

Empowering Public Relations' Practitioners to Achieve Sustainable Development Goals

Khalaf kareem kyoosh^{1a} 

¹Department of Media, College of Arts, University of Wasit, Wasit, Iraq.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Abstract

The research aims to outline a governmental and societal communicative vision grounded in the principles of sustainable development within Iraqi governmental institutions. This is achieved by public relations practitioners incorporating these concepts and enhancing public awareness of them. Iraqi governmental institutions cannot deviate from the international pattern and societal mood that encompass the goals of sustainable development. The growing international and local interest in environmental issues has influenced governmental stances and actions towards the public.

The research's main problem revolves around addressing a pivotal question: What are the levels of empowerment of public relations practitioners in achieving sustainable development goals within governmental institutions?

The primary objective of the research is to unveil the extent to which public relations practitioners perceive the required levels of sustainable development both domestically and externally and in their professional lives. Public relations and media practitioners are keen on educating about the significance and legitimacy of sustainable development. Their performance and success in fulfilling this role depend on their conviction and their ability to understand and adopt behaviors that align with sustainable development objectives.

The study made several conclusions, most notably that public relations practitioners are aware of what is expected of an individual at home, externally, and at work. Additionally, the youth demographic is the most informed about sustainable development concepts and principles, making them more positive in their interactions with the requirements and behaviors of these principles, whether at home, in the community, or at work.

Keywords: Public relations practice, Social communication, Sustainable development.

OPEN ACCESS 

^a Corresponding author: E-mail address: kkareem@uowasit.edu.iq, +964 7804377676

DOI: <https://doi.org/10.33282/abaa.v15i62.1093>

Received: 06/07/2023, Accepted: 15/08/2023, Published: 28/12/2023

تمكين ممارسي العلاقات العامة من تحقيق أهداف التنمية المستدامة

خلف كريم كيوش¹

¹ قسم الاعلام، كلية الآداب، جامعة واسط، واسط، العراق.

مستخلص

يسعى البحث لرسم رؤية اتصالية حكومية ومجتمعية قائمة على أساس تحقيق التنمية المستدامة في المؤسسات الحكومية العراقية عن طريق قيام ممارسي العلاقات العامة بتضمين مفاهيمها وزيادة معرفة الجمهور بها. اذ لا يمكن للمؤسسات الحكومية العراقية الابتعاد عن النسق الدولي والمزاج الاجتماعي المتضمن تطبيق أهداف التنمية المستدامة، فالاهتمام الدولي والمحلي المتزايد بالقضايا البيئية أثر في المواقف والاجراءات الحكومية إزاء الجمهور. وتكمن مشكلة البحث في الاجابة عن تساؤل جوهري مفاده: ما مستويات تمكين ممارسي العلاقات العامة من تحقيق أهداف التنمية المستدامة في المؤسسات الحكومية؟

إن هدف البحث الرئيس هو الكشف عن مستوى إدراك ممارسي العلاقات العامة لمستويات التنمية المستدامة المطلوبة في المنزل وخارجه وفي العمل. اذ يحرص ممارسو العلاقات العامة والاعلام على التثقيف بأهمية التنمية المستدامة ومشروعيتها، ويعتمد أداء ممارسي العلاقات العامة ونجاحهم في تأدية هذا الدور على مستوى قناعتهم وتمكنهم من فهم وممارسة سلوكيات تتسجم مع أهداف التنمية المستدامة، وقد توصل البحث الى نتائج عدة من اهمها تمكن ممارسي العلاقات العامة من إدراك والوعي بما مطلوب من الفرد في منزله وخارجه وفي عمله، وان فئة الشباب هي الاكثر اطلاعاً على مفاهيم التنمية المستدامة ومبادئها ، مما جعل هذه الفئة أكثر إيجابية في تعاملها مع متطلبات هذه المبادئ وسلوكها سواء في البيت أو المنطقة أو العمل.

الكلمات المفتاحية: ممارسة العلاقات العامة، الاتصال الاجتماعي، التنمية المستدامة.

مقدمة

إنّ المعرفة بالتنمية المستدامة لاتزال محدودة، وأنّ أغلب الناس يعدون المصطلح مرادفا لكلمة (الحفاظ على البيئة)، والنسبة الأكبر ترى إنّ ما يفعلونه من سلوك وتصرفات هو الأنسب، وأن نمط حياتهم مستدام إلى حد كبير.

إن ظهور التسابق التقني بين المؤسسات الحكومية وغير الحكومية على كسب ثقة الجمهور بها

عبر توظيف الوسائل والوسائط الاتصالية الحديثة في عملها لتسويق افكارها الى الجمهور جعل منها ذات آثار في شتى مجالات الحياة اليومية.

تكمن اهمية البحث في مدى إفادة المؤسسات الحكومية وغير الحكومية في العراق وبالتحديد محافظة واسط من التطور التقني في وسائل الاتصال المتطور واستغلالها استغلالاً أمثل لتسويق افكار التنمية المستدامة ورسائلها الى المجتمع وعن طريق توظيف ممارسي العلاقات العامة لوسائل الاتصال الاجتماعي لإقناع الجمهور بالمطلوب منهم على مستوى الفرد في المنزل والشارع واثاء العمل؛ لأن قيمة ممارسي العلاقات العامة في سياقات التنمية المستدامة لا يتم التكهن بها بمعزل عن الجمع بين فهمهم وتمكنهم من مبادئها ومتطلباتها وبين ممارستهم الاتصالات الاجتماعية والعلاقات العامة، و سيعتمد هذا البحث على أن ما يفعله الناس بالفعل أو ما هم مستعدون لفعله هو الفهم الحقيقي لهم عن التنمية المستدامة، وهو اعتراف بجدية رؤيتهم لقضايا التنمية المستدامة، ومدى إيجابيتهم نحو التغيير، ليشير ذلك إلى فهم الناس لحجم المشاكل التي يواجهها مجتمعهم، وشعورهم بأنهم يمكن أن يشكلون جزءاً من الحل ، وقد شملت الورقة البحثية الحالية على الاطار المنهجي والمفاهيم النظرية للتنمية المستدامة ودور ممارسي العلاقات العامة في تعزيزها لدى الجمهور عن طريق قيام الباحث في الدراسة العملية للبحث بتطبيق مقياس ثلاثي البدائل على القائم بالاتصال في المؤسسات الحكومية.

الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث وتساؤلاتها:

يمكن تحديد مشكلة بحثنا بالإجابة عن التساؤل الرئيس: ما مستويات تمكين ممارسي العلاقات العامة من تحقيق أهداف التنمية المستدامة في المؤسسات الحكومية؟ ولإيجاد اجابة علمية عن هذا التساؤل وضع الباحث عدداً من الأسئلة الفرعية وعلى النحو الآتي:

1. ما مستوى ممارسة مبادئ التنمية المستدامة من قبل ممارس العلاقات العامة في المنزل؟
2. ما مستوى ممارسة مبادئ التنمية المستدامة من قبل ممارس العلاقات العامة خارج المنزل؟
3. ما مستوى ممارسة مبادئ التنمية المستدامة من قبل ممارس العلاقات العامة في العمل؟
4. ما مدى تأثر هذه المستويات بالعمر والخبرة الوظيفية واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي؟

ثانياً: أهمية البحث

ان معرفة ممارسي العلاقات العامة بالتنمية المستدامة، من شأنه الاسهام في:

1. رسم رؤية اتصالية حكومية ومجتمعية عن طريق التسويق لقضايا التنمية المستدامة.
2. بناء إنموذج للتفكير المستقبلي مبني على اساس التوازن والاهتمام بالاعتبارات الاتصالية

والبيئية والمجتمعية والاقتصادية للسعي لتحسين نوعية الحياة.
3. زيادة معرفة الجمهور بالتنمية المستدامة عن طريق قيام ممارسي العلاقات العامة بتضمين مفاهيمها عبر وسائل الاتصال الاجتماعي (المنزل، والشارع، والوظيفة).

ثالثاً: أهداف البحث

يرمي البحث إلى تعزيز مستويات تمكين ممارسي العلاقات العامة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، وينبثق من هذا الهدف اهداف فرعية للبحث كالآتي:
1. الكشف عن مستوى إدراك ممارس العلاقات العامة في سلوكيات التنمية المستدامة المطلوبة في المنزل وخارجه وفي العمل.
2. معرفة أثر عمر ممارس العلاقات العامة وخبرته في هذا الفهم.
3. دراسة أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تمكين ممارسي العلاقات العامة من تحقيق اهداف التنمية المستدامة.

رابعاً: منهج البحث

اتباع الباحث المنهج المسحي الذي يمثل جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف للظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث بهدف الكشف والتعرف على العلاقة بين المتغيرات المختلفة للدراسة، لتقديم صورة عملية لواقع ممارسي العلاقات العامة والاعلام في المؤسسات الحكومية في واسط.

خامساً: مجتمع البحث

يتمثل المجتمع المستهدف في هذا البحث بالجمهور الداخلي القائم بالاتصال من ممارسي العلاقات العامة والاعلام في مؤسسات محافظة واسط وبالتحديد مركز مدينة الكوت وقد وقع اختيار الباحث على المؤسسات الاتية: (جامعة واسط، ومديرية صحة واسط، ومديرية شباب ورياضة واسط، وقيادة شرطة واسط، و مديرية تربية واسط، ومحافظة واسط، و مديريةى بلديات واسط، ومديرية ري واسط، ومديرية النقل في واسط، ومديرية زراعة واسط، ومديرية كهرباء واسط، والشركة العامة للصناعات النسيجية، للمدة 2023/4/1 اذ تم اختيار عينة قصدية من مجتمع بلغ (12) مفردة، تم اختيارها عن طريق اختيار الباحث المجتمع اعلاه، تتمثل في الإفادة من مكانة مدينة الكوت بعدها مركز قرار اداري وسياسي واقتصادي لكل اقضية محافظة واسط ونواحيها، إذ بلغ عدد (مجتمع البحث) من ممارسي العلاقات العامة والاعلام في المؤسسات الحكومية في واسط (60) مجوئاً، ومن كلا النوعين الإناث والذكور.

سادساً: طرق البحث وأدواته

استخدم الباحث مجموعة من الأدوات بهدف جمع المعلومات والبيانات الخاصة بموضوع البحث وعلى وفق الآتي:

1. **صحيفة الاستقصاء:** استعمل الباحث اداة الاستبانة أداة لاستقصاء اداء ومواقف ممارسي العلاقات العامة والاعلام في المؤسسات الحكومية في واسط، وصحيفة الاستبانة في الجداول الستة الاولى ومن ثم وظف الباحث اداة المقياس للكشف عن مستويات التنمية المستدامة لدى المبحوثين.
2. **الملاحظة:** وهي المشاهدة الدقيقة للظاهرة الاجتماعية وتمثل مجموعة من الأدوات والاجهزة والأساليب التي تتفق مع طبيعة هذه الظاهرة وذلك بهدف معرفة صفاتها وخواصها والعوامل الدقيقة لها.

سابعاً: اختبارات الصدق والثبات

1. **الصدق الظاهري:** يعبر عن مدى اتفاق الخبراء والمحكمين^(*) على استمارة المقياس التي يقيس بها الباحث متغيرات بحثه ومدى صلاحيتها في تحقيق الهدف الذي أعدت لأجله، وتعد طريقة الصدق الظاهري من الطرق الرئيسية في قياس مدى صلاحية المقياس من عدمه، إذ أشار المحكمون إلى صلاحيتها للتطبيق وإنها تقيس بالفعل ما يود الباحث قياسه، بعد تسجيل عدد من الملاحظات المنهجية عليها، وان الغرض من عرض الاداة على المحكمين هو لتحديد:

1.1. مدى انتماء الفقرة الى المقياس.

2.1. ملاحظة عدم تكرار فقرات المقياس.

3.1. معرفة مدى صلاحية كل فقرة من فقرات الاداة.

وظهر الباحث أسئلة المقياس عن طريق تعديل كل ما يتوافق مع الملاحظات المنهجية، وقد تحقق صدق المقياس ظاهرياً بعد عرض الفقرات على مجموعة المتخصصين في اعلاه، وكانت نسبة اتفاق الخبراء على فقرات المقياس (83.33%) وهي نسبة مقبولة علمياً. وتم احتساب الصدق الظاهري على وفق المعادلة الآتية:

$$\text{الصدق} = \frac{\text{مجموع الفئات المتفق عليها بين المحكمين}}{\text{مجموع الفئات}} \times 100 = \frac{20}{24} \times 83.33\%$$

وبعد عرض فقرات الاستمارة المكونة من (24) فقرة على الخبراء، واستنادا الى ملاحظاتهم أخذ الباحث بتوجيهات الخبراء وتعديلاتهم، وحذفت الفقرات جميعها التي لم تحصل عليها بالتوافق من جانبهم، وتعديل ما يجب تعديله من إعادة صياغة بعض الاسئلة على وفق مقترحاتهم.

2. **صدق المحتوى معامل الثبات (الفا كرونباخ):** لغرض معرفة الاتساق الداخلي للاستبيان والموثوقية بالبيانات تم اخضاع البيانات لاختبار (الفا كرونباخ)، وأظهرت نتائج الاستبيان

نسبة ثبات عالية بلغت (96%) مما يعني وجود إمكانية الاعتماد على البيانات التي تمثل الإجابة على (24) سؤالاً في الوصول إلى نتائج تحليلية مقبولة.

ثامناً: النظرية الموجهة للبحث

تعد نظرية رأس المال الاجتماعي من النظريات الأقرب لوجيه بوصلة بحثنا باتجاه مفهوم التنمية المستدامة في المؤسسات العراقية وتؤكد على وجود علاقة لرأس المال الاجتماعي وقيمة الإنتاج ، لذلك يمكن تعريف رأس المال الاجتماعي بأنه العلاقات الارتباطية والقيم المجتمعية التي تسهم في تحقيق الإنتاج المجتمعي ، الذي يسهم بالاهتمام برأس المال البشري ويعد جزءاً من تلك العلاقة (حمد، 2015، صفحة 145) لذلك تقدم تفسير مكانة الفرد بوصفه جزءاً من المجتمع بما يقدمه من رسم العلاقات الاجتماعية التفاعلية من حيث الثقة وتحقيق الإنتاج المجتمعي خلال الاندماج مع الشبكات الاجتماعية مما يعطي هذا بناء مجتمع قادر على تحقيق متطلبات التنمية المستدامة (عبد العظيم، 2015) وأن الفرضية التي تعتمدها النظرية تدل على رسم العلاقة الطردية بين الفرد والإنتاج داخل المجتمع ، وبين العلاقة العكسية التي تنتج عن فقدان الثقة والقيمة المجتمعية مما ينعكس ذلك بدوره على تحقيق متطلبات التنمية المستدامة في المجتمع (العبادي، 2014، صفحة 177).

تاسعاً: دراسات سابقة

1. دراسة (بوجاجه، 2019)

هدف البحث هو تسليط الضوء على الدور الذي يمكن ان يؤديه موقع الفيسبوك في نشر الوعي البيئي داخل المجتمع وتحقيق التنمية المستدامة ومدى تأثير موقع الفيسبوك على السلوكيات البيئية لدى مستخدميه، ولبلوغ هذه الأهداف اعتمد الباحث على المنهج الوصفي. واستعمل الاستمارة الالكترونية أداة لجمع البيانات وقد توصل الباحث إلى نتائج عدة من اهمها: قيام موقع الفيسبوك بدور مهم التوعية البيئية من خلال توعية المستخدمين بأهمية حماية البيئة لتحقيق التنمية المستدامة وذلك عن طريق تقديم معلومات حول الحفاظ على البيئة نشر مواضيع عن التربية البيئية.

2. دراسة (الوائل، 2022)

اهتم الباحث بتسليط الضوء على إدارة العلاقات العامة الرقمية لبعثة الأمم المتحدة في العراق/في تنفيذ برامجها الاتصالية في تحقيق متطلبات التنمية المستدامة، وتناولت الدراسة محاولة الوصول الى فروضها العلمية وتساؤلاتها البحثية عن طريق دراسة الصفحة الرسمية لبعثة الأمم المتحدة في العراق/للتعرف على كيفية تحقيق أهداف تلك البعثة عبر برامجها الاتصالية، وتناولت الدراسة مفهوم العلاقات العامة الرقمية ودورها في الوصول الى الجمهور عن طريق أنشطتها المتنوعة، مع التطرق الى مفهوم التنمية المستدامة وأهداف تلك التنمية وأبعادها المختلفة، هذا فضلاً عن اعتماد

الباحث على نظرية رأس المال الاجتماعي في تحقيق التنمية، وقد توصلت الدراسة الى أن بعثة الأمم المتحدة في العراق ركزت في رسائلها الاتصالية الموجهة الى الجمهور العراقي على تنفيذ برامج مخططة مسبقاً وهذه البرامج تم تنفيذها على وفق حملات إعلامية مكثفة، وكذلك تم التوصل الى أن بعثة الأمم المتحدة كانت تركز على البعد الاجتماعي والبيئي والاقتصادي أكثر من البعد التكنولوجي، وهذا يرجع الى أن هذه الابعاد تعد كأولوية لها الأسبقية في تنفيذ برامجها واستنتج الباحث في هذه الدراسة أن بعثة الأمم المتحدة في العراق لم تتدخل في سياسات الحكومة العراقية بل كان دورها استشارياً فقط من حيث تعاملها مع الحكومة وكانت اهتماماتها تتجلى بتطوير البنى البشرية في المجتمع العراقي.

3. دراسة (عبد الحسين، 2022)

تناولت الدراسة المشاكل التي تواجهها التنمية المستدامة في الدول الريفية في مسائل تمويل التنمية المستدامة وتذبذب حجم الإيرادات المالية فيها بسبب الاعتماد الريفي لها ومن أمثلة تلك الدول العراق وتوصلت الدراسة الى نتائج إن العراق يشهد تراجعاً في مقاييس التنمية المستدامة، وهذا التراجع بمختلف مقاييسه له تداعيات خطيرة على بروز العديد من الظواهر كالبطالة والفقر والحرمان، والرشوة، والتزوير، والارهاب.. الخ. وإن استمرار هذا التراجع في مؤشرات التنمية المستدامة يعني عدم القدرة على احداث طفرة نوعية في المجتمع العراقي في الامد القريب.

4. دراسة (الجعيدي و الحوراني، 2023)

ترمي هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة ما بين المتغيرات المستقلة للدراسة ودرجة مراعاة المسكن للتنمية المستدامة في إمارة دبي. وظفت الدراسة اداة الاستبانة على عينة عشوائية قوامها 300 مستفيد ومستفيدة من مساكن مؤسسة محمد بن راشد للإسكان. توصلت الدراسة الى وجود علاقة بين باقي المتغيرات المستقلة (جنس صاحب المسكن، واسم المنطقة، ونوع المسكن، والحالة الاجتماعية، وعمر الزوج، وعمر الزوجة، والحالة المهنية للزوج، والحالة المهنية للزوجة، والمستوى التعليمي للزوج، والمستوى التعليمي للزوجة، ومتوسط دخل الأسرة الشهري من جميع المصادر، ومدة السكن) وما بين درجة مراعاة المسكن للاستدامة بشكل عام. ومراعاة المسكن للاستدامة بشكل عام.

وتختلف دراستنا الحالية بعد مراجعة الدراسات السابقة في البحث ادناه من حيث المشكلة والعينة والمجتمع وطريقة العرض وكذلك العمليات الاحصائية لكنها تقترب مع اغلب الدراسات ادناه في المنهجية والخطوات النظرية والاستنتاجات والنتائج وفي المحصلة النهائية يعد بحثنا نقطة تحفيز للباحثين تضاف الى البحوث والدراسات التي سبقتها للاستمرار بدراسة مواضيع العلاقات العامة والتنمية المستدامة في المجال الاتصالي.

الإطار النظري

أولاً: مفهوم التنمية المستدامة

بالرغم من ازدياد الاهتمام العالمي بالتنمية المستدامة في العقود الأربعة الأخيرة ما يزال الباحثون يستشهدون بما كتبه أندرو دوبسون (Andrew Dobson) في عام 1996 بأن هناك أكثر من 300 تعريف للتنمية المستدامة (Dobson, 1996, pp. 401-428)، ليعين التعدد الكبير في وجهات النظر، فمن الناحية اللغوية يشتمل المصطلح على اسمين مجردين لكل منهما معاني مختلفٌ عليها بين الباحثين، وهما بالفعل قيد الاستخدام اليومي بطرق يحتمل أن تكون غير مقيدة، وكل هذا يوضح بعض الصعوبات الموجودة في توقع أن يتم استيعاب الفكرة (واقناع) عامة الناس بها.

ونرى اليونيسكو أن التنمية المستدامة هي إنموذج التنمية الشاملة للأمم المتحدة، وهناك أربعة أبعاد متشابكة لها هي: (المجتمع، والبيئة، والثقافة والاقتصاد)، والاستدامة هي إنموذج للتفكير في المستقبل، إذ يتوازن الاهتمام بالاعتبارات البيئية والاجتماعية والاقتصادية في السعي لتحسين نوعية الحياة، فتشير التنمية المستدامة إلى العديد من العمليات والمسارات لتحقيق عالم أفضل في (الزراعة واستدامة الغابات، الإنتاج والاستهلاك المستدامين، والحكم الرشيد.... الخ (UNESCO, 2014)، وهذا يجعل من المفهوم صعباً لاتساعه، وينطبق ذلك على عدد كبير من النماذج الموضوعية لمفهوم الاستدامة، وبالعودة إلى أصل الفكرة التي وضعها تقرير (برونتلاند) (Gro Harlem Brundtland) رئيس وزراء النرويج عام 1987 الموسوم (مستقبلنا المشترك) يبين أن التنمية المستدامة هي التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر من دون المساس بقدرة الأجيال المقبلة على تلبية احتياجاتهم الخاصة (Brundtland, 1987, p. 201) وهذا المفهوم يحتوي على مفهومين رئيسيين الأول: مفهوم (الاحتياجات)، ولا سيما الاحتياجات الأساسية لفقراء العالم، التي ينبغي أن تعطى لها الأولوية القصوى؛ والآخر فكرة (القيود) التي تفرض على التكنولوجيا والتنظيم الاجتماعي لأثرها على قدرة البيئة في تلبية الاحتياجات الحالية والمستقبلية، ولكن المشكلة أن غالباً ما يتم الاهتمام بالقيود الأول، ويتم تجاهل بقية النص، ويمكن تلخيص الأفكار أو المبادئ الرئيسية في مفهوم التنمية المستدامة على هذا النحو (Scott, 2015, p. 236):

1. يتزايد سكان الأرض بشكل يؤثر على قدرتها على تأمين جميع أشكال الحياة على الكوكب ومتطلبات الجميع من حيث السلع والخدمات.
2. حجم الهوة المتزايدة بين الناس في جميع أنحاء العالم من حيث الوصول إلى الموارد وتحقيق الرفاه تعد إهانة لكرامة الإنسان ومصدر لعدم الاستقرار الدولي والثقافي.
3. بسبب ذلك، هناك حاجة ملحة ومتزايدة إلى طريقة مختلفة للتنمية بالجانب الاجتماعي والاقتصادي تمكن الجميع من العيش بشكل جيد، وضمن قدرة الأرض على تلبية متطلبات الحاضر والمستقبل.

4. ومن هنا جاءت فكرة التنمية المستدامة، الداعية إلى الالتزام الأخلاقي المستمر برفاهية البشرية جمعاء والحفاظ على المحيط الحيوي.
5. هذا يعني العمل على إيجاد حلول تحسّن نوعية الحياة من دون إرجاء المشاكل للمستقبل، أو التأثير سلباً بشكل غير عادل على الآخرين.

ثانياً: شمول التنمية المستدامة لمفهوم الاتصال

وفي نظرة أكثر دقة وشمولية لفكرة التنمية المستدامة، يمكن أن يتضمن مفهومها الاتصال وما ينطوي عليه من الوصول إلى الكتل الجماهيرية وإقناعهم بمبادئ بالتنمية المستدامة، أي أن الاستدامة تشير إلى مجموعة من القيم الاجتماعية والبيئية والاقتصادية؛ ولكن هذه القيم غالباً ما تكون صعبة التحديد؛ لأنها على الرغم من احتوائها على التفاصيل غالباً ما تكون غامضة ومختلف عليها وتعتمد على السياق؛ لأنها عبارة عن معايير معينة للعدالة الاجتماعية أو الرفاه الاقتصادي أو الجودة البيئية، وذلك كله يجب أن يتحقق في ظل سياسة حكم ملائمة (Leach, Stirling, & Scoones, 2010, p. 87), وفي تقرير عن التنمية المستدامة أجري في بريطانيا عام 2012 توصل إلى أنه على الرغم من قناعة الناس بأن يكونوا صديقين للبيئة، ولكن لا يزال من الضروري بذل المزيد من الجهد الاتصالي لمساعدتهم ليكونوا مقتنعين بالمحاور الأخرى للتنمية المستدامة مثل التقنيات الخضراء، وتضمن التقرير بعض النقاط الرئيسية عن قناعة الناس: (ASDA Stores Limited, 2012, p. 302)

1. يرغب معظم الناس في أن تكون أنماط حياتهم صديقة للبيئة وبأسعار معقولة.
 2. أدى التشرف إلى جعل توفير الطاقة وتقليل النفايات أمراً طبيعياً ومهماً.
 3. رغبة الأفراد في (فعل الشيء الصحيح) هي السبب الرئيس لشراء المنتجات الخضراء وعامل الإحساس الجيد هو الأقوى للأسر ذات الدخل المنخفض.
 4. الناس مقتنعة وتدعم بقوة الإجراءات المتعلقة بتغير المناخ.
 5. ترى نسبة كبيرة من الناس أن تغير المناخ كان أكبر مشكلة فردية تواجه العالم، وكانت نسبتهم أكثر من الذين يرون أن الوضع الاقتصادي هو أكبر مشكلة.
 6. نسبة كبيرة يرون أن الحكومة يجب أن تستخدم المزيد من الطاقة الشمسية مقارنةً بالوقت الحالي، وإن الحكومة محقة في دعم التحالف الأخضر.
- وفي الوقت نفسه يسجل التقرير أن المعرفة بالتنمية المستدامة لاتزال محدودة، وأن أغلب الناس يعدون المصطلح مرادفاً لكلمة (الحفاظ على البيئة)، وأن النسبة الأكبر يرون أن ما يفعلونه من سلوك وتصرفات هو الأنسب، وأن نمط حياتهم مستدام إلى حد كبير.

ثالثاً: ممارسة العلاقات العامة في التنمية المستدامة

تعرف ممارسة العلاقات العامة الحكومية على أنها مجموعة من الأنشطة والاعمال المخططة والمدروسة التي تقوم بها الادارات المتخصصة من العلاقات العامة والاعلام بغرض نشر الحقائق الموضوعية والمعلومات الصادقة عن المؤسسات الحكومية للجمهور، والتعرف على آرائه ورغباته والتأثير فيها بما يساعد على تدعيم الثقة والتعاون بين الجمهور والمؤسسات الحكومية ويضمن الأداء المتكامل للخدمات التي تقدمها الى الجمهور (علي، 2020، صفحة 104) اذ تزامن الاهتمام المتزايد بالتنمية المستدامة مع تطور في الرؤية لدور ممارسة العلاقات العامة في تحقيق غاياتها .. ذلك الدور الذي يتمحور حول تعزيز الشعور بالمسؤولية الاجتماعية لقضايا التنمية المستدامة (الخضراء)، أي أن يستهدف الاتصال الأفراد والشركات والحكومات بهدف إشراكهم في قضايا الاستدامة التي تتطلب مساهمة الجميع سواء المستهلك او المنتج أو السلطة العامة المشرعة للقوانين، ويتضمن ذلك إشراك الجميع في حل المشاكل التي تقف عائقاً أمام تحقيق الاستدامة، وفي هذا السياق يتم استخدام الأدوات الاتصالية للعلاقات العامة الآتية: (Khaminich & Khyzhnjak, 2015, pp. 591-595)

الجدول (1): فعاليات وأنشطة العلاقات العامة التي يمكن استخدامها في التنمية المستدامة

الأدوات	الفعاليات والأنشطة
الصحافة الورقية والإلكترونية والإذاعية والتلفزيونية هي الأدوات المستخدمة في هذا المجال لحل المشاكل التي تواجه التنمية المستدامة، فأى حدث يعد تهديداً سواءً للموارد، أو حقوق الفرد، أو البيئة، أو المستوى المعيشي، فإنها بالمقابل تعمل على نشره في غضون دقائق أو ساعات ليكون الناس جميعاً على اطلاع به، ومن ثم تحقق الضغط الشعبي المطلوب.	النشرات الإعلامية المتنوعة في وسائل الإعلام
ومن جانب آخر تستخدم الصحافة المتخصصة للترويج لأفكار التنمية المستدامة على هيئة مقالات، أو بيانات صحفية، أو اخبار، أو إعلانات اجتماعية، فضلاً عن الكتيبات والتقارير، والمقابلات، والبرامج التلفزيونية، والإذاعية.	فعاليات الصحفيين
الندوات والاجتماعات والموائد المستديرة حول قضايا التنمية والبيئية والمؤتمرات والمناقشات وجلسات الاستماع العامة، وتشمل هذه الفئة أيضاً الأحداث الترويجية وهي: المهرجانات، التجمعات، رعاية الأحداث الرياضية والأحداث الثقافية، العروض التقديمية، تحديد ذكرى سنوية (اليوم العالمي لل...)، الرياضة، المعارض، المدونات والمنتديات، الأفلام، المؤتمرات التلفزيونية والإذاعية، والمسابقات والجوائز... الخ.	فعاليات خاصة بالتنمية المستدامة
تهدف الدعاية والإعلان الاجتماعي للتنمية المستدامة إلى تغيير السلوكيات العامة ومعالجة القضايا ذات الشأن، فيمكن طباعة الإعلانات الاجتماعية وتقديمها على شكل منشورات وكتيبات، بالإضافة إلى إعلانات خارجية، وتوزيعها على شكل ملصقات على المساحات الاعلانية في الشوارع وعلى وسائل النقل، والإعلانات على القنوات التلفزيونية.	الدعاية الاجتماعية

كما يتطلب الاهتمام بالتنمية المستدامة اعتماد شتى جوانب التحفيز للمتلقي ليفضي ذلك إلى توسيع قاعدة الجمهور المستهدف من جهة، ويزيد فرص الامتثال لمضامين الرسائل الاتصالية من جهة أخرى، ولكي لا يرى الجمهور أن الوعي البيئي المستهدف من العملية الاتصالية هو مجرد وظيفة تهدف لربح جهات معينة، وإنما هو نشاط ترويجي يهدف لزيادة الوعي بظروف البلد والمجتمع والسلوك السليم للحفاظ على الموارد الطبيعية وتعزيز انماط الحياة الصحية، لذلك يمكن تحديد أهم جوانب تحفيز الجمهور للاهتمام بالتنمية المستدامة في الجدول (2) الآتي: (Zyma, Stefanski, & Golub, 2020, p. 18)

الجدول (2): جوانب التحفيز في العلاقات العامة للتنمية المستدامة اتجاه الجمهور

الجوانب التحفيز	خصائصها ومضامينها	الجمهور المستهدف
الجوانب العملية	التنمية المستدامة أساس بيئة معيشية صحية، توفر ما يكفي من السلع المادية، وسبل العيش؛ تحقق رفاهية أفراد الأسرة وصحتهم وتعليمهم مع الحفاظ على سلامة الكوكب.	يوجه لمعظم السكان من الطبقة المتوسطة وكبار السن من مختلف الفئات الاجتماعية
الجوانب الوطنية	لا بد ان يلعب (بلدنا) دورًا حاسمًا في محاربة الاحتباس الحراري ويدعم تنوع المحيط الحيوي والتنوع البيولوجي وتستمد هذه الأفكار من التراث الوطني وليكون أساس لا يتجزأ من الثقافة الوطنية ويركز على الطبيعة الفريدة للمنطقة التي فيها البلد، والطريقة التقليدية للحياة والثقافة الوطنية للشعوب فيها.	مواطني الدولة
الجوانب الاقتصادية	الحفاظ على الموارد هو وسيلة للحصول على ربح إضافي، والحفاظ على البيئة يساهم في تحسين جودة السلع وقدرتها التنافسية، ويساهم في تشكيل مظهر بيئي إيجابي للشركات والمنتجين.	مهم لرجال الأعمال ورجال الأعمال.
جوانب الهبة (البرستيج)	الحفاظ على الموارد والطبيعة هو النعمة الصحيحة، وهو جزء من أسلوب الحياة المرموق والمحترم اليوم	ضروري لأكثر السكان فعالية وازدهارا
جوانب الموضة	يعد العمل على تحقيق أهداف التنمية المستدامة أمرًا عصريًا لأن هذا هو ما يفعله الفنانون والرياضيون وقادة الثقافة الفرعية للشباب.	ضروري لمعظم الشباب
الجوانب الأخلاقية	الكائنات الحية لها نفس حقوق الإنسان في الحياة؛ وتعاني الكائنات الحية من الحيوانات والنباتات من سوء معاملة البشر، كما أن الأجيال القادمة من البشر لها نفس الحقوق التي نرغب بتوفرها لأنفسنا.	ضرورية للأطفال عاطفية لأولياء الامور

جوانب النظام العقلاني	لا يمكن أن نوجد بدون الحفاظ على البيئة والموارد؛ وتدميرها سوف يضعف معايير النظام العالمي.	ضروري للأشخاص من النوع العقلاني والمتقنين التقنيين والعلميين والمعلمين والطلاب
الجوانب الجمالية	الحياة البرية جميلة، العالم أجمل بدرجات حرارته الطبيعية، ويمكن الإنسان من الاستمتاع بتأمل العالم من دون الكوارث والمجاعات.	من الضروري أن يراه كل الناس
الجوانب الدينية	واجب كل مؤمن العناية بالطبيعة كما خلقها الله، وتعترف معظم التعاليم الدينية بأهمية الطبيعة كونها دليل على قدرة الخالق التي من خلالها يمكن للمرء أن يتواصل مع الله.	ضروري للسكان المتدينين

رابعاً: دور إدراك ممارس العلاقات العامة للتنمية المستدامة في إنجاح وظيفته

تعتمد فعالية ممارس العلاقات العامة على مهاراته الفنية في الأداء، أي مدى قدرته على ابتكار فكرة، والتخطيط لحملة، وبناء علاقات مع وسائل الإعلام، ويتم أحياناً المكلف بتسويق أهداف التنمية المستدامة في صدارة المدركين لأهميتها، مما يجعله متمتعاً بالسمات الأساسية لإنجاح عمله في صناعة المحتوى الإعلامي والاتصالي، وبغض النظر عن نوع المهمة التي توكل إليه، فإن هذا الإدراك يدعم عدداً من المهارات التي يمكن أن يعتمد عليها لإنجاز العمل، ومن هذه السمات والمهارات:

1. تنمية الاتصال

تختلف الرؤى التي تتناول وسائل الاعلام في تحقيق اهداف التنمية المستدامة اذ يرى ولبرشرام ان الحد الأدنى لإسهام الاعلام في عملية التنمية المستدامة تتمثل في تقديم معلومات عن ضرورة التغيير المطلوب وتهيئة قبول عام له والاسهام في تعليم المهارات الضرورية لهذا التغيير (مهدي و غنتاب، 2019، صفحة 221)، وتعتمد كفاية الترويج لمبادئ الاستدامة على قدرة الموظفين على إيصال المعلومات إلى الأشخاص بوضوح وبساطة، وهو الأمر الذي لا يمكن تحقيقه من دون الإدراك الكامل لمفهوم التنمية المستدامة وما تتطلبه من كل فرد، وإن هذا الإدراك يجعل ممارس العلاقات العامة متمكناً من الإيجاز والوضوح وبناء علاقات جيدة ومصداقية وثقة مع الجمهور، وفي الوقت نفسه، كلما كان ممارس العلاقات العامة على اطلاع ومعرفة أكبر كانت له قدرة كبيرة على الاستماع إلى آراء الآخرين و تعليقاتهم؛ لأن التواصل بشكل فعال أمر حتمي للتميز في هذا المجال (Guclu, 2016, pp. 279–292).

2. تنمية مهارات التعامل مع الآخرين

يتعرض ممارس العلاقات العامة دائماً إلى اختبار حقيقي في محاولته إقناع الآخرين، وهنا

يبرز أهمية الاطلاع والمعرفة والقناعات المتولدة لديه ومدى ترسخها فيه، إذ تؤثر بشكل كبير في الطريقة المتبعة في الإقناع، وفي تفسيره ردود الأفعال، ويكونون ذوا نظرة ثاقبة لطبيعة الآراء المؤيدة والمعارضة، ولا بد من الإشارة إلى أن الكثير يعتقد خطأً أن عملية التفاعل والتعامل مع الآخرين لها وقت محدد (بداية ونهاية)، ولكن في الواقع إنه لا توجد خطوط بداية أو نهاية للتفاعل أو التواصل بين ممارس العلاقات العامة وجمهوره، وبعبارة أخرى، إن حياة ممارس العلاقات العامة بمجملها مجيرة لهدفه الوظيفي، وعندئذ يصعب تحديد ما هو الأمر المحفز بالتحديد، وما هي الاستجابة له، مما يستوجب أن تكون جميع تصرفاته ومن قبلها قناعاته ومعرفته ملائمة للترويج لأفكار وأهداف الاستدامة (Kragen, 2020 , p. 21).

3. تنمية الكفاية في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

غالباً ما تردف كلمة المعلومات كلمة الاتصال، إذ ليس لاستخدام التكنولوجيا والاتصال جدوى أو معنى من دون توافر المعلومات الكافية للمتصل أو موجه الرسالة والعكس صحيح، وبينت دراسات كثيرة أهمية المعلومات في عملية التثقيف بالتنمية المستدامة عن طريق وسائل التواصل (ADU, Emunemu, & Oshati, 2014, pp. 181-190).

4. تنمية الرغبة في التعلم

واحدة من أهداف التنمية المستدامة هي التعليم، وفهم ممارس العلاقات العامة لهذا الهدف وتطبيقه بشكل حقيقي يعني امتلاكه الرغبة في التعلم والانفتاح على الأفكار الجديدة والقدرة على التعامل وتطوير التجارب الجديدة، وتسمية ذلك بأنه تنمية شخصية، فالتغيير ثابت في جميع أماكن العمل، لا سيما في وسائل الإعلام، والموظفون الأكثر قيمة وفعالية هم أولئك الذين يتبنون التغيير ويدركون أنه يوفر العديد من فرص النجاح (Duffield, 2011, p. 4).

مناقشة نتائج الدراسة المسحية

عرض استبيان للمبشرين العاملين في مجال العلاقات العامة وهم (٦٠) مبحوثاً في مؤسسات محافظة واسط، وتم ترميز المتغيرات في برنامج التحليل الاحصائي (SPSS) وظهرت النتائج كما مبين:

أولاً: المعلومات الديمغرافية:

1. النوع الاجتماعي: توزعت العينة المختارة من مركز مدينة (الكوت) الذين بلغ إجمالي عددهم (60) مبحوثاً إلى (16) من الإناث بلغت نسبتهن (26.6%) مقابل (44) مبحوثاً من الذكور بلغ نسبتهن (73.3%) من إجمالي العينة. انظر جدول (3).

جدول (3) يبين توزيع أفراد العينة بحسب النوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية
الذكور	44	73.3%
الإناث	16	26.6%
المجموع	60	100%

2. **الفئة العمرية:** توزعت أعمار العينة على وفق فئات أولها الفئة (من 18-28) عاماً وجاءت بالمرتبة الرابعة، بواقع (10) مبحوثين وبنسبة شكلت (16.6%)، وجاءت بالمرتبة الأولى الفئة (من 29-38) عاماً وبلغ عددهم (26) مبحوثاً شكلوا (43.3%)، وجاءت بالمرتبة الثانية الفئة (من 39-48) عاماً وكان عددهم (10) مبحوثين مشكلين ما نسبته (16.6%)، أما الفئة (من 49-58) عاماً فكان عددهم (8) مبحوثين وبنسبة بلغت (13.3%)، واحتلت المرتبة الأخيرة الفئة (من 59 فما فوق) وكان عددهم (6) مبحوثين وبنسبة مئوية شكلت (10%). انظر جدول (4).

جدول (4) يبين توزيع أفراد العينة بحسب الفئة العمرية

الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية
28-18 سنة	10	16.6%
38-29 سنة	26	43.3%
48-39 سنة	10	16.6%
58-49 سنة	8	13.3%
59 فما فوق	6	10%
المجموع	60	100%

3. **الخبرة الوظيفية:** توزعت الخبرة الوظيفية للمشاركين على فئات عدة، أقلها تلك التي تملك خبرة أقل من 5 سنوات وجاءت هذه الفئة بالمرتبة الرابعة إذ بلغ عددهم (5) مبحوثين وبنسبة بلغت (8.3%)، وجاءت بالمرتبة الأولى الفئة التي تملك من 6 سنوات الى 10 سنوات إذ بلغ العدد بواقع (26) مبحوثاً، وبنسبة شكلت (43.3%)، أما ممن يملك خبرة من 11 سنة الى 15 سنة فبلغ عددهم (18) مبحوثاً وبنسبة بلغت (21.6%) وهم بذلك احتلوا المرتبة الثانية، وجاءت بالمرتبة الثالثة من لهم 16 سنة فأكثر، إذ بلغ عدد المشاركين في البحث ممن لديهم خبرة وظيفية على وفق هذه الفئة بواقع (11) مبحوثاً وبنسبة (18.3%). انظر جدول (5).

جدول (5) يبين توزيع أفراد العينة بحسب الخبرة الوظيفية

الاختصاص العلمي الدقيق	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 5 سنوات	5	8.3%

من 6 سنوات الى 10	26	%43.3
11 سنة الى 15	18	%21.6
16 سنة فأكثر	11	%18.3
المجموع	60	%100

4. الساعات اليومية التي يستخدم فيها المبحوثون وسائل الاتصال الاجتماعية: توزعت الساعات اليومية للمشاركين في البحث إلى مجموعة تستخدمها اقل من ساعة وبلغ عدد هذه الفئة (5) مبحوثين مثلوا الفئة الرابعة ضمن عينة البحث وبنسبة شكلت (8.3%)، والفئة التي تستخدمها من 1-2 ساعة بلغ عددهم (7) مبحوثين، ومثلوا الفئة الثالثة ضمن عينة البحث وبنسبة شكلت (11.6%)، أما الفئة التي تستخدمها من 3-4 ساعة فقد بلغ عددها (22) مبحوثاً وبنسبة (36.6%)، وأخيراً الفئة التي تستخدمها 5 ساعات فأكثر فقد بلغ عددها (26) مبحوثاً، مثلوا الفئة الاولى ضمن عينة البحث وبنسبة شكلت (43.3%). انظر جدول (6).

جدول (6) عدد الساعات اليومية التي يستخدم فيها المبحوثين وسائل الاتصال الاجتماعية

الفقرة	التكرار	النسبة المئوية
اقل من ساعة	5	%8.3
من 1-2 ساعة	7	%11.6
من 3-4 ساعة	22	%36.6
5 فأكثر	26	%43.3
المجموع	60	%100

ثانياً: المعالجات الإحصائية لمتغيرات المحاور:

اشتمل الاستبيان بعد استبعاد المعلومات الشخصية الثابتة مثل النوع الاجتماعي أو العمر والخبرة على ثلاثة محاور رئيسية تمثل سلوك ممارسي العلاقات العامة في (المنزل، وخارج المنزل، والعمل) ويمثل كل محور (8) أسئلة، ولأن المقياس المستخدم هو ليكارت الثلاثي، فإن المعدل المرجح لكل سؤال إذا ما تجاوز (2.33) فإن الاتجاه العام له (دائماً)، وإذا كان المتوسط المرجح (1.67-2.33) فذلك يعني أن الاتجاه العام هو (أحياناً)، وإذا كان المتوسط المرجح أقل من ذلك يعني أن الاتجاه العام لذلك السؤال هو (نادراً)، وكانت النتائج كما يأتي:

المستوى الاول: مستوى مساهمة ممارس العلاقات العامة (وهو في المنزل) في تحقيق اهداف التنمية المستدامة؟

1. كان المتوسط المرجح لإجابات العينة (دائماً) للسلوكيات المذكورة في الأسئلة الثلاث (الثاني والرابع والسابع) وهي (أطفئ الأنوار إذا لم أكن بحاجة إليها، واستبدل الأجهزة القديمة بالموديلات الموفرة للطاقة مثل المصابيح الكهربائية) و(أنشر عن أفعالي الهادفة لتحقيق الأهداف العالمية

- للتنمية المستدامة باستخدام هاشتاك على الشبكات الاجتماعية) و(أحرص على سد تسربات الهواء من النوافذ والأبواب لزيادة كفاءة الطاقة (التبريد أو التدفئة).
2. وجاءت ثلاث الإجابات بمتوسط مرجح (أحياناً) إذ شملت السلوكيات (الأول، الثالث، الخامس) وهي (إذا رأيت منشورًا مثيرًا للاهتمام على وسائل التواصل الاجتماعي حول حقوق المرأة أو تغير المناخ) و(أتابع الأخبار المحلية وأطلع على الأهداف العالمية للتنمية المستدامة عبر الإنترنت أو على وسائل التواصل الاجتماعي) و(لا أطيل في الاستحمام كثيراً (لمدة 5-10 دقائق) ولا استخدم الأحواض (البانيو) لأنها تتطلب كميات كبيرة من الماء أكثر من الاستحمام).
3. كان المتوسط المرجح لأجابات العينة (نادراً) للسلوكيات المذكورة في الأسئلة (السادس والثامن) وهي (أجمد المنتجات الطازجة وبقايا الطعام إذا لم يكن لدي فرصة لتناولها استخدم بعض بقايا الطعام كسماد لتقليل تأثير النفايات على المناخ ولإعادة تدوير العناصر الغذائية) و(اتجنب مضخة الماء في غسل السيارة أو الحديقة). انظر جدول (7).

جدول (7) يوضح المستوى الأول

الانحراف المعياري	المعدل	دائماً	أحياناً	نادراً	المستوى الأول: ما فعله وأنت في المنزل	ت
		العدد	العدد	العدد		
		%	%	%		
.645	1.92	10	35	15	إذا رأيت منشورًا مثيرًا للاهتمام على وسائل التواصل الاجتماعي حول حقوق المرأة أو تغير المناخ، فأشركه حتى يراه معارفي.	1
		16	58	25		
.567	2.68	44	13	3	أطفئ الأنوار إذا لم أكن بحاجة إليها، واستبدل الأجهزة القديمة بالموديلات الموفرة للطاقة مثل المصابيح الكهربائية.	2
		73	21	5		
.825	2.22	28	17	15	أتابع الأخبار المحلية وأطلع على الأهداف العالمية للتنمية المستدامة عبر الإنترنت أو على وسائل التواصل الاجتماعي.	3
		46	28	25		
.777	2.35	32	17	11	أنشر عن أفعالي الهادفة لتحقيق الأهداف العالمية للتنمية المستدامة باستخدام هاشتاك على الشبكات الاجتماعية.	4
		53	28	18		
.640	2.22	20	33	10	لا أطيل في الاستحمام كثيراً (لمدة 5-10 دقائق) ولا استخدم الأحواض (البانيو) لأنها تتطلب كميات كبيرة من الماء أكثر من الاستحمام.	5
		33	55	11		

.745	1.57	9	16	35	أجمد المنتجات الطازجة وبقايا الطعام إذا لم يكن لدي فرصة لتناولها استخدم بعض بقايا الطعام كسماد لتقليل تأثير النفايات على المناخ ولإعادة تدوير العناصر الغذائية.	6
		15	26	58		
.696	2.58	42	11	7	أحرص على سد تسربات الهواء من النوافذ والأبواب لزيادة كفاءة الطاقة (التبريد أو التدفئة) واستخدم السجاد والبسط للحفاظ على دفء المنزل بدون استهلاك الطاقة.	7
		70	18	11		
.745	1.57	9	18	33	اتجنب مضخة الماء في غسل السيارة او الحديقة.	8
		15	26	58		

المستوى الثاني: مستوى مساهمة ممارس العلاقات العامة (وهو خارج المنزل) في تحقيق اهداف التنمية المستدامة؟

1. كان المتوسط المرجح لإجابات العينة (دائماً) للسلوكيات المذكورة في الأسئلة الثلاث (الثاني والسادس والسابع) وهي (أتسوق بذكاء: أخطط للتسوق واستخدم قوائم مكتوبة لتجنب عمليات الشراء الاندفاعية ولا أتستلم للحيل التسويقية التي تقودني إلى شراء المزيد من الطعام أكثر مما أحتاج إليه) و(أتسوق من المحال المعتاد عليها، فالماركات الجديدة ليست هي الأفضل بالضرورة، واتسوق من المحال التي تبيع البضائع المستعملة) و(أحافظ على صيانة سيارتي؛ فالسيارة الجيدة الصيانة تتبع منها عوادم سامة أقل).

2. وجاءت جميع الإجابات بمتوسط مرجح (أحياناً) للسلوكيات المذكورة في الأسئلة (الأول، الثالث، الرابع، الخامس، والثامن) وهي (اتسوق من المحال القريبة لدعم الأعمال التجارية في الحي لتوفيرهم فرص عمل، وأساعد على منع الشاحنات التي تنقل البضاعة من القيادة لمسافات بعيدة) و(عندما أذهب إلى مطعم أطلب أطعمة نهريّة مستدامة غير معرضة للانقراض أو الندرة) و(استعمل الدراجة أو أمارس المشي على الأقدام أو استخدم وسائل النقل العام وأوفر استخدام السيارة عندما يكون بصحبتني مجموعة كبيرة) و(استخدم قنينة المياه الزجاجية القابلة لإعادة الملء) و(أهب ما لا استخدمه للآخرين لإعطاء حياة جديدة لما سبق أن أحسنت استخدامه من الملابس والكُتُب وقطع الأثاث). أنظر الجدول (8).

جدول (8) يوضح المستوى الثاني

الانحراف المعياري	المعدل	دائماً	أحياناً	نادرًا	المستوى الثاني: ما تفعله في الحي خارج اجواء المنزل	ت
		العدد	العدد	العدد		
		%	%	%		

تمكين ممارسي العلاقات العامة من تحقيق أهداف التنمية المستدامة

.816	2.25	29	17	14	اتسوق من المحال القريبة: لدعم الأعمال التجارية في الحي لتوفيرهم فرص عمل، وفي الوقت نفسه أساعد على منع الشاحنات التي تنقل البضاعة من القيادة لمسافات بعيدة.	1
		48	28	23		
.601	2.67	44	12	4	أتسوق بذكاء: أخطط للتسوق واستخدم قوائم مكتوبة لتجنب عمليات الشراء الاندفاعية ولا أتستسلم للحيل التسويقية التي تقودني إلى شراء المزيد من الطعام أكثر مما أحتاج إليه.	2
		73.3	20	6.7		
.676	2.13	18	32	10	عندما أذهب إلى مطعم أطلب أطعمة نهريّة مستدامة (غير معرضة للانقراض أو الندرة).	3
		30	53.3	16.7		
.770	1.98	17	25	18	استعمل الدراجة أو أمارس المشي على الأقدام أو استخدم وسائل النقل العام وأوقّر استخدام السيارة عندما يكون بصحبتني مجموعة كبيرة.	4
		28.3	41.7	30		
.739	1.88	13	27	20	استخدم قنينة المياه الزجاجية القابلة لإعادة الملء.	5
.645	2.42	30	25	5	أتسوق من المحال المعتاد عليها، فالماركات الجديدة ليست هي الأفضل بالضرورة، واتسوق من المحال التي تبيع البضائع المستعملة.	6
		50	41.7	8.3		
.698	2.43	33	20	7	أحافظ على صيانة سيارتي؛ فالسيارة الجيدة الصيانة تتبعث منها عوادم سامة أقل.	7
		55	33.3	11.7		
.756	2.27	27	22	11	أهب ما لا استخدمه للأخرين لإعطاء حياة جديدة لما سبق أن أحسنت استخدامه من الملابس والكُتب وقطع الأثاث.	8
		45	36.7	18.3		

المستوى الثالث: مستوى مساهمة ممارس العلاقات العامة (وهو في العمل) في تحقيق اهداف التنمية المستدامة؟

1. كان المتوسط المرجح لإجابات العينة المبحوثة (دائماً) للسلوكيات المذكورة في الأسئلة الثلاث (الثاني والرابع والثامن) وهي (أظهر دعمي لتحقيق المساواة بين النساء والرجال في الأجور) و(أرفع صوتي ضد أي نوع من التمييز في مؤسستي فالجميع سواء بغض النظر عن النوع والجنس والانتماءات الاجتماعية والإمكانات الجسمانية) و(اعرف حقوقي في العمل من أجل الوصول إلى العدالة والإنصاف).
2. وجاءت جميع الإجابات بمتوسط مرجح (أحياناً) للسلوكيات المذكورة في الأسئلة (الأول، الثالث، الخامس، السادس والسابع) وهي (أرشد من هم مسؤولين مني للاهتمام بالتنمية المستدامة لتحقيق مستقبل أفضل) و(أتمتع بالوعي، وقرأ حول العمال في بلدان أخرى وعن ممارسات

العمل، وأتحدث إلى زملائي حول هذه الموضوعات) و(أساهم في تنظيم أسبوع (لا ضرر) في العمل نعمل على أن نعيش بصورة أكثر استدامة لمدة أسبوع على الأقل) و(أتابع مؤتمرات البيئة وأتعرّف على المزيد حول ما يمكننا فعله لحمايتها) و(أراجع القرارات اليومية: هل يمكنني إعادة تدوير المخلفات في مكان العمل؟ هل تشتري مؤسستي من تجار يساهمون بضرر البيئة؟ أنظر الجدول (9).

جدول (9) يوضح المستوى الثالث

الانحراف المعياري	المعدل	دائماً	أحياناً	نادرًا	المستوى الثالث: ما تفعله في العمل والوظيفة	ت
		العدد	العدد	العدد		
		%	%	%		
.783	2.28	29	19	12	أرشد من هم مسؤولين مني للاهتمام بالتنمية المستدامة لتحقيق مستقبل أفضل.	1
		48.3	31.7	20		
.792	2.50	41	8	11	أظهر دعمي لتحقيق المساواة بين النساء والرجال في الأجور.	2
		68.3	13.3	18.3		
.833	2.13	25	18	17	أتمت ع بالوعي، واقراء حول العمال في بلدان أخرى وعن ممارسات العمل، وأتحدث إلى زملائي حول هذه الموضوعات.	3
		41.7	30	28.3		
.718	2.40	32	20	8	أرفع صوتي ضد أي نوع من التمييز في مؤسستي فالجميع سواء بغض النظر عن النوع والجنس والانتماءات الاجتماعية والإمكانات الجسمانية.	4
		53.3	33.3	13.3		
.713	2.00	15	30	15	أساهم في تنظيم أسبوع (لا ضرر) في العمل نعمل على أن نعيش بصورة أكثر استدامة لمدة أسبوع على الأقل.	5
		25	50	25		
.833	2.13	25	18	17	أتابع مؤتمرات البيئة وأتعرّف على المزيد حول ما يمكننا فعله لحمايتها.	6
		41.7	30	28.3		
.799	2.15	24	21	15	أراجع القرارات اليومية: هل يمكنني إعادة تدوير المخلفات في مكان العمل؟ هل تشتري مؤسستي من يساهمون بضرر البيئة؟	7
		40	35	25		
.770	2.48	39	11	10	اعرف حقوقي في العمل من أجل الوصول إلى العدالة والإنصاف.	8
		65	18.3	16.7		

ثالثًا: العلاقات الارتباطية:

بعد التحليل الوصفي لإجابات المبحوثين لآبد من حساب العلاقة الارتباطية للمحاور الثلاث التي تمثل إدراك وقناعة وسلوك ممارسي العلاقات العامة (في المنزل، المنطقة، والعمل) مع عمر

وخبرة واستخدام التواصل الاجتماعي لكل منهم.

ارتباط المحاور الثلاث مع العمر والخبرة وساعات استخدام وسائل التواصل ارتبطت المحاور الثلاث عكسياً مع العمر بمعامل ارتباط سالب بلغ (95.1%) مع المحور الأول، و(94.9%) مع المحور الثاني، و(93.7%) مع المحور الثالث، وبدلالة إحصائية أقل من (0.05)، أي أن النتيجة ذات معنوية عالية، وهذا يعني أن كبار السن أقل معرفة وتواصل مع المفاهيم الحديثة للتنمية المستدامة، وأن فئة الشباب هي الأكثر وعياً وإطلاعاً بهذه المفاهيم، مما يجعلها أكثر قدرة على تطبيق متطلباتها في الواقع سواءً في البيت أو المنطقة أو العمل.

وبما أن العلاقة عكسية بين العمر والمحاور الثلاث، فإنه من الطبيعي أن تكن العلاقة عكسية بين المحاور نفسها والخبرة الوظيفية، إذ ارتبطت المحاور الثلاث عكسياً مع الخبرة الوظيفية بمعامل ارتباط سالب بلغ (93%) مع المحور الأول والثاني، و(92%) مع المحور الثالث، وبدلالة إحصائية أقل من (0.05)، أي أن النتيجة ذات معنوية عالية، وهذا يعني أن من يمتلك خبرة أكثر هم كبار السن أنفسهم، وعلى الرغم من خبرتهم الكبيرة، إلا أن هذه الخبرة لا تواكب التطور الحاصل في مفاهيم التنمية المستدامة.

أما عدد ساعات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، فإنها ترتبط بعلاقة طردية قوية مع المحاور الثلاث بلغت (93%) مع المحور الأول، و(94%) مع المحورين الثاني والثالث، وهذا يسبب بالضرورة وجود علاقة عكسية بين عد الساعات والعمر والخبرة الوظيفية، إذ ترتبط بالأولى (90%) وبالثانية (88%)، وبدلالة إحصائية أقل من (0.05)، أي أن النتيجة ذات معنوية عالية، وهذا يعني أن فئة الشباب هي الفئة الأكثر استخداماً لتقنيات التواصل، والتكنولوجيا الحديثة، مما يجعلها أكثر اطلاعاً على مفاهيم ومبادئ التنمية المستدامة، مما جعل هذه الفئة أكثر إيجابية في تعاملها مع متطلبات هذه المبادئ وسلوكها سواءً في البيت أو المنطقة أو العمل كما في الجدول (10).

الجدول (10): مصفوفة الارتباطات بين العمر والخبرة وساعات استخدام التواصل الاجتماعي مع

المحاور الثلاث

المحور الثالث	المحور الثاني	المحور الأول	استخدام وسائل الاتصال	الخبرة الوظيفية	الفئة العمرية	مصفوفة الارتباط	
-0.937	-0.949	-0.951	-0.90	0.90	1	معامل الارتباط	الفئة العمرية
0	0	0	0	0		الدلالة الإحصائية	
-0.92	-0.93	-0.93	-0.88	1		معامل الارتباط	الخبرة الوظيفية
0	0	0	0			الدلالة الإحصائية	

0.94	0.94	0.93	1			معامل الارتباط	استخدام وسائل الاتصال
0	0	0				الدلالة الإحصائية	
.974	.982	1				معامل الارتباط	المحور الأول
0	0	0				الدلالة الإحصائية	
.984	1					معامل الارتباط	المحور الثاني
0						الدلالة الإحصائية	
1						معامل الارتباط	المحور الثالث
						الدلالة الإحصائية	

الارتباط بين المحاور الثلاث وبالمقابل ارتبطت المحاور الثلاث مع بعضها ارتباطاً قوياً، إذ بلغ معامل ارتباط المحورين الأول والثاني، والثاني والثالث (98%)، والمحورين الأول والثالث (98%)، وبدلالة إحصائية أقل من (0.05)، أي أن النتيجة ذات معنوية عالية، وتشير هذه النتيجة إلى قناعة وسلوك ممارس العلاقات العامة لا تنفصل أو تتجزأ، فالسلوك الإيجابي في المنزل يتزامن مع الحي السكني والعمل.

أبرز النتائج:

1. أبرزت النتائج على مستوى مساهمة ممارس العلاقات العامة (وهو في المنزل) في تحقيق أهداف التنمية المستدامة حصلت الفقرات ادناه على المراتب الاولى (أطفى الأنوار إذا لم أكن بحاجة إليها، واستبدل الأجهزة القديمة بالموديلات الموفرة للطاقة مثل المصابيح الكهربائية) و(أنشر عن أفعالي الهادفة لتحقيق الأهداف العالمية للتنمية المستدامة باستخدام هاشتاك على الشبكات الاجتماعية) و(أحرص على سد تسربات الهواء من النوافذ والأبواب لزيادة كفاءة الطاقة (التبريد أو التدفئة)
2. كشفت نتائج البحث عن ان مستوى مساهمة ممارس العلاقات العامة (وهو خارج المنزل) في تحقيق اهداف التنمية المستدامة قد جاءت فقرات (أتسوق بذكاء: أخطط للتسوق واستخدم قوائم مكتوبة لتجنب عمليات الشراء الاندفاعية ولا أتسلم للحيل التسويقية التي تقودني إلى شراء المزيد من الطعام أكثر مما أحتاج إليه) و(أتسوق من المحال المعتاد عليها، فالماركات الجديدة ليست هي الأفضل بالضرورة، واتسوق من المحال التي تبيع البضائع المستعملة) و(أحافظ على صيانة سيارتي؛ فالسيارة الجيدة الصيانة تنبعث منها عوادم سامة أقل) في المرتبة الاولى

بالإجابة دائماً.

3. أبرزت نتائج البحث أن مستوى مساهمة ممارس العلاقات العامة (وهو في العمل او الوظيفة) في تحقيق اهداف التنمية المستدامة كانت أبرز نتائج العينة المبحوثة (دائماً) للسلوكيات المذكورة في الأسئلة الثلاث (الثاني والرابع والثامن) وهي (أظهر دعمي لتحقيق المساواة بين النساء والرجال في الأجور) و(أرفع صوتي ضد أي نوع من التمييز في مؤسستي فالجميع سواء بغض النظر عن النوع والجنس والانتماءات الاجتماعية والإمكانات الجسمانية) و(اعرف حقوقي في العمل من أجل الوصول إلى العدالة والإنصاف).

التوصيات:

1. يوصي الباحث بتضمين مقررات دراسية للتنمية المستدامة في الاختصاصات الانسانية والطبيعية في الجامعات العراقية.
2. يوصي الباحث بتشجيع ممارسي العلاقات العامة في المنظمات الحكومية وغير الحكومية على القيام بأسبوع سنوي في مؤسساتهم يتضمن عرض اخر المستجدات المرتبطة بالتنمية المستدامة.
3. ادخال ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية في دورات دولية ووطنية متخصصة في مجالات التنمية المستدامة.
4. ادخال تقنيات الذكاء الاصطناعي في مفاهيم التنمية المستدامة.

الهوامش

(* أسماء المحكمين

1. أ.د. مصطفى حسين عبد الرزاق، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة واسط، واسط، العراق.
2. أ.م.د. عراك غانم محمد، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة سامراء، سامراء، العراق.
3. د. ميثم فالح الموسوي، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة واسط، واسط، العراق.

المصادر والمراجع

الجعدي، م.، و الحوراني، م. (2023). المسؤولية الاجتماعية لقطاع الاسكان ودورها في تحقيق التنمية المستدامة: دراسة سوسولوجية على عينة من المستفيدين بمؤسسة محمد بن راشد للإسكان - في إمارة دبي. مجلة الآداب(145)، 483-516. <https://doi.org/10.31973/aj.v1i145.3610>

العبادي، ه. ف. (2014). دراسة العلاقة بين رأس المال البشري ورأس المال الاجتماعي بحث استطلاعي لأراء عينة من التدريسيين في جامعة الكوفة. مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية، 10 (31)، 168-193. <https://www.iasj.net/iasj/download/a108c82091af4fb6>

الوائلي، ر. ع. ا. (2022). توظيف برامج العلاقات العامة الرقمية لتحقيق متطلبات التنمية المستدامة دراسة مسحية لصفحة بعثة الأمم المتحدة العراق. مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية،

- 3(46 ج3)، 510-535. <https://doi.org/10.31185/lark.Vol3.Iss46.2472>
- بوجاجه، ن. (2019). وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التوعية البيئية وتحقيق التنمية المستدامة موقع الفيس بوك انموذجا. *المجلة العربية للارشيف والتوثيق والمعلومات*، 23(46)، 387-416. <https://bit.ly/46oUnk9>
- حمد، إ. (2015). رأس المال الاجتماعي مقارنة تنموية. *مجلة جامعة دمشق*، 31(3)، 139-162. <https://bit.ly/47khqxQ>
- عبد الحسين، س. م. (2022). تحديات التنمية المستدامة في دول الاقتصاد الريعي (العراق انموذجا). *مجلة كلية التربية جامعة واسط*، 49(1)، 345-363. <https://doi.org/10.31185/eduj>. Vol49.Iss1.3247
- عبد العظيم، ح. ا. (2015، 11/2). *نظرية رأس المال الاجتماعي*. <https://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=385062>
- علي، خ. ك. ك. (2020). مؤشرات ممارسة العلاقات العامة الممتازة في المؤسسات الأكاديمية. *الباحث الإعلامي*، 12(47)، 97 - 122. <https://doi.org/10.33282/abaa.v12i47.510>
- مهدي، ر. ص.، و غنتاب، أ. ص. (2019). معالجة أهداف التنمية المستدامة في الصحافة العربية: (دراسة تحليلية في جرائد الصباح العراقية، والشعب الجزائرية، والاتحاد الإماراتية) (بحث مستل من رسالة ماجستير). *الباحث الإعلامي*، 11(46)، 207 - 226. <https://doi.org/10.33282/v11i46.414.abaa>

Funding

None

ACKNOWLEDGEMENT

None

CONFLICTS OF INTEREST

The author declares no conflict of interest

References

- Adu, E., Emunemu, B., & Oshati, T. (2014). The role of information and communication technology (ICT) and higher education in sustainable development. *Journal of Communication*, 5(2), 181-190.
- Al-Abadi, H. F. (2014). Studying the relationship between human capital and social capital: An exploratory study of the opinions of a sample of teaching staff at the University of Kufa. *AL GHAREE for Economics and Administration Sciences*, 10(31), 168-193. <https://www.iasj.net/iasj/download/a108c82091af4fb6>
- Al-Waeli, R. A. K. (2022). Employing digital public relations programs to achieve the requirements of sustainable development. A survey of the United Nations

- Mission Iraq page. *Lark Journal of Philosophy, Linguistics and Social Sciences*, 3(46 P3), 510-535. <https://doi.org/10.31185/lark.Vol3.Iss46.2472>
- Ali, K. K. K. (2020). INDICATEURS OF THE EXCELLENT PUBLIC RELATION PRACTICE. *ALBAHITH ALALAMI*, 12(47), 97 - 122. <https://doi.org/10.33282/abaa.v12i47.510>
- Aljaaidi, M., & Al-Hourani, M. (2023). The social responsibility of the housing sector and its role in achieving sustainable development: A sociological study on a sample of beneficiaries at the Mohammed bin Rashid Housing Establishment - in Dubai. *Al-Adab Journal*(145), 483-516. <https://doi.org/10.31973/aj.v1i145.3610>
- ASDA Stores Limited. (2012). *Green is Normal: Sustainability Study*.
- Azim, H. I. A. (2015, 2/11). *Social capital theory*. <https://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=385062>
- Boujajah, N. (2019). Social media and its role in environmental awareness and achieving sustainable development: Facebook is an example. *Arab Journal for Archives, Documentation and Information*, 23(46), 387-416. <https://bit.ly/46oUnk9>
- Brundtland, G. H. (1987). Our Common Future—Call for Action. *Environmental Conservation*, 14(4), 291-294. <https://doi.org/10.1017/S0376892900016805>
- Dobson, A. (1996). Environment sustainabilities: An analysis and a typology. *Environmental Politics*, 5(3), 401-428. <https://doi.org/10.1080/09644019608414280>
- Duffield, L. (2011). Media Skills for Daily Life: Designing a Journalism Programme for Graduates of All Disciplines. *Pacific Journalism Review*, 17(1), 141-156.
- Güçlü, S. (2016). An Experimental Study towards Young Adults: Communication Skills Education. *Eurasian Journal of Educational Research*, 16(63), 279-292. <https://doi.org/10.14689/ejer.2016.63.16>
- Hamad, I. (2015). Social capital is a development approach. *Damascus University Journal*, 31(3), 139-162. <https://bit.ly/47khqxQ>
- Hussein, S. M. A. (2022). Challenges of sustainable development in rentier economy countries (Iraq as an example). *Journal of the College of Education, University of Wasit*, 49(1), 345-363. <https://doi.org/10.31185/eduj.Vol49.Iss1.3247>
- Khaminich, S. Y., & Khizhnyak, Y. E. (2015). The concept of ecological marketing and features application of «green» PR and advertising. *Global and National Problems of Economics*, 7, 591-595.
- Kragen, K. (2020). *INTERPERSONAL COMMUNICATION: A First Look*. SAGE Publications.
- Leach, M., Stirling, A. C., & Scoones, I. (2010). *Dynamic sustainabilities:*

technology, environment, social justice. Taylor & Francis.

- Mahdi, R. S., & Ghntab, A. S. (2020). ADDRESSING THE GOALS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN THE ARAB PRESS:: (An analytical study in the newspapers (Al-Sabah Iraqi newspaper, Algerian ech-chaab Newspaper, and UAE Al-Ittihad Newspaper) (A Research Drawn from Master Thesis). *ALBAHITH ALALAMI*, 11(46), 207 - 226. <https://doi.org/10.33282/abaa.v11i46.414>
- Scott, W. (2015). Public Understanding of Sustainable Development: Some Implications for Education. *International Journal of Environmental and Science Education*, 10(2), 235-246.
- UNESCO. (2014, 29/10). *Sustainable Development*. <http://www.unesco.org>
- Zyma, O., Stefanski, R., & Golub, M. (2020). The impact of environmental PR on product consumption. *Economics of Development*, 19(2), 13-21. [https://doi.org/10.21511/ed.19\(2\).2020.02](https://doi.org/10.21511/ed.19(2).2020.02)