

دور الإعلام الرقمي في استدامة مشاريع القطاع غير الربحي

Prepared by



إعداد

محمد خالد الديباس

طريقة التسلسل التاريخي:

دراسة (الغمرأوى وعبد الحميد، ٢٠٢٢)

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام في تنمية وعي الجمهور بأهمية إقامة المدن الذكية كأحد متطلبات التنمية المستدامة في المجتمعات المتنوعة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت العينة من الجمهور المستهدف من وسائل الإعلام الرقمية والتقليدية. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الإعلام الرقمي يتفوق على الإعلام التقليدي من حيث استمرارية المتابعة من الجمهور، مما يستدعي زيادة استخدام الوسائل الرقمية مثل مواقع التواصل الاجتماعي والصحف الإلكترونية ومنصات مثل يوتيوب في التوعية حول المدن الذكية. كما أظهرت الدراسة أن الجمهور يمتلك قاعدة معرفية واسعة عن المدن الذكية، مما يعزز من فعالية الإعلام في زيادة الوعي بأهميتها لبناء مجتمع مستدام وتحقيق العوائد الاقتصادية وتحسين البيئة. وأوصت بضرورة تنويع أساليب الإعلام لتشمل المزيد من الوسائل الرقمية والتقليدية لزيادة الوعي بأهمية المدن الذكية، وأكدت على ضرورة تحسين تناول القضايا المتعلقة بالمدن الذكية لضمان تعزيز المشاركة المجتمعية.

طريقة التسلسل التاريخي:

دراسة (Xu et al., 2022)

هدفت الدراسة إلى التعرف على إمكانات الرقمنة في خلق مجتمع عادل ومستدام بيئيًا وصحيًا بأبعاده (الرقمنة، التنمية المستدامة، الاستدامة البيئية، التنمية الاجتماعية والاقتصادية) على المجتمع والعالم البيئي في المجتمعات الحضرية والريفية، واستخدمت الدراسة المنهج التحليلي الاستشراقي، وتكونت العينة من الدراسات والآراء المتعلقة بتأثير الرقمنة على الاستدامة والتنمية.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الرقمنة توفر فرصًا فريدة لحل التحديات المتعلقة بالاستدامة طويلة الأجل، من خلال توفير الوصول إلى شبكة ضخمة من البيانات غير المستغلة التي يمكن أن تساعد المجتمع والبيئة. وأوصت بضرورة تبني استراتيجية شاملة للرقمنة لتحقيق نمو عادل وفعال ومستدام، وتحسين جودة الحياة، وتعزيز الشفافية في الحوكمة العامة وبرامج الرفاهية العامة.

طريقة التسلسل التاريخي:

دراسة (Gregori et al., 2023)

هدفت الدراسة إلى التعرف على قيادة الأعمال المستدامة على المنصات الرقمية بأبعاده (الربط الرقمي، نماذج الأعمال، الممارسات الاجتماعية والمادية، دور الوكالات الرقمية) على الاستدامة وخلق القيمة من خلال منصات رقمية مثل يوتيوب في المبادرات الريادية، واستخدمت الدراسة المنهج التحليلي النوعي مع النظرية الاجتماعية المادية، وتكونت العينة من ١٩ مبادرة ريادية مستدامة على منصة يوتيوب. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن قيادة الأعمال المستدامة على المنصات الرقمية تُحقق الاتصال الرقمي من خلال تكوينات مبتكرة لنماذج الأعمال، بمشاركة كل من الفاعلين البشر وغير البشر (الرقميين)، مما يعزز القيمة الاجتماعية والبيئية، ويُظهر دور الوكالات الرقمية في جعل الاستدامة مرئية. وأوصت بضرورة التركيز على تكوين نماذج الأعمال المبتكرة التي تدعم الاستدامة من خلال الربط الرقمي، وتعزيز دور الوكالات الرقمية في تسليط الضوء على المبادرات المستدامة.

طريقة التسلسل التاريخي:

دراسة (Kalmamatova et al., 2024)

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور التكنولوجيا الرقمية في تعزيز أهداف التنمية المستدامة (SDGs) في التعليم بأبعاده (التكنولوجيا الرقمية، التحول التربوي، الاستدامة، تمكين الطلاب) على البيئات التعليمية وأثرها على التعليم المستدام في المؤسسات التعليمية، واستخدمت الدراسة المنهج الاستكشافي التحليلي، وتكونت العينة من الدراسات والمقالات المتعلقة بتطبيقات التكنولوجيا الرقمية في التعليم وأهداف التنمية المستدامة. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن التكنولوجيا الرقمية تلعب دورًا مهمًا في سد الفجوات بين الممارسات التربوية التقليدية واحتياجات التعليم في القرن الواحد والعشرين، كما تساهم في تمكين الطلاب من أن يكونوا مساهمين نشطين في المجتمع من خلال بيئات تعليمية شاملة وعادلة. وأوصت بضرورة دمج التكنولوجيا الرقمية في التعليم لتحقيق أهداف التنمية المستدامة، وتعزيز الاستدامة، وتمكين الطلاب من المشاركة الفعالة في المجتمع.

طريقة التسلسل التاريخي:

دراسة (Agarwal et al., 2024)

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام والتواصل في زيادة الأعمال المستدامة بأبعاده (الإعلام، سلوك المستهلك، ممارسات الشركات، بناء العلامة التجارية) على تطوير الممارسات التجارية المستدامة في الشركات الناجحة، واستخدمت الدراسة المنهج التحليلي مع استعراض المقالات العلمية والدراسات التجريبية ذات الصلة، وتكونت العينة من الدراسات والمقالات المتعلقة بتأثير الإعلام على الممارسات المستدامة. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الإعلام والتواصل يلعبان دورًا مهمًا في تشكيل الرأي العام وفهم الجمهور للممارسات المستدامة، مما يؤثر على سلوك المستهلك واحتياجات السوق، كما أن الشركات المستدامة تستخدم منصات الإعلام بشكل استراتيجي للتواصل مع الجمهور وبناء قيمة علامتها التجارية. وأوصت بضرورة استكشاف المجالات البحثية الاستراتيجية في الإعلام والتواصل لتعزيز الاستدامة في النظام البيئي الشركات.

طريقة التسلسل التاريخي:

دراسة (درويش والعبدة العظيم، ٢٠٢٤)

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الرقمي في تنمية المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة في المجتمع السعودي، وذلك في ظل التطورات الحالية في الأنثروبولوجيا الرقمية، فقد تم استخدام المنهج، كما تم استخدام منهج دراسة الحالة لمركز العمل التطوعي في الأحساء، وقد اعتمدت الدراسة على أدواتي الملاحظة والمقابلة التي طبقت على عينة قصدية من العاملين بمركز العمل التطوعي بالأحساء وعددهم ٢٢ مفردة.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن العاملين في مركز العمل التطوعي بالأحساء يدركون القضايا البيئية التي يتم نشرها عبر وسائل الإعلام الرقمي في ظل العصر الرقمي الحالي، كما أن الغالبية العظمى من المبحوثين في عينة الدراسة يعتقدون أن للإعلام الرقمي دورا فعالا في تعزيز الثقافة البيئية في عصر الأنثروبولوجيا الرقمية، من خلال توفير المعرفة والتثقيف بالقضايا البيئية في المناسبات البيئية عبر وسائل الإعلام الرقمي

منهجية البحث (Methodological Classification)

أولاً: الدراسات التي استخدمت المنهج الوصفي التحليلي

اعتمدت دراسة الغمراوي وعبد الحميد (٢٠٢٢) على المنهج الوصفي التحليلي لتوضيح دور الإعلام في رفع وعي الجمهور بأهمية المدن الذكية كأحد متطلبات التنمية المستدامة. تميزت الدراسة بتركيزها على تحليل استجابات الجمهور تجاه الإعلام الرقمي والتقليدي، وأظهرت أن الإعلام الرقمي أكثر تأثيراً واستمرارية في التوعية، مما يعزز من دوره في بناء مجتمع مستدام. ويمثلها في الاتجاه دراسة Kalmamatova et al. (2024) التي استخدمت المنهج الاستكشافي التحليلي لبحث دور التكنولوجيا الرقمية في تعزيز التعليم المستدام، حيث ركزت على تحليل بيانات التعليم الرقمية ودورها في تمكين الطلاب وتحقيق أهداف التنمية المستدامة.

يتضح أن كلا الدراستين اعتمدتا على الوصف والتحليل التفسيري للظواهر التعليمية والإعلامية دون تدخل تجريبي، مما سمح بفهم عميق للعلاقات بين التكنولوجيا والاستدامة في الواقع التطبيقي.

منهجية البحث (Methodological Classification)

ثانياً: الدراسات التي استخدمت المنهج التحليلي النوعي

استخدمت دراسة (Gregori et al. (2023) المنهج التحليلي النوعي ضمن إطار النظرية الاجتماعية المادية، حيث درست ١٩

مبادرة ريادية مستدامة على منصة يوتيوب. ركزت على فهم ديناميكيات التفاعل بين الفاعلين البشر والرقميين في المنصات

الرقمية، وكيف تؤدي هذه العلاقات إلى خلق قيمة اجتماعية وبيئية.

كما اعتمدت دراسة درويش والعبداالعظيم (٢٠٢٤) على المنهج النوعي من خلال دراسة حالة لمركز العمل التطوعي في الأحساء،

واستخدمت أدوات الملاحظة والمقابلة لتحليل دور الإعلام الرقمي في تنمية المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة.

يتبين أن الدراسات النوعية ركزت على العمق التفسيري والسياق الثقافي والسلوكي، وساهمت في فهم البعد الاجتماعي والإنساني

لاستخدام التقنيات الرقمية في تعزيز الاستدامة.

منهجية البحث (Methodological Classification)

ثالثاً: الدراسات التي استخدمت المنهج التحليلي الكمي

تُعد دراسة (Al Adwan & Altrjman (2023) مثالاً على التوجه الكمي في دراسة العلاقة بين التسويق الرقمي واستدامة العلامة التجارية. استخدمت نموذج المعادلات الهيكلية لتحليل البيانات المجمعة من المسوقين ومديري الأسواق عبر استبيانات إلكترونية. تميزت الدراسة بتقديم تحليل إحصائي دقيق يربط بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتطوير استراتيجيات الاستدامة، مما مكّنها من الوصول إلى نتائج كمية تدعم القرارات الإدارية في مجال التسويق المستدام. وتُظهر هذه المنهجية انتقال البحوث نحو القياس الكمي للعلاقات بين المتغيرات الرقمية والتنظيمية، بما يوسع نطاق التعميم ويعزز دقة النتائج.

منهجية البحث (Methodological Classification)

رابعاً: الدراسات التي استخدمت المنهج التحليلي الاستشراقي

اعتمدت دراسة Xu et al. (2022) على المنهج التحليلي الاستشراقي في بحثها حول إمكانيات الرقمنة لتحقيق مجتمع عادل ومستدام بيئياً واقتصادياً. ركزت على استشراق مستقبل الرقمنة وتأثيرها على التنمية المستدامة من خلال تحليل الأدبيات والرؤى المستقبلية. تتميز هذا النوع من الدراسات بقدرته على استباق الاتجاهات المستقبلية ووضع توصيات استراتيجية لتوظيف التكنولوجيا في خدمة الاستدامة طويلة الأمد.

.

.

منهجية البحث (Methodological Classification)

خامساً: الدراسات التي استخدمت المنهج التحليلي النظري أو الاستعراضي

اعتمدت دراسة (Agarwal et al. (2024 على منهج تحليلي استعراضي، إذ استعرضت المقالات العلمية والدراسات التجريبية المتعلقة بدور الإعلام والتواصل في ريادة الأعمال المستدامة.

تميزت الدراسة بتركيزها على تحليل الاتجاهات البحثية أكثر من جمع بيانات ميدانية، وبيّنت أن الإعلام يسهم في تشكيل سلوك المستهلك وبناء العلامة التجارية المستدامة للشركات.

هذا النمط من الدراسات يُعد مفيداً لتكوين إطار معرفي شامل للموضوع وتحديد الفجوات البحثية المستقبلية.

- .
- .
- .

المراجع

- درويش، جهاد مصطفى كرم، و العبدالعظيم، ماجد عبدالعزيز عبدالرحمن. (٢٠٢٤). الإعلام الرقمي وتنمية المسؤولية الاجتماعية تجاه البيئة في المجتمع السعودي. مجلة التواصل، مج ٣٠، ع ١٤، ١ - ١٦.
- الغمراوي، رجاء، و عبدالحميد، غادة محمود. (٢٠٢٢). دور الإعلام في توعية الجمهور بالمدن الذكية لتعزيز التنمية المستدامة. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع ٨٠، ٥٧٩ - ٦٢٣.
- Agarwal, N., Agarwal, E., & Hipona, J. B. (2024). Role of Media and Communication on Sustainable Entrepreneurship (pp. 178–191). Routledge. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-2197-3.ch010>
- Al Adwan, A., & Altrjman, G. (2023). The role of social media marketing and marketing management promoting and developing brand sustainability strategy. Available at SSRN 4436265. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.9.011>
- Gregori, P., Holzmann, P., & Audretsch, D. B. (2023). Sustainable entrepreneurship on digital platforms and the enactment of digital connectivity through business models. Business Strategy and The Environment. <https://doi.org/10.1002/bse.3551>
- Xu, J., She, S., & Liu, W. (2022). Role of digitalization in environment, social and governance, and sustainability: Review-based study for implications. Frontiers in psychology, 13, 961057. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.961057>



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

