استخدامات مواقع التواصل الإجتماعي في حملات الترويج للتنمية المستدامة

إعداد

الدكتور زكريا بيتية

الإشكالية :

تتخذ وسائل التواصل الإجتماعي جنباً إلى جنب مع وسائل الإعلام التقليدية بنسخها المتطورة تقنياً أدواراً متجددة في التأثير في المجتمع على كافة الأصعدة خاصة في المجتماعت الشبابية التي تشكل نسبة كبيرة من المجتمعات العربية .. وجزءاً مهما من الجيل الواعد .

في المقابل تتخذ الحملات الإعلامية للتنمية المستدامة دوراً بالغ الأهمية مع تشابك المجتمعات على كافة الأصعدة ومع الدرجات المتقدمة التي وصلت إليها العولمة على كافة الأصعدة الإجتماعية والإقتصادية والتنموية والسياسية والإعلامية .. وبات من الضرورة بمكان العمل على تنظيم الحملات التوعوية التي تأخذ بالإعتبار المسؤولية الإجتماعية الكبيرة لوسائل الإعلام والإتصال عبر المساهمة في التنمية المستدامة للحيلولة دون الإنحدار في المستويات المذكورة إلى ما لا يحمد عقباه وإلى درجات يصعب بعدها النهوض بالمجتمع أو العمل على إعادته إلى مكانته المرموقة التي كنا نتمناها ونسعى لها على مدى عقود من الزمن .

تتجسد **التساؤلات** التي تطرحها هذه الورقة البحثية في السؤال الرئيسي التالي :

ما هي إستخدامات وسائل التواصل الإجتماعي في حملات التنمية المستدامة ؟

ويتفرع عن هذا السؤال الأسئلة الفرعية التالية :

- كيف يمكن الإستفادة من وسائل التواصل الإجتماعي في حملات التنمية المستدامة ؟
- ما الخدمات التي تقدمها وسائل التواصل الإجتماعي لتحقيق التفاعلية مع حملات التنمية المستدامة ؟
- ما هي قيمة الأثر الذي تتركه الحملات الترويجية للتنمية المستدامة باستخدام وسائل التواصل الإجتماعي؟
- هل استطاعت الجهات العاملة في التنمية المستدامة استثمار مواقع التواصل الإجتماعي في حملاتها الترويجية؟

وللإجابة على هذه التساؤلات ومعالجة الإشكالية ، ستتطرق الورقة البحثية إلى مجموعة من المناقشات النظرية ثم الأفكار التطبيقية التي تتناول محاور المسؤولية الإجتماعية لوسائل الإعلام والإتصال، التنمية المستدامة واستخدامات وسائل التواصل الإجتماعي مع الوقوف على الأثر الذي يمكن أن يسجل للحملات الترويجية عبرها .

التنمية المستدامة : المفهوم والأبعاد الوظيفية

وضعت العديد من التعريفات للتنمية المستدامة وبطرق مختلفة ولكن يستند التعريف الشائع المستخدم على نطاق واسع إلى تقرير" مستقبلنا المشترك " الذي نشر عام 1987 والذي نص بشكل أساسي على ما يلي: "التنمية المستدامة هي التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال المقبلة على تلبية احتياجاتها الخاصة". مع الأخذ بعين الإعتبار أن التعريفات قد تتنوع ولكنها تؤدي في نهاية المطاف إلى نفس المعنى .

وقد أعطى قبول هذا المصطلح من قبل الجمعية العامة للأمم المتحدة أهمية سياسيةً إلى حدٍ ما وقد أدى بدوره أيضاً في تطوير مبادئ التنمية المستدامة خلال عام 1992 من قبل القادة وصناع القرار الرئيسيين في مؤتمر الأمم المتحدة المعني بالبيئة WCED في مدينة ريو دي جانيرو، البرازيل.

تعد التنمية المستدامة نموذجاً مبنياً على تصورات محددة، وعلى مدار السنوات العشرين الماضية، استطاعت المجتمعات المدنية، والشركات الأهلية والمنظمات غير الحكومية إحراز تقدم في عملية التنمية المستدامة. ومع ذلك، يبقى مفهوم التنمية المستدامة غامض وثبت أن عملية التنفيذ ما تزال صعبة. وما تزال العديد من الاتجاهات غير المستدامةً تعمل بدون أي قيود سياسية توجد في عملية التنمية المستدامة.

تتكون التنمية المستدامة من 7 مفاهيم أساسية وهي كالتالي[1]:

المفهوم الأساسي الأول: الاعتماد المتبادل:

وهذا يعني أنه ينبغي علينا فهم كيفية وجود علاقات مترابطة بين البيئة والاقتصاد على جميع المستويات من المستوى المحلي إلى المستوى العالمي.

المفهوم الأساسي الثاني: المواطنة والإشراف:

(1) مبارك، فاطمة، التنمية المستدامة ، أصلها ونشأتها ، أنظر في :

http://www.envirocitiesmag.com/articles/issue- pdf.3/13

المسؤوليات التي يتعين على كل فرد تحملها داخل المجتمع لضمان أن يصبح العالم مكاناً أفضل.

المفهوم الأساسي الثالث: احتياجات وحقوق الأجيال القادمة:

فهم الاحتياجات الأساسية للمجتمع والآثار المترتبة على الإجراءات المتخذة اليوم لتلبية احتياجات الأجيال القادمة.

المفهوم الأساسي الرابع: التنوع:

احترام وتقدير الاختلافات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية.

المفهوم الأساسي الخامس: جودة الحياة:

الاعتراف بأن تحقيق المساواة والعدالة على مستوى العالم عناصر أساسية للاستدامة وهي أيضاً احتياجات أساسية يجب تلبيتها في جميع أنحاء العالم.

المفهوم الأساسي السادس: عدم اليقين والاحتياطات:

يجب الاعتراف بالمناهج المختلفة لتحقيق الاستدامة والتغيير المستمر للأوضاع واعترافك بأساليب التعلم المستدامة والمرنة.

المفهوم الأساسي السابع: التغير المستدام:

فهم أن الموارد محدودة وهو ما قد يؤدي إلى تأثير سلبي على أساليب حياة البشر.

وتجدر الاشارة إلى أنه قد تم إحراز التقدم على مقاييس التنمية المستدامة. وذلك بالنظر إلى حقيقة أن المخاوف من التدهور البيئي وزيادة التلوث قد أدت إلى زيادة الاستثمارات في التقنيات الصديقة للبيئة. ولا تزال عملية ، ولكن ثمة أدلة على إحراز بعض التقدم. فقد تم إحراز ما مثل تحدياً في التخفيف من الفقر. حيث كانت البيئة هي الشغل الشاغل للحكومات على مدار أعوام مضت وهناك عدد من الجهود لإدماج الاعتبارات البيئية بشكل أكثر فعالية في عملية صنع القرار الاقتصادي. من أمثلة ذلك، تكامل الجهود الحكومية في البلدان المتقدمة المتنوعة للاعتراف بقيمة خدمات النظام البيئي لقطاع الأعمال والمجتمع، والجهود المبذولة لتقييم التقدم المحرز نحو تحقيق التنمية المستدامة.

كما نجحت عدت بروتوكولات في حظر جميع المواد التي تسبب تآكل طبقة الأوزون. وعلى الرغم من التقدم المحرز في مجال التنمية المستدامة، استمرت الاتجاهات السلبية غير المستدامة في الحدوث.

يحتاج تحقيق هدف التنمية المستدامة إلى إحراز تقدم متزامن فى أربعة أبعاد على الأقل ، هى الأبعاد الاقتصادية ، والبشرية والبيئية والتكنولوجية . وهناك ارتباط وثيق فيما بين هذه الأبعاد المختلفة ، والإجراءات التى تتخذ فى إحداها من شأنها تعزيز الأهداف فى بعضها الآخر . ومن ذلك مثلاً أن الإستثمار الضخم في رأس المال البشري ولاسيما فيما بين الفقراء، يدعم الجهود الرامية إلى الإقلال من الفقر وإلى السراع في تثبيت عدد السكان وإلى تضييق الفوارق الاقتصادية وإلى الحيلولة دون مزيد من التدهور للأراضي والموارد، وإلى السماح بالتنمية العاجلة وإستخدام مزيد من التكنولوجيات الناجحة في جميع البلدان.[2]

وتتعدد أبعاد التنمية المستدامة لتشمل جوانب كثيرة في ما ياتي [3]:

1. التنمية الروحية :

وتعني توفير البعد العقائدي او الايديولوجي لتنمية ذلك البعد الذي يتضمن كافة جوانب الحياة ويحدد للفرد حريته وحركته واختياراته . واول ما توفره التنمية الروحية في التعرف على المصالح الوجدانية للمجتمع .

2. التنمية الذاتية :

وتعني الاعتماد على قوى العمل المحلية والمواد الخام الاولية المتوافرة في البيئة وعمليات الانتاج والمعرفة المحلية وتطويرها وفقا للتكنولوجيا المستورده .

3. التنمية النفسية :

بمعني تنمية طموحات المواطنين بالصورة التي تدفعهم نحو التطلع نحو المستقبل والسعي لتحقيق حياة افضل وتعد احد الابعاد الاساسية للتنمية المستدامة .لانه واقعيا لا يمكن تحقيق أي انجاز ما لم تكن هناك طموحات دافعة إليه .

4. التنمية الادارية والتشريعية :

وهي الجهود التي يجب بذلها باستمرار لتطوير الجهاز الاداري في الدولة سعيا وراء رفع مستوى القدارت الادارية عن طريق وضع الهياكل التنظيمية الملائمة لحاجات النفس والتصوارت القانونية لضبط حركة الحياة

---

[2] توفيق، كريمة، دور الاعلام الجديد في قضايا التنمية المستدامة،ص: 11

أنظر في :

https://www.researchgate.net/publication/309851788

[3] المرجع السابق، ص: 15

. وهي التطوير الشامل للجهاز الاداري للدولة لرفع مستوى قدارته الادارية لتمكينه من القيام بوظائف الدولة بشكل عام وبوظائف التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والتنمية في كافة المجالات بشكل خاص .

5. التنمية البيئية:

احدثت ثورة الانسان التكنولوجية نقلة هامة على المستويات المادية للمجتمع والانسان في تطوره الحديث، وفي مقابل ذلك ادت الي الاسراف في استنزاف الموارد الطبيعية، والانسان في تطوره مع البيئة اخذ يطور تعامله هذا الا ان انشغاله بان ياخذ من البيئة قدر المستطاع جعله ينسى كيف يحافظ عليها ، بدءا بتقطيع الاشجار وانتهاءً بحادثة تشرنوبيل بالاتحاد السوفيتي السابق وبات الانسان يبحث كيف يمكن ان يتخلص من الدمار الذي يسببه للبيئة. وبدا واضحا لو ان مصانعه تلوث الهواء وان سيارته مصدر للتلوث والازعاج وان سلاحه يدمر ولا يبني. ولهذا لم تعد التنمية في حد ذاتها هي المشكلة وانما المشكلة هي التنمية المتوافقة مع البيئة . ويشمل الحل جانبين : اولا في التوعية البيئية من خلال وسائل التربية والاعلام بهدف جعل الفرد واعيا بالعلاقات البيئية ولدوره في صون البيئة وتعريفه بوسائل العمل الخلاق لحمايتها وهذا الجانب يحتاج الي المشاركة الجماهيرية أي اسهام الناس جميعا. والجانب الاخر يتمثل في السعي نحو ربط التنمية بالبيئة بحيث تصبح التنمية البيئية الطريق الصحيح لتحديد طرق التنمية المناسبة والتي تحتم ضرورة بناء التكنولوجيا البيئية والمحلية من خلال الاعتماد على النفس. فالتنمية البيئية بهذا الشكل تعني استغلال العدد الضخم من السكان في الانتاج وتصبح القوى العاملة المحلية اقل تكلفة واكثر فائدة من استيراد التكنولوجيا المتطوره جدا في عمليات الزارعة والبناء .

6. التنمية العلمية والبحثية والتكنولوجية :

فالتنمية التكنولوجية هي الجهود المبذولة لاتاحة معلومات او معرفة جديدة يمكن استخدامها بكفاءة في العمليات الانتاجية ولها تاثير ملحوظ على التكلفة وعلى نوعية المنتج وكمية الانتاج وجودته .

7. التنمية البشرية:

تعرف التنمية البشرية طبقا لما ورد في تقارير التنمية البشرية الصادره عن البرنامج الانمائي للامم المتحدة بانها عملية توسيع اختيارات الناس وهذه الاختيارات نهائية بطبيعتها غير انها تتحدد من الناحية الواقعية بمحددات اقتصادية واجتماعية وثقافية وسياسية بالاضافة الي ما يمكن ان يكون متاحا من سلع وخدمات ومعارف لتلبية هذه الاختيارات التي يمتد مجالها من الحاجات الي الطعام والشراب والسكن والتعليم والصحة والبيئة النظيفة، والتوعية في المشاركة في كل ما يجري في المجتمع ..... إلى اخره .

8. التنمية الاجتماعية:

هي تغيير الاوضاع الاجتماعية القديمة التي لم تعد تساير روح العصر بطريقة ديمقراطية تهدف الي بناء اجتماعي جديد تنبثق عنه علاقات جديدة وقيم مستحدثة ويسمح للافراد بتحقيق اكبر قدر ممكن من اشباع المطالب والحاجات .

9. التنمية السياسية:

وهي تعبئة الجماهير وتفاعلهم مع النظام القائم وعدم وقوفهم موقف اللامبالاة وتتسم بدرجة من المشاركة الشعبية الواسعة .

10. التنمية الاقتصادية:

وهي التي تؤثر على الجانب المادي للتنمية فتهتم بطريقة تحسين وتنظيم استغلال الموارد الاقتصادية بغية تحقيق زيادة في الانتاج الكلي من السلع والخدمات بمعدل اسرع من الزيادة في السكان. وتشمل كافة المجالات الاقتصادية و الزارعية والصناعية والمالية والتجارية ... وغيرها .

وهكذا تتكامل انواع التنمية العشرة هذه لتشكل فيما بينها التنمية المستدامة والتي هي الاطار الجامع لهذه الانواع بشكل عام . من هنا تاتي اهمية الاعلام باعتباره البوق الذي من خلاله يدرك الناس ادوارهم في برامج التنمية المستدامة المختلفة.

الإعلام التنموي

من الملاحظ أن هناك قصوراً ملحوظاً في تشخيص وإبراز الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في تبيان أهمية العديد من القضايا ونشرها في المجتمع بالرغم من الاهتمام المتزايد بالبحث في هذه العلاقة المتبادلة والتي أدت إلى ظهور العديد من التخصصات الجديدة التي تبرز خصوصية العلاقة المتبادلة كالإعلام السياسي والإعلام التربوي والإعلام التنموي هذا الأخير الذي يعد فرعاً هاماً وأساسياً من فروع النشاط الإعلامي إذ يناط به تسليط الضوء على المؤثرات السلبية التي تعيق مسيرة التنمية في المجتماعت بل وأخذ زمام المبادرة في طرح الخطط وإثارة المعرفة الإنسانية فيما يتعلق بعمليات الوعي المعرفي والسلوكي للقضايا الحساسة كالقضايا البيئية التي تعتبر أحد الركائز التنموية في شتى البلدان ويشكل تدهورها عائقاً أمام تطوير مسيرات التنمية مما يتطلب

من جميع الأطراف الفاعلة وذات العلاقة بها ووسائل الإعلام على وجه الخصوص التفكير في كيفية الحفاظ عليها وتحقيق التمنية المستدامة .[4]

من هنا يأتي الدور التنموي الكبير الذي تضطلع به وسائل الإعلام على إختلاف أنواعها وتأثيراتها وذلك من مرئية ومسموعة ومكتوبة، وفقاً لمجموعة من المعايير التي ينبغي الوقوف عليها والتي تعتبر العناصر الأساسية لأية رسالة إعلامية وهي :

- المرسل والمواصفات الأيديولوجية والإجتماعية والإقتصادية التي تشكل بنيته الفكرية وأهدافه العملية .
- المتلقي والمواصفات والظروف العامة والخاصة التي تحيط به والبيئة التي تحكمه.
- الرسالة والتركيبة التي وضعها المرسل وضمنها أهدافه العملية خاصة لناحية الأهداف التغييرية والتنموية .
- الوسيلة والإمكانات الإتصالية، وخاصية التفاعلية التي باتت تتصف بها مجموعة كبيرة من الوسائل الإعلامية .

وتأتي تالياً دراسات رجع الصدى (feed back) في قياس مدى التفاعل والتأثير القائم لمجموع الرسائل الإعلامية التي ساهمت في تحقيق الإنذاز المطلوب على الصعيد الخاص والعام .

ومع الحديث عن العناصر الأساسية للعملية الإتصالية بأبعادها المختلفة لا بدّ من التطرق إلى نظرية المسؤولية الإجتماعية لوسائل الإعلام حيث تكتسب النظرية أهميتها في الوقت الراهن لأسباب متعددة أبرزها[5]:

- أنها تعتني بالسياق أو بالبيئة الاجتماعية المحيطة وتأخذها بعين الاعتبار أثناء ممارسة العمل الإعلامي.
- أنها تنادي بألا يقتصر عمل الإعلام أو العلاقات العامة بل وحتى الشركات الخاصة على هدف تحقيق الربح للمالكين والمساهمين بل تشدد على الجوانب الأخلاقية في ممارسة العمل.

---

[4] فريجات، نسيبة، وسبتي، رشيدة، الاعلام وتحقيق التنمية المستدامة، مجلة البحوث والدراسات الإجتماعية ، جامعة الوادي، الجزائر، 2013، ص: 141.

[5] الغالبي، طاهر محسن، والعامري، صالح مهدي، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال والمجتمع، ط2، عمان 2010، دار وائل للنشر والطباعة، ص: 97

- أنها تعتني بعملية تنمية المجتمع عموماً من خلال الإقرار بأن استمرار عمل المؤسسة بغض النظر عن تخصصها، يشترط عملها على تنمية المجتمعات المحيطة بها.
- أنها تشدد على التزام العاملين في المجال الصحفي بقيم عديدة أهمها: الدقة، الموضوعية، العدل، والحفاظ على ثقافة المجتمع.

فيما تتلخص المبادىء الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية في جملة المبادىء التالية[6]:

- ينبغي على الصحافة والإعلام بوسائلها المختلفة أن تسهم في التزامات معينة تجاه المجتمع.
- يمكن لوسائل الإعلام أن تعمل وفق المنطق المجتمعي وأن تقوم بالالتزامات الملقاة على عاتقها عبر احترام المعايير المهنية لنقل المعلومات كالدقة والاتزان والموضوعية وغيرها على اعتبار أنها أداة بناء لا هدم.
- على وسائل الإعلام أن تبادر وتعمل على تنظيم نفسها.
- يتوجب على وسائل الإعلام أن تتجنب نشر ما يشجع على الجريمة والعنف والفوضى الاجتماعية.
- على الصحافة أن تحترم التعددية وأن تعكس حرية تنوع الآراء وان تحترم حق الرد.
- من حق المجتمع على الصحافة أن تلتزم بأداء الوظائف المنوطة بها وأن تحافظ على المعايير المهنية خلال أدائها لوظائفها.

من هنا بات الحديث عن شبكة الإنترنت يفرض نفسه في هذا السياق، فقدباتت شبكة الإنترنت من أبرز التقنيات الحديثة التي أصبحت أسلوبا للتبادل المعرفي، واستطاعت إيجاد تغييرات جذرية في أنظمتها وبرامجها، وقد استمرت شبكة الإنترنت بالتطور والانتشار الواسع في مختلف أنحاء العالم.

---

[6] ماكفيل، توماس، الإعلام الدولي: النظريات، الاتجاهات، والملكية، ترجمة: حسني محمد نصر وعبدالله الكندي، العين: دار الكتاب الجامعي ، 2005 ، ص: 117.

وأثبتت التجارب أن شبكة الإنترنت قوة هائلة، لذا يحرص المختصون في مختلف المجالات على استثمار هذه الخاصية إلى أقصى حد ممكن، إذ يستطيع أي شخص الدخول عبر الشبكة إلى أي موضوع يرغب فيه.

إن الإنترنت من الوسائل الاتصالية التكنولوجية التقنية الحديثة التي شهدها العقد الأخير من القرن العشرين، فهو موسوعة علمية تقدم خدماتها لكافة المستفيدين وفي جميع المجالات، كمجال الأبحاث العلمية، ومجال الأعمال بكل جوانبه، والمجال الحكومي بمختلف صوره وإشكاله. كما وحولت هذه الشبكة الكرة الأرضية إلى سوق واحدة في شكل جديد ومتطور[7].

والإنترنت وسيلة للتواصل، والتي تعطي للمستفيد ما يريد مشاهدته أو قراءته بدون أن يفرض عليه كما في الوسائل الأخرى. إذ أن المعلومات المنتشرة على الشبكة تأتي من كل مكان، وليس الأمر في الإنترنت قاصراً على تلقي الفرد لتلك المعلومات، بل بإمكانه أن يرسل المعلومات التي يريدها كي يطلع عليها من يرغب بذلك وفي جميع إنحاء العالم فالإنترنت وسيلة اتصال بين جهتين، وبالتالي فان كل مستخدم للإنترنت يمكن أن يكون مصدراً للمعلومات كما يمكن أن يكون مستقبلاً لها أيضاً.

ومن الأخطاء الشائعة أن مواقع الإنترنت هي مواقع للترفيه فقط، أو وسيلة لإشغال أوقات الفراغ، فهي وسيلة معرفية عائلة، يمكن الانتفاع منها في شتى الميادين، فقد أثبتت دراسات كثيرة فاعلية مواقع الإنترنت في التربية وفي التعليم[8].

وأصبح بإمكان الطالب الجامعي والباحث في أي مكان أن يحصل على المعلومات اللازمة دون الاضطرار إلى السفر بعيداً والتنقل بين المكتبات المختلفة. كما استطاعت الشبكة أن تكسر احتكار المعلومات والأخبار عن طريق بعض السلطات الرسمية في كل دول العالم التي كانت تفرض رقابة صارمة على النشر، فلا تسمح إلا بما يؤيد وجهة نظرها أو خطها السياسي الذي تفرضه على رعاياها[9].

---

[7] الهادي، محمد محمد، تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2001م، ص183.

[8] ينظر: حسين، محمد عبد الهادي، تربويات المخ البشري، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، 2003م، ص 12-16.

[9] موسى، انتصار رسمي، تصميم وإخراج الصحف والمجلات والإعلانات الإلكترونية، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، 2004م، ص203.

مواقع التواصل الاجتماعي

لقد كان أول ظهور لمواقع التواصل الاجتماعي حين صمم كونرادز موقع Classmates.com عام 1995بهدف مساعدة الأصدقاء وزملاء الدراسة في مراحل حياتية معينة باعدتهم ظروف الحياة العملية لاماكن متباعدة، فلبى هذا الموقع آنذاك رغبتهم في التواصل[10].

وهناك من يرى أنها ظهرت عام 1997 بأنشاء موقع SixDegree.com أول موقع أتاح الفرصة بوضع ملفات شخصية للمستخدمين من خلال إتاحته الفرصة بوضع ملفات شخصية للمستخدمين على الموقع وإمكانية التعليق على الأخبار الموجودة على الموقع وتبادل الرسائل مع باقي المشتركين، ثم ظهر موقع MySpace.com ليفتح آفاقا واسعة لهذا النوع من المواقع منذ إنشائه عام 2003م[11].

من أهم الخدمات التي توفرها شبكة الإنترنت، ومواقع الويب هي مواقع التواصل الاجتماعي، التي باتت في السنوات الأخيرة، تؤدي دوراً كبيراً في الأحداث المختلفة سواءً السياسية أو الإجتماعية أو الإقتصادية ، فلم تعد مواقع التواصل الاجتماعي وسائط تبث الخبر وتنقل المعلومة وتربط الأفراد بعضهم ببعض بل هي تؤثر في الواقع السياسي والاجتماعي والثقافي، وفضلاً عن مكوِّنَيْها الأساسيين: الإعلامي والتواصلي، فلها مكون آخر يتعلق بقدرتها التعبوية والتأطيرية والتنظيمية[12].

إن مواقع التواصل الاجتماعي أحد أهم منافذ شبكة الإنترنت، التي فرضت وجودها، وأثبتت أهميتها السياسية والاجتماعية والثقافية.

وتزداد أهمية تقنية المعلومات والاتصالات في اقتصاد القرن الحالي القائم على المعرفة، وتمتلك هذه التقنية قدرة هائلة على التوحيد أو التفريق في آن واحد، وناحية التفريق هذه هي ما يطلق عليه الفجوة الرقمية، وهو مصطلح يشير إلى الدلالة على الفروق بين من يملك المعلومة ومن يفتقدها[13].

---

[10] شفيق، حسنين، الإعلام الجديد الإعلام البديل تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ،2011م، ص 182 .

[11] الفيصل ، مرجع سابق ، ص 65 .

[12] عبد المولى، عز الدين، الإعلام في ثورة الشعب، ثورة تونس – الأسباب والسياقات، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، 2012م، ص 317 .

[13] الفيصل، عبد الأمير، الصحافة الإلكترونية ... التجربة العراقية، بحث منشور ضمن كتاب اتجاهات إعلامية دراسات في مجال التأثير الجماهيري والدولي لوسائل الإعلام، مطبعة الدار العربية، بغداد، 2010م، ص 177 .

كما وتشير الفجوة الرقمية إلى الهوة التي تفصل بين من يمتلكون المعرفة والقدرة على استخدام تقنيات المعلومة والكومبيوتر والإنترنت وبين من لا يمتلكونها[14].هذا بالإضافة إلى إمكانية وطريقة إستثمار هذه المعرفة المتأتية عن طريق هذه القاعدة الواسعة من المعلومات والمعارف الشاسعة .

لقد عكس مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي التطور التقني الذي طرأ على استعمال التكنولوجيا، وأُطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة، وخدمات المواقع الاجتماعية هي خدمات تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء ولمشاركة الأنشطة والاهتمامات، وللبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين ومعظم المواقع الاجتماعية الموجودة حالياً.

إن الجيل الثاني للإنترنت ربط المستخدمين بمواقع المعلومات، التي تعد أهم استعمالاته، ووصل الإنترنت السريع الذي يربط بين المتصفحين في الشبكة بشكل مستمر فتحولت شبكة الإنترنت من شبكة معلوماتية فقط إلي شبكة للاتصال بين الناس مثل الماسنجر وغيرها، ويشير إلى الجيل الثاني من شبكة الويب والذى يتمثل في كل أشكال الشبكات الاجتماعية Social Networking Sites ومواقع الجماعات الافتراضيةWeb-Based Communities والمواقع التي تعتمد علي مساهمات ومشاركات تجميعية من أفراد الجمهور من مستخدمي الإنترنت واستخدام تقنيات متطورة في تصنيف المعلومات والبحث فيها واسترجاعها وتداولها بسرعة هائلة بين المستخدمين والتي تزيد من سهولة وسرعة البحث في المعلومات وتنظيمها مهما كانت ضخامتها وتنوع أشكالها[15].

والمواقع الاجتماعية على شبكة الإنترنت هي ناتج طبيعي نشأ لاحتياج الأشخاص والأفراد إلى وجود علاقات إنسانية فيما بينهم وفتح مجال للحوار التفاعلي بشكل متطور يعيد العلاقات بين الأفراد سواء كانوا زملاء مدرسة أو جامعة أو لهم صلة ببعض، ونشأت الشبكات الاجتماعية تقريبا منذ عام 2004 لسد الفراغ الاجتماعي الذي صاحب استعمال الحاسب الآلي وما له من تأثيرات على الحياة الاجتماعية[16].

---

[14] أبو عيشة، فيصل، الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، بلا تاريخ، ص 32 .

[15] خليل، حمزة السيد حمزة، استخدام الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة 25 يناير 2011 المصرية والإشاعات المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة، بكلية التربية النوعية جامعة طنطا،2012، ص 131.

[16] الفيصل، مرجع سابق، ص 64 .

وتعد المواقع الاجتماعية من أكثر وأوسع المواقع على شبكة الإنترنت انتشاراً واستمراراً، لتقديمها خاصية التواصل بين الأفراد والجماعات المستخدمين لها، وأشهر تلك المواقع فهما: فيسبوك، وتويتر، وبات من لا يملك صفحة خاصة على مواقع تلك الشبكات يبدو منعزلاً عن العالم [17].

وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها "منظومة من الشبكات الإلكترونيّة التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها"[18].

أو هي مواقع الكترونية تقدم لمستخدميها مجموعة من الخدمات متعددة الخيارات مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين الخطي والصوتي والمرئي ومشاركة الآخرين، وهناك من يعرفها على أنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات نفسها أو جمعه مع الأصدقاء[19].

ويمكن أن نخلص إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية، لاسيما فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية والتخصيص، وتأتيان نتيجة لميزة رئيسية هي التفاعلية interactivity، فإذا ما كان الإعلام الجماهيري والإعلام واسع النطاق وهو بهذه الصفة رسم إعلام القرن العشرين، فإن الإعلام الشخصي والفردي هو إعلام القرن الجديد، وما ينتج عن ذلك من تغيير انقلابي للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادي إيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد، وبطريقة واسعة الاتجاهات وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدي، فضلا عن تبني هذه المواقع تطبيقات الواقع الافتراضي وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية [20].

تتنوع استعمالات مواقع التواصل الاجتماعي في العالم وإن كان معظمهم يستخدمها بغرض تبادل المعلومات مع الأصدقاء وأغراض ترفيهية أخرى، إلا أن هناك دواعي وأسباب أخرى لهذا الاستخدام الذي تتنوع

---

[17] منصوري، نديم، سوسيولوجيا الإنترنت، منتدى المعارف، بيروت، 2014م، ص 62.

[18] راضي، زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، عمان، جامعة عمان الأهلية، مجلة التربية، عدد15، 2003، ص23.

[19] الفيصل، مرجع سابق، ص65.

[20] صادق، الإعلام الجديد، مرجع سابق ، ص17.

الشرائح التي تستخدمه فهناك صفحات لوزراء وسياسيين، ومشايخ دين أو عشائر، وإعلاميين ومعارضين وغيرهم كثر جميعهم يستخدم تلك الوسيلة بغرض الوصول إلى أكبر شريحة من الناس معهم رسائلهم وما يودون قوله، أو مشاركتهم بعض المعلومات والصور والصوتيات وغيرها مما أعجبهم أو تلك التي هالتهم بحسب طبيعة كل شخص[21].

وتسمح مواقع التواصل الاجتماعي بجمع المعلومات، والتأكد من صحتها بمقارنتها مع معلومات أخرى، فضلاً عن الاستعانة بمعرفة الجمهور الحاضر؛ لكن في الوقت نفسه فهناك حسابات مزيّفة، إذ يعمد بعض الأشخاص إلى نشر معلومات خاطئة عند حصول أي حدث مهمّ من خلال حساب وهمي، كما أن هناك تقارير تحدثت حول ما يتعلق بالخصوصية الشخصية، وعن قيام فيسبوك بتطوير نظام يسمح للمعلنين باستخدام المعلومات التي يقدمها مستخدمو الشبكة عن أنفسهم؛ لكن الأكيد أن اتفاقية الاشتراك في فيسبوك تنص على أن المستخدم يمكنه في أي وقت إلغاء حسابه في الموقع، ولكن هناك نسخاً من الصور وتسجيلات الفيديو وكل ما في الحساب تبقى محفوظة لدى خوادم الشركة ويمكن للشركة التصرف بها كيفما تشاء، ولهذا فعلى الجميع الحذر من وضع أشياء خاصة جداً ظناً منهم أن لا أحد يمكنه الاطلاع عليها أو أنها ستتلف بمجرد مسحهم لها[22].

وأصبحت الشبكات الاجتماعية هي البديل لأنشطة الماضي التقليدية، وحالة التفاعل بين مجتمعات اليوم مع البيئة والمجتمع المحيط هي التي تسيطر على النظام الاتصالي بدرجة لافتة للنظر، وقد نشط جزء كبير من شبكات التبادل في نقل الأفلام القصيرة التي ينتجها أناس عاديون حول العالم، أو هواة إخراج سينمائي، بالحد الأدنى من الموارد وهذا ما يؤكد حدوث تحول جذري في أدوات التخاطب والتعبير، وهذه الشبكات الاجتماعية يقضي فيها عدد من الشباب والمراهقين وقتاً طويلاً جداً في التفاعل مع بعضهم، ويستطيع الشباب عبر هذا التفاعل الثابت مع مجتمعات كبيرة تطوير فهم ثقافي أفضل وصفات قيادية أقوى، ومن الممكن أن

---

[21] رابح، الصادق، الإنترنت كفضاء لتشكُّل الذات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثامن، العدد الثاني، القاهرة، نيسان،2007م، ص23.

[22] العياضي، نصر الدين، الاتصال الحديث في مجال الإعلام، استتباعات تكنولوجية مداخلة في الندوة العلمية المعنونة: الأبعاد الفكرية والتقنية لاستخدام المعلومات في الإعلام الحديث، جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا، 18 مايس 2005، مجلة الرافد، العدد 106، دولة الإمارات العربية، حزيران 2006 ، ص154.

تكون المواقع الشهيرة أداة للتطوير الاجتماعي ضرورية للشباب للإسهام بجدية في المجالات السياسة، والاجتماعية والثقافة، والاقتصادية لمجتمع اليوم[23].

حملات الترويج عبر وسائل التواصل الإجتماعي

عادة ما تتبع الحملات الترويجية الخطوات التالية[24]:

أولا: تحديد الأهداف بوضوح:

حيث يجب ان تكون الأهداف واضحة بجلاء لمنفذي الحملة، وعلى طالب الخدمة تحديدها بوضوح ونقلها لهم.

ثانيا: تكوين فريق العمل:

بداية تحويل كل فكرة من الذهن إلى الواقع هو اختيار فريق عمل مناسب، وعليه فإن إسناد مهمة الحملة إلى فريق عمل متخصص شرط أساسي لنجاحها.

ثالثا: دراسة سوق العمل :

حتى يبني فريق العمل خطته على واقع سليم، لا بد من مسح استقصائي استباقي يشمل جميع المجالات التي تتحرك فيها الحملة من جمهور ومنافسين ونحوهما، عبر استبيانات أو دراسات معمقة أو تحليل قواعد البيانات التي توفرها بعض المنصات والجهات؛ لأجل معرفة نقاط القوة والضعف، والفرص والمهددات،ومستوي التفاعل المتوقع من الإعلام والجمهور مقارنة مع حملات المشاريع النظيرة.

رابعا: تصميم هوية المشروع:

هوية المشروع هي مرآة لعكس أهدافه ويجب أن يتسقا معا والألوان المستخدمة في تصميم الهوية والتي لها تأثير كبير في تفاعل العميل سلباً إيجابا.

---

[23] المدهون، يحيى إبراهيم، دور الصحافة الإلكترونية الفلسطينية في تدعيم قيم المواطنة لدى طلبة الجامعات بمحافظات غزة، رسالة ماجستير غي منشورة، كلية التربية – جامعة الأزهر – غزة،2012، ص 37.

[24] مبارك، وائل،دليل إعداد وتنفيذ الحملات الإعلامية، أنظر :

https://www.docdroid.net/dQLCu8c/aaadad-o-tnfyth-alhmlat-alaaalamy-2016.pdf

وهكذا يشرع القائمون على الحملات الترويجية بدراسة تمكن من تحديد الجمهور المستهدف، إعداد وصناعة المحتوى، إختيار أفضل الوسائل والوسائط كمنصات للأعمال والأنشطة الترويجية، تحديد مجموعة من الإستراتيجيات في آليات التواصل والترويج عبر المنصات المختارة، إطلاق الحملة الترويجية، تحديد التواريخ المناسبة لإطلاق الحملة بمراحلها المختلفة، تحديد مواعيد لإعادة التقييم، قياس الأثر، تنفيذ عمليات التقويم، إعادة الإطلاق بعد التقويم .

إلى ذلك تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي[25] وسيلة للترويج للمنتجات و الخدمات، كما يعد التوجه الملائم للعصر، كما أن الترويج عبر شبكات التواصل الاجتماعي أسلوب و استراتيجية ضرورية و فعالة بالنسبة للشركة وتمثل الاعلانات عبر شبكات التواصل الاجتماعي أحد أهم المكونات الأساسية في الترويج عبر شبكات التواصل الاجتماعي وتحتل شبكات التواصل الاجتماعي مكانة هامة في حيات الأفراد و تعد شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة هامة للترويج بالمقارنة بباقي وسائل الاتصال .

تجارب عملية في الترويج لحملات التنمية المستدامة

لتسليط الضوء على بعض التجارب العملية في الحملات الترويجية للتنمية المستدامة ودور وسائل التواصل الإجتماعي في ذلك، إلتقى الباحث بالأستاذ باسل الحاج، رئيس لجنة التنمية المحلية والجمعيات وسوق العمل في بلدية مدينة طرابلس[26] ثاني المدن اللبنانية، للوقوف على نشاط اللجنة، وامكاناتها واستخدامات وسائل التواصل الإجتماعي في دعم الحملات الترويجية التي تقوم بها اللجنة .

ينظر أ.باسل الحاج إلى الدور المهم المناط بوسائل الإعلام عامة، وبوسائل التواصل الإجتماعي على وجه الخصوص وذلك على ثلاثة مراحل:

- ✓ المرحلة الاولى في الترويج للمشاريع التي تعمل عليها الجهات المعنية.
- ✓ المرحلة الثانية ثم في مواكبة الأعمال التنفيذية خاصة لتلك المشاريع التي يتم تنفيذها على مراحل متعددة.

---

[25] بوبكر، السايح، دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج بالمنتجات، دراسة ماجستير غير منشورة، نوقشت وأجيزت ، في جامعة قاصدي مرباح، الجزائر 2016، ص:49.

[26] محل إقامة الباحث.

- ✓ المرحلة الثالثة في نشر الأخبار المتعلقة .. خاصة أن مجموعة من الجمعيات العاملة (والتي تبني مشاريعها على منافع ومصالح خاصة على حد قوله) ، تتقن فن الترويج والمتابعة ..ما قد يدفع العاملين الصادقين إلى الإحجام أو التخفيف من تسليط الضوء على أعمالهم.

ويرى "الحاج" أن هذا الملف في ما خص اللجنة التي يتولى هو رئاستها يعاني من كثير من التقصير وذلك لعدة أسباب، منها التخبط السياسي والإداري الذي تعاني منه البلدية جراء مجموعة من الخلافات التي باتت معروفة فيما بين أعضاء المجلس البلدي وبين رئيس البلدية والذي ينعكس على أداء اللجان، عدم تولي بعض اللجان مهامها بشكل منظم ومخطط له وهادف مثل اللجنة الإعلامية، المعني المباشر في هذا الملف، عدم قيام بعض الموظفين أو المستشارين بمهامهم مع كونهم من ضمن الهيكلية الإدارية لملاك البلدية .

كل هذه الأسباب تعود بالنتيجة السلبية على الأداء المفترض عبر وسائل التواصل الإجتماعي خاصة أن اللجنة تشكل حلقة وصل مهمة فيما بين الجمعيات المحلية والمؤسسات الدولية المانحة سواء السفارات والبعثات الأجنبية العاملة في لبنان، أو المنظمات الدولية مثل اليونسف أو الصليب الأحمر الدولي أو الأمم المتحدة والهيئات المنبثقة عنها .

ويذكر " الحاج " أنه يعمل على نشر كافة الأنشطة التي يقوم بها عبر اللجنة التي يترأسها من خلال موقعه الشخصي على منصة فايسبوك حيث يلقى تفاعلاً كبيراً، وانتشاراً للعديد من الأفكار التي يتم الترويج لها بحيث تدفع المواطنين للمشاركة من جميع الطبقات الإجتماعية خاصة من تلك المناطق الفقيرة أو الأكثر فقراً خاصة أن مدينة طرابلس شمال لبنان عانت من مجموعة من الأزمات السياسية والإقتصادية على مدى عشرات السنين، نتج عنها أزمات إجتماعية وبيئية مزمنة ومستديمة وهي بحاجة ماسة لحلول تنموية مستديمة وخطط خمسية وعشرية ..

ومن المشاريع التي تعمل عليها لجنة التنمية المحلية بالتعاون مع الجمعيات الأهلية المحلية مشاريع تتعلق بتنفيذ الحدائق الهادفة، مشاريع حفر الآبار الإرتوازية، مشاريع محو الأمية، مشاريع تعليمية وتدريبية معجلة، توسيع فرص العمل للناشئين والمتعسرين، مشاريع تمكين الشباب، مشاريع دعم المرأة، مشاريع اعادة الدمج بين أبناء المنطقة وهم أبناء مذاهب وطوائف دينية مختلفة، مشاريع محاربة آفة المخدرات، البطالة، التسرب المدرسي، وهي كلها مشاريع تقع ضمن الأهداف المعلنة للتنمية المستدامة دولياً .

وينظر "الحاج" بعين التمني لوجود فريق متخصص للعمل عبر وسائل التواصل الإجتماعي لإنشاء صفحات ومنصات خاصة بالترويج للمشاريع التي يتم تنفيذها وفق آلية منضبطة وتقنيات محترفة لما لذلك من كبير أثر على مختلف الأصعدة منها العلاقة مع الجهات المانحة محلياً ودولياً، ومنها التواصل مع الجمهور العريض

سواء ذلك المستهدف من المشاريع التنموية، أو ذلك الجمهور المحلي والوطني الذي ينبغي أن يكون مشاركاً على الأقل من خلال الإطلاع والمعرفة، فيدلي بدلوه في إثراء التجربة على الصعيد النظري، أو يشارك في المشاريع بشكل عملي وتنفيذي.

طبعاً يؤكد "الحاج" أن الجهود الترويجية عبر مواقع ومنصات التواصل الإجتماعي بحاجة للدعم المادي حيث أن معظم الجهات المانحة والتي تطرح المشاريع لا تتضمن ميزانياتها بنود خاصة بالترويج الإعلامي والذي من ضمنه يتمكن القائمون على الحملات الترويجية اقتطاع نسبة معينة للعمل الإعلامي والترويجي عبر منصات التواصل الإجتماعي، فالعمل الترويجي لازال بحاجة لجهود انتاج وحتى يكون على مستوى مهم لا بدّ من وجود حرفيين من منتجين ومصورين ... إلخ وهذا يتطلب ميزانيات محددة، إضافة إلى كون منصات التواصل الإجتماعي تتطلب إنفاق مبالغ معينة حتى لو كانت محدودة للترويج للمنشورات وهو ما يتعارف عليه بالـ : boosting و الـ promotion وهذا يفترض إما إدراج المصاريف ضمن الميزانيات العامة السنوية أو ضمن الميزانيات المصغرة للمشاريع .

ومن خلال استعراض بعض الصفحات الخاصة بعدد من الجهات العاملة في مجال التنمية، فقد يكون من المفيد الوقوف على التفاعل الذي سجلته المنشورات التالية :

Ruwwad Lebanon رواد التنمية- لبنان
October 20
+10
Zakaria S Dabab, Ahmad Al Hammad and 96 others
1 Comment 7 Shares

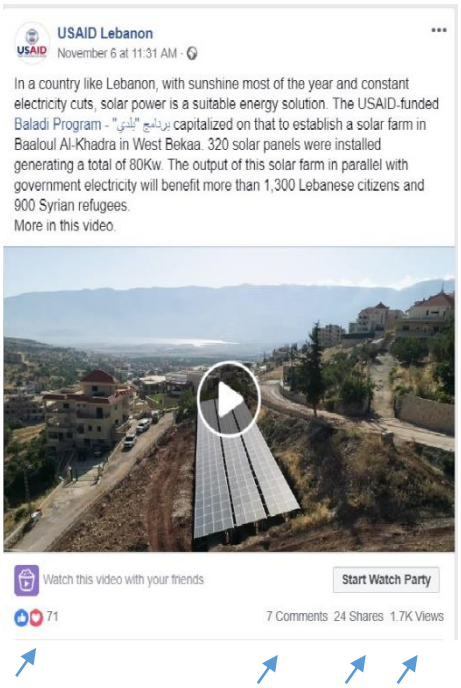
Ruwwad Lebanon رواد التنمية- لبنان
September 29
#RuwwadGradlb18
Ramy Ichrakieh and 204 others
3 Comments 31 Shares

SHIFT - Social Innovation Hub
October 1
21
6 Shares

SHIFT - Social Innovation Hub
November 12 at 11:53 AM
See More
SHIFT - Social Innovation Hub
Organization
Send Message
Wassim Minkara, Saleh Hamed and 302 others
10 Comments 9 Shares

USAID Lebanon
November 8 at 3:36 PM
#TBT to Ambassador Elizabeth Richard's visit to the Chamber of Commerce, Industry and Agriculture of Tripoli and North Lebanon (CCIAT) to tour the USAID-funded honey, olive oil and fruit drying units established in CCIAT's Industrial Development & Research Alimentary Center (IDRAC). A very fruitful visit that demonstrated the support extended by the USAID-funded The Lebanon Industry Value Chain Development - LIVCD Project to agribusiness in North Lebanon by introducing new technologies that deliver accredited services to agro-food businesses and local farmers at affordable prices.
+4
70
5 Comments 6 Shares

Ruwwad Lebanon رواد التنمية- لبنان
September 30
#RuwwadGradlb18
Watch this video with your friends
Start Watch Party
149
12 Comments 73 Shares 6.7K Views



أفكار تطبيقية في الحملات الترويجية عبر مواقع التواصل الإجتماعي

ختاماً نورد مجموعة من الأفكار العملية والتطبيقية لتكون جزءً من الحملات الترويجية :

- إدراج مساقات محددة ضمن المواد الأكاديمية الجامعية ، تتناول جوانب نظرية وعملية تساهم في إكساب المهارات اللازمة للمشاركة في الحملات الترويجية للتنمية المستدامة عبر وسائل التواصل الإجتماعي في مختلف الإختصاصات، و خاصة في كليات الإعلام.

- تنظيم الدورات التدريبية الخاصة في الحملات الترويجية للتنمية المستدامة عبر منصات ومواقع التواصل الإجتماعي.
- دعم الجمعيات الأهلية وحض اللجان الرسمية التابعة للبلديات المحلية والوزارات والدوائر الرسمية على ايلاء الحملات الترويجية للتنمية المستدامةعبر منصات التواصل الإجتماعي الأهمية المطلوبة ,
- إنشاء مجموعة من المواقع الإلكترونية المتخصصة والتي تساعد بشكل مباشر وغير مباشر في تسويق أفكار تؤدي إلى نفس الأهداف الترويجية .
- إنشاء صفحات خاصة بكل نوع من أنواع التنمية المستدامة .
- تشكيل فريق من الناشطين عبر وسائل التواصل الإجتماعي للتفاعل الإيجابي على المنصات المختلفة والتفاعل اللاحق shares & comments ... بما يدفع بالمادة الترويجية للظهور في صفحات كافة الأصدقاء والمتابعين .
- التواصل مع الصفحات الإجتماعية والتربوية والبيئية والتي غالباً ما تهتم لهذا التعاون (أو الشراكات) وذلك لأبعادها الدولية وللدور الإجتماعي الذي تحققه هذه التفاعلية مع المحيط .
- التواصل مع الجهات الرسمية بدءً بالوزارات المعنية والوزارات ذات الصلة والبلديات المحلية التي باتت تهتم لمسائل التنمية المستدامة وهي غالباً ما تكون جاهزة لتقديم العون المادي أو اللوجستي في هذه الحملات .
- التواصل مع السفارات الصديقة والشقيقة التي باتت تهتم بعثاتها بقضايا البيئة فترصد لها الميزانيات، أو تساعد على الربط مع المؤسسات التي تعمل على رعاية أنشطة التنمية المستدامة.
- التواصل مع الشركات الدولية، الإقليمية، الوطنية و المحلية والتي يعتبر تعاونها ومشاركتها في هذه الحملات إبرازاً لدورها في المسؤولية الإجتماعية لريادة الأعمال والتي باتت تطرح على أكثر من صعيد في الآونة الأخيرة، خاصة أن الإنفاق في هذا الإتجاه يخفف من الأعباء الضريبية التي تترتب على الشركات في أغلب البلدان .
- التنسيق فيما بين الجهات العاملة في الترويج للتنيمة المستدامة لإنتاج مشاريع إعلامية مشتركة تهدف للترويج المشترك للمشاريع التنموية الهادفة (فيديوهات ترويجية قصيرة، تحقيقات استقصائية، أخبار مشتركة، مقابلات متخصصة، أوسمة هادفة [Hashtags]، لقطات مصورة، برامج إذاعية ... الخ).

المراجع :

الكتب:

- أبو عيشة، فيصل، الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، بلا تاريخ .
- حسين، محمد عبد الهادي، تربويات المخ البشري، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، 2003م.
- شفيق، حسنين، الإعلام الجديد الإعلام البديل تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ،2011م .
- عبد المولى، عز الدين، الإعلام في ثورة الشعب، ثورة تونس – الأسباب والسياقات، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، 2012م .
- الغالبي، طاهر محسن، والعامري، صالح مهدي، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال والمجتمع، ط2، عمان 2010، دار وائل للنشر والطباعة.
- فريجات، نسيبة، وسبتي، رشيدة، الاعلام وتحقيق التنمية المستدامة، مجلة البحوث والدراسات الإجتماعية ، جامعة الوادي، الجزائر، 2013.
- الفيصل، عبد الأمير، الصحافة الإلكترونية ... التجربة العراقية، بحث منشور ضمن كتاب اتجاهات إعلامية دراسات في مجال التأثير الجماهيري والدولي لوسائل الإعلام، مطبعة الدار العربية، بغداد، 2010م.
- ماكفيل، توماس، الإعلام الدولي: النظريات، الاتجاهات، والملكية، ترجمة: حسني محمد نصر وعبدالله الكندي، العين: دار الكتاب الجامعي ، 2005 .
- منصوري، نديم، سوسيولوجيا الإنترنت، منتدى المعارف، بيروت، 2014م.
- موسى، انتصار رسمي، تصميم وإخراج الصحف والمجلات والإعلانات الإلكترونية، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، 2004م.
- الهادي، محمد محمد، تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2001م.

الرسائل الجامعية:

- خليل، حمزة السيد حمزة، استخدام الشباب مواقع الشبكات الاجتماعية لإطلاق ثورة 25 يناير 2011 المصرية والإشاعات المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة، بكلية التربية النوعية جامعة طنطا،2012.

- المدهون، يحيى إبراهيم، دور الصحافة الإلكترونية الفلسطينية في تدعيم قيم المواطنة لدى طلبة الجامعات بمحافظات غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية – جامعة الأزهر – غزة،2012.

المجلات العلمية:

- رابح، الصادق، الإنترنت كفضاء لتشكُّلْ الذات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثامن، العدد الثاني، القاهرة، نيسان،2007م.
- راضي، زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، عمان ، جامعة عمان الأهلية ، مجلة التربية، عدد15 ، 2003.
- العياضي، نصر الدين، الاتصال الحديث في مجال الإعلام، استتباعات تكنولوجية مداخلة في الندوة العلمية المعنونة: الأبعاد الفكرية والتقنية لاستخدام المعلومات في الإعلام الحديث، جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا، 18 مايس 2005، مجلة الرافد، العدد 106، دولة الإمارات العربية، حزيران 2006 .

المواقع الرقمية:

- توفيق، كريمة، دور الاعلام الجديد في قضايا التنمية المستدامة، نقلاً عن:
www.researchgate.net/publication/

- مبارك، فاطمة، التنمية المستدامة ، أصلها ونشأتها ، نقلاً عن :

www.envirocitiesmag.com/articles/issue

- مبارك، وائل،دليل إعداد وتنفيذ الحملات الإعلامية، نقلاً عن:
www.docdroid.net/dQLCu8c/aaadad-o-tnfyth-alhmlat-alaaalamy-2016.pdf