر الكوارث، والاستراتيجيات الوطنية للتنمية المُستدامة، والمستوطنات البشرية والمدن المُستدامة.

- كشف التحليل أن صانعي التغيرات هم في الغالب أفراد أو ممثلون غير تابعين للأمم المتحدة، مما يشير إلى الحاجة إلى زيادة مشاركة هيئات الأمم المتحدة وممثليها على تويتر فيما يتعلق بأهداف التنمية المُستدامة.
- ظهر من خلال التحليل القائم على المواضيع الأكثر رواجاً أن الهاشتاغات مثل "#CSR"، و"#climateaction"، و"#innovation" تم استخدامها بشكلٍ مستمر. أيضاً، توصل التحليل إلى ان المواضيع الأكثر نقاشاً على مدى السنوات الست الماضية هي: المدن المُستدامة، والحد من مخاطر الكوارث، والمستوطنات البشرية، وهذا يعكس مدى اهتمام المواطنين فيما يخص القضايا البيئية مثل تغير المناخ والتلوث.

ثالثاً: التعليق على الدراسات السابقة

أدى الاستطلاع الذي قامت به الباحثة للدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع دراستها وأهدافها إلى الاطلاع على مجموعة من الدراسات والابحاث، ومن خلال العرض السابق للدراسات التي كان لها صلة بموضوع الدراسة الحالية، وتوصلت الباحثة إلى عدد من التعليقات التي يمكن متابعتها.

حيثُ اهتمت بعض هذه الدراسات مثل دراسة (الغمرابي و عبدالحميد، 2022) بالتركيز على مواضيع أهداف التنمية المُستدامة الأكثر تأثيراً في الجمهور المستهدف أو أهداف التنمية المُستدامة التي اُهتمت بها بعض الدول على وجه الخصوص فيما يرتبط باحتياجات الدولة وأهدافها الاستراتيجية، والبعض الآخر مثل دراسة (Cohen، Daniel ، و Kim، 2021) التي سلطت الضوء على فهم العلاقة بين التغطية الإخبارية الدولية والمساعدات الخارجية من خلال رصد التغطية الإخبارية المتعلقة بهذه الدول مقارنة مع حجم المساعدات التي تتلقاها.

وفي دراسات اخرى مثل دراسة (محمد، 2020) التي تناولت الدراسة الأطر الإعلامية التي تطرقت لها الصحافة خلال فترة جائحة كوفيد-19. وبذلك، تطرقت الدراسة إلى هذه الأطر خلال سياق محدد وهو "الصحة" حيث أنه أحد أهداف التنمية المُستدامة. ايضاً في دراسة (مر، 2022) كان التركيز البحثي على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي والأنشطة التي تتم من خلالها وأثرها على اتجاهات الجماهير فيما يخص التنمية المُستدامة.

ايضاً بما يتعلق بالحدود المكانية للدراسات السابقة، يُلاحظ ان جميع الدراسات (مر، 2022) و (محمد، 2020) و (منعم، 2022) و (الغمرائي و عبدالحميد، 2022) و (سلامة، 2022) و (سليمان، 2022) و (Alfy, 2020) و (Janoušková, 2019) و (Cohen, Daniel, Kim، 2021) و (De Luca, Iaiia, Mehmood, & Vrontis, 2022) و (Marzouki, Chouikh, Mellouli, & Haddad, 2021) كان مجتمع الدراسة خارج الاردن، فالدراسات السابقة التي تتناول موضوع الأطر الإعلامية لأهداف التنمية المُستدامة في الاردن تكاد تكون غير متوفرة بشكلٍ يسد الفجوة المعرفية في هذا الجانب، ومن اجل ذلك جاءت هذه الدراسة في محاولة لتعزيز الجهود البحثية في هذا السياق.

ما يُميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة انها تناولت الأطر الإعلامية لأهداف التنمية المُستدامة في الأردن وقامت بتحليل محتوى صفحة الفيسبوك لأكبر الجهات المانحة للمساعدات الدولية في الأردن وهي الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية، ايضاً، ان جميع مشاريع الوكالة في الأردن تبتق عن احتياجات التنمية المُستدامة في الأردن. حيث انه من خلال البحث في الدراسات السابقة لم تجد الباحثة انه سبق وتم دراسة هذا الجانب في الاردن.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

أولاً: منهج الدراسة

تتتمي هذه الدراسة إلى مجموعة الدراسات الوصفية التي تعتمد على المنهج الوصفي عبر المسح بالعينة وفق منهج تحليل المضمون وهدفت هذه الدراسة إلى وصف وتحليل محتوى صفحة الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية على الفيسبوك والتي تناولت منهجية الأطر الإعلامية لمعالجة التنمية المُستدامة في الاردن ومن ثم بيان كيفية تأطير المعالجة الإعلامية لأهداف التنمية المُستدامة في الأردن من حيث القوى الفاعلة والوسائط المتعددة المستخدمة في المنشورات.

يقوم منهج تحليل المضمون على دراسة مضامين وسائل الإعلام المرئية والمقروءة والمسموعة. وتطور المنهج حيث أصبح يستخدم ادوات وأساليب الكيفية والكمية. أيضاً، يرى الباحث هولستي أن هدف تحليل المضمون العلمي هو اكتشاف علاقات الارتباط بين الخصائص المعبرة في المواد الاتصالية عبر التعرف على هذه الخصائص بطريقة منهجية وموضوعية. (الطائي، 2012)

من منظور الباحثة أن منهجية تحليل المضمون هي الأفضل والأنسب لهذه الدراسة، كي يتم دراسة مشكلة الدراسة والاجابة على اسئلتها التي تتعلق في توضيح محتوى الوسيلة الإعلامية المتعلقة في صفحة الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية. وتركز هذا البحث في الرسالة ومحتواها وتحليلها.

ثانياً: مجتمع الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من جميع منشورات صفحة الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية في الأردن على صفحة الفيسبوك في عام 2023 خلال الفترة من 1-7-2023 إلى 31-09-2023 والتي بلغ عددهم (106) منشوراً تم تحديدهم يدوياً من خلال جمع وتتبع جميع المنشورات خلال هذه الفترة وإضافتهم إلى ورقة عمل في برنامج مايكروسوفت إكسيل (Microsoft Excel) نظراً لدقة البرنامج وسهولة فرز المعلومات المُختارة لهدف الدراسة. وتم تقسيم المنشورات على النحو التالي:

عدد المنشورات	هدف التنمية المُستدامة
2	الهدف الأول (القضاء على الفقر)
0	الهدف الثاني (القضاء التام على الجوع)
27	الهدف الثالث (الصحة الجيدة والرفاه)
32	الهدف الرابع (التعليم الجيد)
26	الهدف الخامس (المساواة بين الجنسين)
19	الهدف السادس (المياه النظيفة والنظافة الصحية)
1	الهدف السابع (طاقة نظيفة بأسعار معقولة)
52	الهدف الثامن (العمل اللائق ونمو الاقتصاد)
8	الهدف التاسع (الصناعة والابتكار والهياكل الأساسية)
11	الهدف العاشر (الحد من أوجه عدم المساواة)
6	الهدف الحادي عشر (مدن ومجتمعات محلية مُستدامة)
0	الهدف الثاني عشر (الإستهلاك والإنتاج المسؤولان)
2	الهدف الثالث عشر (العمل المناخي)

عدد المنشورات	هدف التنمية المُستدامة
0	الهدف الرابع عشر (الحياة تحت الماء)
0	الهدف الخامس عشر (الحياة في البر)
3	الهدف السادس عشر (السلام والعدل والمؤسسات القوية)
33	الهدف السابع عشر (عقد الشراكات لتحقيق الأهداف)

ثالثاً: عينة الدراسة

نظراً للتركيز في فترة الدراسة على ثلاثة أشهر لمحتوى صفحة الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية على صفحة الفيسبوك. تم اختيار العينة العمدية المتاحة في الفترة الزمنية المحددة للدراسة الخاصة بأهداف التنمية المُستدامة، وهي عينة متعددة المراحل، وذلك على النحو الآتي:

- المرحلة الأولى: تم جمع جميع المواد المنشورة على صفحة الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية من 2023-07-01 إلى 2023-09-31، باعتبار ان هذه الفترة الزمنية تشهد نشاطاً مكثف للحملات الإعلامية التي تجريها الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية.
- المرحلة الثانية: تم حصر المنشورات التي تتناول أهداف التنمية والتي تم نشرها على صفحة الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية خلال فترة الدراسة.
- تم تحليل المنشورات وفقاً لأهداف التنمية المُستدامة.

رابعاً: أدوات الدراسة

تم استخدام استمارة (أداة) تحليل المضمون وهي الأداة المستخدمة في عدة مجالات وعلى رأسها علم الإعلام. حيث استخدمت لتحليل وفهم الرسائل الإعلامية والموضوعات الموجودة في صفحة الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية في الأردن (المشهداني، 2020، ص138).

وكذلك، ساعد تحليل المضمون على الفهم الدقيق والمنظم للمحتوى الإعلامي بهدف الوصول إلى مخرجات علمية ودقيقة. وتم تصميم استمارة تحليل مضمون.

1. وحدة التحليل: لغايات هذه الدراسة تم اختيار وحدة الموضوع وهو أهداف التنمية المُستدامة من خلال محتوى صفحة الفيسبوك للوكالة الأمريكية للتنمية الدولية في الأردن خلال فترة 1 يوليو 2023 إلى 31 أيلول 2023. وتم اختيار هذه الفترة بسبب كثافة أنشطة صفحة الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية على منصة الفيسبوك.

2. فئات التحليل: فئات التحليل هي مجموعات من الفصائل أو التصنيفات يعدها الباحث بناءً على محتوى المضمون ونوعه والهدف من التحليل استخدام هذه الفئات لوصف المضمون وتصنيفه بأكثر نسبة ممكنة من الموضوعية والشمولية وإمكانية استخراج وتحليل النتائج بطريقة ميسورة وسهلة. (حسين، 1983، ص88)

تحددت فئات التحليل بشكلٍ مُحكم مع مشكلة الدراسة والتساؤلات وموضوع التحليل وشكله ومضمونه.

خامساً: التعريفات الإجرائية لفئات ووحدات التحليل

1. فئة الوسائط المتعددة:

(1-1) فيديو: وهو نوع من أنواع المحتوى المرئي المتحرك الذي يشمل مقاطع من

أحداث مختلفة. ومن خلال تحليل محتوى الصفحة، أظهرت الفيديوهات طبيعة

عمل الوكالة سواء من خلال استعراض الفعاليات التي قامت بها أو من خلال

عمل فيديوهات ذات مغزى معين بحسب الحملات التي قامت بها والتي تطرقت

لمواضيع الصحة، التعليم، والعمل والإنتاج.

(2-1) صور فوتوغرافية: وهي نوع من أنواع المحتوى المرئي الثابت الذي يحتوي على

تصوير أشخاص أو لحظات من نشاطات مختلفة.

(3-1) انفوجراف: وهي نوع من أنواع المحتوى المرئي الثابت الذي يحتوي على

معلومات مبسطة ويتميز باحتوائه على تأثيرات بصرية جذابة.

(4-1) فيديوجراف: وهو نوع من أنواع المحتوى المرئي المتحرك الذي يحتوي على

معلومات مبسطة عديدة ويتميز باحتوائه على تأثيرات بصرية جذابة.

(5-1) نص: وهو إحدى أدوات التواصل للإشارة إلى فقرة مكتوبة.

2. فئة المجال الجغرافي:

(6-2) الأردن: أي ان المنشور لم يذكر فيه منطقة أو محافظة محددة. بالتالي، فإن

المنشور موجّه للجمهور في المجال الجغرافي للأردن بشكلٍ عام.

(7-2) محافظة عجلون.

(8-2) محافظة الزرقاء.

(9-2) محافظة الكرك.

(10-2) محافظة العقبة.

(11-2) محافظة السلط.

(12-2) محافظة مادبا.

(13-2) محافظة جرش.

3. فئة مصادر الخبر:

(14-3) الوكالة نفسها: وهو المحتوى الذي يتم إعداده بناءً على أهداف ومخرجات أنشطة

مشاريع الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية في الأردن.

(15-3) صفحة السفارة الأمريكية في الأردن: وهو المحتوى الذي تم إعادة نشره من صفحة

السفارة الأمريكية في الأردن على الفيسبوك.

(16-3) التلفزيون الأردني: وهو المحتوى الذي تم إعادة نشره من صفحة الفيسبوك للتلفزيون

الأردني.

(17-3) وزارة الصحة الأردنية: وهو المحتوى الذي تم إعادة نشره من صفحة الفيسبوك

لوزارة الصحة الأردنية.

(18-3) شريك منفذ: وهو المحتوى الذي تم إعداده من قبل الشركاء المنفذين لمشاريع

الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية

4. فئة أهداف التنمية المُستدامة:

(4 - 19) الصحة: هو ما يتعلق بضمان تمتع الجميع بأنماط عيش صحيّة ورفاهية لجميع

الأعمار مما يضمن الصحة العائلية وتنظيم النسل.

(4 - 20) التعليم الجيد: وهو كل ما يتعلق بضمان التعليم الجيد المنصف والشامل للجميع

وتعزيز فرص التعلم مدى الحياة للجميع.

(4-21) المساواة بين الجنسين: وهو كل ما يتعلق بتحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين

النساء والفتيات.

(4-22) المياه النظيفة والنظافة الصحية: وهو ما يتعلق بالوضع المائي في الأردن مما

يشمل شح المياه ومشاريع تحسين البنية التحتية المائية في الأردن وتأهيل خبراء

متخصصين في مجال المياه.

(4-23) طاقة نظيفة وبأسعار معقولة: وهو كل ما يتعلق بضمان حصول الجميع بتكلفة

ميسورة على خدمات الطاقة الحديثة والموثوقة والمستدامة.

(4-24) العمل اللائق ونمو الاقتصاد: وهو كل ما يتعلق بتعزيز النمو الاقتصادي المطرد

والشامل للجميع والمستدام، والعمالة الكاملة والمنتجة، وتوفير العمل اللائق للجميع.

(4-25) الصناعة والابتكار والهياكل الأساسية: وهو كل ما يتعلق بإقامة بنى تحتية قادرة

على الصمود، وتحفيز التصنيع الشامل للجميع والمستدام وتشجيع الابتكار.

(4-26) الحد من أوجه عدم المساواة: وهو كل ما يتعلق بالحد من انعدام المساواة داخل

البلدان وفيما بينها بما يتضمن تكافؤ الفرص للجميع بغض النظر عن العرق أو

السن أو الجنس أو الإعاقة أو الوضع الاقتصادي أو غير ذلك.

(4-27) مدن ومجتمعات محلية مُستدامة: وهو كل ما يتعلق بجعل المدن والمستوطنات

البشرية شاملة للجميع وآمنة وقادرة على الصمود ومُستدامة.

(4-28) الاستهلاك والإنتاج المسؤولين: وهو كل ما يتعلق بضمان وجود أنماط استهلاك

وإنتاج مُستدامة.

(4-29) العمل المناخي: وهو كل ما يتعلق باتخاذ إجراءات عاجلة للتصدي لتغير المناخ

وآثاره.

(4-30) السلام والعدل والمؤسسات القوية: وهو كل ما يتعلق بإنهاء إساءة المعاملة وتعزيز

سيادة القانون على الصعيدين الدولي والوطني ووصول الجميع للعدالة وضمان

تكافؤ الفرص.

(4-31) عقد الشراكات لتحقيق الأهداف: وهو كل ما يتعلق بتعزيز وسائل التنفيذ وتنشيط

الشراكة العالمية من أجل التنمية المستدامة.

5. القوى الفاعلة: وهي الشخصيات التي ظهرت أو تم الحديث عنها ولها قوة مؤثرة في

منشورات الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية.

(5-32) رؤساء دول.

(5-33) السفارة الأمريكية في الأردن.

(5-34) الوكالة نفسها او ممثل عن الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية.

(5-35) أصحاب المشاريع الصغيرة ومتناهية الصغر أو العاملين في مجال الأعمال

والاستثمار.

(5-36) النساء.

(5-37) العائلة أو الأسرة.

(5-38) فئة الشباب.

(5-39) فئة الشباب من ذوي الإعاقة.

(5-40) الطلبة.

(5-41) العاملين في مجال المياه.

(5-42) العاملين في مجال الرعاية الصحية.

(5-43) العاملين في مجال التعليم.

(44-5) العاملين في قطاع الزراعة.

(45-5) العاملين في مجال القانون.

6. فئات الأطر الإعلامية:

(46-6) الإطار الإستراتيجي: يشير إلى النهج الشامل والمدرّوس الذي يستخدمه المرسل

لتحديد أولوياته واتجاهاته الاستراتيجية في تقديم المعلومات. يشمل هذا الإطار

التخطيط الاستراتيجي للرسائل الإعلامية لتحقيق أهداف محددة، سواء كانت

استراتيجيات تسويقية أو تأثير اجتماعي.

(47-6) إطار الاهتمامات الإنسانية: يرتبط إطار الاهتمامات الإنسانية بتسليط الضوء على

القضايا والمسائل الإنسانية في الرسائل الإعلامية. يركز هذا الإطار على إيجاد

توازن بين المصلحة الشخصية والتأثير الاجتماعي الإيجابي، حيث يسعى المرسل

إلى تحفيز الاهتمام والتأثير في مجالات مثل العدالة الاجتماعية وحقوق الإنسان.

(48-6) إطار النتائج الاقتصادية: يتعلق إطار النتائج الاقتصادية بتقديم المعلومات بطريقة

تعزز الفهم للآثار الاقتصادية والتطورات في مجال الاقتصاد. يهدف هذا الإطار

إلى تسليط الضوء على التأثيرات المالية والاقتصادية لمختلف السياسات والأحداث.

(49-6) إطار المسؤولية: يعكس إطار المسؤولية التركيز على تحقيق التوازن والشفافية في

المعلومات المقدمة. يهدف إلى تعزيز مفهوم المسؤولية الاجتماعية وتحفيز المرسل

على توفير معلومات دقيقة وموثوقة، كما يعزز مفهوم المساءلة في حالة تأثير الرسائل على المجتمع

أ. صدق الأداة

للتأكد من أن الأداة أو الأدوات تقيس ما وُضعت لقياسه؛ تم عرضها على مجموعة من المُحكِّمين في مجال تخصص الأداة، لإيجاد الصدق الظاهري (صدق المحتوى)، أو استخدام أنواع الصدق الأخرى.

ب. ثبات الأداة

للتأكد من أن الأداة تعطي نتائج مماثلة أو مقارنة عند إعادة تطبيقها على عينة الدراسة، إذ لا بد من اختبار ثباتها. وهناك عدة طرق لاختبار هذا الثبات، بحسب طبيعة الدراسة وعينتها، أو مجتمعها. ومن الأمثلة عليها اختبار (كرونباخ ألفا) والاختبار وإعادة الاختبار والتجزئة النصفية. ثبات الأداة يعني الوصول للنتائج ذاتها بتكرار تطبيق المقياس على نفس الأفراد في نفس المواقف والظروف. لذلك، يجب ان تتسم كافة الإجراءات بالدقة والثبات والاتساق للوصول لنفس النتائج. (عبدالحميد، 2000، ص418-ص419) معادلة هولستي كما يلي :

بقصد بثبات الأداة أن يتم الحصول على نفس النتائج من مجتمع الدراسة في حال تمت اعادة

$$(M=N1+N2)$$

ولإجراء هذه الخطوة تم التحليل من الباحثة واحد المختصين في تحليل المضمون، وكانت

النتيجة هي:

$$\text{الثبات} = (M2/N2+N1)$$

$M =$ عدد قرارات الترميز المتفق عليها بين المرمرين

$N_2 + N_1 =$ عدد قرارات الترميز التي اتفق عليها المرمرين.

وبالتطبيق يظهر لنا ما يلي: $50/46 = 92.0\%$

أي أن مستوى الثبات يساوي 92.0% ، وهي نسبة مرتفعة وتحقق اغراض الدراسة

سادساً: إجراءات الدراسة

قامت الباحثة بالإجراءات الآتية:

- 1- تم الاطلاع على الأدب النظري والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة. ومن ثم سيتم تطوير أهداف ومشكلة الدراسة.
- 2- تم تطوير اداه الدراسة من خلال تصميم استمارة تحليل محتوى وتحكيمها من قبل المحكمين والاستعانة بعدة مصادر بحثية ودراسات سابقة.
- 3- تم الاعتماد على طريقة هولستي بتحليل العينة. وبناءً على ذلك، تم إجراء التعديلات في التحليل بناءً على النتائج.
- 4- تم القيام بتحليل الفئات واستخراج النتائج الإحصائية واستخلاص النتائج.
- 5- تم الارتكاز على مجموع التكرارات لكل اجابة سؤال بناءً على فئاته التحليلية وليس على عدد المنشورات، وذلك لكون المنشور يحوي أكثر من مصدر وقوة فاعلة، وهدف ومجال جغرافي وإطار إعلامي.
- 6- تم مناقشة النتائج التي نتجت عنها التوصيات.

الفصل الرابع

عرض نتائج الدراسة

يحتوي هذا الفصل على عرض لنتائج تحليل أسئلة الدراسة مرفقة بالجدول والوصف كالتالي:

أولاً: نتائج أسئلة الدراسة

سؤال الدراسة الأول: ما المصادر الإعلامية التي اعتمدت عليها منشورات "الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية" لأهداف التنمية المُستدامة في صفحتها على الفيسبوك؟
وللإجابة على السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والجدول رقم (1) يوضّح ذلك:

الجدول (1)

المصادر الإعلامية التي اعتمدت عليها منشورات "الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية" لأهداف التنمية المُستدامة في صفحتها على الفيسبوك

الترتبة	النسبة	التكرار	المصادر الإعلامية
1	58%	19	الوكالة نفسها
2	30%	10	شريك منفذ
3	6%	2	صفحة السفارة الأمريكية في الأردن
4	3%	1	التلفزيون الأردني
5	3%	1	وزارة الصحة الأردنية
- 100%		33	المجموع

يظهر الجدول (1)، أن الوكالة نفسها هي المصدر الإعلامي الأكثر تكرارًا بالترتبة الأولى بتكرار (19) مرة وبنسبة (58%) من مجموع المصادر الإعلامية، يليها بالمرتبة الثانية شريك مُنفذ بتكرار (10) مرات وبنسبة (30%)، وبالمرتبة الثالثة صفحة السفارة الأمريكية في الأردن بتكرار (2) مرتين وبنسبة (6%)، ويليهما بالمرتبة الرابعة التلفزيون الأردني بتكرار (1) مرة وبنسبة (3%)، أما في المرتبة الخامسة والأخيرة وزارة الصحة الأردنية بتكرار (1) مرات وبنسبة (3%).

سؤال الدراسة الثاني: ما أهداف التنمية المُستدامة التي تناولتها منشورات الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية في صفحتها على الفيسبوك؟

وللإجابة على السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والجدول رقم (2) يوضح ذلك.

الجدول (2)

أهداف التنمية المُستدامة التي تناولتها منشورات الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية في صفحتها على الفيسبوك

الرتبة	النسبة	التكرار	أهداف التنمية المُستدامة
1	24%	52	العمل اللائق ونمو الاقتصاد
2	14%	32	عقد الشراكات لتحقيق الأهداف
3	14%	32	التعليم الجيد
4	13%	29	الصحة الجيدة والرفاه
5	12%	26	المساواة بين الجنسين
6	9%	19	المياه النظيفة والنظافة الصحية
7	5%	11	الحد من أوجه عدم المساواة
8	4%	9	الصناعة والابتكار والهياكل الأساسية
9	3%	6	مدن ومجتمعات محلية مُستدامة
10	1%	3	السلام والعدل والمؤسسات القوية
11	1%	2	العمل المناخي
-	100%	221	المجموع

يظهر الجدول (2)، أن هدف التنمية المُستدامة الذي جاء بالمرتبة الأولى: بتكرار (52) مرة

وبنسبة (24%) هو الهدف الثامن من أهداف التنمية المُستدامة (العمل اللائق ونمو الاقتصاد)،

يليه بالمرتبة الثانية: الهدف السابع عشر من أهداف التنمية المُستدامة (عقد الشراكات لتحقيق

الأهداف) بتكرار (32) مرة وبنسبة (14%)، وفي المرتبة الثالثة: الهدف الرابع من أهداف التنمية

المُستدامة (التعليم الجيد) بتكرار (29) مرة وبنسبة (13%)، ويليه بالمرتبة الرابعة: الهدف الثالث

من أهداف التنمية المُستدامة (الصحة الجيدة والرفاه) بتكرار (29) مرة وبنسبة (13%)، ويليه

بالمرتبة الخامسة: الهدف الخامس من أهداف التنمية المُستدامة المساواة بين الجنسين بتكرار

(26) مرة وبنسبة (12%)، وبالمرتبة السادسة: الهدف السادس من أهداف التنمية المُستدامة (المياه النظيفة والنظافة الصحية) بتكرار (19) مرة وبنسبة (9%)، وفي المرتبة السابعة: الهدف الـ 10 من أهداف التنمية المُستدامة (الحد من أوجه عدم المساواة) بتكرار (11) مرة وبنسبة (5%)، أما بالمرتبة الثامنة: الهدف التاسع من أهداف التنمية المُستدامة (الصناعة والابتكار والهياكل الأساسية) بتكرار (9) مرات وبنسبة (4%)، أما في المرتبة التاسعة: الهدف الحادي عشر من أهداف التنمية المُستدامة (مدن ومجتمعات محلية مُستدامة) بتكرار (6) مرات وبنسبة (3%) وفي المرتبة العاشرة: الهدف السادس عشر من أهداف التنمية المُستدامة (السلام والعدل والمؤسسات القوية) بتكرار (3) مرات وبنسبة (1%)، وفي المرتبة الحادي عشر: الهدف الثالث عشر من أهداف التنمية المُستدامة (العمل المناخي) بتكرار (2) مرتين وبنسبة (1%).

سؤال الدراسة الثالث: ما المجال الجغرافي الذي تناولته منشورات الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية لأهداف التنمية المُستدامة في صفحتها على الفيسبوك؟

وللإجابة على السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والجدول رقم (3) يوضح ذلك.

الجدول (3)

المجال الجغرافي الذي تناولته منشورات الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية لأهداف التنمية المُستدامة في صفحتها على الفيسبوك

الرتبة	النسبة	التكرار	المجال الجغرافي
1	72%	73	الأردن
2	7%	7	محافظة الكرك
3	5%	5	محافظة العقبة
4	4%	4	محافظة السلط
5	4%	4	محافظة جرش
6	3%	3	محافظة العاصمة
7	2%	2	محافظة عجلون
8	2%	2	محافظة الزرقاء
9	2%	2	محافظة مادبا
-	100%	102	المجموع

يظهر الجدول (3)، أن المجال الجغرافي الذي جاء بالمرتبة الأولى و بتكرار (73) ، وبنسبة (72%) هو الأردن، يليه بالمرتبة الثانية محافظة الكرك بتكرار (7) مرات وبنسبة (7%)، وبالمرتبة الثالثة محافظة العقبة بتكرار (5) مرات وبنسبة (5%)، ويليه بالمرتبة الرابعة محافظة السلط بتكرار (4) مرات وبنسبة (4%)، ويليه في المرتبة الخامسة محافظة جرش بتكرار (4) مرات وبنسبة (4%)، أما محافظة العاصمة جاءت في المرتبة السادسة بتكرار (3) مرات بنسبة (3%)، ويليه محافظة عجلون بتكرار (2) مرتين بنسبة (2%)، أما في المرتبة الثامنة جاءت محافظة الزرقاء بتكرار (2) مرتين وبنسبة (2%)، أما في المرتبة التاسعة والأخيرة جاءت محافظة مادبا بتكرار (2) مرتين وبنسبة (2%).

سؤال الدراسة الرابع: ما نوع الوسائط المتعددة المستخدمة في منشورات "الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية" لأهداف التنمية المُستدامة في صفحتها على الفيسبوك؟

وللإجابة على السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والجدول رقم (4) يوضح ذلك.

الجدول (4)

نوع الوسائط المتعددة المستخدمة في منشورات "الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية" لأهداف التنمية المُستدامة في صفحتها على الفيسبوك

نوع الوسائط المتعددة	التكرار	النسبة	الرتبة
نص	108	51%	1
صورة	51	24%	2
فيديو	35	17%	3
انفوغراف	12	6%	4
انفو فيديو	4	2%	5
المجموع	210	100%	-

يظهر الجدول (4)، أن النص هو نوع الوسائط المتعددة الأكثر تكرارًا بالرتبة الأولى بتكرار

(108) مرة وبنسبة (51%) من مجموع الوسائط المتعددة، يليه بالمرتبة الثانية الصورة بتكرار

(51) مرة وبنسبة (24%)، وبالمرتبة الثالثة الفيديو بتكرار (35) مرة وبنسبة (17%)، ويليه بالمرتبة الرابعة الأنفوغراف بتكرار (12) مرة وبنسبة (6%)، أما في المرتبة الخامسة والأخيرة الانفوفيديو بتكرار (4) مرات وبنسبة (2%).

سؤال الدراسة الخامس: ما هي القوى الفاعلة في منشورات الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية لأهداف التنمية المُستدامة في صفحتها على الفيسبوك؟

ولإجابة على السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والجدول رقم (5) يوضح ذلك:

الجدول (5)

القوى الفاعلة في منشورات الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية في صفحتها على الفيسبوك

الرتبة	النسبة	التكرار	القوى الفاعلة
1	17%	21	فئة الشباب
2	15%	18	العائلة أو الأسرة
3	13%	16	النساء
4	11%	13	أصحاب المشاريع الصغيرة ومتناهية الصغر أو العاملين في مجال الأعمال والاستثمار
5	9%	11	الطلبة
6	8%	10	فئة الشباب من ذوي الاحتياجات الخاصة
7	7%	8	العاملين في مجال التعليم
8	6%	7	العاملين في مجال الرعاية الصحية
9	6%	7	ممثل عن الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية
10	4%	5	العاملين في مجال المياه
11	2%	2	السفيرة الأمريكية في الأردن
12	1%	1	رؤساء دول
13	1%	1	الوكالة نفسها
14	1%	1	العاملين في قطاع الزراعة
15	1%	1	العاملين في مجال القانون
100%		122	المجموع

يظهر الجدول (5)، أن القوى الفاعلة الأكثر تكرارا هي فئة الشباب بالمرتبة الأولى بتكرار (21) مرة وبنسبة (17%)، ويليهما بالمرتبة الثانية العائلة بتكرار (18) مرة وبنسبة (15%)، وبالمرتبة الثالثة النساء بتكرار (16) مرة وبنسبة (13%)، ويليهما بالمرتبة الرابعة أصحاب المشاريع الصغيرة ومتناهية الصغر أو العاملين في مجال الأعمال والاستثمار بتكرار (13) مرة وبنسبة (11%)، أما في المرتبة الخامسة الطلبة بتكرار (11) مرة وبنسبة (9%)، وبالمرتبة السادسة فئة الشباب من ذوي الاحتياجات الخاصة بتكرار (10) مرات وبنسبة (8%)، وبالمرتبة السابعة العاملين في مجال التعليم بتكرار (8) مرات وبنسبة (7%)، وبالمرتبة الثامنة: العاملين في مجال الرعاية الصحية بتكرار (7) مرات وبنسبة (6%)، وبالمرتبة التاسعة: ممثل عن الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية بتكرار (7) مرات وبنسبة (6%)، وبالمرتبة العاشرة: العاملين في مجال المياه بتكرار (5) مرات وبنسبة (4%)، وبالمرتبة الحادي عشر: السفارة الأمريكية في الأردن بتكرار (2) مرتين وبنسبة (2%)، وبالمرتبة الثانية عشر: رؤساء دول بتكرار (1) مرة وبنسبة (1%)، وبالمرتبة الثالث عشر: الوكالة نفسها بتكرار (1) مرة وبنسبة (1%)، وبالمرتبة الرابع عشر: العاملين في قطاع الزراعة بتكرار (1) مرة وبنسبة (1%)، وبالمرتبة الخامسة عشر والأخيرة: العاملين في مجال القانون بتكرار (1) مرة وبنسبة (1%).

سؤال الدراسة السادس: ما أبرز الأطر الإعلامية التي تستخدمها الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية لأهداف التنمية المُستدامة في صفحاتها على الفيسبوك؟

وللإجابة على السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والجدول رقم (6) يوضح ذلك.

الجدول (6)

الأطر الإعلامية التي تستخدمها الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية لأهداف التنمية المستدامة في صفحتها على الفيسبوك

الرتبة	النسبة	التكرار	الإطار الإعلامي
1	45%	61	إطار المسؤولية
2	22%	30	الإطار الإستراتيجي
3	18%	24	إطار الاهتمامات الإنسانية
4	16%	22	إطار النتائج الاقتصادية
100%		137	المجموع

يظهر الجدول (6)، أن الإطار الإعلامي الأكثر تكرارا هو إطار المسؤولية بالرتبة الأولى

بتكرار (61) مرة وبنسبة (45%)، ويليه بالمرتبة الثانية الإطار الإستراتيجي بتكرار (30) مرة

وبنسبة (22%)، وبالمرتبة الثالثة إطار الاهتمامات الإنسانية بتكرار (24) مرة وبنسبة (18%)،

ويليه بالمرتبة الرابعة إطار النتائج الإستراتيجية بتكرار (22) مرة وبنسبة (16%).

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

يشتمل هذا الفصل على مناقشة نتائج تحليل أسئلة الدراسة كآآتي:

أولاً: مناقشة النتائج

1- مناقشة نتائج المصادر الإعلامية التي اعتمدت عليها منشورات "الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية" لأهداف التنمية المُستدامة في صفحتها على الفيسبوك:

تبين من خلال نتائج البحث ان "الوكالة نفسها" هي المصدر الإعلامي الذي اعتمدت عليه صفحة الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية في الأردن بالرتبة الأولى بتكرار (19) مرة وبنسبة (58%) وهذا يدل على حرص الوكالة على إعداد رسالة إعلامية تتوافق مع أهدافها التنموية، يليها بالمرتبة الثانية شريك مُنفذ بتكرار (10) مرات وبنسبة (30%)، وهي نسبة معقولة بما ان جميع مشاريع الوكالة يتم تنفيذها من قبل الشركاء المنفذين ويتم العمل على جهود الاتصال من خلال الفرق المتخصصة بالاتصال والإعلام في هذه المشاريع. وبالمرتبة الثالثة السفارة الأمريكية في الأردن بتكرار (2) مرتين وبنسبة (6%)، ويليها بالمرتبة الرابعة التلفزيون الأردني بتكرار (1) مرة وبنسبة (3%)، أما في المرتبة الخامسة والأخيرة وزارة الصحة الأردنية بتكرار (1) مرات وبنسبة (3%) وهنا يظهر انه اعتماد الوكالة على مصادر أخرى قليل جدا الا عندما يتم نشر محتوى متعلق بالمشاريع التي يتم تمويلها من الوكالة نفسها.

2- مناقشة نتائج أهداف التنمية المُستدامة التي تناولتها منشورات الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية في صفحتها على الفيسبوك:

تبين من خلال نتائج الدراسة أن الهدف الثامن من أهداف التنمية المُستدامة (العمل اللائق ونمو الاقتصاد) هو الذي جاء بالمرتبة الأولى بتكرار (52) مرة وبنسبة (24%) وهذا يدل على

حرص الوكالة على إيجاد بيئة عمل سليمة وصحية للعمال مما يؤدي الى توافر فرص للانتاج الجيد بما يحقق النمو الإقتصادي. وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (الغمرابي و عبد الحميد، 2022) حيث أن قضايا "النمو الإقتصادي" في ظهرت في المركز الأول بنسبة 25.5% من بين قضايا التنمية المُستدامة التي حازت على اهتمام وسائل الإعلام والتي قام بالترويج لها.

ويليه بالمرتبة الثانية: الهدف السابع عشر من أهداف التنمية المُستدامة (عقد الشراكات لتحقيق الأهداف) بتكرار (32) مرة وبنسبة (14%)، وفي المرتبة الثالثة: الهدف الرابع من أهداف التنمية المُستدامة (التعليم الجيد) بتكرار (29) مرة وبنسبة (13%) وهذه النتيجة أيضا تتفق مع نتيجة دراسة (الغمرابي و عبد الحميد، 2022) والتي توصلت إلى أن قضايا "التعليم والتدريب" حازت على المركز الثالث بنسبة (13.9%) من بين قضايا التنمية المُستدامة التي حازت على اهتمام وسائل الإعلام والتي قام بالترويج لها.

ويليه بالمرتبة الرابعة: الهدف الثالث من أهداف التنمية المُستدامة (الصحة الجيدة والرفاه) بتكرار (29) مرة وبنسبة (13%)، ويليه بالمرتبة الخامسة: الهدف الخامس من أهداف التنمية المُستدامة المساواة بين الجنسين (بتكرار (26) مرة وبنسبة (12%)، وبالمرتبة السادسة: الهدف السادس من أهداف التنمية المُستدامة (المياه النظيفة والنظافة الصحية) بتكرار (19) مرة وبنسبة (9%)، وفي المرتبة السابعة: الهدف العاشر من أهداف التنمية المُستدامة (الحد من أوجه عدم المساواة) بتكرار (11) مرة وبنسبة (5%)، أما بالمرتبة الثامنة: الهدف التاسع من أهداف التنمية المُستدامة (الصناعة والابتكار والهياكل الأساسية) بتكرار (9) مرات وبنسبة (4%)، اما في المرتبة التاسعة: الهدف الحادي عشر من أهداف التنمية المُستدامة (مدن ومجتمعات محلية مُستدامة) بتكرار (6) مرات وبنسبة (3%) وفي المرتبة العاشرة: الهدف السادس عشر من أهداف

التنمية المُستدامة (السلام والعدل والمؤسسات القوية) بتكرار (3) مرات وبنسبة (1%)، وفي المرتبة الحادي عشر: الهدف الثالث عشر من أهداف التنمية المُستدامة (العمل المناخي) بتكرار (2) مرتين وبنسبة (1%). وهذه النتائج لا تتفق مع نتائج دراسة (Janouskova,2019) التي توصلت نتائجها إلى ان الأهداف التي تركز النشر عليها في الصحافة الأمريكية هي: الهدف الثالث عشر من أهداف التنمية المُستدامة "التغير المناخي"، والهدف السابع من أهداف التنمية المُستدامة "الطاقة المتجددة"، والهدف الخامس من أهداف التنمية المُستدامة "المساواة بين الجنسين"، والهدف الأول من أهداف التنمية المُستدامة "الفقر المدقع"، والهدف السادس عشر من أهداف التنمية المُستدامة "الوصول للعدالة". وهذه النتائج ايضا لا تتفق مع نتائج دراسة (سليمان، 2022) حيث ان تلك الدراسة توصلت إلى ان فيما يخص المواضيع المتعلقة بأهداف التنمية المُستدامة، احتلت "المواضيع الاقتصادية" المرتبة الأولى بنسبة (23.6%)، ويليهما بالمرتبة الثانية "المواضيع الاجتماعية والبيئية وأكثر من فئة" بنسبة (16.7%)، ويليهما في المرتبة الثالثة "المواضيع التعليمية" بنسبة (12.5%)، ويليهما في المرتبة الرابعة "المواضيع التكنولوجية" بنسبة (6.9%)، اما في المرتبة الخامسة "المواضيع الصحية" بنسبة 5.6%. أما في المرتبة السادسة والأخيرة "المواضيع السياسية" بنسبة 1.5%.

وجميع هذه النتائج منطقية وتتفق مع الأهداف الإستراتيجية لعمل الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية في الأردن والتي تركز عملها على عدة جوانب أهمها: تحقيق نمو شامل بقيادة القطاع الخاص وتعزيز الديمقراطية والحكم الرشيد وتحسين مستوى الخدمات الأساسية المقدّمة بالإضافة إلى تعزيز المساواة بين الجنسين. وتعود أهمية التركيز على هذه الجوانب بشكل خاص في الأردن لعدة أسباب مثل ارتفاع نسب البطالة بالأخص بين الشباب والنساء. بالإضافة إلى ذلك، أدى النمو

السكاني المتزايد وتدفق اللاجئين بسبب الأزمات الإقليمية إلى استنفاد الموارد المحدودة في الأردن. وذلك يؤثر سلباً على استمرارية المسيرة التنموية في الأردن. (USAID, 2023)

3- مناقشة نتائج ما المجال الجغرافي الذي تناولته منشورات الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية لأهداف التنمية المُستدامة في صفحتها على الفيسبوك:

وجدت نتائج الدراسة أن الأردن هو المجال الجغرافي الذي جاء بالمرتبة الأولى وبتكرار (73)، وبنسبة (72%) وهذه النسبة منطقية حيث ان عمل الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية في الأردن منتشر على عدة محاور ومناطق لذلك، لم يتم تحديد مجال جغرافي معين، وبما ان غالبية المنشورات لم يذكر فيها منطقة محافظة محددة فهذا يعني أن المنشور موجه لجمهور الصفحة بشكلٍ عام. يليه بالمرتبة الثانية محافظة الكرك بتكرار (7) مرات وبنسبة (7%)، وبالمرتبة الثالثة محافظة العقبة بتكرار (5) مرات وبنسبة (5%)، ويليه بالمرتبة الرابعة محافظة السلط بتكرار (4) مرات وبنسبة (4%)، ويليه في المرتبة الخامسة محافظة جرش بتكرار (4) مرات وبنسبة (4%)، أما محافظة العاصمة جاءت في المرتبة السادسة بتكرار (3) مرات بنسبة (3%)، ويليه محافظة عجلون بتكرار (2) مرتين بنسبة (2%)، أما في المرتبة الثامنة جاءت محافظة الزرقاء بتكرار (2) مرتين وبنسبة (2%)، اما في المرتبة التاسعة والأخيرة جاءت محافظة مادبا بتكرار (2) مرتين وبنسبة (2%) وهذه النسب لا تتفق مع ترتيب العدد السكاني وما تشكله من النسب الكلية لتعداد السكان في الأردن بحسب دائرة الإحصاء العامة الأردنية لعام 2022. ولكن يرجح التركيز على هذه المحافظات هو نسبة المشاريع التي تتلقى دعم الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية التي تقام في تلك المحافظات. (العامة، 2023)

4- مناقشة نتائج نوع الوسائط المتعددة المستخدمة في منشورات الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية لأهداف التنمية المُستدامة في صفحتها على الفيسبوك:

أظهرت نتائج الدراسة أن النص هو نوع الوسائط المتعددة الأكثر تكرارًا بالترتبة الأولى بتكرار (108) مرة وبنسبة (51%) من مجموع الوسائط المتعددة، يليه بالمرتبة الثانية الصورة بتكرار (51) مرة وبنسبة (24%)، وبالمرتبة الثالثة الفيديو بتكرار (35) مرة وبنسبة (17%)، ويليه بالمرتبة الرابعة الأنفوغراف بتكرار (12) مرة وبنسبة (6%)، أما في المرتبة الخامسة والأخيرة الانفويديو بتكرار (4) مرات وبنسبة (2%). وهذه النتائج تتفق نسبياً مع نتائج دراسة (سليمان، 2022) حيث أظهرت نتائج مشابهة لنوع الوسائط المتعددة التي تم الاعتماد عليها في دراسته.

5- مناقشة نتائج القوى الفاعلة في منشورات الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية لأهداف التنمية المُستدامة في صفحتها على الفيسبوك:

أن القوى الفاعلة الأكثر تكراراً هي فئة الشباب بالمرتبة الأولى بتكرار (21) مرة وبنسبة (17%) وهذه نسبة منطقية من حيث التعداد السكاني للأردن، حيث أن فئة الشباب تشكل نسبة 36.2% من سكان الأردن بحسب دائرة الإحصاءات الأردنية العامة لعام 2022، ويليه بالمرتبة الثانية العائلة بتكرار (18) مرة وبنسبة (15%) وهذه نسبة منخفضة مقارنة مع التعداد السكاني الأردني، حيث أنه فئة الأسر تشكل نسبة (25.09%) من التعداد السكاني الكلي، وبالمرتبة الثالثة النساء بتكرار (16) مرة وبنسبة (13%) وهذه النسبة قليلة بالمقارنة مع عدد النساء في الأردن حيث أنهن يشكلون نسبة (50.02%) من التعداد السكاني، ويليه بالمرتبة الرابعة أصحاب المشاريع الصغيرة ومتناهية الصغر أو العاملين في مجال الأعمال والاستثمار بتكرار (13) مرة وبنسبة (11%) وتتناقض هذه النتائج مع دراسة (Alfy, 2020) التي تركز على أصحاب المصلحة وقامت بتحليل أكثر من (24000) تغريدة تخص أصحاب المصلحة والشركات الصغيرة.

أما في المرتبة الخامسة الطلبة بتكرار (11) مرة وبنسبة (9%)، وبالمرتبة السادسة فئة الشباب من ذوي الاحتياجات الخاصة بتكرار (10) مرات وبنسبة (8%)، وبالمرتبة السابعة العاملين في مجال التعليم بتكرار (8) مرات وبنسبة (7%)، وبالمرتبة الثامنة: العاملين في مجال الرعاية الصحية بتكرار (7) مرات وبنسبة (6%)، وبالمرتبة التاسعة: ممثل عن الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية بتكرار (7) مرات وبنسبة (6%)، وبالمرتبة العاشرة: العاملين في مجال المياه بتكرار (5) مرات وبنسبة (4%)، وبالمرتبة الحادي عشر: السفارة الأمريكية في الأردن بتكرار (2) مرتين وبنسبة (2%)، وبالمرتبة الثانية عشر: رؤساء دول بتكرار (1) مرة وبنسبة (1%)، وبالمرتبة الثالث عشر: الوكالة نفسها بتكرار (1) مرة وبنسبة (1%)، وبالمرتبة الرابع عشر: العاملين في قطاع الزراعة بتكرار (1) مرة وبنسبة (1%)، وبالمرتبة الخامسة عشر والأخيرة: العاملين في مجال القانون بتكرار (1) مرة وبنسبة (1%).

6- مناقشة نتائج الأطر الإعلامية التي تستخدمها الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية لأهداف التنمية المُستدامة في صفحتها على الفيسبوك:

توصلت نتيجة الدراسة إلى أن (إطار المسؤولية) هو الإطار الأكثر تكرارًا بالمرتبة الأولى بتكرار (61) مرة وبنسبة (45%) وهذا يعكس أهمية فعالية نقل المسؤولية وتحفيز المساءلة الاجتماعية في الرسائل الإعلامية، يمكن تفسير ذلك بأن جمهور الدراسة يعتبر التركيز على المسؤولية والشفافية في الإعلام أمرًا ذا أهمية خاصة. ويليه بالمرتبة الثانية الإطار الإستراتيجي بتكرار (30) مرة وبنسبة (22%) وهذا يشير إلى أهمية التخطيط الاستراتيجي والتوجيه الشامل في تقديم الرسائل الإعلامية. وبالمرتبة الثالثة إطار الاهتمامات الإنسانية بتكرار (24) مرة وبنسبة (18%) مما يعكس اهتمام الجمهور بالقضايا والمسائل الإنسانية. ويليه بالمرتبة الرابعة إطار النتائج الإستراتيجية بتكرار (22) مرة وبنسبة (16%) وهذا يشير إلى أن الفحص الاقتصادي

وتأثير القضايا الاقتصادية قد يكون له أهمية أقل في عيون الجمهور مقارنةً بالمسؤولية والاستراتيجية والقضايا الإنسانية.

ثانياً: نتائج الدراسة

- 1- أن أكثر مصادر إعلامية اعتمدت عليها صفحة الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية في الأردن هي "الوكالة نفسها" و"شريك مُنفذ" و"صفحة السفارة الأمريكية في الأردن".
- 2- أن أكثر هدف من أهداف التنمية المُستدامة تمت مناقشته الهدف الثامن (العمل اللائق ونمو الاقتصاد) والهدف السابع عشر (عقد الشراكات لتحقيق الأهداف) والهدف الرابع (التعليم الجيد).
- 3- أن المجال الجغرافي الأكثر استهدافاً في المحتوى هو "الأردن" ومحافظة الكرك ومحافظة العقبة.
- 4- أن أكثر أنواع الوسائط المتعددة استخداماً هو النص ومن ثم الصورة ومن ثم الفيديو.
- 5- أن القوى الفاعلة الأكثر ظهوراً في محتوى صفحة الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية في الأردن هي فئة الشباب والعائلة والنساء وأصحاب المشاريع الصغيرة ومتناهية الصغر.
- 6- أن أكثر الأطر الإعلامية تكراراً هو (إطار المسؤولية) ومن ثم (الإطار الإستراتيجي) ومن ثم (إطار الاهتمامات الإنسانية) ومن ثم (إطار النتائج الإستراتيجية).

ثالثاً: التوصيات

- 1- دعوة الباحثين والمهتمين بدراسات الاتصالات الإستراتيجية والإعلام لعمل أبحاث ودراسات علمية بشكل أكبر في مجال اتصالات التنمية المُستدامة في الأردن وخاصة للجهات المانحة والمنظمات المعنية بأهداف التنمية المُستدامة لما لها من أهمية كبيرة على تخطيط الاتصال الإستراتيجي.
- 2- دعوة الوكالة لزيادة التنوع في المصادر الإعلامية التي تعتمد عليها منشورات "الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية" لأهداف التنمية المُستدامة في صفحتها على الفيسبوك وبشكل خاص من الشركاء المنفذين.
- 3- دعوة الوكالة لزيادة التركيز على أهداف التنمية المُستدامة مثل "التعليم الجيد" و"المساواة بين الجنسين" و"العمل المناخي" نظراً لأهميتهم الكبيرة في الأردن وزيادة التوعية عنهم.
- 4- دعوة الوكالة لتكثيف استخدام الإطار الاقتصادي في منشورات الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية لأهداف التنمية المُستدامة في صفحتها على الفيسبوك.

قائمة المراجع

الأمم المتحدة. (2023). الهدف 4 - ضمان التعليم الجيد المنصف والشامل للجميع وتعزيز فرص التعلّم مدى الحياة للجميع. تم الاسترداد من موقع الأمم المتحدة :
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/ar/education/>

الأمم المتحدة. (2023). أهداف التنمية المستدامة. تم الاسترداد من موقع الأمم المتحدة :
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/ar/poverty/>

الأمم المتحدة. (2023). أهداف التنمية المستدامة - الهدف 3 - ضمان تمتّع الجميع بأنماط عيش صحية وبالرفاهية في جميع الأعمار. تم الاسترداد من موقع الأمم المتحدة :
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/ar/health/>

الأمم المتحدة. (2023). أهداف التنمية المستدامة - الهدف الثاني القضاء على الجوع وتوفير الأمن الغذائي والتغذية المحسّنة وتعزيز الزراعة المستدامة. تم الاسترداد من موقع الأمم المتحدة :
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/ar/hunger/>

الأمم المتحدة. (2023). أهداف التنمية المستدامة: الهدف 5 - تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين كل النساء والفتيات. تم الاسترداد من موقع الأمم المتحدة :
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/ar/gender-equality/>

الأمم المتحدة. (2023). هدف التنمية المستدامة: الهدف 6 - ضمان إتاحة المياه وخدمات الصرف الصحي للجميع. تم الاسترداد من موقع الأمم المتحدة:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/ar/water-and-sanitation/>

الأهدن ، علي. (2011). التنمية الإقتصادية الشاملة . القاهرة، مؤسسة التعاون للطبع والنشر .

سليمان، آية. (2022). دور الأنشطة الإتصالية على مواقع التواصل الإجتماعي وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضايا التنمية المستدامة في مصر 2030 دراسة تطبيقية. مجلة كلية الآداب، جامعة سوهاج، العدد الخامس والستون .

- عبد منعم، إيمان. (2022). الأطر الإعلامية للدعاية العسكرية الإسرائيلية على موقع تويتر، دراسة تحليلية لصفحة المتحدث الرسمي بإسم جيش الإحتلال الإسرائيلي "أفيخاي أدرعى". *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلام - العدد الثالث والعشرين*.
- بن عيسى، أعجمي. (2011). الأمن والتنمية. جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
- الغمرائي، رجاء وعبد الحميد، غادة. (2022). دور الإعلام في تزجية الجمهور بالمدن الذكية لتعزيز التنمية المستدامة. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*.
- محمد، ابراهيم. (2020). الأطر الإخبارية لجائحة كورونا في الصحافة العربية "دراسة تحليلية". *مجلة البحوث الإعلامية*.
- سلامة، مي. (2022). دور موقع التواصل الإجتماعي تويتر في تشكيل إتجاهات المرأة السعودية نحو إدراك خطط التنمية المستدامة. *مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الإتصال - العدد التاسع (ج2)*.
- دائرة الإحصاء العامة. (2023). *دائرة الإحصاء العامة*. تم الاسترداد من [dosweb.dos.gov.jo: https://dosweb.dos.gov.jo/DataBank/Population/Population_Estimates/Municipalities.pdf](https://dosweb.dos.gov.jo/DataBank/Population/Population_Estimates/Municipalities.pdf)
- راضي، زاهر. (2003). استخدام مواقع التواصل الإجتماعي في العالم العربي. *مجلة التربية*، 23.
- مر، عايدة. (2022). الإتجاهات الحديثة في بحوث مواقع التواصل الإجتماعي ودورها في تحقيق التنمية المستدامة (دراسة تحليلية من المستوى الثاني). *مجلة البحوث الإعلامية*.
- نش، عزوز، وبوهالي، حفيظة. (2016). دور الإعلام التتموي في تحقيق متطلبات وأهداف التنمية المستدامة. *مجلة اسهامات للبحوث والدراسات*.
- حربي، فوزية. (2016). دور الإعلام في دعم خطط التنمية المستدامة. 11.

About USAID من الاسترداد (بلا تاريخ). www.usaid.gov/about_usaid/

Amal Marzouki ،Arbi Chouikh ،Sehl Mellouli و ،Rim Haddad .(2021) .From Sustainable Development Goals to Sustainable Cities: A Social Media Analysis for Policy–Making Decision .*Sustainability*.

Amr Alfy .(2020) .Corporations and sustainable development goals – communication on social media: Corporate social or just another buzzword . ? *Sustainable development*.

Francesco De Luca ،Lea Iaia ،Asad Mehmood و ،Demetris Vrontis .
.(2022)Can social media improve stakeholder engagement and communication of Sustainable Development Goals? A cross–country analysis .*Technological Forecasting & Social Change*.

Meghan Sobel Cohen ،Daniel Riffe و ، Seoyeon Kim .(2021) .Media and money: a 50–year analysis of international news coverage and U.S. foreign aid .*The Journal of International Communication*–172 ، .191

Sustainable Development من الاسترداد (بلا تاريخ). un.org:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/ar>

Svatava Janoušková .(2019) .Sustainable Development—A Poorly Communicated Concept by Mass Media. Another Challenge for SDGs . ? *Sustainability*.

USAID .(2023) .*USAID* – www.usaid.gov/ar/jordan/our-work من الاسترداد
USAID.gov: <https://www.usaid.gov/ar/jordan/our-work>

About USAID . (n.d.). Retrieved from www.usaid.gov/about_usaid/.

Alfy, A. (2020). Corporations and sustainable development goals – communication on social media: Corporate social or just another buzzword? . *Sustainable development* .

Janoušková, S. (2019). Sustainable Development—A Poorly Communicated Concept by Mass Media. Another Challenge for SDGs? . *Sustainability* .

Sustainable Development . (n.d.). Retrieved from un.org:

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/ar/#>

الملحقات

الملحق (1)

قائمة بأسماء السادة المحكمين

#	الأسم	الدرجة العلمية	التخصص	الجامعة
1	د. كامل خورشيد	استاذ دكتور	الصحافة والإعلام	جامعة الشرق الأوسط
2	د. عزت حجاب	أستاذ دكتور	الصحافة والإعلام	جامعة الشرق الأوسط
3	د. أحمد عريقات	استاذ مشارك	الإعلام الرقمي	جامعة الشرق الأوسط
4	د. ليلي جرار	استاذ مشارك	الصحافة والإعلام	جامعة الشرق الأوسط
5	د. عبدالكريم الدبيسي	استاذ مشارك	الإعلام	جامعة المستقبل العراق - بابل
6	د. رامز أبو حصيرة	أستاذ مساعد	الصحافة والإعلام	جامعة الشرق الأوسط

الملحق (2)

استمارة التحليل

فئات التحليل						ت
فئات الأطر الإعلامية (43-6) إلى (49-6)	فئات القوى الفاعلة (5-32) إلى (5-42)	فئات أهداف التنمية المُستدامة (4-19) إلى (4-31)	فئات مصادر الخبر (3-14) إلى (3-18)	فئة المجال الجغرافي (2-6) إلى (2-13)	فئة الوسائط المتعددة (1-1) إلى (1-5)	
	رؤساء دول	الصحة الجيدة والرفاه	الوكالة نفسها	الأردن	فيديو	
الإطار الإستراتيجي	السفيرة الأمريكية في الأردن	التعليم الجيد	صفحة السفارة الأمريكية في الأردن	محافظة عجلون	صور فوتوغرافية	
إطار الاهتمامات الإنسانية	الوكالة نفسها	المساواة بين الجنسين	التلفزيون الأردني	محافظة الزرقاء	انفوغراف	
إطار النتائج الاقتصادية	ممثل عن الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية	المياه النظيفة والنظافة الصحية	وزارة الصحة الأردنية	محافظة الكرك	فيديو جراف	
إطار المسؤولية	أصحاب المشاريع الصغيرة ومتناهية الصغر أو العاملين في مجال الأعمال والاستثمار	العمل اللائق ونمو الاقتصاد	شريك منفذ	محافظة العقبة	نص	
إطار المبادئ الأخلاقية	النساء	الصناعة والابتكار والهياكل الأساسية		محافظة السلط		
	العائلة أو الأسرة	الحد من أوجه عدم المساواة		محافظة ماعين		
	فئة الشباب	مدن		محافظة		

		ومجتمعات محلية مُستدامة		جرش		
	فئة الشباب من ذوي الاحتياجات الخاصة	الاستهلاك والإنتاج المسؤولان				
	الطلبة	العمل المناخي				
	العاملين في مجال المياه	السلام والعدل والمؤسسات القوية				
	العاملين في مجال الرعاية الصحية	عقد الشراكات لتحقيق الأهداف				
	العاملين في مجال التعليم					
	العاملين في قطاع الزراعة					
	العاملين في مجال القانون					