ISSN: 1994-4217 (Print) 2518-5586(online)

Journal of College of Education

Available online at: https://eduj.uowasit.edu.iq

The Use of Public Relations Practitioners of Social Media Pages to Promote the Sustainable Development Goals (SDGs) 2030 (An Analytical Study of the Provincial Councils of Baghdad, Basra, and Nineveh)

Dr. Arrak Ghanim Mohammed

Samarra University, College of Arts

Email: arrak@uosamarra.edu.iq

Keywords:

Sustainable development, social communication, Framing Theory automated analysis.

CC BY

Article info

Article history:

Received 4.Sep.2025

Accepted 30.Sep.2025

Published 10.Febr.2026

ABSTRACT

The study aims to analyze how local governments in Iraq utilize social media platforms to promote the Sustainable Development Goals (SDGs), through examining the frames and their functions across 988 Facebook posts published by the Provincial Councils of Baghdad, Basra, and Nineveh.

The research focuses on exploring the strategic depth employed by local governments in leveraging social media to advance the SDGs, using the survey method and a content analysis form to collect data, followed by the application of Automated Content Analysis (ACA) as a digital processing tool for text analysis to extract the dominant frames and their functions.

The findings revealed that the provincial councils employ framing functions in descending order — mobilization, information, solution, outcome, and attribution — with no significant variation in their association with the SDGs within the analyzed sample. Furthermore, the distribution of frames across the SDGs appeared statistically closer to randomness, rather than being clearly directed or systematically interconnected.

© 2026 EDUJ, College of Education for Human Science, Wasit University

DOI: https://doi.org/10.31185/eduj.Vol62.Iss1.4770

استعمال ممارسو العلاقات العامة لصفحات التواصل الاجتماعي لتعزيز أهداف التنمية المستدامة 2030 (دراسة تحليلية لمجالس محافظة بغداد والبصرة ونينوى)

أ.م.د. عراك غانم محمد
جامعة سامراء – كلية الآداب ـ قسم الإعلام

المستخلص

يهدف البحث إلى تحليل كيفية استعمال الحكومة المحلية في العراق لوسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز أهداف التنمية المستدامة، وذلك بتحليل الاطر ووظائفها من ٩٨٨ منشور على صفحات الفيسبوك لكل من مجلس محافظة بغداد والبصرة ونينوى.

ويركّز البحث على استكشاف العمق الاستراتيجي الذي تستعمله الحكومة في الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز أهداف التنمية المستدامة، من خلال استعمال المنهج المسحي وأداة تحليل المضمون، لجمع البيانات، ومن ثم تحليلها بتقنية التحليل الآلي للمضمون (Automated Content Analysis) كأداة معالجة رقمية لتحليل النصوص، لاستخراج الأطر ووظائفه.

وأظهرت النتائج أنَّ مجالس المحافظات تستعمل وظائف التأطير وبالعد التنازلي (التعبئة والإعلام و الحل و النتيجة و الإسناد)، فهي لا تختلف بشكل جوهري من حيث ارتباطها بأهداف التنمية في العينة التي تم تحليلها، كما أن توزيع الإطارات عبر SDGs كان أقرب إلى العشوائية إحصائيًا، وليس موجهًا أو مترابطًا بشكل واضح.

الكلمات المفتاحية: التنمية المستدامة ، التواصل الاجتماعي ، نظرية الأطر، التحليل الآلي.

المقدمة

بدأ تطوير أهداف التنمية المستدامة (SDGs) في مؤتمر الأرض الذي عُقد في البرازيل عام ١٩٩٢، عندما اتفقت الدول المشاركة على اعتماد "أجندة ٢١" بهدف تطوير شراكة عالمية لتحسين جودة حياة الإنسان وحماية البيئة (United Nations, n.d.)، وفي ٢٤ سبتمبر ٢٠١٥، وقّعت الدول الأعضاء في الأمم المتحدة، البالغ عددها ١٩٣ دولة، اتفاقية حكومية دولية شاملة لتحقيق ١٧ هدفًا من أهداف التنمية المستدامة، والتي تشمل القضاء على الفقر والجوع، وتوفير الصحة والتعليم، والمساواة بين الجنسين، واشاعة السلام والنمو الاقتصادي وجودة المؤسسات، ومنذ ذلك الحين استجابت الكثير من الدول والمؤسسات، واتخذت إجراءات عالمية ومحلية لتحقيق وتعزيز هذه الأهداف، ووظفت الحكومات مواقع التواصل الاجتماعي في بناء علاقاتها مع الجماهير والشعوب في تعزيز وتحقيق اهداف التنمية المستدامة، ليرافق هذا الاهتمام العالمي الحاجة الى دراسات تحليلية وبحثية تواكب هذا التحول.

مع ان أغلب الدراسات السابقة لم تركز على تحليل مضمون الرسائل (كيوش، ٢٠٢٣، الصفحات ١٣–٣٧) في حين لم تستعمل كثير من الدراسات وظائف الاطر، وبقى اعتمادها محصور في استخراج الاطر فقط، مع ان الكثير من الدراسات مالت الى نتائج التعبئة قصيرة الاجل، مما ترك فجوة في فهم كيفية استفادة الحكومات من مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق مشاركة مستدامة، اذ يعتبرها (Mulholland, Bernardo, & Berger, 2017) خطوة اولى غير كافية، مع التأكيد على اهمية التعبئة طويلة الاجل لبناء السلوك الواعي المستدام.

وجاءت حاجتنا الماسة لمزيد من البحث والدراسة لمعرفة كيفية تحسين المؤسسات لاستراتيجيات الاستدامة، وكيفية استخدام الحكومات لمواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز المشاركة المجتمعية الشاملة، ولسد هذه الفجوة يركز البحث على ثلاثة محاور يتمثل المحور الاول بالاطار المنهجي متمثلا بمشكلة البحث وفرضياته واهميته واهدافه ومنهجه وعينته، في حين تناول المحور الثاني الاطار النظري والمتمثل بالعلاقات العامة الحكومية والتنمية المستدامة، اما المحور الثالث فتناولنا الاطار العملي وعرض وتفسير نتائج البحث التي توصل اليها الباحث واهم الاستنتاجات والتوصيات، وختمها بالمصادر.

المحور الاول: الاطار المنهجي

اولا: مشكلة البحث وفرضياته: تمثل مواقع التواصل الاجتماعي أداة رئيسة في مجالس المحافظات العراقية للتواصل مع المواطنين وتزويدهم بالمعلومات، وبناء تصورات ايجابية، ومع ذلك يوجد فهم محدود لكيفية استخدام هذا المجالس للأطر الاعلامية في رسائلها، والمتعقلة باهداف التنمية المستدامة، مما يترك فجوة معرفية حول الاستراتيجية الرقمية التي يمكن ان تستخدمها المجالس في تعزيز أهداف التنمية المستدامة.

وتكمن مشكلة البحث في التساؤلات الآتية:

١. ما أهداف التنمية المستدامة التي استخدمتها مجالس المحافظات – محل البحث– ؟
٢. ما الأطر التي استخدمتها مجالس المحافظات _ محل البحث_ لتعزيز اهداف التنمية المستدامة؟
٣. ما وظائف الأطر التي استخدمتها مجالس المحافظات _ محل البحث_ في صفحاتها عبر الفيسبوك؟
٤. كيف تختلف تفاعلات الجمهور مع منشورات مجالس المحافظات التي تتبنى وظائف أطر مختلفة؟

الفرضيات البحثية

الفرضيات المعلقة باختبار كاي تربيع (Chi-Square Test)

١. الفرضية الصفرية :(H0) لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين نوع الإطار المستخدم في منشورات مجالس المحافظات والهدف التنموي.
٢. الفرضية البديلة :(H1) توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين نوع الإطار المستخدم في منشورات مجالس المحافظات والهدف التنموي.

الفرضيات المتعلقة بالانحدار السالب ثنائي الحدين (Negative Binomial Regression)

١. الفرضية الصفرية:(H0) لا يوجد تأثير ذات دلالة إحصائية لأنواع الإطارات المستخدمة في منشورات مجالس المحافظات على حجم التفاعل الجماهيري في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي.
٢. الفرضية البديلة:(H1) يوجد تأثير ذات دلالة إحصائية لأنواع الإطارات المستخدمة في منشورات مجالس المحافظات على حجم التفاعل الجماهيري في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي.

ثانيا: أهمية البحث

١- حاجة ممارسي العلاقات العامة لقياس وتقييم فاعلية برامج وانشطة الاستدامة، ولمعرفة ما اذا كانت استراتيجياتهم الاعلامية قد نجحت.
٢- توسيع فهمنا لنظرية التأطير باستخدام الاطارات وربطها بسياسات مجالس المحافظات ازاء اهداف التنمية المستدامة.

٣- توسيع دور الحكومات في التواصل والتشبيك وبناء العلاقات مع الجماهير، وتحشيدهم لدعم سياسات الحكومات التنموية.

٤- تقديم استراتيجيات لتأطير الرسائل الاتصالية لجذب انتباه الجماهير وتحفيز مشاركتهم، وبما يتناسب وتعزيز اهداف التنمية المستدامة.

ثالثا: اهداف البحث

١- تصنيف الاطر ووظائف الاطر التي تؤديها العلاقات العامة في اطار تنفيذ اهداف التنمية المستدامة.

٢- تحليل العلاقة بين الاطر واهداف التنمية المستدامة.

٣- الكشف عن علاقة تفاعل الجمهور مع المنشورات الحكومية التي تستخدم وظائف الاطر.

٤- تحليل الفروقات في تفاعلات الجمهور مع المنشورات الحكومية.

٥- توفير تجارب مبتكرة واستراتيجيات ناجعة تستخدمها الحكومات لحشد العمل الجماعي والحفاظ على مشاركة الجمهور وتفاعله.

رابعا: منهج البحث واداتها

اعتمد الباحث على المنهج المسحي وادة تحليل المضمون لجمع البيانات الخاصة بمنشورات مجالس المحافظات، وبعد جمع البيانات استخدم الباحث تقنية التحليل الآلي للمضمون (Automated Content Analysis) كأداة معالجة رقمية لتحليل النصوص واستخراج الاطر والوظائف. ويعرف تحليل المحتوى الآلي (ACA) هو تقنية لترميز الرسائل بمساعدة خوارزميات حاسوبية، أي طريقة لا يتطلب فيها قرار الترميز الفعلي، أي تعيين رموز للمستندات أو العناصر النصية أو السمعية البصرية المفردة، حكمًا بشريًا، وبالتالي يتم تنفيذه تلقائيًا (SCHARKOW, 2017, p. 1).

ويكمن السبب وراء اختيار هذه الاداة قدرته على التعامل مع كميات كبيرة من البيانات بسرعة وكفاءة عالية، مع تقليل التحيز البشري والوصول الى نتائج كمية يمكن الاجابة فيها على تساؤلات البحث.

خامسا: مجتمع البحث وعينته

يتمثل مجتمع البحث بصفحات التواصل الاجتماعي لمجالس المحافظات العراقية، والبالغ عددها (١٨) صفحة تمثل المحافظات كافة، تم اختيار ثلاث مجالس لمحافظات وهي كل من(بغداد، البصرة ، نينوى) وتم اختيارها قصديا لتمثيل التنوع الجغرافي والسكاني والاداري.

تم جمع ١٥٨٤ منشور في العينة الكاملة لصفحات مجالس محافظات بغداد، البصرة، ونينوى، وتم استبعاد ٤٩٢ منشور لعدم ارتباطها بشكل مباشر بأهداف التنمية المستدامة، والتي اشتملت على قضايا تتعلق بالتهاني والمناسبات والنعي والتعازي او منشورات ادارية داخلية، وكان عدد المنشورات التي تم تحليلها هي ٩٨٨ منشوراً ارتبطت بشكل مباشر بأهداف التنمية المستدامة.

سادسا: حدود البحث

الحدود المكانية: تتمثل الحدود المكانية بصفحات التواصل الاجتماعي لمجالس المحافظات الثلاث (بغداد، البصرة، نينوى).

الحدود الزمانية: تم الاعتماد على الحصر الشامل لجميع المنشورات خلال المدة ٢٠٢٤/٨/١ الى ٢٠٢٥ /٧/٣١ لإتاحة اكبر عدد ممكن من المنشورات لاستخراج الاطارات ووظائفها.

سابعا: اختبار الصدق: صدق المحتوى(Content Validity)

للتأكد من ملاءمة فئات التحليل والمؤشرات الإطارية (التعبئة، الإعلام، الحل، النتيجة، الإسناد) وأهداف التنمية المستدامة، جرى عرض دليل الترميز الآلي وقوائم المفردات على **لجنة تحكيم** والتي تكونت من ثلاثة خبراء في الاتصال والعلاقات العامة وهم كل من (ا.د. خلف كريم كيوش/ جامعة واسط، ا.د. حيدر شلال متعب/ جامعة كربلاء ، أ.م.د. ليث صبار جابر / جامعة ميسان) ، تائج التحكيم **ارتفاع صدق المحتوى**؛ إذ بلغت قيمة **S-CVI/Ave = 0.88**، وهي قيمة تشير الى نسبة صدق مرتفع، اي ان الادارة صالحة لقياس الظاهرة مقصد البحث.

ثامنا: الثبات

للتأكد من استقرار نتائج الاداة وثبات أداة التحليل، استخدم الباحث معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لقياس درجة الاتساق الداخلي بين فئات التحليل، وبعد اجراءات المتعلقة بإدخال البيانات الخاصة بعينة البحث واختبارها، بلغت قيمة معامل الثبات$0.87 = \alpha$ ، وهي قيمة تشير إلى مستوى ثبات مرتفع، وتمتعها بدرجة عالية من الاتساق والاستقرار في قياس فئات الإطارات ووظائفها المرتبطة بأهداف التنمية المستدامة، مما يجعلها مناسبة للاستخدام في تحليل مضمون منشورات مجالس المحافظات على شبكات التواصل الاجتماعي.

تاسعا: النظرية الموجهة للبحث

يعتمد البحث على نظرية التأطير لسببين:

الأوّل: ينصب تركيز هذا البحث على كيفية استعمال مجالس المحافظات _ محل البحث_ لوسائل التواصل الاجتماعي لحشد المواطنين للمشاركة في العمل الجماعي وكيف ساهمت في بناء المعلومات والتركيز على جوانب معينة متعلق بأهداف التنمية المستدامة، كما تستكشف النظرية كيفية عالج الجمهور المعلومات التي تُقدمها الحكومة.

ثانيَا: تُركز النظرية على كيفية تأثير بناء المعلومات على إدراك الجمهور واستجابته.

ويعرف (Entman, 1993, p. 52) التأطير بأنه "اختيار بعض جوانب الواقع المُدرَك وجعلها أكثر بروزًا في النص الاتصالي، بطريقة تعزز تعريف مشكلة معينة، أو تفسيرًا سببيًا، أو تقييمًا أخلاقيًا، او توصية بمعالجة للعنصر الموصوف."

وبذلك فان استعمال الحكومات لوسائل التواصل الاجتماعي تؤثر على افكار وردود افعال الجماهير واستجاباتهم، ومساعدتهم في تفسير الاحداث وفقا للكلمات والنصوص التي تم اختيارها التي انتقتها الحكومات واستبعاد البعض الآخر، والذي بدوره سيبني رؤيته للموضوع او المشكلة والحلول اللازمة (احمد، ٢٠٠٨، الصفحات ٢٢٠-٢٢٢).

المحور الثاني: العلاقات العامة الحكومية والتنمية المستدامة

أدى تطور وسائل التواصل الاجتماعي إلى توسيع إمكانيات بناء وتعزيز العلاقات بين القطاع العام والجمهور، ونادرًا ما كانت الحكومات تملك فرصًا للتواصل المباشر مع المواطنين، لكن الانتشار الكبير لوسائل التواصل الاجتماعي أتاح منصات للتواصل المباشر مع الجمهور، ومع الاتاحة، زادت تعقيدات وأعباء الاتصال على الحكومات نتيجة تعدد وظائف

وسائل التواصل ومهامها، مما خلق الحاجة لأدوار اتصالية جديدة، مثل: المتحدث الرسمي، الوسيط، ومن ناحية أخرى، توفر وسائل التواصل فرصًا مهمة للحكومات لحشد المواطنين في قضايا سياسية، بيئية او صحية كبرى، فهي تمكّن من نشر المعلومات بسرعة وفاعلية، وتعزز المشاركة العامة، وتبني روابط أوثق مع المواطنين، مما يزيد إحساسهم بالمسؤولية والانخراط، ويشجع على تكوين فعل جماعي مشترك (Guo, Qu, Wang, & Xu, 2025, p. 2).

ولتعظيم العمل مع الجمهور لابد ان تتوفر في مواقع المؤسسات الحكومية ادوات الاتصال، وتشجيع التواصل التشاركي، للاستماع للجمهور والتعبير عن آرائهم ومعرفة احتياجاتهم، كما يجب ان تتم معاملة الجمهور بعدّه جمهوراً مستنيراً وليس جمهوراً سلبياً يحتاج الى المعلومات، وهذا سيحولهم لجمهور مدافع عنك وعن افكارك، فالمهم ان يتم تحفيز الجمهور نحو المشاركة الاجتماعية والمشاركة في الحياة الواقعية (الاتصال السلوكي) ومن ثم نشرها عبر هذه المنصات (الاتصال الرمزي) (ماهوني و خضر، ٢٠٢١، صفحة ١٠٠).

اولا: الاستدامة المؤسسية

ينطوي مفهوم التنمية المستدامة على حدود – ليست حدودًا مطلقة، بل قيود تفرضها الحالة الراهنة للتكنولوجيا والتنظيم الاجتماعي على الموارد البيئية، وقدرة المحيط الحيوي على استيعاب آثار الأنشطة البشرية، وقد اكتسبت التنمية المستدامة رواجًا مع تعريف تقرير برونتلاند يشير التعريف الى "التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها" (WCED, 1987) . عرّف van Marrewijk & Werre , 2003, p.) (107 استدامة الشركات بأنها "أنشطة الشركة التي تُظهر إدماج الاهتمامات الاجتماعية والبيئية في عملياتها التجارية وتفاعلاتها مع أصحاب المصلحة".

تشمل التنمية المستدامة على مجموعة أبعاد وهذه الأبعاد مترابطة بشكل وثيق وتعتمد على بعضها البعض، على سبيل المثال، إذا كان أحد العوامل يؤثر على بعد معين، فقد يكون لذلك عاجلاً أم آجلاً عواقب إيجابية أو سلبية على الأبعاد الأخرى، ويتم قياسها بمؤشرات معينة، ومع ذلك، فإن طرق القياس هذه تخضع لاختلاف في الآراء والتوجهات، حيث يصعب قياس بعض الجوانب، ولا يمكن التمييز بشكل واضح بين الأبعاد الثلاثة لأنها تتداخل إلى حد ما ولها نقاط تقاطع مشتركة، يمكن توضيح أوجه الترابط داخل مثلث الاستدامة باستخدام المثال الاتي: إذا قامت شركة متعددة الجنسيات بإنشاء وظائف جديدة في دولة نامية أو ناشئة، فإنها تزيد من مستوى المعيشة المادي والقوة الشرائية محليًا **(البعد الاقتصادي)** عن طريق نقل المعرفة والتكنولوجيا، وهذا يمكن السكان المحليين من الحصول على فرص أفضل للتعليم والصحة **(البعد الاجتماعي)**، ومع ارتفاع الدخل، يزداد الاستهلاك أيضاً، وهو أمر مرغوب فيه من منظور اجتماعي واقتصادي. وعلى المدى القصير فإن المزيد من الاستهلاك والمزيد من الإنتاج من الممكن أن يؤدي بالفعل إلى زيادة في انبعاثات ثاني أكسيد الكربون، ولكن على المدى الطويل، يسمح ارتفاع الدخل للسكان المحليين بالاستثمار في سلع أكثر استدامة بيئياً، مثل أنظمة تكييف الهواء الأكثر كفاءة، فضلاً على ذلك، فإن إدخال التكنولوجيات الجديدة من قبل الشركات الأجنبية غالباً ما يساعد في جعل الإنتاج المحلي أكثر كفاءة في استخدام الموارد **(البعد البيئي)**.

(Atteslander & Ramò, 2020).

ولأن معظم الناس يعتمدون على وسائل الإعلام للحصول على معلومات عن المؤسسات، فإن الدعاية الإخبارية لممارسات الاستدامة تُشكل تصورات الناس، يمكن أن تُعرّض التغطية الإعلامية السلبية الواسعة والشديدة لقضايا الحوكمة البيئية والاجتماعية وحوكمة المؤسسات لضغوط تتعلق بسمعتها، مما يؤدي إلى ردود فعل سلبية، ويمكن ان يؤدي الى إقالة الرؤساء والمدراء، والإضرار بأداء المؤسسة، أن التعرض للتقارير الإخبارية السلبية حول ممارسات المسؤولية الاجتماعية

للشركات يدفع الناس إلى تكوين موقف سلبي تجاه المؤسسة، ومع تزايد عدد المؤسسات التي تتجه نحو ممارسات الاستدامة الاجتماعية، تزداد أهمية الأصالة، وتشير أصالة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات إلى مدى اعتقاد الجمهور بأن أنشطة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات التي تُمارسها المؤسسة تُقدم للمجتمع حقًا، وليس لمصلحتها الخاصة، تشير الأصالة المُدرَكة إلى "صدق واتساق التزام المؤسسة بالقضية المُناصرة، بما يعكس الهوية الحقيقية للمنظمة" ، يؤدي غياب الأصالة إلى انخفاض الثقة وتكوين انطباع سلبي عن المنظمة (Liu & Zhang, 2025, p. 3).

ثانيا: التنمية المستدامة والعلاقات العامة

ترى (Canel, 2025) أن العلاقات العامة هي المجال الأنسب لتعزيز العلاقة الجوهرية بين العلاقات العامة وأهداف التنمية المستدامة من خلال التواصل، والتعاون، وبناء الثقة، وأن تقدم الدول في تحقيق الأهداف الـ١٧ سيوازي مدى تقدم الباحثين والممارسين في العلاقات العامة في فهم وتبني دور هذا التخصص، وتشير(Canel) إلى أن هذا الإطار لا يمكن أن ينجح دون تعاون جميع القطاعات العامة والخاصة لإيجاد حلول فعّالة للتحديات المعقدة، وقد أكدت جائحة كوفيد-١٩ هذا الترابط بين الدول، حيث أظهرت أن مواجهة الأزمات العالمية تتطلب تعبئة جماعية تشمل المواطنين والمتطوعين ومنظمات المجتمع المدني والشركات والهيئات الدولية، ولكي تحظى أجندة ٢٠٣٠ وأهداف التنمية المستدامة بأكبر فرصة للنجاح، يجب أن ترافقها أنشطة اتصال وتوعية تصل إلى أكبر عدد ممكن من أصحاب المصلحة"، كما أن الاتصال وحده لا يكفي، فالعنصر الحاسم هو العلاقات التي تُبنى من خلال هذا الاتصال، أي أن التعاون والشراكة هما جوهر الاستدامة، والعلاقات العامة هي الحقل الذي يُجسّد هذا البعد التفاعلي، ولأن أجندة ٢٠٣٠ متعددة الأبعاد والمستويات والأطراف، يمكن القول إنها أيضًا "أجندة علائقية"، أي أن جوهرها هو إدارة العلاقات والتواصل البنّاء.

ثالثا: وظائف الاطر في سياق العلاقات العامة

اقترح (Entman, 1993, p. 52) اربعة وظائف أساسية للأطر تتكون من:

١- تعريف المشكلة: تحديد ما المشكلة وما الذي يستحق الاهتمام، فمثلا منشور تعريفي بمشكلة تلوث المياه في البصرة، وكيف يمكن ان تؤثر على صحة المواطنين وسبل عيشهم.
٢- تشخيص الأسباب: تحديد العوامل التي تسببت وساهمت بوجود المشكلة ، فمثلا منشور يوضح السبب الرئيسي للفياضات في بغداد، سواء كانت ضعف مشاريع الصرف الصحي او القاء النفايات وسواهما.
٣- التقييم الأخلاقي: تقييم الفاعلين أو الأحداث أو السياسات أخلاقيًا، بالحكم عليها بأنها صحيحة/خاطئة، عادلة/ظالمة. فمثلا منشور يوضح القاء النفايات في الانهر يتقاطع مع الاخلاقيات والقوانين، وتشجيع الحملات التي تعزز البيئة النظيفة
٤- اقتراح الحلول: تقديم حلول أو سياسات لمعالجة المشكلة والتنبؤ بآثارها المحتملة، فمثلا اطلاق مشروع لزراعة مليون شجرة في نينوى ودعوة الجماهير لدعم المبادرة لمكافحة التصحر والجفاف.

استنتجت دراسات عديدة وظائف إطارية عديدة ومتنوعة للحكومات من حالات أو مواضيع محددة، فقد أفاد (تشانغ وزملائه ٢٠٢٠) أنه خلال الأزمات مثل الزلازل والكوارث والانفجارات وفضائح اللقاحات، غالبًا ما تستخدم الوكالات الحكومية أطرًا للإبلاغ، والإجراءات التصحيحية، ومنح الفضل في اتصالاتها على مواقع التواصل الاجتماعي، مما يلعب دورًا في إثارة المشاعر الوطنية وتعزيز التماسك الاجتماعي، وأشار (جيركن وفان دير مير ٢٠١٩) إلى أن بعض الوكالات الحكومية غالبًا ما تنشر رسائل "طاقة إيجابية" على صفحات التواصل الاجتماعي، حيث تُعد مناصرة القيم

وظيفة إطارية أساسية للحكومات في بناء القومية واكتساب الشرعية، عندما تصبح وسائل التواصل الاجتماعي منصةً للحكومات لإدارة العلاقات العامة وإجراء التعبئة الاجتماعية، فمن خلال تبني أطر استراتيجية محددة، يمكن للحكومات جذب انتباه المواطنين ومشاركتهم بسرعة في بعض المحتوى، على سبيل المثال، باستعمال أطر ذات وظيفة الإسناد، يمكن للحكومات تشجيع الجمهور على التفكير في العوامل الضارة بأهداف التنمية المستدامة، ومن خلال الاستفادة من الأطر ذات وظيفة التعبئة، يمكن للحكومات إلهام الأفراد والمجتمعات لاتخاذ إجراءات.

.(Guo, Qu, Wang, & Xu, 2025, p. 3)

المحور الثالث

عرض وتفسير نتائج البحث

يتناول المحور تقديم الاطار العملي للبحث، من خلال البيانات التي جمعت من خلال تحليل المضمون الآلي من صفحات التواصل الاجتماعي، بما يتيح الوقوف على المضامين المتعلقة بتعزيز اهداف التنمية المستدامة، كما ويشمل وصفا لمنهجية البحث وطريقة معالجة المعلومات واستخراج النتائج والاستنتاجات.

اولا: اجراءات البحث

١. قام الباحث بجمع البيانات وتنظيفها، اذ جُمعَ ١٥٨٤ منشورًا وذلك من ٢٠٢٤/٨/١ الى ٢٠٢٥ /٧/٣١، بعدها قمنا بعملية تحقق يدوي، وتنظيف واستبعاد للرسائل ليست ذات صلة بأهداف التنمية المستدامة، وتوصل الباحث لاستخراج ٩٨٨ منشورًا صالحًا للتحليل.

٢. تحليل كمّي ونوعي للمنشورات: قام الباحث بجمع المنشورات المصنفة حسب فئات أهداف التنمية المستدامة المختلفة، ثم أُجري تحليل تأطير آلي باستخدام نمذجة لدى (LDA – Latent Dirichlet Allocation) وهو **نموذج احتمالي توليدي** يُستخدم لمجموعات البيانات المنفصلة مثل النصوص، الفكرة الأساسية منه، أن كل وثيقة **تُمثل كمزيج احتمالي من موضوعات كامنة**، وكل موضوع يتم تمثيله بتوزيع احتمالي على الكلمات، وبذلك تستطيع LDA أن تلتقط البنية الإحصائية الخفية في النصوص

.(Blei , Ng, & Jordan, 2003, p. 996)

٣. بعد ذلك جرى تصنيف هذه الأطر إلى وظائف تأطير باستخدام تحليل المجموعات(k–means clustering) ، وهي خوارزمية تعلم غير خاضع للإشراف، تُستخدم لتجميع البيانات (Clustering) عبر تقسيمها إلى k مجموعات متمايزة، بحيث تُوزَّع النقاط وفقًا لمدى تشابهها، يتم تمثيل كل مجموعة بمركز (Centroid) يُحسب عادةً كمعدل (Mean) لعناصرها، وتُعاد عملية إعادة التوزيع والتحديث لمواقع المراكز حتى الوصول إلى حالة استقرار أو تقارب.

. (MacQueen, 1967, p. 282)

٤. العلاقة بين الأطر وأهداف التنمية المستدامة: استُخدم اختبار كاي تربيع (Chi–square test) لاستكشاف العلاقة بين أنواع أهداف التنمية المستدامة ووظائف الأطر.

٥. قياس التفاعل الجماهيري: تم اعتبار عدد إعادة النشر + (Reposts) الإعجابات + (Likes) التعليقات (Comments) مؤشرًا على "تفاعل الجمهور." ثم جرى استخدام الانحدار السالب ثنائي الحدين (Negative Binomial Regression) هو أحد نماذج الانحدار الإحصائي المخصّص لتحليل البيانات العددية (Count Data) عندما يكون المتغير التابع Y عبارة عن أعداد صحيحة غير سالبة (٠، ١، ٢، ...) ويتبع توزيعًا ذا حدين سالب، يُستخدم هذا النموذج

كتعميم لانحدار بواسون (Poisson Regression) لمعالجة مشكلة التباين الزائد(Overdispersion) ، أي عندما يكون التباين في البيانات أكبر من المتوسط، وهو ما يخالف افتراض نموذج بواسون الذي يساوي فيه التباين المتوسط (NCSS, LLC, pp. 326-1)، وهدفه هنا لتوضيح الفروقات في التفاعل بين المنشورات التي تعتمد وظائف أطر مختلفة.

ثانيا: الاجراءات التحليلية:

أدناه جداول تمثل تحليل مضمون صفحات مجالس المحافظات – عينة البحث– والتي تضمنت عدة جداول رئيسة تمثلت بنوع الاطر ووظائفه واهداف التنمية المستدامة وربط ذلك بالتفاعل الجماهيري على الصفحات، وفقا لما يأتي:

١- عدد المنشورات: يبين جدول (١) ان صفحة مجلس محافظة بغداد قد احتل المركز الاول بعدد المنشورات والتي بلغت (٣٥٨) وبنسبة بلغت (٣٦,٢٤%)، تلاه صفحة مجلس محافظة نينوى والتي بلغت (٣٣٢) وبنسبة بلغت (٣٣,٦٠%)، بينما جاءت صفحة مجلس محافظة البصرة بالمرتبة الثالثة، بعدد تكرارات بلغت (٢٩٨) وبنسبة (٣٠,١٦%).

تشير النتائج الى وجود تقارب في حجم النشاط الاتصالي للعلاقات العامة، مع تفوق بسيط لصفحة مجلس محافظة بغداد، ويعزى ذلك لمركزيتها كعاصمة، وتنوع القضايا والموضوعات، وتعدد الجماهير المستهدفة.

جدول رقم (١) يمثل عدد المنشورات لكل محافظة

ت	عدد المنشورات	المحافظة	النسبة المئوية
١	بغداد	٣٥٨	36.24%
٢	بصرة	٢٩٨	30.16%
٣	نينوى	٣٣٢	33.60%
	المجموع	٩٨٨	100%

٢- الاطارات في مجلس المحافظات لتعزيز اهداف التنمية المستدامة: بينت نتائج البحث ان (مشاريع الإعمار والبنية التحتية) جاءت بالمرتبة الاولى بعدد تكرارات (١٧٥) وبنسبة بلغت (١٧,٩%) وهو يعكس اهتمام مجالس المحافظات – محل البحث– بالمشاريع العمرانية واعادة ما دمرته الحرب، تلاه فئة (خدمات الماء والكهرباء) وبتكرار بلغ (١١٠) وبنسبة بلغت (١١,١%)، اما (التعليم والمدارس) فقد بلغ عدد تكراراتها (٩٥) وبنسبة بلغت (٩,٦%)، اما فئة (الصحة والمستشفيات) فقد بلغت (٩٢) وبنسبة بلغت (٩,٣%)، وجاءت (الحملات البيئية (نظافة، تشجير)) بنسبة (٨,٩%) وبعدد تكرارات (٨٨) تكرارا، في حين بلغت تكرارات فئة (الأمن والاستقرار) بـ (٧٥) تكرارا وبنسبة (٧,٦%)، وبنسبة قريبة جاءت فئة (دعم العوائل الفقيرة والنازحين) والتي بلغت (٧,١%) وبعدد تكرارات بلغت (٧٠)، اما فئة (التشغيل والبطالة) فقد بلغت (٥٥) تكرارا وبنسبة بلغت (٥,٦%)، واحتلت فئة (الشباب والرياضة) بعدد تكرارات (٤٥) وبنسبة (٤,٦%)، تلتها مباشرة فئة (المرأة والمساواة) والتي بلغت (٤٠) وبنسبة (٤,٠%)، اما العمل المناخي فقد سجل لها (٣٨) وبنسبة بلغت (٣,٨%)، وظهرت فئة (العلاقات المجتمعية) بـ (٣٥) وبنسبة (٣,٥%)، بينما شكلت فئة (التعاون مع المنظمات الدولية) نسبة قدرها (٣,٠%) وبـ (٣٠) تكرارا، تلتها فئة (الثقافة والتراث) بـ (٢٥) تكرارا، وبنسبة بلغت (٢,٥%)، واخيرا جاءت فئة (قضايا الفساد والشفافية) التي بلغت نسبتها (١,٥%) وبـ (١٥) تكرارا فقط .

جدول ٢ يبين الاطارات التي تناولتها مجالس المحافظات

ت	الاطر	المجموع	
		التكرار	النسبة المؤية
١	مشاريع الإعمار والبنية التحتية	١٧٥	١٧,٩%
٢	خدمات الماء والكهرباء	١١٠	%١١,١
٣	التعليم والمدارس	٩٥	%٩,٦
٤	الصحة والمستشفيات	٩٢	%٩,٣
٥	الحملات البيئية (نظافة، تشجير)	٨٨	%٨,٩
٦	الأمن والاستقرار	٧٥	%٧,٦
٧	دعم العوائل الفقيرة والنازحين	٧٠	%٧,١
٨	التشغيل والبطالة	٥٥	%٥,٦
٩	الشباب والرياضة	٤٥	%٤,٦
١٠	المرأة والمساواة	٤٠	%٤,٠
١١	العمل المناخي (فيضانات، حرارة، جفاف)	٣٨	%٣,٨
١٢	العلاقات المجتمعية (لقاءات، شكاوى)	٣٥	%٣,٥
١٣	التعاون مع المنظمات الدولية	٣٠	%٣,٠
١٤	الثقافة والتراث	٢٥	%٢,٥
١٥	قضايا الفساد والشفافية	١٥	%١,٥
	المجموع	٩٨٨	%١٠٠

٣- عدد المنشورات لكل هدف من اهداف التنمية المستدامة في المحافظات: سعى الباحث في هذا الجدول الى توضيح كيف اهتمت كل محافظة بأهداف التنمية المستدامة.

فكان اهتمام محافظة بغداد بهدف (القضاء على الفقر) حيث حصل على (٤٥) تكرار، أما هدف (الصحة الجيدة) فقد حصل على (٣٨) تكرار، فيما حصل هدف (التعليم الجيد) على (٣٥) تكرار، وحصل هدف (المياه النظيفة) على (١٥) تكرار، و(العمل اللائق) على (٣٨) تكرار، أما هدف (الصناعة والبنية التحتية) فقد حصل على (٣٤) تكرار، و (مدن ومجتمعات مستدامة) (٤٤) تكرار، وكان هدف(العمل المناخي) قد حصل على (١٦) تكرار، و(السلام والعدل والمؤسسات) على (٦٦) تكرار.

اما محافظة البصرة فقد تنوعت اهتماماتها بأهداف التنمية المستدامة وكما موضح ادناه، فحصل هدف (القضاء على الفقر) (٣٤) تكرار، و(الصحة الجيدة) على (٧٥) تكرار، اما هدف (التعليم الجيد) فقد حصل على (٢٣) تكرار، و(المياه النظيفة) حصلت على (١٧) تكرار، فيما حصل هدف (العمل اللائق) على (٣٢) تكرار، و(الصناعة والبنية التحتية) حصل على (٤٨) تكرار، و(مدن ومجتمعات مستدامة) حصلت على (١٩) تكرار، و(العمل المناخي) حصل على (١٩) تكرار، اما هدف (السلام والعدل والمؤسسات) فقد حصل على (٢٣) تكرار.

فيما كانت محافظة (نينوى) هي الاكثر اهتماما بتناول أهداف التنمية المستدامة، فقد توزع اهتمامها كما موضح فيما يأتي، اذ حصل هدف (القضاء على الفقر) على (٤١) تكرار، اما هدف (الصحة الجيدة) فقد حصل على (٢٧) تكرار، و(التعليم الجيد) حصل على (١٠٢) تكرار، و(المياه النظيفة) حصلت على (العمل اللائق)، وحصل هدف (الصناعة والبنية التحتية)

على (٢٨) تكرار، وكان هدف (مدن ومجتمعات مستدامة) قد حصل على (٢٧) تكرار، و(العمل المناخي) قد حصل على (٦٠)تكرار، و(السلام والعدل والمؤسسات) حصل على (٢٧) تكرار.

جدول رقم (٣) عدد المنشورات لكل هدف من اهداف التنمية المستدامة في المحافظات

ت	الهدف	بغداد		البصرة		نينوى		المجموع	
		ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن
١	القضاء على الفقر	٤٥	%٣٧,٥	٣٤	%٢٨,٣	٤١	%٣٤,٢	١٢٠	%١٠٠
٢	الصحة الجيدة	٣٨	%٢٧,١	٧٥	%٥٣,٦	٢٧	%١٩,٣	١٤٠	%١٠٠
٣	التعليم الجيد	٣٥	%٢١,٩	٢٣	%١٤,٤	١٠٢	%٦٣,٧	١٦٠	%١٠٠
٤	المياه والنظافة	١٥	%١٨,٨	١٧	%٢١,٢	٤٨	%٦٠,٠	٨٠	%١٠٠
٥	العمل اللائق	٣٨	%٣٨,٠	٣٢	%٣٢,٠	٣٠	%٣٠,٠	١٠٠	%١٠٠
٦	الصناعة والبنية التحتية	٣٤	%٣٠,٩	٤٨	%٤٣,٦	٢٨	%٢٥,٥	١١٠	%١٠٠
٧	مدن ومجتمعات مستدامة	٤٤	%٤٨,٩	١٩	%٢١,١	٢٧	%٣٠,٠	٩٠	%١٠٠
٨	العمل المناخي	١٦	%١٦,٨	١٩	%٢٠,٠	٦٠	%٦٣,٢	٩٥	%١٠٠
٩	السلام والعدل والمؤسسات	٦٦	%٥٦,٩	٢٣	%١٩,٨	٢٧	%٢٣,٣	١١٦	%١٠٠
	المجموع	٣٣١		٢٩٠		٣٩٠		*١٠١١	

٤- وظائف الإطارات المعروضة

توضح نتائج الجدول ادناه توزيع واهتمام كل محافظة من مجتمع البحث بوظائف الإطارات، اذ جاءت محافظة بغداد هي الاكثر اهتماما بالإعلام واطره من بقية المحافظات، اذ اهتمت بوظيفة الاطار الخاصة بـ (التعبئة) وجاء هذا الاطار في المرتبة الاولى وحل على (١٠٣) تكرار، بينما حصل إطار (الإعلام) على المرتبة الثانية وحصل على (٩٩) تكرار، بينما إطار الحل كان في المرتبة الثالثة بـ (٨١) تكرار، أما إطار (النتيجة) فقد كان في المرتبة الرابعة بـ (٣٠) تكرار، هذا وقد حل إطار (الاسناد) المرتبة الخامسة بـ (٥٤) تكرار، وبهذا يكون إعلام محافظة بغداد متنوع من حيث استخدامه للأطر.

أما محافظة البصرة فقد حلت المرتبة الثانية بعد محافظة بغداد من حيث الاهتمام بالاطر الإعلامية، فقد حصلت إطار (التعبئة) على المرتبة الاولى بـ (٩٣) تكرار، اما الإعلام فقد حل المرتبة الثانية بـ (٩٠) تكرار، بينما حصل إطار (الحل) على المرتبة الثالثة بـ (٧٨) تكرار، وحصل إطار (النتيجة) على (٢٨) تكرار، فيما كان إطار الاسناد في المرتبة الاخيرة وحصل على (٥٠) تكرار.

*ملاحظة :عدد المنشورات (٩٨٨)، لكن العدد ازداد في الجدول هذا والجداول اللاحقة لأن بعض المنشورات احتوت على أكثر من إطار.

اما محافظة نينوى فقد كانت الاقل اهتماما في تناول الإطارات الإعلامية، فحصل إطار التعبئة على المرتبة الاولى بـ (٨٤) تكرار، أما إطار الإعلام فقد حصل على (٧٩) تكرار، فيما حصل إطار (الحل) على (٧٠) تكرار، وحل إطار (النتيجة) المرتبة الرابعة بـ (٢٦) تكرار، وكان إطار (الاسناد) قد حصل على (٤٦) تكرار.

جدول رقم (٤) وظائف الإطارات المعروضة في منشورات مجالس المحافظات

ت	وظائف الاطارات	بغداد	البصرة	نينوى	المجموع الكلي	النسبة من اجمالي الاطارات البالغة ١٠١١
١	التعبئة	١٠٣	٩٣	٨٤	٢٨٠	%٢٧,٦٩
٢	الاعلام	٩٩	٩٠	٧٩	٢٦٨	%٢٦,٥١
٣	الحل	٨١	٧٨	٧٠	٢٢٩	%٢٢,٦٥
٤	النتيجة	٣٠	٢٨	٢٦	٨٤	%٨,٣١
٥	الاسناد	٥٤	٥٠	٤٦	١٥٠	%١٤,٨٤
	المجموع	٣٦٧	٣٣٩	٣٠٥	١٠١١	%١٠٠

٥- الأهداف (SDGs) موزعة على الإطارات في المحافظات مجتمعة

وسعى الباحث في الجدول أدناه إلى ربط النتائج الكلية للأطر الإعلامية في المحافظات –محل البحث– مع اهداف التنمية المستدامة، بهدف التعرف على مدى تناول كل إطار للأهداف، فقد تفاوت تناول كل إطار لأهداف التنمية المستدامة وكما موضح فيما يأتي:

فقد كان اهتمام إطار (التعبئة) بأهداف (القضاء على الفقر) (الصحة الجيدة) متساوٍ، فحصل كل هدف على (٣٩) تكرار، بينما حصل هدف (التعليم الجيد) على (٤٥) تكرار، أما هدف (المياه النظيفة) فقد حصل على (٢٣) تكرار، فيما تم تناول هدف (العمل اللائق) على (٢٨) تكرار، وهدف (الصناعة والابتكار) على (٣٠) تكرار، وهدف (مدن مستدامة)على (٢٤) تكرار، وكان الاهتمام بهدف (العمل المناخي) بـ (٢٥) تكرار، أما هدف (السلام والمؤسسات) بـ (٣٣) تكرار.

جاء إهتمام إطار الإعلام متقارباً نسبياً بين أهداف التنمية المستدامة المختلفة؛ فكان اهتمامه بهدف (القضاء على الفقر) بـ (٣٢) تكرار، أما هدف (الصحة الجيدة) بـ (٣٨) تكرار، وهدف (التعليم الجيد) حصل على (٤٣)، وهدف (المياه النظيفة) حصل على (٢٢) تكرار، وهدف (العمل اللائق) حصل على (٢٧) تكرار، أما (الصناعة والابتكار) فقد حصل على (٢٩) تكرار، أما هدف (مدن مستدامة) فقد حصل على (٢٣) تكرار، وحصل (العمل المناخي) على (٢٥) تكرار، وهدف (السلام والمؤسسات) على (٢٩) تكرار.

اما إطار (الحل) فقد توزعت اهتماماته حسب النسب أدناه، فكان هدف الـ (القضاء على الفقر) قد حصل على (٢٧) تكرار، اما هدف (الصحة الجيدة) فقد حصل على (٣٤) تكرار، وحصل هدف (التعليم الجيد) على (٣٦) تكرار، اما هدف (المياه النظيفة) فقد حصل على (١٩) تكرار، والعمل اللائق حصل (٢٣) تكرار، اما (الصناعة والابتكار) فقد حصلت

على (٢٤) تكرار، أما (المدن المستدامة) فقد حصلت على (٢٠) تكرار، و(العمل المناخي) فحصل على (٢١) تكرار، و(السلام والمؤسسات) فحصل على (٢٥) تكرار.

وكان إطار (النتيجة) هو الاقل اهتماماً بأهداف التنمية المستدامة، حيث توزع الاهتمام في (القضاء على الفقر) وحصل على (١٠) تكراراً، وحصلت (الصحة الجيدة) على (٩) تكرار، فيما حصل هدف (التعليم الجيد) على (١٣) تكرار، و(المياه النظيفة) على (٦) تكرار، و(العمل اللائق) على (٩) تكرار، و(الصناعة والابتكار) حصل على (١٠) تكرار، و تشارك (المدن المستدامة) و(العمل المناخي) في الاهتمام حيث حصلوا على (٨) تكرار، و(والسلام والمؤسسات) حصل على (١١) تكرار.

وكان اهتمام إطار الاسناد في هدف (القضاء على الفقر) حيث حصل على (١٨) تكرار، وهدف (الصحة الجيدة) حصل على (٢٠) تكرار، فيما حصل (التعليم الجيد) على (٢٣) تكرار، وكانت هدف (المياه النظيفة) قد حصل على (١٢) تكرار، و(العمل اللائق) حصل (١٣) تكرار، و(الصناعة والابتكار) حصل على (١٧) تكرار، أما (المدن المستدامة) حصلت على (١٥) تكرار، و(العمل المناخي) حصل على (١٦) تكرار، و(السلام والمؤسسات) حصل على (١٧) تكرار.

جدول رقم ٥ يبين الأهداف (SDGs) موزعة على الإطارات للمحافظات مجتمعة

هدف التنمية المستدامة	التعبئة		الاعلام		الحل		النتيجة		الاسناد		المجموع	
	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن		ن	ت	ن
القضاء على الفقر	39	3.26%	32	3.17%	27	2.67%	10	0.99%	ت	1.78%	120	11.87%
الصحة الجيدة	39	3.86%	38	3.76%	34	3.36%	9	0.89%	18	1.98%	140	13.85%
التعليم الجيد	45	4.45%	43	4.25%	36	3.56%	13	1.29%	20	2.27%	160	15.83%
المياه النظيفة	23	2.27%	22	2.18%	19	1.88%	6	0.59%	23	1.19%	80	7.91%
العمل اللائق	28	2.77%	27	2.67%	23	2.27%	9	0.89%	12	1.29%	100	9.89%
الصناعة والابتكار	30	2.97%	29	2.87%	24	2.37%	10	0.99%	13	1.68%	110	10.88%
مدن مستدامة	24	2.37%	23	2.27%	20	1.98%	8	0.79%	17	1.48%	90	8.90%
العمل المناخي	25	2.47%	25	2.47%	21	2.08%	8	0.79%	15	1.58%	95	9.39%
السلام والمؤسسات	33	3.26%	29	2.87%	25	2.47%	11	1.09%	16	1.68%	116	11.47%
المجموع الكلي	280	27.70%	268	26.51%	229	22.65%	84	8.31%	17	14.84%	1011	100%

نتائج الفرضيات

٦- **نتائج الفرضيات المعلقة باختبار كاي تربيع:** بينت نتائج اختبار كاي تربيع (Chi-square) الخاصة بمنشورات مجالس محافظات والمتعلقة بتحليل العلاقة بين وظائف الإطارات وأهداف التنمية المستدامة(SDGs) ، بوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع الإطار المستخدم في منشورات مجالس المحافظات والأهداف التنموية التي تتناولها هذه المنشور، كما مين في الجدول أدناه.

جدول رقم ٦ يبين العلاقة بين وظائف الاطار واهداف التنمية المستدامة

المؤشر	القيمة
قيمة مربع كاي	15.57
درجة الحرية df	48
القمية الاحتمالية (**p-value**)	1.000
الاستنتاج	لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين وظائف الإطارات وأهداف التنمية المستدامة

تم اختبار هذه الفرضية باستخدام اختبار كاي تربيع، وجاءت النتائج كما يلي: قيمة كاي تربيع = ١٥,٥٧، درجات الحرية (df) = 48، القيمة الاحتمالية.1.000 = (p–value) ، وبناءً على ذلك، لم يتم رفض الفرضية الصفرية، أي أن النتائج تشير إلى عدم وجود ارتباط دال إحصائيًا بين نوع الإطار والهدف التنموي، وهذا يعني أن أنواع الإطارات (التعبئة، الإعلام، الحل، النتيجة، الاسناد) لا تختلف بشكل جوهري من حيث ارتباطها بأهداف التنمية في العينة التي تم تحليلها، كما أن توزيع الإطارات عبر SDGs كان أقرب إلى العشوائية إحصائيًا، وليس موجهًا أو مترابطًا بشكل واضح.

٧- **نتائج اختبار الفرضيات المتعلقة بالانحدار السالب ثنائي الحدين:** قبل معرفة الانحدار السالب ثنائي الحدين، يوضح الباحث حجم التفاعل في صفحات مجالس المحافظات –محل البحث– اذا يبين الجدول ان بغداد جاءت بـ (٢,٧٥٦,٥٢٠) تفاعلا اما في المرتبة الثانية فقد جاءت البصرة بالمرتبة الثانية بعدد التفاعل بـ (٢,١١٩,٢٦٠) تفاعلا على الرغم من قلة عدد منشوراتها، وفي المرتبة الثالثة جاءت نسبة التفاعل لمجلس محافظة نينوى والبالغ (٢,٠٠٠,٧٠٠) تفاعلا.

جدول ٧ يبين حجم التفاعل في صفحات مجالس المحافظات العراقية

المحافظة	عدد المنشورات	مجموع التفاعل (الإعجابات + التعليقات + المشاركات)	متوسط التفاعل	الترتيب
بغداد	**358**	**2,756,520**	**2,790**	**1**
بصرة	**298**	**2,119,260**	**2,145**	**2**
نينوى	**332**	**2,000,700**	**2,025**	**3**
المجموع	**988**	**6,876,480**	**6,960**	**—**

أما نتائج الانحدار السالب ثنائي الحدين يبينها جدول(٧) ، الذي استُخدم لقياس تأثير الإطارات على حجم التفاعلات في منشورات مجالس المحافظات – محل البحث– أن إطاري التعبئة والإعلام في منشورات مجالس المحافظات يسهم بشكل واضح وملموس في تعزيز التفاعل الجماهيري، بينما لا يبدو أن إطارَي الحل والنتيجة يحققان تأثيرًا معنويًا في هذا السياق.

ويمكن تفسير ذلك بالتفصيل، اذ ان الإطار المرجعي (الإسناد) تم اعتماده كفئة مرجعيةbaseline ، أي أنه يمثل نقطة المقارنة لبقية الإطارات وقيمته **Exp(β) = 1.00** تعني أنه لا يضيف أو ينقص في حجم التفاعل، وإنما هو المعيار الذي تُقاس عليه الفروق.اما إطار التعبئة (Mobilization) فقد بلغ معامل (β = 0.51) يشير إلى أن هذا الإطار له تأثير إيجابي ملحوظ. كما ان معدل الأثر **Exp(β) = 1.66** مما يعني أن استخدام إطار التعبئة يزيد من حجم التفاعلات بنسبة ٦٦% مقارنة بإطار الإسناد، وجاء p–value = 0.000 أقل من ٠,٠٥، ما يجعله دالاً إحصائياً بشكل

قوي، مما يؤكد أن المحتوى الذي يركز على تحفيز الجمهور وحشده (التعبئة) هو الأكثر تأثيراً في تعزيز التفاعل على صفحات المحافظات.

أما إطار الإعلام يأتي $\beta = 0.38$ مما يعكس تأثير إيجابي مهم، وبلغ معدل الأثر **Exp (β) = 1.46** يوضح أن هذا الإطار يزيد التفاعلات بنسبة ٤٦% مقارنة بالإسناد، وبلغ $p\text{-value} = 0.002$ أقل من ٠,٠٥، ما يجعله دالاً إحصائياً، مما يشير إلى أن المنشورات ذات الطابع الإعلامي تحقق تفاعلاً مرتفعاً، لكن أقل نسبياً من التعبئة.

في حين جاء إطار الحل $\beta = 0.25$ الذي يظهر علاقة إيجابية متوسطة، وجاء $\text{Exp}(\beta) = 1.28$ يعني زيادة في التفاعل بنسبة ٢٨.%، وجاءت $p\text{-value} = 0.051$ يقع عند حد الدلالة ($\approx$ ٠,٠٥)، أي أنه ليس دالاً بدرجة قوية لكنه يميل لأن يكون مؤثراً. مما يدل على أن تقديم الحلول والمقترحات يمكن أن يسهم في رفع التفاعل، لكن بدرجة أقل من التعبئة والإعلام، وبالأخير يأتي إطار النتيجة $\beta = -0.12$ يشير إلى علاقة عكسية، $\text{Exp}(\beta) = 0.89$ أي أن استخدام إطار النتيجة يقلل التفاعل بنسبة ١١% مقارنة بالإسناد، $p\text{-value} = 0.410$ أكبر من ٠,٠٥، وبالتالي غير دال إحصائيا، يوضح أن المنشورات التي تركز فقط على عرض النتائج أو المخرجات لا تحظى بتفاعل قوي من الجمهور.

مما يعني ان :

- الإطارات الأكثر تأثيراً ودلالة إحصائية في رفع التفاعل هي: التعبئة و الإعلام.
- الإطار الحل له تأثير إيجابي لكنه ضعيف إحصائياً.
- الإطار النتيجة لم يثبت تأثيره في التفاعل بل أظهر اتجاه سلبي.

وهذا يتفق مع منطق السلوك الإتصالي على شبكات التواصل الاجتماعي، حيث يميل الجمهور للتفاعل مع المحتوى الحاشد والإخباري أكثر من التوثيقي البحت (النتائج).

جدول ٨ يبين نتائج الانحدار السلبي ثنائي الحدين(Negative Binomial Regression)

الإطار (مقارنة بالإسناد)	β (المعامل)	الخطأ المعياري (SE)	p-value	Exp(β)	التفسير
التعبئة	0.51	0.12	0.000 **	1.66	يزيد التفاعلات بنسبة 66% مقارنة بالإسناد، ودال جدًا إحصائيًا
الإعلام	0.38	0.10	0.002**	1.46	يزيد التفاعلات بنسبة 46% مقارنة بالإسناد، ودال إحصائيًا
الحل	0.25	0.13	0.051	1.28	يزيد التفاعلات بنسبة 28% مقارنة بالإسناد، عند حد الدلالة
النتيجة	-0.12	0.14	0.410	0.89	انخفاض غير دال إحصائيًا بنسبة ١١%
الإسناد	0(مرجعي)	—	—	1.00	فئة المقارنة المرجعية

اولا: النتائج

١. اكثر الاطارات استعمالاً هما إطارا (مشاريع الإعمار والبنية التحتية) و (خدمات الماء والكهرباء).

٢. أكثر وظائف الإطارات استخدامًا: التعبئة (٢٤,٩%) والإعلام (٢٣,٦%)، بينما كان حضور النتيجة (١٦,٦%) والإسناد (١٤,٨%) أقل.

٣. الأهداف الأكثر بروزًا: التعليم الجيد (SDG 4)، الصحة الجيدة (SDG 3)، القضاء على الفقر (SDG 1)، والسلام والمؤسسات (SDG 16)، فيما جاءت المياه (SDG 6) والعمل المناخي (SDG 13) والمدن المستدامة (SDG 11) بنسبة أقل.

٤. تحليل الانحدار أظهر أن التعبئة تزيد التفاعل بنسبة ٣٧% والإعلام بنسبة ٢٣% (كلاهما دال إحصائيًا)، بينما لم يكن لإطارَي الحل والنتيجة تأثير معنوي.

٥. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين وظائف الإطارات وأهداف التنمية المستدامة.

٦. الإطارات الأكثر تأثيراً ودلالة إحصائية في رفع التفاعل هي: التعبئة و الإعلام.

ثانيا: التوصيات

١. تعزيز الإطارات الأكثر تأثيرًا: يوصي البحث بزيادة توظيف إطارَي التعبئة والإعلام في محتوى مجالس المحافظات نظرًا لدورهما الواضح في رفع مستوى التفاعل الجماهيري.

٢. تطوير الإطارات الأقل حضورًا: ضرورة إعطاء مساحة أكبر لإطارَي النتيجة والإسناد لإبراز المخرجات وتعزيز الشفافية والمساءلة، بما يسهم في بناء ثقة الجمهور.

٣. التركيز على الأولويات التنموية: توجيه الاهتمام نحو الأهداف الأكثر ارتباطًا باحتياجات المواطنين مثل التعليم الجيد والصحة الجيدة والقضاء على الفقر، مع العمل على رفع حضور الأهداف الأقل مثل المياه والمناخ والمدن المستدامة.

٤. تطوير المحتوى في نينوى والبصرة: العمل على رفع جودة المنشورات وتحسين الأساليب الاتصالية في نينوى (لزيادة متوسط التفاعل)، والاستثمار في تعزيز نوعية الرسائل في البصرة لتحقيق تأثير أكبر يقارب نموذج بغداد.

٥. اعتماد استراتيجيات تواصل رقمية أكثر تنوعًا: استخدام أساليب سرد قصصي (Storytelling) وإبراز قصص نجاح ومؤشرات أداء ملموسة، بما يعزز الفاعلية الاتصالية ويترجم الأهداف التنموية إلى نتائج محسوسة لدى الجمهور.

المصادر

van Marrewijk , M., & Werre , M. (2003). Multiple Levels of Corporate Sustainability. *Journal of Business Ethics*, 107.

Atteslander, J., & Ramò, M. (2020, 5 11). *Why trade supports rather than hinders sustainable development*. Retrieved from economiesuisse: https://www.economiesuisse.ch/en/dossier-politics/why-trade-supports-rather-hinders-sustainable-development

Blei , D., Ng, A., & Jordan, M. (2003). Latent Dirichlet Allocation. *Journal of Machine Learning Research*, 996.

Canel, M. J. (2025). A call for the "Public Relations-imperative for sustainability": Roles for public relations in advancing the 2030 Agenda. *Public Relations Review*. doi:https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2023.102368

Entman, R. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 52.

Guo, D., Qu, R., Wang, Y., & Xu, J. (2025). Social media and citizen mobilization: How Chinese government agencies use Weibo to advance the 2030 agenda goals on sustainability. *Public Relations Review*, 2.

Juan Liu و ،Lingling Zhang .(٢٠٢٥) .The complicity of corporate sustainability on social issues: Investigating the mediating roles of valence and perceived authenticity .*Public Relations Review*.٣ ،

MacQueen, J. (1967). Some methods for classification and analysis of multivariate observations. *The Fifth Berkeley Symposium on Mathematical Statistics and Probability* (p. 282). Berkeley: University of California Press.

Mulholland, E., Bernardo, A., & Berger, G. (2017). *Communication and awareness raising in the implementation of the 2030 agenda and the SDGs: Activities and challenges.* Vienna: ESDN.

NCSS, LLC. (n.d.). *Negative binomial regression.* Retrieved from NCSS Statistical Software: chrome-extension://kdpelmjpfafjppnhbloffcjpeomlnpah/https://www.ncss.com/wp-content/themes/ncss/pdf/Procedures/NCSS/Negative_Binomial_Regression.pdf

SCHARKOW, M. (2017). Content Analysis, Automatic. In J. Matthes, *The International Encyclopedia of Communication Research Methods* (p. 1). Hoboken, NJ, USA: John Wiley & Sons.

United Nations. (n.d.). *United Nations Conference on Environment and Development, Rio de Janeiro, Brazil, 3-14 June 1992*. Retrieved from United Nations: https://www.un.org/en/conferences/environment/rio1992

WCED. (1987). *Our common future.* United Nations.

احمد زكريا احمد. (٢٠٠٨). *نظريات الاعلام مدخل لاهتمامات وسائل الاعلام وجمهورها*. المنصورة: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع.

إل. ميغان ماهوني، و جميل احمد خضر. (٢٠٢١). *وسائل التواصل الاجتماعي الاستراتيجية: من التسويق الى التغيير الاجتماعي*. الرياض: دار جامعة الملك سعود للنشر.

خلف كريم كيوش. (٢٠٢٣). تمكين ممارسي العلاقات العامة من تحقيق اهداف التنمية المستدامة. *مجلة الباحث الاعلامي*، ١٣-٣٧