مجلة

بحوث العلاقات العامة

Journal of PR research Middle East

الشرق الأوسط

معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠٢٥م = ١,٣٨ Q1 معامل تأثير المجلس الأعلى للجامعات =٧

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الرابعة عشرة - العدد الثاني والستون - أبريل/يونيو ٢٠٢٦م

بحوث باللغة العربية:

- اتجاهات النخبة الإعلامية نحو فيديوهات الذكاء الاصطناعي على مو اقع التواصل الاجتماعي:
  دراسة مسحية مقارنة على الأكاديميين والممارسين
  أ.م.د. محمد أحمد هاشم إمام الشريف (جامعة الملك فيصل) ... ص٩
- اتجاهات مستخدمي منصة إكس نحو إعادة بناء العلامة التجارية وعلاقتها بالقيمة المدركة لها
  أ.م.د. إيمان طاهر سيد عباس بدر (جامعة القاهرة) ... ص٤٩
- تأثير متابعة مو اقع التواصل الاجتماعي على وعي الشباب الاماراتي بمصطلح الإعلام المستدام:
  دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية الإعلام جامعة ليوا
  د. هبة أحمد الديب - عائشة لاهي زايد السعدي (جامعة ليوا)
  مفرج علي غزال - حمد أحمد الحمادي - مريم هلال راشد المهيري (جامعة ليوا)... ص١٠٧
- استراتيجيات الاتصال الحكومي الرقمي لرؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠ عبر منصات التواصل الاجتماعي:
  دراسة تحليلية
  محمد بن مغدي جابر السلمي (جامعة القاهرة)... ص١٣٧
- استخدام الحملات الرقمية في التوعية بأهداف التنمية المستدامة في اليمن
  رحمة علي حمود حجيرة (جامعة القاهرة)... ص١٦٥
- شعار "صنع في السعودية" بوصفه مؤشرًا لبلد المنشأ و أثره في الصورة المدركة للعلامة التجارية والنو ايا الشر ائية
  أثير بنت أحمد الشيخي (جامعة الملك عبد العزيز)... ص٢١١
- أخلاقيات الخطاب الاتصالي لوزارة الصحة المصرية عبر فيسبوك أثناء جائحة كوفيد-١٩:
  دراسة تحليلية في ضوء نظرية الدفاع المسؤول
  أحمد خيري عسران (جامعة القاهرة)... ص٢٥١

(ISSN 2314-8721)
الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)
الجمعية المصرية للعلاقات العامة
(EPRA)
بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٣٨٠
جميع الحقوق محفوظة ٢٠٢٦ @ APRA
الوكالة العربية للعلاقات العامة
www.jprr.epra.org.eg

Journal of PR esearch
Middle East

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط
(JPRR.ME)
دورية علمية محكمة
العدد الثاني والستون - السنة الرابعة عشرة – أبريل/يونيو ٢٠٢٦

مؤسسها
ورئيس مجلس الإدارة
د. حاتم محمد عاطف
رئيس EPRA

رئيس التحرير
أ.د. علي السيد عجوة
أستاذ العلاقات العامة والعميد
الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة
رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مدير التحرير
أ.د. محمد معوض إبراهيم
أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس
والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء
رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

مساعدو التحرير

أ.د. مبارك بن واصل الحازمي
أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والاتصال
جامعة الملك عبد العزيز

أ.د. رزق سعد عبد المعطي
أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن
جامعة مصر الدولية

أ.د. محمد حسن العامري
أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة
كلية الإعلام - جامعة بغداد

أ. د. فؤاد علي سعدان
أستاذ العلاقات العامة
كلية الإعلام - جامعة صنعاء

أ.م.د. ثريا محمد السنوسي
أستاذ مشارك ومستشار تعليم بكلية الدفاع الوطني
وزارة الدفاع - أبوظبي

أ.م.د. السيد عبد الرحمن علي
أستاذ العلاقات العامة المشارك بكلية الإعلام والعلاقات العامة
جامعة ليوا - العين

مدقق اللغة الإنجليزية
أ.م.د. نصر الدين عبد القادر عثمان
أستاذ العلاقات العامة المشارك في كلية الإعلام
جامعة عجمان

مدير العلاقات العامة
المستشار/ السعيد سالم خليل

التدقيق اللغوي
علي حسين الميهي
مدقق اللغة العربية

المراسلات
الجمعية المصرية للعلاقات العامة
جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي
بين السرايات – ١ شارع محمد الزغبي
إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة
جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم
رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦
Mobile: +201141514157
Fax: +20482310073 Tel : +2237620818
www.jprr.epra.org.eg
Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)
Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. منى سعيد الحديدي (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون غير المتفرغ بكلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د. عبد الفتاح زكرياء مكوار (المغرب)
أستاذ التعليم العالي في علوم الإعلام والتواصل بكلية الآداب والعلوم الإنسانية بمنسيك
جامعة الحسن الثاني بالدار البيضاء

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)
أستاذ الإعلام بجامعة بغداد وحاليًا رئيس قسم الإعلام الرقمي بجامعة النور في نينوى / العراق

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)
أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العناد (السعودية)
أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طايع (مصر)
أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)
أستاذ الصحافة – وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة سابقًا - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)
أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)
أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)
أستاذ العلاقات العامة والرئيس الأسبق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب سابقًا - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)
أستاذ العلاقات العامة والعميد السابق لكلية الإعلام - جامعة اليرموك

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)
أستاذ متقاعد تخصص دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال
جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. عبد الملك ردمان الدناني (اليمن)
أستاذ الإعلام بجامعة الإمارات للتكنولوجيا

أ.د. خلود بنت عبد الله ملياني (السعودية)
أستاذ العلاقات العامة بكلية الاتصال والإعلام - جامعة الملك عبد العزيز

أ.د. طارق محمد الصعيدي (مصر)
أستاذ الإعلام بكلية التربية النوعية - جامعة المنوفية

** الأسماء مرتبة وفقًا لتاريخ الحصول على درجة أستاذ جامعي.

حقوق الطبع © الوكالة العربية للعلاقات العامة ٢٠٢٦

جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كليًّا أو جزئيًّا، في أي شكل وبأية وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الجمعية المصرية للعلاقات العامة
(EPRA)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٢٤٣٨٠/ ٢٠١٩

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications
Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia, Shebin El-Kom
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66
Or
Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: ceo@apr.agency - jprr@epra.org.eg

موقع ويب: www.apr.agency - www.jprr.epra.org.eg

الهاتف : 818 -376-20 02 (2+) - 151 -14 -15 0114 (2+) - 157 -14 -15 0114 (2+)

فاكس : 73 -231-00 048 (2+)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثًا متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قِبَل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).

والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في النشر والاستشارات العلمية والتعليم والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع محلي بدار الكتب المصرية، ومصنفة دوليًا لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقًا لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- تقبل المجلة نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية، كما تُقبل نشر أبحاث المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- تقبل المجلة نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، كما تقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلًا ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية ـ الإنجليزية ـ الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوبًا باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبَل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءًا من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعه، ويُراعى الكتابة ببنط (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحوث العربية، ونوع الخط Times New Roman في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢,٥٤)، ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول فببنط (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقًا للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقًا للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقًا لطريقة APA الأمريكية.

- يرسل الباحث نسخة إلكترونية من البحث بالبريد الإلكتروني بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه، وإرفاق ملخصين باللغتين العربية والإنجليزية للبحث.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر، أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطاره بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلًا خلال ١٥ يومًا من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذريًا فيرسله الباحث بعد ٣٠ يومًا أو أكثر حسب ملاحظات التحكيم من وقت إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٣٨٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ ٥٥٠$ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٠٪) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأي عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبَل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لتحكيمه ونشره في مجلة أخرى.
- لا يزيد عدد صفحات البحث على (٤٠) صفحة A4، وفي حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٧٠ جنيهًا مصريًا للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ١٠$.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٥٠$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٨٠$. على ألا يزيد ملخص الرسالة على ٨ صفحات.
- يتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ويتم إرسال عدد (١) نسخة من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠$، ويتم إرسال عدد (١) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع، ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر ٣٥٠$. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ١٢٠٠ جنيه ومن خارج مصر ٤٥٠$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة، وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والبريد الإلكتروني المعتمد من المجلة jprr@epra.org.eg، أو البريد الإلكتروني لرئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر ـ ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها إحدى وستون عددًا بانتظام، تضم بحوثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط ـ وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة ـ وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالتهم المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني، فقد نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في عام ٢٠٢٥م ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى في تخصص الإعلام، بمعامل تأثير= ١,٣٨، كما تحصلت المجلة على معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢٢/٢٠٢١م بقيمة= ١,٥٦٩.

وكانت المجلة في صدارة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقيات العلمية تخصص "الإعلام" وقام بتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت ضمن قائمة المجلات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العبيكان - معرفة - إثراء - بوابة الكتاب العلمي).

وفي هذا العدد - الثاني والستين - من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة والأساتذة المشاركين والمساعدين.

ففي البداية وعلى صعيد البحوث الواردة بهذا العدد من المجلة، نجد بحثًا من **مصر** قدَّمه: **أ.م.د. محمد أحمد هاشم إمام الشريف**، من جامعة الملك فيصل، بعنوان: "اتجاهات النخبة الإعلامية نحو فيديوهات الذكاء الاصطناعي على مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة مسحية مقارنة على الأكاديميين والممارسين".

ومن جامعة القاهرة نجد بحثًا مقدَّم من: **أ.م.د. إيمان طاهر سيد عباس بدر** من **مصر**، تحت عنوان: "اتجاهات مستخدمي منصة إكس نحو إعادة بناء العلامة التجارية وعلاقتها بالقيمة المدركة لها ".

ومن جامعة ليوا قُدِّم بحثًا مشتركًا لفريق بحثي مكون من: **د. هبة أحمد الديب**، من **مصر**، **عائشة لاهي زايد الساعدي، مفرج علي غزال، حمد أحمد الحمادي، مريم هلال راشد المهيري**، من **الإمارات العربية المتحدة**، بعنوان: "تأثير متابعة مواقع التواصل الاجتماعي على وعي الشباب الاماراتي بمصطلح الإعلام المستدام: دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية الإعلام جامعة ليوا".

ومن جامعة القاهرة قدّم: **محمد بن مغدي جابر السلمي**، من **السعودية**، دراسة تحليلية بعنوان: "استراتيجيات الاتصال الحكومي الرقمي لرؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠ عبر منصات التواصل الاجتماعي".

وقدَّمت **رحمة علي حمود حجيرة**، من **اليمن**، من جامعة القاهرة، دراسة بعنوان: "استخدام الحملات الرقمية في التوعية بأهداف التنمية المستدامة في اليمن".

ومن جامعة الملك عبد العزيز، من **السعودية**، قدَّمت **أثير بنت أحمد الشيخي**، دراسة بعنوان: "شعار (صنع في السعودية) بوصفه مؤشرًا لبلد المنشأ وأثره في الصورة المدركة للعلامة التجارية والنوايا الشرائية".

وأخيرًا من جامعة القاهرة قدَّم: **أحمد خيري عسران**، من **مصر**، دراسة تحليلية في ضوء نظرية الدفاع المسؤول بعنوان: "أخلاقيات الخطاب الاتصالي لوزارة الصحة المصرية عبر فيسبوك أثناء جائحة كوفيد-١٩".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول، ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقًا لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجلات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراة والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قِبَل الأساتذة المتخصصين.

وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيرًا وليس آخرًا ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

استخدام الحملات الرقمية في التوعية بأهداف التنمية المستدامة في اليمن(*)

إعداد

رحمة علي حمود حجيرة (**)

إشراف

أ.د. منى سعيد الحديدي (***) **د. جيهان عبد الحميد حنفي(****)**

(*) تم استلام البحث بتاريخ ١٥ مايو ٢٠٢٦م، وقُبل للنشر في ٠٦ يونيو ٢٠٢٦م، وهو مستل من رسالة الدكتوراة المقيدة بكلية الإعلام جامعة القاهرة تحت إشراف أ.د. منى الحديدي الأستاذ غير المتفرغ بقسم الإذاعة والتلفزيون ود. جيهان حنفي المدرس بالقسم.

(**) باحثة دكتوراة بقسم الإذاعة والتلفزيون في كلية الإعلام جامعة القاهرة.

(***) أستاذ الإذاعة والتلفزيون غير المتفرغ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة والعميد الأسبق للأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام.

(****) مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.

استخدام الحملات الرقمية في التوعية بأهداف التنمية المستدامة في اليمن

رحمة علي حمود حجيرة
rahma.hugaira@gmail.com
جامعة القاهرة

إشراف

أ.د. منى سعيد الحديدي
monahadidi@yahoo.com
جامعة القاهرة

د. جيهان عبد الحميد حنفي
gehanabdelhamid.gm@gmail.com
جامعة القاهرة

ملخص:

استهدف البحث تحليل آليات توظيف الحملات التوعوية الرقمية المرتبطة بأهداف التنمية المستدامة في اليمن في بناء رسائل معرفية وتحفيزية موجهة إلى الشباب اليمني، من خلال دراسة كفاءة هذه الحملات وشكل خطابها الاتصالي ومضمونه، ومدى قدرة المؤسسات والمبادرات التنموية على توظيف المنصات الرقمية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج محتوى معرفي قادر على الإقناع والتأثير، وركز البحث على حملتين رقميتين، هما: حملة (مناخ مستدام في اليمن)، والإطار الاتصالي المصاحب لـ(الخطة الوطنية لتمكين وتنمية الشباب في اليمن ٢٠٢٥-٢٠٣٠)، واعتمد البحث على منهج المسح التحليلي باستخدام استمارة إلكترونية عبر منصة (KOBO) على عينة عمدية قوامها (٧٣) منشورا في المواقع الإلكترونية ويوتيوب وإكس وفيسبوك وإنستجرام وتيك توك، وأظهرت النتائج أن الخطاب الرقمي للحملات ما يزال في مرحلة انتقالية بين التوعية العامة وبناء المعرفة التنموية المنظمة، إذ غلب عليه الطابع الإعلامي والتعريفي بنسبة (٩٧.٣٪)، والقوالب الساكنة ممثلة في الصورة والنص بنسبة (٨١.٣٪)، والاستمالات الوجدانية بنسبة (٩٧.٣٪)، في مقابل حضور أقل للمصادر والمراجع والوثائق، وبلغ المحتوى غير المسند بمصدر (٦٩.٩٪)، بما يحد من تعميق الفهم وترسيخ موثوقية المعلومات، وكشف التحليل تفاوتا في تناول أهداف التنمية المستدامة، إذ برز الهدف (١٣) العمل المناخي بنسبة (٤٦.٦٪)، مقابل حضور محدود للهدف (١٦) السلام والعدل والمؤسسات القوية بنسبة (١١.٠٪)، والهدف (٨) العمل اللائق ونمو الاقتصاد بنسبة (١.٤٪)، بما يشير إلى حاجة الحملات إلى توازن أكبر بين الأهداف وربط أوضح بين القضايا المناخية والاقتصادية والمؤسسية، وأوضحت النتائج أن التفاعل الرقمي ظهر أساسا من خلال المشاهدات بنسبة (٨٨.٣٪) من إجمالي مؤشرات التفاعل المرصودة، بينما ظل التفاعل النشط، ممثلاً في الإعجابات والمشاركات والتعليقات والحفظ، محدودا بنسبة (١١.٧٪)، وأظهر تحليل النماذج البصرية للمنشورات أن القوالب القصيرة والفكاهية كانت أكثر قدرة على الاقتراب من الشباب وتحفيز تداول الرسالة، وفيما يتعلق بتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الحملات

الرقمية ، كشف التحليل أن توظيفها ظل محدودا وغير منتظم، إذ بلغ الحضور المؤكد لمؤشرات استخدامها (٤.١٪) فقط من إجمالي العينة، مقابل فئة غير محسومة بلغت (١١.٠٪)، وتركز التوظيف في النصوص والصور دون أن يتحول إلى آلية مؤسسية واضحة للتفسير أو التبسيط أو الترجمة أو التفاعل المخصص، ويكشف حضور الفئة غير المحسومة عن محدودية ثقافة الإفصاح والشفافية في بيان أدوات إنتاج المحتوى الرقمي، بما يؤكد أهمية التأهيل في أخلاقيات تداول المحتوى المدعوم بتطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات والمبادرات التنموية. وخلص البحث إلى أن كفاءة الاتصال الرقمي التنموي في السياق اليمني ترتبط بوضوح الهدف، وتوثيق المعلومات، وتبسيط المعرفة، وتنويع القوالب، وإشراك الشباب في إنتاج الرسالة، إلى جانب الحاجة إلى بروتوكول واضح للإفصاح والتوثيق والاستخدام المسؤول لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في الحملات التوعوية الرقمية.

الكلمات المفتاحية: الحملات التوعوية الرقمية، أهداف التنمية المستدامة، تطبيقات الذكاء الاصطناعي، الشباب اليمني، تحليل المضمون، التفاعل الرقمي، المؤسسات التنموية، اليمن.

مقدمة:

يأتي هذا البحث في سياق يتقاطع فيه التحول الرقمي مع الحاجة إلى تطوير الخطاب الاتصالي التنموي، في ظل اتساع حضور المنصات الرقمية التفاعلية في نشر الرسائل التوعوية وبناء المعرفة حول أهداف التنمية المستدامة، وتبرز أهمية ذلك في السياق اليمني المتأثر بالصراع، حيث تزداد الحاجة إلى حملات رقمية فاعلة تخاطب الشباب، وتربط القضايا التنموية بحياتهم اليومية، وتحول التوعية من نشر معرفي عام إلى محتوى واضح وموثوق وقابل للتداول والتفاعل؛ وينطلق البحث من أن كفاءة الحملات الرقمية لا تقاس بحجم النشر فقط، بل بقدرة المؤسسات والمبادرات التنموية على بناء رسائل مقنعة وموثقة، وتوظيف شكل المحتوى ومضمونه في إبراز الأهداف الأكثر اتصالاً بالواقع اليمني، وبخاصة الهدف (٨) العمل اللائق ونمو الاقتصاد، والهدف (١٣) العمل المناخي، والهدف (١٦) السلام والعدل والمؤسسات القوية، وتتزايد أهمية التحليل في ضوء ما أتاحته تطبيقات الذكاء الاصطناعي من إمكانات في إنتاج المحتوى ودعمه وإعادة صياغته وتعزيز قدرته على الإقناع والتأثير، بما يطرح سؤالاً حول مستوى اعتماد المؤسسات والمبادرات التنموية عليها في التوعية الرقمية للشباب اليمني؛ وفي هذا الإطار، يحلل البحث مضمون حملة (مناخ مستدام في اليمن)، والإطار الاتصالي المصاحب لـ(الخطة الوطنية لتمكين وتنمية الشباب في اليمن ٢٠٢٥-٢٠٣٠م)، بهدف تقييم كفاءة الخطاب الاتصالي المؤسسي، ورصد خصائص التغطية الرقمية، ومؤشرات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي، ومستوى التفاعل مع المحتوى، بما يعزّز فهم قدرة الحملات الرقمية على ربط أهداف التنمية المستدامة بأولويات الشباب اليمني في سياق التعافي وبناء المعرفة التنموية الموثوقة.

مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة البحث في عدم كفاية الدراسات التي تناولت كفاءة الحملات التوعوية الرقمية المرتبطة بأهداف التنمية المستدامة في اليمن، من حيث بنائها الاتصالي شكلاً ومضمونا، وحجم تناولها للأهداف الأكثر اتصالاً بالواقع اليمني، وبخاصة الأهداف (٨) العمل اللائق ونمو الاقتصاد، و(١٣) العمل المناخي، و(١٦) السلام والعدل والمؤسسات القوية، وقدرتها على تحفيز مشاركة الشباب والتفاعل الرقمي مع الرسائل التنموية، وتبرز المشكلة في محدودية تحليل مستوى اعتماد المؤسسات والمبادرات التنموية على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الحملات التوعوية؛ لذلك يسعى البحث إلى تحليل مضمون حملتين رقميتين مرتبطتين بأهداف التنمية المستدامة في اليمن، ورصد خصائص التغطية الرقمية، ومؤشرات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي، ومستوى التفاعل مع المحتوى، بما يساعد على تقييم كفاءة الخطاب الاتصالي المؤسسي في تحويل التوعية الرقمية من نشر معرفي عام إلى مسار أكثر قدرة على المشاركة والتأثير.

أهمية البحث:

- **الأهمية النظرية:**

تنطلق الأهمية النظرية لهذا البحث من الربط بين تكنولوجيا الاتصال والتنمية، من خلال تحليل كفاءة الحملات التوعوية الرقمية المرتبطة بأهداف التنمية المستدامة في اليمن، ورصد بنائها الاتصالي شكلاً ومضمونا، ومستوى تناولها للأهداف الأكثر اتصالاً بالواقع اليمني، وبخاصة الأهداف (٨) العمل اللائق ونمو الاقتصاد، و(١٣) العمل المناخي، و(١٦) السلام والعدل والمؤسسات القوية، بالإضافة إلى تحليل مدى اعتماد المؤسسات والمبادرات التنموية على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى أو دعمه أو تبسيطه أو تعزيز قدرته على الإقناع والتأثير؛ وتتعزز الأهمية النظرية من خلال توظيف نظريتي الحتمية التكنولوجية والبناء الاجتماعي للتكنولوجيا في تفسير علاقة التقنية بالسياق اليمني المعقد.

- **الأهمية التطبيقية:**

وتتمثل في تقديم مؤشرات تساعد المؤسسات الحكومية والمنظمات الدولية والمحلية على تطوير حملات رقمية أكثر فاعلية في التوعية بأهداف التنمية المستدامة للشباب اليمني، من خلال تحسين بناء الرسائل، وتوثيق مصادرها، وتوظيف القوالب والمنصات المناسبة، وقياس حجم التناول والتفاعل مع المحتوى؛ ويقدم البحث مؤشرات عملية لتصميم حملات تنموية قادرة على تحويل التوعية الرقمية من نشر معرفي عام إلى تفاعل شبابي قابل للقياس.

أهداف البحث:

يتمثل الهدف الرئيس في: تحليل كفاءة الحملات الرقمية في التوعية بأهداف التنمية المستدامة في السياق اليمني المتأثر بالصراع، وتتفرع من هذا الهدف الأهداف الآتية:

١. دراسة كفاءة المؤسسات والمبادرات التنموية في التوعية بأهداف التنمية المستدامة الأكثر اتصالاً بالواقع اليمني، من حيث حجم التناول ووضوح الرسائل وارتباطها بأولويات الشباب اليمني.
٢. قياس مؤشرات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الحملات الرقمية للمؤسسات والمبادرات التنموية، ومدى حضورها في إنتاج المحتوى وتعزيز قدرته على الإقناع والتأثير.
٣. تحليل مؤشرات التفاعل الرقمي مع محتوى الحملات، بما يكشف قدرة الخطاب التنموي المؤسسي على الانتقال من التوعية العامة إلى تحفيز المشاركة الشبابية في ظل تعقيدات السياق اليمني.

الدراسات السابقة:

في إطار ما أمكن الرجوع إليه من الدراسات السابقة ذات الصلة بالموضوع خلال الفترة من (٢٠٢٥-٢٠٢٦م) تم الاطلاع على (١٥) بحثاً؛ وفيما يلي عرضها باتباع أسلوب (APA) الإصدار السابع في إثبات المراجع:

المحور الأول: دراسات تتعلق باستخدامات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال المعرفة والتعليم:

١. تناولت دراسة (Lardhi & Ismail, 2026)[١] دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي في دعم استمرارية التعليم ضمن الهدف (٤) من أهداف التنمية المستدامة، واعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي، باستخدام مجموعات النقاش المركزة لمعلّمين في محافظة الأحساء بالسعودية، وانتهت إلى أن تطبيقات مثل (ChatGPT) و (Gemini)و (Copilot)تسهم في دعم التخطيط التعليمي، وتنويع الأنشطة، وتخصيص التعلم، وتعزيز مشاركة الطلاب.
٢. هدفت دراسة[٢] (Lachaiah & Hajdu Barát, 2026) إلى قياس الوعي والاستخدام والتصورات المتعلقة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي بين مستخدمي المكتبات العامة، واعتمدت على المسح الميداني لعينة مكونة من (٢٢٣) مبحوثاً، أغلبهم من الطلاب، وانتهت الدراسة إلى أن المستخدمين يدركون فائدة تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين الوصول إلى المعلومات، مع بروز مخاوف تتعلق بالمخاطر والآثار الأخلاقية، وأوصت بربط التوظيف التقني بمعايير الموثوقية والخصوصية.
٣. هدفت دراسة (أبو المعاطي، ٢٠٢٦م[٣]) إلى تقييم دور تطبيق (ChatGPT) بوصفه أداة لنشر الوعي الصحي في السياق الاجتماعي بمحافظة بورسعيد، واعتمدت الدراسة على المسح

الميداني، وانتهت إلى أن التعليم يعزز وعي الأفراد بقدرة تطبيقات الذكاء الاصطناعي على دعم التوعية الصحية عند استخدامها بصورة منضبطة وموثوقة.

٤. سعت دراسة (مرعي[٤]، ٢٠٢٥م) إلى تحليل مدى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تطوير خدمات الرعاية الاجتماعية في وزارة التضامن الاجتماعي بمصر، وانتهت الدراسة المعتمدة على المنهج الوصفي التحليلي لعينة قوامها (٢١١) مسؤولاً في الإدارات المركزية والفرعية للوزارة، إلى عدم تبني تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الوزارة بشكل فعال، بالإضافة إلى وجود علاقة طردية دالة إحصائيا بين تطبيقات الذكاء الاصطناعي والتخطيط لتطوير خدمات الرعاية الاجتماعية

٥. تناولت دراسة (عبد الكريم، ٢٠٢٤م [٥]) تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في استهداف وتشكيل توجهات الشباب المصري نحو قضايا الرأي العام، واعتمدت على المسح الميداني لعينة عمدية قوامها (٤٠٠) مفردة من الشباب المصري، إلى جانب مقابلات مع (٢٥) خبيرا إعلاميا من مؤسسات إعلامية مصرية توظف هذه التقنيات، وانتهت الدراسة إلى أن ارتفاع اعتماد الشباب على هذه التقنيات في المهام الدراسية والتعليمية بلغ نسبة (٧١.٨٪)، ومتابعة (٤٨.٨٪) من العينة للمحتوى التلفزيوني المرتبط بقضايا الرأي العام والمعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي بانتظام، مقابل (٣٨.٢٪) بشكل غير منتظم.

المحور الثاني: دراسات ذات صلة بأهداف التنمية المستدامة والإعلام الرقمي:

١. هدفت دراسة[٦](Nazeer et al., 2026) **إلى** تحليل كيفية تأثير العوامل المؤسسية والتنظيمية في تبنّي تطبيق (ChatGPT) داخل مؤسسات التعليم العالي، وأثرها على التقدم في تنفيذ مشاريع متعلقة بأهداف التنمية المستدامة، دراسة مقارنة في الاقتصادات النامية والمتقدمة، واعتمدت الدراسة على عينة من (٢٤) مقابلة مع أعضاء هيئة تدريس في مؤسسات التعليم العالي في دول نامية ومتقدمة، وتوصلت إلى أن أنماط التبنّي تشكلت تبعا لاختلاف البيئات المؤسسية بين الدول النامية والمتقدمة.

٢. تناولت دراسة (Althubyani, 2026)[٧] كيفية الإدماج المسؤول لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في التعليم العالي في مجالات العلوم والتقنية والهندسة والرياضيات، وعلاقته بتعزيز أهداف التنمية المستدامة، ولا سيما الهدف (٤) التعليم الجيد، واعتمدت الدراسة على منهج يهتم بقياس اتجاهات أعضاء هيئة التدريس نحو استخدام هذه التطبيقات في التعليم الجامعي، وانتهت إلى أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تدعم التعلم المخصص وتطوير ممارسات التدريس.

٣. تناولت دراسة (مطرود وعبد الأمير، ٢٠٢٦م[٨]) توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة في مجالي التعليم والصحة، واعتمدت الدراسة على منهج وصفي

تحليلي قائم على تحليل الأدبيات والبيانات المنشورة، وانتهت إلى أن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي يدعم فرص تطوير التعليم والخدمات الصحية، ويعزز قدرة المؤسسات على تقديم خدمات أكثر كفاءة واستجابة، بالإضافة إلى أنها أوصت بدمج نظام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في السياسات الوطنية للتنمية المستدامة.

٤. هدفت دراسة (Leal Filho et al., 2026)[٩] إلى تحليل إسهام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة، واعتمدت الدراسة على المراجعة المنهجية للأدبيات، مدعومة بحالات تطبيقية، واستخدمت أداة تحليل الدراسات المنشورة وفق بروتوكولات منهجية، وخلصت الدراسة إلى أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تسهم في دعم عدد من الأهداف، ولا سيما الصحة والتعليم والطاقة النظيفة والعمل المناخي.

٥. بحثت دراسة (السقا والبيلي، ٢٠٢٦م[١٠]) دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز فعالية ممارسات تنظيم المجتمع لتحقيق التنمية المستدامة، واعتمدت على مدخل يرتبط بالممارسة المهنية في الخدمة الاجتماعية وتنظيم المجتمع، بما يجعلها أقرب إلى الدراسة التحليلية المرتبطة بتطوير الأداء المهني، ومن نتائج الدراسة أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تسهم في تطوير ممارسة تنظيم المجتمع، بما يسهم في رفع كفاءة البرامج والمبادرات المرتبطة بالتنمية المستدامة.

٦. اهتمت دراسة (Rosen ,2025[11]) بتحليل العلاقة الديناميكية بين تطبيقات الذكاء الاصطناعي وأهداف التنمية المستدامة خلال الفترة (٢٠١٥-٢٠٣٠م)، وقدمت الدراسة إطارا نظريا شاملا يوضح قدرة التقنية على تحسين الكفاءة التشغيلية، وتعزيز الحلول المستدامة في المجالات البيئية والاقتصادية والاجتماعية، رغم التحديات التي قد تفرضها.

المحور الثالث: دراسات ذات صلة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي وأهداف التنمية المستدامة والشباب في السياق اليمني:

١. تناولت دراسة (العدواني وعباس،٢٠٢٦م [١٢]) إعداد تصور مقترح لتعزيز أخلاقيات تطبيقات الذكاء الاصطناعي لدى طلبة الجامعات اليمنية، واعتمدت على المنهج الوصفي المسحي على عينة بلغت (٣٥٦) طالبا وطالبة من طلبة الجامعات اليمنية، وانتهت الدراسة إلى بناء تصور مقترح يتضمن فلسفته وأهدافه ومنطلقاته ومبادئه ومحاوره ومتطلباته.

٢. توصلت دراسة (قراضة والعفاري، ٢٠٢٥م[١٣]) إلى مجموعة من متطلبات تطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في الجامعات اليمنية من وجهة نظر (١٥) خبيرا، وجاءت المتطلبات الإدارية والتنظيمية في المرتبة الأولى بين المجالات الأخرى، وبدرجة موافقة مرتفعة (٩٣.٣٣٪)، يليها المتطلبات البشرية والمادية في المرتبة الثانية بنسبة (٩٢.٩٣٪)، ثم

المتطلبات الفنية بنسبة اتفاق (٩٠.٣٠٪)، وجاءت المتطلبات التشريعية في المرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة (٩٠.١٥٪).

٣. خرجت دراسة (المليكي،٢٠٢٥م [14])بمقترحات لتوظيف بعض تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة اتخاذ القرارات داخل الجامعات اليمنية، من خلال مراجعة الأسس النظرية والفكرية المرتبطة بكل من الذكاء الاصطناعي وجودة اتخاذ القرار، مع تحديد أبرز التطبيقات القابلة للتوظيف في البيئة الجامعية، وخلصت إلى ضرورة تفعيل استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الجامعات اليمنية عبر تطوير البنية التحتية والموارد البشرية وتعزيز الشراكات المجتمعية.

٤. تناولت دراسة (عمر وآخرين، ٢٠٢٥م [١٥]) معوقات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في وزارة الشباب والرياضة اليمنية، واعتمدت على المنهج الوصفي لعينة قوامها (٦٥) موظفا وموظفة، وكشفت النتائج أن المعوقات البشرية والمالية والتقنية والإدارية جاءت جميعها بالدرجة الأولى، بما يعكس وجود صعوبات مؤثرة في تبنّي هذه التطبيقات داخل الوزارة.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

تمت الاستفادة من دراسات (Lardhi & Ismail, 2026) ، و (Lachaiah & Hajdu Barát, 2026)، و(أبو المعاطي، ٢٠٢٦م)، و(عبد الكريم، ٢٠٢٤م) في تحديد مؤشرات تحليل المحتوى المرتبطة بوظائف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المعرفة والتوعية، خاصة مؤشرات التبسيط، والتخصيص، وتيسير الوصول إلى المعلومات، وتعزيز القدرة على الإقناع والتأثير، إلى جانب مؤشرات الموثوقية والخصوصية والأثر الأخلاقي في المحتوى الرقمي الموجه للجمهور؛ بينما ساهمت دراسات (Nazeer et al., 2026)، و(Althubyani, 2026)، و(مطرود وعبد الأمير، ٢٠٢٦م)، و (Leal Filho et al., 2026)، و(Rosen, 2025) في ضبط العلاقة بين تطبيقات الذكاء الاصطناعي وأهداف التنمية المستدامة، بما دعم تحليل حضور الأهداف التنموية في الحملات الرقمية، ومدى اتساق الخطاب الاتصالي مع قضايا التعليم والعمل والمناخ والمؤسسات، وإبراز أهمية الحوكمة والدمج المسؤول للتقنيات في الرسائل التنموية؛ أما دراستا (مرعي، ٢٠٢٥م)، و(السقا والبيلي، ٢٠٢٦م)، فقد أفادتا في بناء مؤشرات كفاءة المؤسسات والمبادرات التنموية، خاصة ما يتعلق بقدرة المؤسسات على توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التخطيط وتحسين جودة الخدمات وتطوير البرامج وربط الاتصال الرقمي باحتياجات الجمهور، وهو ما أفاد في تحليل كفاءة الحملات من حيث وضوح الرسالة، وتوثيق المعلومات، وربط المحتوى بالمبادرات التنموية؛ وفيما يتعلق بدراسات السياق اليمني، وهي (العدواني وعباس،٢٠٢٦م)، و(قراضة والعفاري،٢٠٢٥م)، و(المليكي، ٢٠٢٥م)، و(عمر وآخرين، ٢٠٢٥م)، فقد أفادت في تفسير محدودية توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل الحملات اليمنية، وربط ذلك بالمعوقات الأخلاقية والتنظيمية والبشرية والتقنية والمالية، بالإضافة إلى دعم إدراج مؤشرات الإفصاح،

والشفافية، والتأهيل، وحماية الخصوصية ضمن استمارة تحليل المضمون. وبذلك تم توظيف الدراسات السابقة في ثلاثة اتجاهات رئيسية: بناء فئات تحليل المضمون، وتفسير كفاءة الحملات في تناول أهداف التنمية المستدامة، وقياس مؤشرات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الخطاب التنموي الرقمي، مع مراعاة خصوصية السياق اليمني المتأثر بالصراع.

موقع البحث الحالي من التراث العلمي:

يأتي موقع البحث الحالي ضمن التراث العلمي الذي تناول توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المعرفة والتعليم والتنمية المستدامة، إذ أفادت الدراسات السابقة في إبراز دور هذه التطبيقات في دعم الوصول إلى المعلومات، والتوعية، والتعلم، وتحسين كفاءة المؤسسات، غير أن أغلبها اتجه إلى قياس الاستخدام والاتجاهات، أو مراجعة الأدبيات والتجارب العامة، بينما يتجه هذا البحث إلى تحليل مضمون الحملات التوعوية الرقمية نفسها، بوصفها مجالاً تحليليا يكشف كيفية تحويل المعرفة التنموية إلى خطاب مؤسسي موجه إلى الشباب اليمني؛ ويتميز البحث الحالي عن الدراسات التي ركزت على التعليم والجامعات والمؤسسات الحكومية، بأنه يوسع مجال التحليل إلى الحملات الرقمية المرتبطة بأهداف التنمية المستدامة، ويرصد شكل الخطاب ومضمونه، وحجم تناول الأهداف (٨) العمل اللائق ونمو الاقتصاد، و(١٣) العمل المناخي، و(١٦) السلام والعدل والمؤسسات القوية، ومؤشرات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى أو دعمه أو تبسيطه أو تعزيز قدرته على الإقناع والتأثير، إلى جانب مؤشرات التفاعل الرقمي مع الشباب. وتتحدد إضافة البحث العلمية في الجمع بين المؤسسات والمبادرات التنموية، وتطبيقات الذكاء الاصطناعي، وتحليل مضمون الحملات الرقمية، وأهداف التنمية المستدامة، والتفاعل الشبابي داخل سياق يمني متأثر بالصراع، حيث ترتبط كفاءة الخطاب الرقمي بوضوح الرسائل، وتوثيق المعلومات، ومحدودية البنية الرقمية، وتفاوت الوصول، وحساسية الموثوقية، ومحدودية الإفصاح عن أدوات إنتاج المحتوى.

الإطار النظري:

اعتمد البحث في إطاره النظري على تكامل نظريتي الحتمية التكنولوجية والبناء الاجتماعي للتكنولوجيا، بما يتيح تفسير كفاءة الحملات التوعوية الرقمية المؤسسية من زاويتين متكاملتين؛ الأولى ترتبط بدور الخصائص التقنية للمنصات الرقمية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في تشكيل الرسائل وإتاحتها وتوسيع نطاق انتشارها، والثانية ترتبط بكيفية توظيف المؤسسات والمبادرات التنموية لهذه الأدوات داخل السياق اليمني المتأثر بالصراع، وبمدى قدرة الخطاب الرقمي على تحفيز مشاركة الأفراد وتفاعلهم مع الرسائل التنموية.

أولاً: نظرية الحتمية التكنولوجية(Technological Determinism):

تفترض نظرية الحتمية التكنولوجية أن التكنولوجيا تمثل قوة دافعة للتغيرات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية وأنماط التفاعل، إذ تحدد كيفية تفاعل الأفراد مع العالم، وبخاصة في ظل تطور تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي غيرت طرق تقديم المعلومات وإثراء الحوار، وأتاحت تفاعلات رقمية تحاكي الواقع وتؤثر في إدراك الأفراد للقضايا، لذلك تعد هذه النظرية من المداخل الأساسية في تفسير العلاقة بين التكنولوجيا والمجتمع [١٦](Hallström, 2022) ؛ وتفيد هذه النظرية في البحث الحالي في تحليل أثر الخصائص التقنية للحملات التوعوية الرقمية، من حيث نوع المنصة، وشكل القالب، وطبيعة المحتوى، ومستوى الانتشار، ومؤشرات التفاعل، ومدى توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الرسائل أو دعمها أو تبسيطها أو تعزيز قدرتها على الإقناع والتأثير، بما يساعد على تفسير كفاءة الحملات المؤسسية في تحويل أهداف التنمية المستدامة إلى محتوى رقمي قابل للوصول والتداول.

ثانيا: نظرية البناء الاجتماعي للتكنولوجيا(Social Construction of Technology – SCOT) :

تعد نظرية البناء الاجتماعي للتكنولوجيا من الأطر المهمة في بحوث التكنولوجيا والمجتمع، وقد ظهرت لتجاوز الطرح الحتمي الذي يفترض أن التكنولوجيا تحدد التغيرات الاجتماعية والثقافية بصورة مباشرة، إذ تؤكد أن التكنولوجيا لا تفهم من خصائصها التقنية وحدها، بل من خلال تفاعل الجماعات الاجتماعية معها وتفسيرها واستخدامها داخل سياقاتها المختلفة، وبذلك تفترض النظرية أن التطور التكنولوجي لا ينتج فقط عن منطق تقني داخلي، بل يتأثر بالعوامل الاجتماعية والسياسية والاقتصادية المحيطة به (Pinch & Bijker, 1984 [17]) ؛ وتفيد هذه النظرية في البحث الحالي في تفسير كيفية تشكل استخدام المؤسسات والمبادرات التنموية للمنصات الرقمية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل السياق اليمني، من حيث محدودية البنية الرقمية، وتفاوت الوصول، والانقسام المؤسسي، وحساسية الموثوقية، ومستوى الإفصاح عن أدوات إنتاج المحتوى، ومدى اتساق الرسائل مع أولويات الشباب اليمني في العمل والمناخ والسلام والعدالة، بما يساعد على فهم أسباب تفاوت كفاءة الحملات في بناء المعرفة التنموية وتحفيز التفاعل الرقمي.

نموذج نظري لتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحليل الحملات التوعوية الرقمية في السياق اليمني:

يوظف البحث التكامل بين نظرية الحتمية التكنولوجية ونظرية البناء الاجتماعي للتكنولوجيا في تحليل كفاءة الحملات التوعوية الرقمية المؤسسية المرتبطة بأهداف التنمية المستدامة في اليمن؛ إذ تفسر الحتمية التكنولوجية أثر المنصات والقوالب الرقمية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في إتاحة الرسائل وتوسيع انتشارها ورفع قدرتها على الإقناع والتأثير، بينما تفسر نظرية البناء الاجتماعي للتكنولوجيا كيفية تشكل

هذه الرسائل داخل سياق مؤسسي واجتماعي يمني تحدها عوامل البنية الرقمية، والموثوقية، والإفصاح، وملاءمة المحتوى لأولويات الشباب، وبذلك يتم تحليل كفاءة الحملات من خلال مجموعة مؤشرات مترابطة، تشمل وضوح الهدف، وموثوقية المحتوى، وتوثيق المعلومات، وملاءمة القالب، ومستوى الإفصاح عن أدوات إنتاج المحتوى، وحضور مؤشرات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي، ومستوى التفاعل الرقمي مع الرسالة، بما يسمح بفهم قدرة الخطاب المؤسسي على الانتقال من التوعية العامة إلى بناء محتوى معرفي قابل للتفاعل.

تساؤلات البحث:

١. ما طبيعة البناء الاتصالي للحملات التوعوية الرقمية المرتبطة بأهداف التنمية المستدامة في اليمن من حيث المنصات وشكل المحتوى ومضمونه؟
٢. ما حجم تناول المؤسسات والمبادرات التنموية للأهداف الأكثر اتصالا بالواقع اليمني، وبخاصة الهدف (٨) العمل اللائق ونمو الاقتصاد، والهدف (١٣) العمل المناخي، والهدف (١٦) السلام والعدل والمؤسسات القوية؟
٣. ما مستوى توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج محتوى الحملات الرقمية أو دعمه أو تبسيطه أو تعزيز قدرته على الإقناع والتأثير؟
٤. ما طبيعة مؤشرات التفاعل الرقمي مع محتوى الحملات التوعوية، وما دلالتها في قياس قدرة الخطاب المؤسسي على تحفيز مشاركة الشباب اليمني؟

مجتمع وعينة البحث التحليلي:

- **يتمثل مجتمع البحث التحليلي** في الحملات والمبادرات والأطر الاتصالية الرقمية المرتبطة بقضايا الشباب اليمني وأهداف التنمية المستدامة.
- **نطاق البحث التحليلي:** عينة عمدية من إطارين اتصاليين تنمويين خلال عام (٢٠٢٥م): حملة (مناخ مستدام في اليمن) بوصفها حملة توعوية ميدانية ورقمية ممتدة في (١٠) محافظات يمنية، ومرتبطة مباشرة بالهدف (١٣) العمل المناخي، ومتقاطعة مع الهدف (١٦) السلام والعدل والمؤسسات القوية، والإطار الاتصالي المصاحب لإعداد وتدشين (الخطة الوطنية لتمكين وتنمية الشباب في اليمن ٢٠٢٥-٢٠٣٠م) .
- **تم الاعتماد في تحليل العينة على فئات رئيسة** شملت: كثافة النشر وتوقيته، ووحدة التحليل المتمثلة في المنشور، وتخصيص المحتوى للأهداف محل البحث، ومؤشرات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في النص أو الصورة أو الصوت أو الفيديو أو الترجمة، والقوالب والوسائط والمنصات، وطبيعة الرسالة، والأهداف الاتصالية والاستمالات، والتفاعل الجماهيري من حيث المشاهدات

والإعجابات والمشاركات والتعليقات والحفظ، بالإضافة إلى بيانات المصدر واللغة ومدى ملاءمتهما للشباب اليمني.

مصطلحات ومفاهيم البحث (نظريًا وإجرائيًا):

١. **مفهوم الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence)** ، يعرف نظريا بأنه أحد فروع علم الحاسوب المعنية بتمكين الأنظمة والآلات من محاكاة القدرات الذهنية البشرية، مثل الفهم والتعلم وحل المشكلات واتخاذ القرارات ([18] أسماء عزمي، ٢٠٢٠م)، ولا يقتصر هذا المجال على تنفيذ أوامر مبرمجة مسبقاً، بل يمتد إلى بناء نظم قادرة على التعامل مع البيانات والمواقف المعقدة بدرجة من الذكاء الوظيفي المشابه للوظيفة البشرية[١٩](Xu et al., 2021) ويعود المصطلح تاريخيا إلى مؤتمر دارتموث عام ١٩٥٦م، قبل أن يتطور إلى التعلم العميق بالأنماط من البيانات (Dartmouth College, 2023 [٢٠] ، ويقصد بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في هذا البحث: التطبيقات الرقمية التوليدية المعتمدة على المعالجة اللغوية والتفاعل المباشر مع المستخدم للحصول على المعلومات أو تحليلها أو صياغتها أو تطويرها في مجالات المعرفة والتعليم.

٢. **الحملات التوعوية الرقمية:** وتعرف بأنها محاولات منظمة لإعلام الجمهور أو إقناعه أو تحفيزه على تغيير السلوك لدى جمهور واسع أومحدد، خلال فترة زمنية معينة، عبر أنشطة اتصال تستخدم وسائل تقليدية ورقمية وتفاعلية.(Rice & Atkin, 2009[21])،

ويقصد بالحملات التوعوية الرقمية في هذا البحث، المحتوى الرقمي المنظم الذي تنتجه المؤسسات والمبادرات التنموية عبر المنصات الرقمية للتوعية بأهداف التنمية المستدامة، وحجم التناول ومؤشرات التفاعل الرقمي، ومستوى اعتمادها على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى أو دعمه أو تبسيطه أو تعزيز قدرته على الإقناع والتأثير.

٣. **أهداف التنمية المستدامة(Sustainable Development Goals - SDGs) :** هي منظومة عالمية مترابطة تضم (١٧) هدفاً لمعالجة التحديات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية بصورة تكاملية تدعم العدالة والرفاه والاستدامة والسلام، بما يلبِّي احتياجات الحاضر دون الإضرار بقدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها، وهو التعريف الذي رسَّخه (تقرير برونتلاند) (World Commission[22] on Environment and Development, 1987) وأصبح مرجعا أساسيا في الأدبيات التنموية، ثم تطور ضمن إطار دولي أشمل مع تبنِّي الأمم المتحدة لخطة التنمية المستدامة (United Nations, 2015[23])، وتعود الجذور الدولية المبكرة لربط البيئة بالتنمية إلى مؤتمر الأمم المتحدة للبيئة البشرية في ستوكهولم عام ١٩٧٢م(Sohn, 1973[24]) ، ويقصد بها في هذا البحث: الأهداف الأممية ال(١٧) بوصفها إطارا مرجعيا لقياس المعرفة التنموية، مع التركيز على الأهداف (١٦،١٣،٨).

الإجراءات المنهجية:

نوع البحث:

ينتمي إلى البحوث المسحية، بما يتيح تحليل العلاقات بين المتغيرات واستخلاص مؤشرات علمية قابلة للتفسير.

أدوات جمع البيانات:

اعتمد البحث على استبانة تحليل مضمون إلكترونية صممت عبر منصة(KOBO) ، وطُبقت على عينة عمدية قوامها (٧٣) منشورا رقميا من حملتي (مناخ مستدام في اليمن) و(الخطة الوطنية لتمكين وتنمية الشباب في اليمن ٢٠٢٥-٢٠٣٠م)، عبر ست منصات رقمية: (المواقع الإلكترونية، ويوتيوب، وإكس، وفيسبوك، وإنستجرام، وتيك توك).

اختبار الصدق والثبات:

عرضت استمارة تحليل المضمون على مجموعة من المحكمين والمتخصصين للتحقق من الصدق الظاهري وصدق المحتوى، ومدى ملاءمة فئاتها التحليلية لأهداف البحث وتساؤلاته، وتم التحقق من ثبات فئات الترميز من خلال معادلة هولستي (Holsti) لقياس نسبة الاتفاق بين المرمزين، وذلك بإعادة ترميز عينة فرعية من مواد التحليل من قبل باحثين آخرين، حيث أعادت الباحثة "فتحية حماد"، من قسم الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة، ترميز (٨) منشورات تمثل (١١٪) من إجمالي عينة التحليل، وبلغت نسبة الاتفاق بينها وبين ترميز الباحثة (٨٧٪)، كما أعاد الباحث "علي محمد العبادي"، من قسم الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة، ترميز (١٢) منشورا تمثل (١٦٪) من إجمالي العينة، وبلغت نسبة الاتفاق بينه وبين ترميز الباحثة (٩١٪)، وتتجاوز كلتا النسبتين الحد الأدنى المقبول إحصائيا البالغ (٨٠٪)، بما يعكس مستوى مرتفعا من الاتساق في تطبيق فئات التحليل، ويؤكد وضوح التعريفات الإجرائية وصلاحية دليل الترميز المستخدم في قياس فئات تحليل المضمون.

أساليب التحليل المستخدمة:

تم الاعتماد على التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون بعد ترميز منشورات العينة إلكترونيا عبر منصة(KOBO) ، بما أتاح ضبط البيانات وتقليل أخطاء التفريغ والمراجعة، ثم تم تحليلها من خلال التكرارات والنسب المئوية والمقارنة بين الحملتين، وركز التحليل على آليات النشر الرقمي، والمنصات المستخدمة، وتوقيت النشر، وشكل المحتوى ومضمونه، بالإضافة إلى تحليل نماذج مختارة من المنشورات الأكثر دلالة لتفسير الفروق بين الأرقام والسياق الاتصالي، وتحليل كفاءة المؤسسات والمبادرات التنموية في إنتاج خطاب رقمي قادر على التوعية والتفاعل مع الشباب اليمني.

الإطار المعرفي للبحث:

أولاً: تشكيل المعرفة في البيئة الرقمية:

تتداخل مفاهيم التعليم والمعارف والإعلام في بنية واحدة تهدف إلى بناء الوعي الإنساني، إلا أن لكل منها حيزا وظيفيا متميزا؛ فالتعليم يمثل العملية المنظمة لنقل الخبرات وتنمية المهارات، بينما الإعلام هو القناة الحاملة للمعلومات والمؤثرة في الاتجاهات، لتكون (المعرفة) هي النتاج الذي يتشكل ويتراكم في وعي الفرد، ويقوم هذا التكامل على فكرة أن تشكيل المعارف لا يقتصر على المؤسسات التعليمية التقليدية كالمدارس والمعاهد والجامعات فحسب، بل يمتد ليشمل وسائل الإعلام والقوالب الدرامية:

- **تشكيل المعارف:** ويقصد بها جمع البيانات من مصادر مباشرة أو من وسائط، وإعادة إنتاجها في أطر جديدة وفق المحيط والعوامل الاجتماعية (Vygotsky, 1978[25])، وتنطلق هذه الرؤية من نظرية (الاتصال التشاركي) التي ترى أن المعرفة ليست كيانا ساكنا، بل هي عملية تتولد من تداخل عوامل الخبرة السابقة، وسياق التعلم، وأدوات التقنية المستخدمة كالشبكات الرقمية التي تحدد طبيعة المعرفة المكتسبة (Siemens, 2005[26])، ويقاس هذا التشكيل المعرفي من خلال مؤشرات نوعية وإجرائية، أبرزها نوعية المعرفة المكتسبة، ودرجة الفهم، والقدرة على توظيف المعرفة في مواقف متعددة، كما يرتبط بحاجة الفرد الفطرية لمعرفة العالم الذي يعيش فيه، وهو ما يتحقق اليوم عبر التفاعل مع عناصر البيئة الرقمية، وخاصة في ظل سيطرة الشبكات الإلكترونية التي توفر كما هائلاً من المعلومات، مما يقود في نهاية المطاف إلى تشكيل اتجاهات الفرد بشكل تراكمي تجاه ذاته ومكانته في مجتمعه، وخاصة في الأحوال الاستثنائية، وفي ضوء ذلك، تبرز أهمية الدور الذي يعوَّل على الوسائط الرقمية وتحديدا تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الربط بين المحتوى الإعلامي والمنهج التعليمي لإنتاج معرفة متخصصة فاعلة. ومن هنا تتأكد أهمية الحملات الرقمية في تشكيل المعرفة التنموية لدى الشباب، لأنها لا تكتفي بنقل المعلومات، بل تعيد تنظيمها في قوالب تفاعلية قابلة للفهم والتداول والمشاركة.
- **دمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التعليم والبحث:** تشير التطورات الحديثة إلى أن دمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العملية التعليمية، لم يعد مسألة تجريبية محدودة، بل أصبح اتجاها مؤسسيا متسارعا يعيد تشكيل البيئة التعليمية من حيث إنتاج المعرفة، وتيسير الوصول إلى المعلومات، وتنمية المهارات، وبناء الكفاءة المهنية للمستقبل، وهو ما يمنحها دورا متصاعدا في بيئة البحوث المعاصرة (UNESCO, 2021[27])؛ وزادت أهمية هذا التحول مع ظهور ChatGPT، الذي ساهم في اتساع إمكانات التفاعل والممارسات التعليمية والاتصالية (Lee et al., 2024[28])، وتعد اتجاهات دمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التعليم والبحوث عملية متعددة الأبعاد؛ إذ

يتمثل البعد الأول في الجانب المعرفي، حيث تسهم هذه التطبيقات في تسريع الوصول إلى المعلومات، وتبسيط المفاهيم، ودعم التعلم المخصص وفق احتياجات المتعلم، ويتمثل البعد الثاني في جانب التأهيل، لأنها تساعد على تنمية مهارات البحث والتحليل وصياغة المشكلات وبناء الحلول؛ أما البعد الثالث فهو البعد المؤسسي، ويظهر في انتقال الحكومات والمؤسسات التعليمية إلى بناء أطر وبرامج ومبادرات رسمية مرتبطة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي وأدوارها التعليمية، ولاسيما ChatGPT الذي ارتبط توظيفه في التعليم بتحسن الأداء التعليمي، والإدراك التعلمي، وبعض مهارات التفكير المتقدم، متى استخدم داخل أطر تعليمية موجهة وتحت إشراف بشري واضح (2026، عبد الناصر السيد[٢٩]). وتفيد هذه التحولات في توجيه الحملات التوعوية الرقمية نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تبسيط الرسائل التنموية، وتخصيصها، وتعزيز قدرتها على الوصول إلى الشباب والتأثير في وعيهم.

- **الدراما وتشكيل المعرفة:** لم يعد توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي والترفيهي مقتصرا على الوظائف المساعدة في التحرير أو المونتاج، بل امتد إلى أشكال إنتاجية جديدة داخل صناعة الصورة والصوت(Fayez et al., 2026[30]) ، بما يعزز قدرة الأعمال الدرامية والسمعية والبصرية على إعادة تمثيل الوقائع والقضايا العامة في صيغ سردية أكثر جاذبية وقابلية للفهم والتذكر؛ فعالميا، خصص مهرجان تريبيكا برنامجا بعنوان (Human Powered: AI Shorts Program)لعرض أفلام قصيرة ومقاطع موسيقية مولدة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي (Tribeca, 2024[31])، وعرضت منصة (Showrunner,) عملاً ساخرا بعنوان NBC Bay[32]) (Exit Valley) (Area, 2025، وفي السياق العربي أطلقت (Arab News, 2025) سلسلة بودكاست عن خمسة عقود مفصلية في تاريخ الشرق الأوسط باستخدام تطبيق (NotebookLM)، بما يشير إلى انتقال هذه الأدوات من التجريب التقني إلى التوظيف المعرفي؛ وتشير التحليلات الحديثة إلى تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مراحل التطوير وما قبل الإنتاج والتصور البصري وتحليل النصوص وخطط التصوير، مع استمرار الجدل حول الملكية الفكرية والحقوق الإبداعية وحدود الاستبدال البشري (Vickers et al., 2026)، وتزداد أهمية هذا المسار في الأعمال التاريخية والاجتماعية، لأن الدراما لا تقدم المعلومة مادة جامدة، بل تعيد تنظيمها في شخصيات وأحداث ومواقف تقرب المعنى إلى الجمهور. وفي اليمن، يمثل مسلسل (ملوك اليمن) مثالاً أوليا على دخول هذه التطبيقات إلى المجال الدرامي، إذ تم الاعتماد عليها في بعض المشاهد لتقليل الكلفة الإنتاجية (Yemen Shabab, 2026[33]) ، في سياق نقاش أوسع حول تبنّي تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الصحافة والإعلام اليمنيين مع بقاء الاعتبارات الأخلاقية والمهنية حاضرة.(Al-Fadhli, 2025[34]).

- **حملات التوعية الرقمية:** مع ظهور الإعلام الرقمي وثورة الإنترنت تحولت من قنوات أحادية الاتجاه إلى بيئات تشاركية مفتوحة أعادت تعريف أدوار المحرر والجمهور المتلقي والمتفاعل، وبرزت اتجاهات حديثة تستخدم تطبيقات الذكاء الاصطناعي كوسيلة للمعرفة؛ فمنذ عام ٢٠٢٣م، تحولت هذه التطبيقات إلى مكون محوري في الحملات التوعوية بفضل استخدام الخوارزميات لتحسين استهداف الرسائل ورفع فاعليتها، بما يحقق انتشارا أوسع بصورة تفاعلية تتجاوز الأنماط التقليدية.
- **تطبيقات الذكاء الاصطناعي كوسيط معرفي: تجارب دولية ومحلية:**

شهد توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي خلال الفترة (٢٠٢٥-٢٠٢٦م) تحولاً نوعيا من مجرد تقديم المعلومات إلى تنظيم الخبرة التعليمية، وتخصيص التعلم، وتعزيز التفاعل، وبناء المهارات المرتبطة بالاقتصاد الرقمي والمعرفي؛ ففي الولايات المتحدة اتجهت السياسات إلى ربط تعلم تطبيقات الذكاء الاصطناعي ببناء مهارات سوق العمل ومحو الأمية المرتبطة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي (The White House, 2025[35])؛ وفي التجربة الآسيوية، برز اتجاه واضح نحو دمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التعليم والبحث؛ إذ طورت جامعة سنغافورة الوطنية منصة (Lyra) كمساعد ذكي قائم على محتوى المقرر (National University of Singapore, 2026[36])، وأطلقت جامعة هونغ كونغ للعلوم والتكنولوجيا منصة (Aivilization) بوصفها بيئة تعليمية وبحثية للمحاكاة الاجتماعية (The Hong Kong University of Science and Technology, 2025[37])، واتجهت جامعة تسينغهوا في الصين إلى وضع إطار جامعي شامل لاستخدام هذه التطبيقات في التعليم عبر مجالات وظيفية متعددة (Tsinghua University, 2025[38])؛ وعلى المستوى العربي، اتجهت الإمارات إلى إدراج تطبيقات الذكاء الاصطناعي كمادة رسمية في المدارس الحكومية من رياض الأطفال حتى الصف الثاني عشر ابتداء من العام الدراسي (٢٠٢٥-٢٠٢٦م) (وكالة أنباء الإمارات، ٢٠٢٥م[٣٩])، بينما تبنَّت السعودية مسارا يجمع بين الإرشاد التربوي والإدماج المدرسي والامتداد الجامعي، من خلال دليل إرشادي لاستخدام التطبيقات التوليدية في التعليم العام، وإطلاق منهج وطني في البيانات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي لطلبة الجامعات(Saudi Press Agency, 2026[40]) أما في مصر، فيظهر مسار يجمع بين الحوكمة والتنظيم والإدماج التدريجي في المناهج؛ إذ أطلقت الدولة الإصدار الثاني من الاستراتيجية الوطنية للذكاء الاصطناعي (٢٠٢٥-٢٠٣٠م) مع التركيز على الحوكمة وبناء القدرات (المجلس الوطني للذكاء الاصطناعي، ٢٠٢٥م)، إلى جانب تدريس مادة البرمجة وتطبيقات الذكاء الاصطناعي لطلاب الصف الأول الثانوي بالتعاون مع اليابان، واتساع البرامج الجامعية

والتطبيقات البحثية المرتبطة بهذا المجال (وزارة التربية والتعليم والتعليم الفني[٤١]، ٢٠٢٥م؛ جامعة القاهرة، ٢٠٢٦م[٤٢]).

وفي السياق اليمني، ورغم عدم كفاية البنية الرقمية والاضطرابات السياسية والاقتصادية، بدأت تتشكل ملامح تهيئة مؤسسية أولية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي، من خلال ارتباط خطة (Team TAMKEEN 2025-2030[43]) بتنمية المهارات الرقمية، وتركيز استراتيجية التعليم العالي (٢٠٢٥-٢٠٢٧م) على تطوير البنية التقنية وبناء القدرات الأكاديمي والإدارية(استراتيجية التعليم العالي ٢٠٢٥م[٤٤])، إضافة إلى إدراج برامج وتخصصات مرتبطة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في عدد من الجامعات اليمنية، وهو ما لا يعني وجود سياسة وطنية مكتملة، لكنه يعكس انتقالاً أوليا نحو التهيئة المؤسسية والتدريبية، وتوضح هذه التجارب أن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في نشر المعرفة يتخذ ثلاثة مسارات رئيسة؛ الدمج المبكر داخل المناهج كما في الإمارات والسعودية، والدمج الاستراتيجي المرتبط ببناء المهارات كما في الولايات المتحدة ودول شرق آسيا، والحوكمة والتنظيم قبل التوسع في التطبيق كما في مصر، بينما تمثل اليمن حالة انتقالية ما تزال تتحرك في إطار التهيئة وبناء القدرات أكثر من التعميم. وتوضح هذه التجارب أن كفاءة الحملات التوعوية الرقمية لا تتحدد بمجرد استخدام التقنية، بل بقدرة المؤسسات على توظيفها في رسائل واضحة وموثوقة ومناسبة للشباب، وهو ما يمثل مدخلاً مهما لتحليل الحملات الرقمية في اليمن.

- **التحديات المرتبطة بالبيئة العربية والسياق اليمني:**

تتصل تحديات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي كوسيط معرفي في البيئة العربية والسياق اليمني بإنتاج المعرفة وتداولها والتحقق منها، وتتداخل فيها الحوكمة والبنية الرقمية وتفاوت مهارات المستخدمين؛ إذ تتحدد القيمة المعرفية لهذه التطبيقات بقدرة المؤسسات التعليمية والإعلامية على توظيفها في دعم التفكير النقدي، لا في إنتاج المحتوى فقط، مع الالتزام بالمسؤولية الأخلاقية والشفافية والرقابة البشرية والمساءلة(UNESCO, 2021[45]) ، وتؤكد مبادئ منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية ضرورة تطوير تطبيقات موثوقة وآمنة ومسؤولة (OECD, 2024[46])، بينما يعكس قانون الذكاء الاصطناعي الأوروبي اتجاها تنظيميا أكثر صرامة في القطاعات التعليمية والمعرفية(European Commission, 2024[47]) ، وفي السياق العربي يقدم ميثاق الألكسو لأخلاقيات الذكاء الاصطناعي إطارا إقليميا يوازن بين المعايير الدولية والخصوصية الثقافية، ويركز على العدالة والشفافية وحماية الهوية الثقافية (الألكسو، ٢٠٢٥م[٤٨])؛ أما في مصر فقد أكدت الإرشادات الوطنية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي مبادئ الشفافية والمساءلة وحماية الخصوصية والحد من التحيز، مع بقاء المسؤولية العلمية كاملة على الباحث (المجلس الأعلى للجامعات، ٢٠٢٦م)[49].

وتزداد هذه التحديات مع اتساع مفهوم الأمية الرقمية، إذ لم تعد تعني العجز عن استخدام الأجهزة أو الاتصال، بل تشمل عدم كفاية مهارات البحث والتحقق وتقييم المصادر وفهم حدود الأدوات الذكية، بما يجعل الإنتاج المعرفي عبر تطبيقات الذكاء الاصطناعي مرتبطاً بالتأهيل الرقمي والوعي النقدي[٥٠](Hackl et al., 2026) ، وفي البيئة العربية واليمنية تتداخل هذه الأمية مع محدودية البنية الرقمية وتفاوت الوصول وعدم كفاية التدريب المنظم، خاصة في اليمن، حيث بلغ عدد مستخدمي الإنترنت نحو (٧.٤٤) مليون مستخدم بنسبة انتشار (١٧.٧٪) بنهاية عام (٢٠٢٥م)، بما يعني أن جزءا كبيرا من الشباب ما يزال خارج المجال الرقمي الكامل أو داخله بصورة محدودة (Kemp, 2025[51])، وتكتسب الموثوقية أهمية محورية في هذا السياق، لأن غياب الثقة الناتج عن التحيز أو عدم وضوح المصدر قد يحول الأداة من وسيط لتوسيع المعرفة إلى عامل يضعف الحكم المعرفي، خاصة مع مخاطر الهلوسة المعلوماتية التي تقدم معلومات منظمة لكنها غير دقيقة(Hwang, 2025[52]) ، وهو ما يتطلب حوكمة أخلاقية وآليات تحقق واضحة حتى لا يتحول الاستخدام غير المنضبط إلى مصدر للإرباك المعرفي (Munaye et al., 2025[53]) ، وفي ضوء ذلك، تبرز الحاجة إلى حملات رقمية توعوية تراعي محدودية البنية الرقمية، وتفاوت المهارات، وحساسية الموثوقية، وتخاطب الشباب اليمني بلغة واضحة وقوالب قابلة للتفاعل، مع تعزيز ثقافة الإفصاح عن استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي أخلاقيا وقانونيا.

ثانيا: الشباب اليمني وأهداف التنمية المستدامة:

- **أهداف التنمية المستدامة (٢٠٣٠م):** اعتمدت الدول الأعضاء في الأمم المتحدة في سبتمبر (٢٠١٥) أجندة التنمية المستدامة (٢٠٣٠) ضمن وثيقة (تحويل عالمنا: خطة التنمية المستدامة لعام ٢٠٣٠م)، بوصفها إطارا عالميا للتحول التنموي يقوم على (١٧) هدفاً مترابطاً و(١٦٩) غاية، تجمع بين الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، وتؤكد الصلة بين السلام والعدالة والازدهار الإنساني (United Nations General Assembly, 2015[54]) ، وجاءت الأجندة استجابة لتراكم تحديات الفقر وعدم المساواة والضغوط البيئية والمناخية وتصاعد النزاعات، واستندت إلى مبدأ رئيس هو عدم ترك أحد خلف الركب، بما يجعل إدماج الفئات الأكثر احتياجا، ومن بينها الشباب، جزءا أساسيا من خطط التنمية الوطنية والدولية(United Nations, 2015[55]) ، وتتميز أجندة (٢٠٣٠) بطابع عالمي يخاطب الدول المتقدمة والنامية معا، وبمنظومة أهداف مترابطة لا تتحقق بصورة منفصلة، إذ يؤثر التقدم في التعليم والعمل والمناخ والعدالة والمؤسسات والشراكات في بقية الأهداف. (Le Blanc, 2015; Nilsson et al., 2018 [57][56]) ، ولا تقتصر الأجندة على إعلان الأهداف، بل تربط تنفيذها بوسائل الشراكة والتمويل ونقل التكنولوجيا وبناء القدرات، وتجعل الهدف (١٧) إطارا تنفيذيا جامعا لبقية الأهداف، فضلاً عن اعتماد إطار عالمي

للمؤشرات يتيح قياس التقدم ومساءلة الأداء وتحديث أدوات التنفيذ بمرور الوقت (United Nations, 2017)[58].

- **الأهداف التنموية ذات الأولوية في اليمن: العمل، البيئة، المؤسسات:**

اختارت الباحثة ثلاثة أهداف تنموية تكتسب أولوية خاصة في السياق اليمني، هي الهدف (٨) العمل اللائق ونمو الاقتصاد، والهدف (١٣) العمل المناخي، والهدف (١٦) السلام والعدل والمؤسسات القوية، وينطلق هذا الاختيار من منطق توطين التنمية وربطها بالخصوصية المحلية، إذ تعكس هذه الأهداف تقاطع التدهور الاقتصادي، وتفاقم المخاطر المناخية، وتراجعِ فاعلية المؤسسات العامة في ظل سياق ممتد من الصراع والانقسام، وتمثل هذه الأهداف مرتكزا رئيسا لأي مسار وطني للتعافي والاستقرار وإعادة بناء الثقة، ولا سيما في علاقتها بالشباب اليمني بوصفه من أكثر الفئات تأثرا بتحولات العمل والمناخ والحوكمة:

– يركز الهدف (٨) على تحقيق نمو اقتصادي شامل مقترن بعمل لائق، من خلال رفع الإنتاجية، ودعم ريادة الأعمال، وحماية حقوق العمال، وتوسيع الشمول المالي، والحد من البطالة، ولا سيما بين الشباب، وتبرز أهميته في اليمن مع ارتفاع بطالة الشباب إلى (٣٢.٤٪) عام (٢٠٢٦م)، وبلوغ نسبة الشباب غير الملتحقين بالتعليم أو العمل أو التدريب (٤٥.٨٪)، وارتفاع بطالة الشابات إلى (٣٨.٣٪)، بما يجعل العمل اللائق قضية مركزية في الواقع اليمني[59] (World Bank, 2026) .

– أما الهدف (١٣) فيركز على تعزيز القدرة على الصمود والتكيف مع الأخطار المناخية، وإدماج تدابير المناخ في السياسات والتخطيط، وتحسين التعليم والتوعية وبناء القدرات، ويكتسب أهمية خاصة في اليمن، حيث يتعرض نحو (٥٠٪) من السكان لمخاطر كبيرة مثل الحر الشديد والجفاف والفيضانات، مع توقع تراجع متوسط الناتج المحلي الإجمالي بنحو (٣.٩٪) سنويا بحلول (٢٠٤٠) بفعل المخاطر المناخية، وهو ما يربط العمل المناخي مباشرة بسبل العيش والأمن الغذائي والخدمات الأساسية (World Bank, 2024[60]; United Nations Development Program, 2025[61])

– ويختص الهدف (١٦) ببناء مجتمعات شاملة، وتعزيز سيادة القانون، والوصول إلى العدالة، والحد من الفساد، وبناء مؤسسات فعالة وشفافة، وحماية الحريات الأساسية وضمان الوصول إلى المعلومات، ولا يمثل هذا الهدف بعدا سياسيا فقط، بل قاعدة مؤسسية لتحقيق بقية أهداف التنمية المستدامة (United Nations General Assembly, 2015[62]) ، وتزداد أهميته في ظل الانقسام المؤسسي وتراجع الموارد والخدمات العامة وتدهور المؤشرات الاقتصادية والإنسانية، بما يجعل استعادة مؤسسات الدولة وإنهاء الحرب والوصول إلى سلام شامل ومستدام أولوية تنموية مباشرة. وتؤكد قراءة الأهداف (٨) العمل اللائق ونمو الاقتصاد، و(١٣) العمل

المناخي، و(١٦) السلام والعدل والمؤسسات القوية، أنها ليست شعارات عامة، بل أطر إجرائية قابلة للقياس والرصد والمقارنة، وتزداد أهميتها في السياق اليمني بسبب الحرب والانقسام المؤسسي وتدهور الخدمات وتفاقم البطالة والمخاطر المناخية، ومن ثم فإن تحليل حضور هذه الأهداف في الحملات التوعوية الرقمية لا يرتبط بالرصد الكمي فقط، بل بتقييم قدرة الخطاب الرقمي على تحويل الأولويات الوطنية والاحتياجات الفعلية للمجتمع اليمني إلى معرفة تنموية واضحة وموثوقة وقابلة للتفاعل.

ثالثًا: الشباب اليمني وفرص التحول التكنولوجي:

يمثل الشباب مدخلاً أساسيا لفهم علاقة المجتمع اليمني بأهداف التنمية المستدامة والتحول التكنولوجي، إذ لا تنفصل فرص التنمية عن البنية العمرية الفتية، ولا عن قدرة هذه الفئة على الوصول إلى التعليم والعمل والمعرفة الرقمية؛ فبحسب بيانات الهرم السكاني المستندة إلى تقديرات الأمم المتحدة لعام (٢٠٢٥م)، تبلغ الفئة العمرية (١٥–٣٩) نحو (١٧.١٢) مليون نسمة، بما يمثل قرابة (٤٠٪) من إجمالي سكان اليمن البالغ نحو (٤١.٧٧) مليون نسمة، كما تمثل الفئة العمرية (١٠–١٤) نحو (١١.٥٪) من السكان، وهي فئة ستنتقل جزئيا إلى شريحة الشباب خلال سنوات تنفيذ أجندة التنمية المستدامة حتى عام (٢٠٣٠م)، بما يؤكد الوزن الديموغرافي الكبير للشباب ويدعم اختيارهم مجتمعا رئيسيا للبحث (United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division, 2024 [63])، غير أن هذا الوزن الديموغرافي لا يتحول تلقائيا إلى فرصة تنموية في ظل تعقيد الواقع اليمني؛ إذ قدر عدد المحتاجين إلى المساعدة والحماية الإنسانية عام (٢٠٢٥م) بنحو (١٩.٥) مليون شخص، بما يعكس استمرار الضغوط على التعليم والصحة والعمل والخدمات العامة: (United Nations Yemen, 2025 [64]).

- **البيئة الاجتماعية:** يتحرك الشباب اليمني داخل سياق اجتماعي متأثر بالنزوح والفقر وعدم كفاية الخدمات وتراجع فرص التعليم والعمل؛ فقد بلغ عدد النازحين داخليا نحو (٤.٨) مليون شخص، بينهم نسب كبيرة من الأطفال والفتيات والنساء (United Nations High Commissioner for Refugees, 2025[65])، وسجل عام (٢٠٢٤م) نحو (١,٢٠١) مدني بين قتيل وجريح نتيجة العنف المسلح، بما يؤكد استمرار بيئة غير مستقرة تؤثر في فرص التعليم والعمل والمشاركة العامة (Civilian Impact Monitoring Project, 2024 [66])، وفي هذا السياق، ترتبط الأمية الرقمية ببنية الحرمان الاجتماعي والتعليمي؛ فالشباب الذين ينتقلون من الطفولة إلى مرحلة الشباب في ظل النزوح والعنف والعمل المبكر وتراجع الخدمات التعليمية يدخلون المجال الرقمي وهم محملون بفجوات معرفية ومهارية تؤثر في قدرتهم على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بوصفها وسيلة معرفية. وتؤكد بيانات الحرمان متعدد الأبعاد أن نحو (٨٩.٩٪) من الأطفال في اليمن يعانون من حرمان في بعد واحد على الأقل، وأن (٦٨.٦٪) يعانون من حرمان في بعدين أو أكثر، وترتفع النسبة في

المناطق الريفية إلى (٨١.٢٪)، وبين أطفال الأسر الأشد فقرا إلى (٩٦.٧٪)، بما يوضح أن الفجوة المعرفية والرقمية تبدأ مبكرا قبل مرحلة الشباب (باصيد، ٢٠٢٥م[٦٧])؛ وتتضاعف التحديات لدى الفتيات والشابات بسبب القيود الاجتماعية وعدم كفاية الوصول إلى التعليم والخدمات والحركة والمشاركة العامة، إضافة إلى مخاطر الابتزاز والتحرش الرقمي؛ فقد رصدت منظمة هيومن رايتس ووتش استمرار القيود المفروضة على حركة النساء في اليمن وتأثيرها في فرص التعليم والعمل والرعاية الصحية(Human Rights Watch, 2024[68]) ، كما وثقت منظمة العفو الدولية حالات ابتزاز وتحرش إلكتروني قائم على النوع الاجتماعي خلال الفترة (٢٠١٩-٢٠٢٣م) (Amnesty International, 2024[69]) . ، لذلك يصبح إدماج الفتيات والشابات في أي تصور للتحول التكنولوجي والتوعية بالتنمية شرطاً أساسيا لضمان عدالة الاستفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

- **البيئة السياسية:** تشكل جيل الشباب اليمني في سياق صراعات ممتدة بدأت بالحرب الأهلية عام (١٩٩٤م)، ثم حروب صعدة منذ عام (٢٠٠٤م)، واحتجاجات عام (٢٠١١م)، وصولاً إلى سيطرة جماعة أنصار الله (الحوثيين) على صنعاء عام (٢٠١٤م)، وما تبع ذلك من تدخل التحالف العربي بقيادة السعودية، وصدور قرارات مجلس الأمن المرتبطة بالأزمة اليمنية، ثم استمرار الانقسام بين سلطات أمر واقع متعددة داخل البلاد (ناصر[٧٠]، ٢٠٢٣م؛ مجلس الأمن التابع للأمم المتحدة، ٢٠١٥م[٧١]؛ عبدالله[٧٢]، ٢٠٢٢م)؛ وقد أنتج هذا السياق شعورا واسعا لدى الشباب بانسداد الأفق العام وعدم كفاية قدرة المؤسسات على تمثيل أولوياتهم، كما دفع بعضهم إلى الانخراط القسري أو الاضطراري في اقتصاد الحرب أو التشكيلات المسلحة بدلاً من توجيه طاقتهم نحو التعليم والعمل والتنمية. وتؤكد التقارير الإنسانية أن الشباب يواجهون في هذا السياق آثارا مباشرة تتصل بالنزوح، وفقدان فرص التعليم والعمل، والتجنيد في الصراع، وضعف أجهزة تنفيذ القانون، وانتشار السلاح، بما يوسع احتمالات العنف وعدم الاستقرار (Small Arms Survey, 2023[73]؛OCHA, 2024[74] ؛ مركز صنعاء للدراسات الاستراتيجية، ٢٠٢٥م [٧٥]) وبرغم أن الشباب اليمني ظهروا كقوة مؤثرة في احتجاجات عام (٢٠١١م) ضد المحسوبية والإقصاء الاجتماعي والسياسي، فإن حضورهم لم يتحول إلى تمثيل مؤسسي راسخ داخل بنى القرار، التي ظلت خاضعة بدرجة كبيرة للأحزاب السياسية والوجاهات الاجتماعية (الجداوي، ٢٠٢٢م[٧٦]).

- **البيئة الاقتصادية والتمكين:** أدى استمرار النزاع إلى تراجع النشاط الاقتصادي وتعطل فرص الاستثمار والعمل، وانخفاض الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي للفرد بنسبة (٥٨٪) منذ عام (٢٠١٥م)، مع استمرار انكماش الاقتصاد المتوقع عام (٢٠٢٥م) بمعدل (-١.٥٪) وبقاء التضخم عند نحو (٣٣.٠٪)، بما ينعكس على القدرة الشرائية ومستويات المعيشة(World Bank, 2025a[77]) ؛ وتتضح خطورة هذا السياق في اتساع الفقر والاحتياجات الإنسانية؛ ويقدر أن (٧٤٪) من سكان اليمن يعيشون تحت خط الفقر(World Bank, 2025b[78]) ، وهناك نحو (٢٢.٣) مليون شخص

يحتاجون إلى المساعدة والحماية، وعلى مستوى الشباب، تظل البطالة من أكثر المؤشرات اتصالاً بموضوع البحث؛ إذ بلغ معدل بطالة الشباب عام ٢٠٢٤م (٣٢.٤٪)، بما يعكس تعثر الانتقال من التعليم إلى العمل وعدم كفاية قدرة السوق على استيعاب الداخلين الجدد (ILO, 2025 [79]) ، لذلك تبرز أهمية تطبيقات الذكاء الاصطناعي بوصفها وسيلة محتملة لدعم المعرفة والتأهيل الذاتي والبحث عن فرص تعليمية ومهنية، غير أن أثرها يظل مشروطًا بمدى قدرة الشباب على الوصول الرقمي، واكتساب المهارات، وتوظيف المعرفة في سياق اقتصادي بالغ التعقيد.

- **البيئة الاتصالية والرقمية:** لا يزال اليمن يعاني من فجوة رقمية واضحة؛ إذ بلغ معدل انتشار الإنترنت بين السكان نحو (١٧.٧٪) في بداية عام (٢٠٢٦م)، بينما لم تتجاوز نسبة مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي (١٥.٩٪)، في مقابل وجود نحو (٢٣.٩) مليون اتصال هاتفي خلوي نشط، تندرج (٧٦.٩٪) منها ضمن الاتصالات العريضة النطاق، وهو ما يعزز إمكانية الاعتماد على الهاتف المحمول كمنصة أساسية للوصول الرقمي والمعرفي (Kemp, 2025[80]) ، ويوسع ظهور بدائل اتصالية جديدة مثل تشغيل خدمة الإنترنت الفضائي (ستارلنك) في بعض المناطق اليمنية عام ٢٠٢٤م، فرص الوصول الرقمي، وإن ظل ذلك محكوما بالانقسام الجغرافي والسياسي وفروق الكلفة والتنظيم(Saba News Agency, 2024 [81]) ، ومع ذلك، يظل الاتصال متقطعا ومحدود السرعة، وتتأثر الخدمة بأضرار البنية التحتية ونقص الكهرباء والانقطاعات المتكررة، كما تمثل الأمية الرقمية وعدم كفاية الأمان الرقمي تحديا إضافيا، خاصة لدى النساء، اللواتي لم تتجاوز حصتهن (٣١.٢٪) من هويات مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في اليمن بنهاية ٢٠٢٥م (Mohammed, [82] 2025) وتشير هذه المؤشرات إلى أن التحول الرقمي في اليمن ما يزال محدودا وغير متكافئ، لكنه لم يعد هامشيا، فالشباب اليمني يمثلون فاعلاً تنمويا محتملاً يتحرك داخل بيئة تتداخل فيها التحديات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية مع الإتاحة الرقمية غير المتكافئة.

رابعا: الشباب اليمني في السياسات الوطنية والمسارات التنموية:

رغم تعقيدات السياق اليمني، ظهرت توجهات مبكرة نحو التنمية الشاملة والمستدامة في وثائق وخطط وطنية، أبرزها الاستراتيجية الوطنية للطفولة والشباب (٢٠٠٦-٢٠١٥م) التي سعت إلى ربط حماية الأطفال والشباب وتنميتهم بالالتزامات الوطنية والدولية(Republic of Yemen, 2006[83]) ، والخطة الخمسية الرابعة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية للحد من الفقر (٢٠١١-٢٠١٥م)، والبرنامج الانتقالي للاستقرار والتنمية (٢٠١٢-٢٠١٤م)، غير أن الحرب والانقسام المؤسسي حدًّا من القدرة التنفيذية للدولة، وتجزأت المؤسسات العامة؛ مما أدى إلى غياب استراتيجية وطنية جامعة، وموازنة وطنية منذ عام (٢٠١٤م)، بما أضعف استمرارية التخطيط التنموي والشبابي طويل المدى (United Nations Yemen, 2022[84])؛ وفي ظل هذا الانقسام، توزعت الإجراءات المرتبطة بالتنمية المستدامة والشباب بين مسارين (دون أن يعني ذلك ترتيبا أو مفاضلة بينهما)؛ ففي مناطق سلطة صنعاء، قدمت وثيقة (الرؤية

الوطنية لبناء الدولة اليمنية الحديثة، ٢٠٣٠[٨٥]) إطارا معلنا للتخطيط طويل المدى، ركز على بناء المؤسسات، والعدالة، والتنمية الاقتصادية والبشرية، وتحسين الخدمات العامة والبنية التحتية، وهي مجالات تتصل بمطالب الشباب في الفرص والإنصاف والاستقرار (National Vision for the[86] Modern Yemeni State, 2019)، وفي مناطق الحكومة اليمنية المعترف بها دوليا في عدن، اتخذت الجهود طابعا أكثر ارتباطاً بالتعاون الدولي والرصد المؤسسي، من خلال مسار التعافي والتنمية بالتعاون مع الإسكوا، وإعداد إطار يربط التعافي بإعادة بناء المؤسسات والاقتصاد والخدمات، مع إبراز الشباب والنساء بوصفهما فئتين محوريتين في مرحلة ما بعد النزاع (United Nations Economic and Social Commission for Western Asia, 2025)[87]، بالإضافة إلى إطلاق (الخطة الوطنية لتمكين وتنمية الشباب في اليمن ٢٠٢٥–٢٠٣٠م)، التي اتخذت توجها أحدث لإعادة إدراج الشباب في أولويات التعافي والتنمية(UNICEF, 2025[88]) ؛ ويتطلب التعافي الفعلي في اليمن الجمع بين السلام وبناء المؤسسات، والخدمات الأساسية، والفرص الاقتصادية المحلية لتقليص فجوات التنمية والعمل المناخي (UNDP, 2026) [٨٩]، (World Bank, 2024) [٩٠]، وتكشف مؤشرات الأهداف المختارة في هذا البحث عن فجوة بين حضور أهداف التنمية المستدامة في الخطاب التخطيطي وبين توافر البيانات القابلة للقياس؛ إذ بلغ توافر مؤشرات الهدف (٨) نحو (٤٧٪)، والهدف (١٣) نحو (٦٣٪)، والهدف (١٦) نحو (٧٠٪)، بما يدل على أن قضايا العمل اللائق، والعمل المناخي، والسلام والعدل والمؤسسات، لا تحتاج إلى تبنّي نظري فقط، بل إلى بيانات موثوقة ومحدثة، ومؤسسات قادرة على تحويل الخطط إلى تنفيذ، وحملات رقمية تشرح هذه الأهداف للشباب بلغة واضحة وقابلة للتفاعل.

نتائج تحليل مضمون الحملتين الرقميتين:

خصائص الحملات عينة التحليل:

تم اختيار إطارين اتصاليين تنمويين بارزين في النشر الرقمي المرتبط بالشباب اليمني وأهداف التنمية المستدامة، هما حملة (مناخ مستدام في اليمن) والإطار الاتصالي المصاحب لـ (الخطة الوطنية لتمكين وتنمية الشباب في اليمن ٢٠٢٥–٢٠٣٠م)، لا بوصفهما حملتين متماثلتين، بل باعتبارهما نموذجين مختلفين للاتصال التنموي؛ الأول ميداني تفاعلي حول المناخ، والثاني مؤسسي سياساتي حول تمكين الشباب، بما يتيح مقارنة طبيعة الرسائل ودرجة المشاركة والتفاعل الرقمي في السياق اليمني:

- **طبيعة الإطارين الاتصاليين:** تمثل حملة (مناخ مستدام في اليمن) حملة توعوية ميدانية ورقمية موجهة إلى الشباب في عدد من المحافظات، بينما تم التعامل مع الخطة الوطنية بوصفها إطارا اتصاليا مؤسسيا يشمل الخطاب الرقمي المنشور حول إعدادها وتدشينها والترويج لها.
- **الخلفية المؤسسية والتنظيمية:** أعلنت حملة (مناخ مستدام في اليمن) في مارس (٢٠٢٥م) ضمن شراكات مدنية ومناخية وبرعاية رسمية، بينما دشنت الخطة الوطنية في مايو (٢٠٢٥م)

عبر وزارة الشباب والرياضة بالشراكة مع اليونيسف وصندوق الأمم المتحدة للسكان، بعد مشاورات حكومية ومجتمعية وشبابية (المركز العربي لاستدامة العمل الأهلي[٩١]،٢٠٢٥م؛ [٩٢]وزارة الشباب والرياضة، ٢٠٢٥م).

- **الصلة بأهداف التنمية المستدامة:** ترتبط حملة (مناخ مستدام في اليمن) أساسا بالهدف (١٣) وتتقاطع مع الهدف (١٦)، بينما ترتبط الخطة الوطنية بالهدف (٨) من خلال التعلم والعمل، وبالهدف (١٦) من خلال المشاركة والإدماج وبناء السلام، بما يغطي الأهداف التطبيقية الثلاثة للبحث.
- **الإطار الجغرافي :**تقع الحملتان في نطاق مناطق الحكومة اليمنية المعترف بها دوليا، مع اختلاف مدى الانتشار؛ إذ امتدت حملة المناخ إلى (١٠) محافظات، بينما ارتبطت الخطة بمسار رسمي وأنشطة ولقاءات شبابية في عدد من المحافظات اليمنية (صحيفة ١٤ أكتوبر، [٩٣] ٢٠٢٥م) (اليونيسف،[٩٤]٢٠٢٥م).
- **تمثيل النشر وعدم توازن العينة:** لا يقوم اختيار العينة على التوازن العددي بين الإطارين، لأن اختلاف عدد المنشورات يعكس اختلاف نمط الاتصال؛ فحملة المناخ أنتجت محتوى ميدانيا متنوعا، بينما اعتمدت الخطة على محتوى رسمي وبيانات مؤسسية وإعادة نشر.
- **طبيعة النشر والمشاركة الشبابية:** أظهرت حملة المناخ حضورا أوضح للمشاركة الشبابية الذاتية عبر الصور والفيديوهات والانطباعات المنشورة، بينما غلب على الإطار الاتصالي للخطة الطابع المؤسسي الرسمي، مع ظهور تفاعل الشباب غالبا في التعليقات أو إعادة النشر.
- **قابلية قياس التفاعل رقميا:** أتاحت مواد الإطارين رصد مؤشرات التفاعل الرقمي، غير أن حملة المناخ أظهرت قابلية أعلى لتتبع الوسوم والتفاعل الشبابي المباشر؛ ومنها: #حملة_مناخ_مستدام، #حملة_مناخ_مستدام_اليمن، #شباب_من_أجل_المناخ، #المنتدى_مناخ_مستدام_أبين، بينما لم يظهر في مواد الخطة نمط وسوم متخصص ومتكرر بالوضوح نفسه، باستثناء الوسم العام #اليمن في بعض منشورات اليونيسف المرتبطة بها (مؤسسة مستقبل أخضر مستدام، UNICEF Yemen,2025)[95].

- **حملة (مناخ مستدام في اليمن) ١٠ مارس ٢٠٢٥م:**

تمثل حملة (مناخ مستدام في اليمن) النسخة الثانية من الحملة الإقليمية (مناخ مستدام)، وقد خضع للتحليل (٤٥) منشورا من محتواها، بما يمثل (٦١.٦٪) من إجمالي عينة تحليل المضمون؛ واتسمت الحملة بتنوع منصاتها؛ إذ توزعت بين المنصات الخبرية النصية بنسبة (٤٨.٩٪) والمنصات المرئية التفاعلية بنسبة (٥١.١٪)، بما يدل على مزجها بين الإحاطة المعرفية والتأثير البصري. غير أن توقيت النشر كشف تركيزا شبه كامل بعد الإطلاق بنسبة (٩٧.٨٪)، مع غياب النشر القبلي، بما يشير إلى اتجاه الحملة إلى التوثيق اللاحق أكثر من بناء وعي استباقي؛ وفيما يتعلق بتوظيف

تطبيقات الذكاء الاصطناعي، ظهر حضور محدود وغير منتظم، واقتصر على الصور والنصوص، مع غياب التوظيف في الصوت والفيديو والترجمة والمعلومات، بما يدل على أن استخدام هذه التطبيقات لم يتحول إلى أداة واضحة في بناء المعرفة أو تعزيز قدرة الرسائل على الإقناع والتأثير. ومع ذلك، أظهرت الحملة مشاركة شبابية في إعادة إنتاج الرسالة التنموية بصريا عبر قوالب وتصميمات رقمية، خاصة من خلال(Canva) ، بما يعكس انتقالاً جزئيا من التلقي إلى المشاركة الرمزية في التوعية المناخية؛ ومن حيث القوالب، حضرت الفيديوهات والريلز بنسبة (٢٤.٤٪)، وغلب الطابع الإعلامي بنسبة (٩٥.٦٪) مقابل (٤.٤٪) للمحتوى الإعلاني؛ وعلى مستوى مضمون الرسائل، سجل البعد المعرفي حضورا كاملاً بنسبة (١٠٠.٠٪)، وتركز التناول على الهدف (١٣) العمل المناخي بنسبة (٥٦.٩٪)، ثم المعالجة الكلية للأهداف بنسبة (٢٧.٦٪)، بما يؤكد الطابع التخصصي للحملة؛ وفي الاستمالات، غلب الطابع الوجداني والتحفيزي؛ إذ بلغت استمالات الترغيب والترهيب معا (١٠٤.٥٪) بسبب تعدد الاستمالات داخل المنشور الواحد، مع تقدم الترغيب بنسبة (٧٧.٨٪)، مقابل محدودية الاستمالات العقلانية وغياب المراجع والوثائق والأرقام. وظهر عدم كفاية الإسناد، إذ بلغت المصادر الدولية والإقليمية والمحلية مجتمعة نحو (٢٦.٦٪) فقط، مقابل محتوى غير مدعوم بمصادر بنسبة (٧٥.٦٪). أما لغويا، فقد تصدرت العربية الفصحى بنسبة (٨٠.٠٪)، وبلغت الفصحى مع اللغة البسيطة (٩٣.٣٪)، بما يعكس طابعا مؤسسيا مع تبسيط محدود؛ وعلى مستوى التفاعل، أظهرت الحملة قدرة أعلى على توليد التفاعل النشط؛ إذ بلغت المشاركة والحفظ والتعليق مجتمعة نحو (٧٠.٥٪) مقارنة بالإعجابات، بما يشير إلى قابلية محتواها للتداول والعودة إليه، خاصة عبر القوالب المرئية والتفاعلية.



شكل(١)
موقع(مؤسسة مصر الخير)



شكل (٢) م
وقع (جمعية شباب الريف التعاونية للتنمية الزراعية) بمحافظة شبوة

يمثل شكل (١) إعلان تدشين حملة (مناخ مستدام في اليمن) قالبا خبريا بصريا مؤسسيا، نشر عبر (المركز العربي لاستدامة العمل الأهلي ومؤسسة مصر الخير، ٢٠٢٥م [٩٦])، ولا يقتصر على إعلان الإطلاق، بل يقدم دعوة مفتوحة للمشاركة المدنية والرقمية من خلال رابط تسجيل ورقم واتساب للتواصل، ويعكس النموذج صياغة ترغيبية مثل (كن جزءا من التغيير)، ويوظف رموزا بصرية مرتبطة بالاستدامة والعمل المناخي، بما يجعله نموذجا يجمع بين الرسالة المناخية المتخصصة وآلية المشاركة المجتمعية؛ أما شكل (٢) الخبر المنشور عبر موقع (جمعية شباب الريف التعاونية للتنمية الزراعية، ٢٠٢٥م [٩٧]) فيكشف انتقال الحملة من المستوى الإقليمي إلى التنفيذ المحلي عبر منظمة يمنية، ويذكر المنشور دور منظمات المجتمع المدني والجهات الحكومية والشباب والإعلاميين وصناع المحتوى وطلاب الجامعات، ورغم ثراء المضمون التفسيري، أظهر النموذج وصولاً محدودا عبر الموقع المحلي، بما يكشف فجوة بين جودة المحتوى ومحدودية الانتشار الرقمي عبر المواقع التقليدية.

- **حملة (الخطة الوطنية لتمكين وتنمية الشباب في اليمن ٢٠٢٥–٢٠٣٠م):**

يمثل الإطار الاتصالي المصاحب لـ(الخطة الوطنية لتمكين وتنمية الشباب في اليمن ٢٠٢٥–٢٠٣٠م) نموذجا لاتصال تنموي رقمي ذي طابع مؤسسي وسياساتي، رافق إعداد الخطة وتدشينها والترويج لمضامينها. وقد دشنت الخطة رسميا في عدن يوم (٢٩) مايو (٢٠٢٥م) عبر وزارة الشباب والرياضة بالشراكة مع اليونيسف وصندوق الأمم المتحدة للسكان، وبلغ عدد المنشورات التي خضعت للتحليل (٢٨) منشورا بنسبة (٣٨.٤٪) من إجمالي العينة، واتجهت مواد الخطة إلى المنصات الخبرية النصية بنسبة (٥٧.١٪) مقابل (٤٢.٩٪) للمنصات المرئية التفاعلية، وتركز النشر بعد الإطلاق بنسبة (٦٧.٩٪)، مقابل تمهيد زمني محدود قبل الإطلاق وأثناءه بنسبة (٣٢.١٪). وفيما يتعلق بتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي، سجلت المواد غيابا كاملاً بنسبة (١٠٠.٠٪)، بما يدل على أن الخطاب ظل تقليديا في أدوات إنتاجه، ولم يعتمد هذه التطبيقات في إنتاج المحتوى أو دعمه أو تعزيز قدرته على الإقناع والتأثير؛ وغلبت القوالب الساكنة على المحتوى بنسبة (٨٧.٠٪)، وجاء المحتوى الإعلامي بنسبة

(١٠٠.٠٪)، بما يعكس الطابع الرسمي للخطاب، غير أنه يحد من قدرته على الشرح العملي وجذب انتباه الشباب. وعلى مستوى المضمون، حضر البعد المعرفي بنسبة (١٠٠.٠٪)، بينما بلغ البعد السلوكي (٣٢.١٪) فقط، واتجهت المعالجة إلى التناول العام لأهداف التنمية المستدامة بنسبة (٩٦.٤٪) مقابل (٣.٦٪) للهدف (١٣)، بما يكشف خطابا شاملاً أقل تخصصا في الأهداف الأكثر اتصالاً بأولويات الشباب. وفي الاستمالات، جمعت الخطة بين التحفيز والإسناد الرسمي؛ إذ بلغت الاستمالات الوجدانية (٩٦.٠٪)، والعقلانية (٥٢.٠٪)، وبلغت المصادر الدولية والمحلية مجتمعة (٥٠.٠٪)، مقابل محتوى غير مسنود بنسبة (٦٠.٧٪). أما لغويا، فقد شكلت العربية الفصحى واللغة البسيطة معا (٨٩.٢٪)، بما يعكس طابعا رسميا مع تبسيط محدود. وعلى مستوى التفاعل، بلغ التفاعل النشط من المشاركة والتعليق والحفظ نحو (٢١.٤٪) مقارنة بالإعجابات، بما يدل على أن الحملة جذبت الانتباه أكثر من دفع الجمهور إلى التداول الواسع أو الاحتفاظ بالمحتوى، وبذلك تبدو الخطة الوطنية أقرب إلى نموذج التوعية العامة المنظمة منها إلى نموذج الحملة التفاعلية المحفزة للسلوك.



شكل (٣)
منشور (يونيسف اليمن) على فيسبوك



شكل (٤)
التغطية التلفزيونية (قناة عدن الفضائية، ٢٠٢٥م) عبر يوتيوب.

يعد منشور (يونيسف اليمن،٢٠٢٥م[٩٨]) على فيسبوك حول إطلاق الخطة الوطنية نموذجا مؤسسيا ذا بعد إنساني تفاعلي؛ إذ صدر عن منظمة دولية شريكة في الخطة، وأبرز مشاركة شابة من ذوي الإعاقة في فعالية التدشين، بما يعزز دلالة الإدماج والمشاركة. ويرتبط النموذج بالهدف (٨) من خلال التمكين والتعلم من أجل الكسب، وبالهدف (١٦) من خلال المشاركة المدنية وبناء السلام والصمود. وحقق المنشور (٥٠٩) تفاعلات و(٩٣) تعليقاً و(٢٩) مشاركة، بما يدل على أنه أثار اهتماما عمليا لدى الجمهور؛ أما نموذج التغطية التلفزيونية ل(قناة عدن الفضائية، ٢٠٢٥م) [٩٩] عبر يوتيوب، فيمثل قالبا مرئيا رسميا يمنح الحدث شرعية مؤسسية، لكنه أقل قدرة على توليد تفاعل رقمي نشط؛ فرغم أن القناة تضم نحو (١٠٩) آلاف مشترك، حقق الفيديو (٩٥) مشاهدة فقط بعد نحو عشرة أشهر، مع إعجابين فقط، بما يدل على أن النشر عبر قناة ذات قاعدة اشتراك واسعة لا يضمن وصولاً رقميا مؤثرا ما لم يقترن بقالب رقمي أكثر جذبا ومباشرة في مخاطبة الشباب.

المقارنة بين نتائج تحليل مضمون الحملتين:

تعرض هذه النتائج خلاصة تحليل مضمون لـ ٧٣ منشورا موزعة على حملتين رقميتين تستهدفان الشباب اليمني في إطار دراسة كفاءة الحملات الرقمية في التوعوية، مع قابلية منهجية واضحة للمقارنة بين نموذج إقليمي ممتد محليا ونموذج وطني مؤسسي بشراكة أممية داخل بيئة إعلامية واحدة:

جدول (١)

توزيع عينة التحليل بحسب المنصات الرقمية المستخدمة

المنصة	إجمالي منشورات الحملة		مناخ مستدام في اليمن		تمكين الشباب اليمني	
	ك	%	ك	%	ك	%
المواقع الإلكترونية	٢٠	٢٧.٤	١٢	٢٦.٧	٨	٢٨.٦
إكس (تويتر)	١٨	٢٤.٧	١٠	٢٢.٢	٨	٢٨.٦
إنستجرام	١٤	١٩.٢	٩	٢٠.٠	٥	١٧.٩
يوتيوب	١٠	١٣.٧	٧	١٥.٦	٣	١٠.٧
فيسبوك	٨	١١.٠	٤	٨.٩	٤	١٤.٣
تيك توك	٣	٤.١	٣	٦.٧	–	–
الإجمالي	٧٣	١٠٠.٠	٤٥	١٠٠.٠	٢٨	١٠٠.٠

تشير بيانات الجدول إلى تفوق حملة (مناخ مستدام في اليمن) في الحضور الرقمي بنسبة (٦١.٦٪) مقابل (٣٨.٤٪) لإطار (تمكين الشباب اليمني)، مع اختلاف في بنية النشر؛ إذ اتجهت حملة المناخ إلى التوازن بين المنصات الخبرية النصية (المواقع الإلكترونية + إكس) بنسبة (٤٨.٩٪) والمنصات المرئية التفاعلية (إنستجرام + يوتيوب + فيسبوك + تيك توك) بنسبة (٥١.١٪)، بينما غلبت المنصات الخبرية النصية على إطار تمكين الشباب بنسبة (٥٧.١٪) مقابل (٤٢.٩٪) للمنصات المرئية التفاعلية، بما يدل على أن الحملة المناخية أكثر تنوعا وقربا من القوالب البصرية الملائمة للتفاعل

الشبابي، في حين يعكس إطار تمكين الشباب طابعا مؤسسيا يعتمد بدرجة أكبر على النشر الخبري والبيانات الرسمية.

جدول (٢)
توزيع عينة التحليل بحسب كثافة النشر وتوقيته

التوقيت	مناخ مستدام في اليمن		تمكين الشباب اليمني		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
قبل الإطلاق	٠	٠	٣	١٠.٧	٣	٤.١
أثناء أسبوع الإطلاق	١	٢.٢	٦	٢١.٤	٧	٩.٦
بعد الإطلاق	٤٤	٩٧.٨	١٩	٦٧.٩	٦٣	٨٦.٣
الإجمالي	٤٥	١٠٠.٠	٢٨	١٠٠.٠	٧٣	١٠٠.٠

يتضح من بيانات الجدول تصدر النشر اللاحق للإطلاق في الحملتين بنسبة إجمالية (٨٦.٣٪)، مع تباين واضح بينهما؛ إذ تركز نشر حملة (مناخ مستدام في اليمن) بعد الإطلاق بنسبة (٩٧.٨٪) مقابل حضور محدود جدا قبل الإطلاق وأثناءه بنسبة (٢.٢٪)، بينما أظهر إطار (تمكين الشباب اليمني) تمهيدا زمنيا أفضل نسبيا قبل الإطلاق وأثناءه بنسبة (٣٢.١٪) مقابل (٦٧.٩٪) بعد الإطلاق؛ بما يدل على أن الحملتين اتجهتا غالبا إلى التوثيق اللاحق أكثر من بناء وعي استباقي، مع كفاءة زمنية أعلى نسبيا في إطار تمكين الشباب مقارنة بحملة المناخ.

جدول (٣)
توزيع عينة التحليل حسب استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في توليد المحتوى

الفئة	مناخ مستدام في اليمن		تمكين الشباب اليمني		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم (مؤكد)	٣	٦.٧	٠	٠	٣	٤.١
لا	٣٤	٧٥.٦	٢٨	١٠٠.٠	٦٢	٨٤.٩
غير محسوم	٨	١٧.٨	٠	٠	٨	١١.٠
الإجمالي	٤٥	١٠٠.٠	٢٨	١٠٠.٠	٧٣	١٠٠.٠

تشير بيانات الجدول إلى محدودية توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في محتوى الحملتين؛ إذ بلغ الحضور المؤكد في إجمالي العينة (٤.١٪) فقط، وظهر داخل حملة (مناخ مستدام في اليمن) بنسبة (٦.٧٪) مقابل غياب كامل في إطار (تمكين الشباب اليمني) بنسبة (١٠٠.٠٪)، مع بقاء نسبة غير محسومة في حملة المناخ (١٧.٨٪)، بما يدل على أن المؤسسات والمبادرات التنموية لم تنتقل بعد إلى توظيف منظم لهذه التطبيقات في إنتاج المعرفة أو دعم قدرة الرسائل على الإقناع والتأثير، وأن الحضور المحدود ظل أقرب إلى تحسين الشكل وبعض العناصر البصرية والنصية أكثر من بناء مضمون توعوي اكثر عمقا. وتتقاطع هذه النتيجة مع دراسة (صفاء جمال وأحمد جواس ،٢٠٢٤م[١٠٠])

التي أشارت إلى أن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في اليمن ما يزال في مراحله الأولية بفعل تحديات البنية الرقمية والإنترنت والكهرباء.

توظيف أدوات التصميم الرقمي في إنتاج محتوى التوعية الرقمية للعمل المناخي:



شكل (٥)

نماذج توظيف Canva في إنتاج قوالب توعوية ومناصرة رقمية للهدف (١٣)

يعكس الشكل السابق نموذجا من حملة (مناخ مستدام في اليمن[١٠١])، ويوضح طريقة توظيف Canva في إنتاج وتصميم نماذج الحملة التوعوية واشراك الشباب فيها ذكورا وإناثًا، ويمثل نموذج توظيف (Canva) في حملة (مناخ مستدام في اليمن) دليلاً نوعيا على استخدام أدوات التصميم الرقمي في إنتاج قوالب توعوية ومناصرة رقمية مرتبطة بالهدف (١٣)، إذ أُتيح القالب للمشاركين لإضافة صورهم وأسمائهم وإعادة نشره عبر منصات مثل إكس وإنستجرام وفيسبوك، بما نقل المحتوى من مجرد مادة دعائية إلى أداة مشاركة رمزية للشباب والشابات في خطاب العمل المناخي، وتظهر أهمية النموذج في أنه يوضح قدرة القالب البصري على تحويل المتلقي إلى مشارك في إعادة إنتاج الرسالة التنموية، من خلال عبارات تحفيزية مثل (صوتك، عملك، أثرك، من أجل مناخ مستدام) و(اكتب اسمك هنا)، مع ارتباطه بالهدف (١٣) العمل المناخي وتقاطع جزئي مع الهدف (١٦) عبر المشاركة الشبابية والمناصرة الرقمية، ورغم انخفاض التفاعل الكمي الظاهر في بعض المنشورات مثل (٣٥) و(٤٥) مشاهدة، فإن دلالته الأساسية تكمن في قابلية القالب للنسخ وإعادة الاستخدام، بما يفسر وجود فئة غير محسومة في توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي داخل بعض العناصر البصرية للحملة، ويؤكد أن التوظيف كان محدودا وغير شامل، لكنه يكشف إمكانية مهمة لتطوير حملات أكثر تأثيرا.

جدول (٤)

توزيع حالات توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي بحسب نوع القالب في عينة التحليل

القالب	مناخ مستدام في اليمن		تمكين الشباب اليمني		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نص	٤	٣٣.٣	–	–	٤	٣٣.٣
صورة	٨	٦٦.٧	–	–	٨	٦٦.٧
الإجمالي	١٢	١٠٠.٠	–	–	١٢	١٠٠.٠

تشير بيانات الجدول إلى أن توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي اقتصر على حملة (مناخ مستدام في اليمن) فقط، وانحصر في التوظيف البصري والنصي (صورة + نص) بنسبة (١٠٠.٠٪) من حالات الاستخدام المرصودة، مقابل غياب كامل في إطار (تمكين الشباب اليمني)، بما يدل على أن المؤسسات والمبادرات التنموية لم توظف هذه التطبيقات بعد في وظائف أعمق مثل الشرح أو الترجمة أو التبسيط المعرفي، وأن الاستخدام ظل أقرب إلى تحسين الشكل وإنتاج عناصر بصرية ونصية أكثر من بناء مضمون توعوي تفسيري قادر على دعم الإقناع والتأثير.

جدول (٥)
توزيع عينة التحليل بحسب القوالب السائدة في المحتوى

الفئة	مناخ مستدام في اليمن		تمكين الشباب اليمني		الإجمالي	
	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)
صورة ثابتة	٣١	٦٨.٩	٢٥	٨٩.٣	٥٦	٤٣.٨
نص مكتوب	٢٦	٥٧.٨	٢٢	٧٨.٦	٤٨	٣٧.٥
فيديو / ريلز	١١	٢٤.٤	٣	١٠.٧	١٤	١٠.٩
بث مباشر	٥	١١.١	٣	١٠.٧	٨	٦.٣
تسجيل صوتي	١	٢.٢	١	٣.٦	٢	١.٦
إجمالي التكرارات	٧٤	١٠٠.٠	٥٤	١٠٠.٠	١٢٨	١٠٠.٠

يتضح من بيانات الجدول غلبة القوالب الساكنة في محتوى الحملتين، إذ شكلت الصورة الثابتة والنص المكتوب معا (٨١.٣٪) من إجمالي التكرارات، مقابل حضور محدود للقوالب الديناميكية (فيديو/ريلز + بث مباشر + تسجيل صوتي) بنسبة (١٨.٨٪)، وتبدو حملة (مناخ مستدام في اليمن) أكثر تنوعاً في القوالب من إطار (تمكين الشباب)، الذي اتجه بدرجة أكبر إلى الصورة والنص، بما يعكس طابعا مؤسسيا إخباريا أقل استفادة من القوالب التفاعلية القادرة على جذب الشباب وتوسيع التفاعل.

جدول (٦)
توزيع عينة التحليل بحسب نوع المحتوى(إعلامي/إعلاني)

الفئة	مناخ مستدام في اليمن		تمكين الشباب اليمني		الإجمالي	
	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)
مادة إعلامية	٤٣	٩٥.٦	٢٨	١٠٠.٠	٧١	٩٧.٣
مادة إعلانية	٢	٤.٤	٠	٠	٢	٢.٧
الإجمالي	٤٥	١٠٠.٠	٢٨	١٠٠.٠	٧٣	١٠٠.٠

تشير بيانات الجدول إلى غلبة المحتوى الإعلامي في الحملتين بنسبة إجمالية (٩٧.٣٪) مقابل (٢.٧٪) فقط للمحتوى الإعلاني؛ إذ جاء إطار (تمكين الشباب اليمني) إعلاميا بالكامل بنسبة (١٠٠.٠٪)، بينما احتفظت حملة (مناخ مستدام في اليمن) بهامش إعلاني محدود بنسبة (٤.٤٪)، بما يدل على أن المؤسسات والمبادرات التنموية ركزت على التغطية والتعريف أكثر من الترويج المباشر أو

المناصرة المدفوعة، ويكشف هذا المؤشر أن الخطاب الرقمي ظل أقرب إلى التوعية الإعلامية العامة منه إلى حملات موجهة لتحفيز فعل محدد، الأمر الذي يحد من قدرته على تحويل المعرفة التنموية إلى مشاركة شبابية عملية قابلة للقياس.

جدول (٧)
توزيع عينة التحليل بحسب الهدف من المحتوى

الهدف من المنشور	مناخ مستدام في اليمن		تمكين الشباب اليمني		الإجمالي	
	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)
المعرفة	٤٥	١٠٠.٠	٢٨	١٠٠.٠	٧٣	١٠٠.٠
الاتجاهات	٢٥	٥٥.٦	١٦	٥٧.١	٤١	٥٦.٢
السلوك	٢٤	٥٣.٣	٩	٣٢.١	٣٣	٤٥.٢

تشير بيانات الجدول إلى أن الهدف المعرفي شكل القاسم المشترك في الحملتين بنسبة (١٠٠.٠٪)، بما يدل على أن الخطاب المؤسسي ركز أساسا على التعريف بأهداف التنمية المستدامة، بينما ظل الانتقال إلى التأثير السلوكي أقل حضورا؛ إذ سجلت حملة (مناخ مستدام في اليمن) مستوى أعلى في البعد السلوكي بنسبة (٥٣.٣٪) مقابل (٣٢.١٪) في إطار (تمكين الشباب اليمني)، في حين تقاربت الحملتان في بناء الاتجاهات بنسبة (٥٥.٦٪) و(٥٧.١٪)، ويكشف هذا المؤشر أن حملة المناخ كانت أكثر قدرة على ربط المعرفة باستجابة عملية، بينما ظل إطار تمكين الشباب أقرب إلى التوعية العامة وبناء موقف إيجابي دون دفع كاف نحو فعل رقمي أو ميداني مباشر.

جدول (٨)
توزيع عينة التحليل بحسب مستوى تناولها لأهداف التنمية المستدامة

أهداف التنمية المستدامة	مناخ مستدام في اليمن		تمكين الشباب اليمني		الإجمالي	
	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)
لمعالجة الكلية للأهداف	١٦	٢٧.٦	٢٧	٩٦.٤	٤٣	٥٠.٠
الهدف (٨)	١	١.٧	٠	٠.٠	١	١.٢
الهدف (١٣)	٣٣	٥٦.٩	١	٣.٦	٣٤	٣٩.٥
الهدف (١٦)	٨	١٣.٨	٠	٠.٠	٨	٩.٣
إجمالي التكرارات	٥٨	١٠٠.٠	٢٨	١٠٠.٠	٨٦	١٠٠.٠

تشير بيانات الجدول إلى غلبة المعالجة الكلية لأهداف التنمية المستدامة في إجمالي العينة بنسبة (٥٨.٩٪)، يليها الهدف (١٣) العمل المناخي بنسبة (٤٦.٦٪)، مقابل حضور محدود للهدف (١٦) بنسبة (١١.٠٪)، والهدف (٨) بنسبة (١.٤٪)، بما يكشف أن المؤسسات والمبادرات التنموية اتجهت إما إلى الخطاب العام حول الأهداف أو إلى التركيز المناخي، دون تفصيل كاف للأهداف الأكثر ارتباطًا بأولويات الشباب اليمني، وتبرز المقارنة بين الحملتين اختلافًا واضحا في آلية التناول؛ إذ ركزت حملة (مناخ مستدام في اليمن) على الهدف (١٣) بنسبة (٥٦.٩٪)، بينما اتجه إطار (تمكين الشباب اليمني) إلى المعالجة الكلية للأهداف بنسبة (٩٦.٤٪)، ويشير ذلك إلى أن حملة المناخ امتلكت تخصصا موضوعيا أوضح، في حين قدمت الخطة خطابا مؤسسيا عاما، وهو ما يحد من قدرة المحتوى على ربط الرسائل التنموية بحياة الشباب اليومية وتحفيز تفاعلهم معها، وتتقاطع هذه النتيجة مع دراسة (Gohr et al. ,2025[102] التي أظهرت توسع توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في بحوث التنمية المستدامة مع حضور أوضح للجوانب التقنية والطبيعية، مقابل حضور منخفض للجوانب الاجتماعية والإنسانية.

جدول (٩)
توزيع عينة التحليل بحسب الاستمالات المستخدمة في المحتوى

الاستمالات	مناخ مستدام في اليمن		تمكين الشباب اليمني		الإجمالي	
	ك	(%)	ك	(%)	ك	الإجمال (%)
ترغيب	٣٥	٧٧.٨	٢٣	٨٢.١	٥٨	٧٩.٥
ترهيب	١٢	٢٦.٧	١	٣.٦	١٣	١٧.٨
خبراء	٥	١١.١	٠	٠.٠	٥	6.8
مراجع	٠	٠.٠	٧	٢٥.٠	٧	٩.٦
وثائق	٠	٠.٠	٢	٧.١	٢	٢.٧
مصادر عامة	٤	٨.٩	٢	٧.١	٦	٨.٢
أرقام	٠	٠.٠	٢	٧.١	٢	٢.٧
الإجمالي	٥٦	–	٣٧	–	٩٣	–

تشير بيانات الجدول إلى غلبة الاستمالات الوجدانية في محتوى الحملتين؛ إذ بلغ مجموع الترغيب والترهيب (٩٧.٣٪) من إجمالي العينة، مقابل حضور محدود للاستمالات العقلانية مثل الخبراء والمراجع والوثائق والمصادر العامة والأرقام، بما يدل على أن الخطاب الاتصالي اعتمد على التحفيز العاطفي أكثر من الإسناد المعرفي الموثق؛ وتكشف المقارنة أن حملة (مناخ مستدام في اليمن) اتجهت أكثر إلى التعبئة الوجدانية؛ إذ بلغت الاستمالات الوجدانية فيها (١٠٤.٥٪) بسبب تعدد الاستمالات

داخل المنشور الواحد، بينما أظهر إطار (تمكين الشباب اليمني) اتجاها مؤسسيا أوثق نسبيا؛ إذ بلغت الاستمالات العقلانية فيه (٥٢.٠٪)، بما يشير إلى أن حملة المناخ كانت أقرب إلى تحفيز المشاركة السريعة، في حين مال خطاب تمكين الشباب إلى دعم المعرفة بالإسناد الرسمي، وتتقاطع هذه النتيجة مع دراسة (عبد الكريم ،٢٠٢٤م[١٠٣]) التي بينت أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تسهم في تحسين جودة المحتوى الإعلامي ودقة استهداف الجمهور وتخصيص الرسائل.

نموذج استمالات الترغيب والتفاعل الشبابي في حملة (مناخ مستدام) من جزيرة ذات خصوصية بيئية:



شكل (٦)

استمالات الترغيب والتفاعل الشبابي في مشاركة شاب من جزيرة سقطرى ضمن حملة مناخ مستدام

يمثل الشكل السابق مثالاً على توظيف الاستمالات الترغيبية في الخطاب المناخي؛ إذ جمع بين الصور، وبطاقة المشاركة، والعبارة التحفيزية (معا نحو مستقبل أخضر مستدام)، والموسيقى والاغاني الباعثة على الأمل، والوسوم الرقمية، حيث حول الرسالة المناخية إلى تجربة شبابية مرئية قابلة للتداول، وتظهر دلالة النموذج في ربط الهدف (١٣) العمل المناخي بالمشاركة الشبابية المحلية، ورغم محدودية التفاعل الكمي (٨١) إعجابا و(١٦) مشاركة و(٩) عمليات حفظ و(٣) تعليقات، فإن المؤشر الأهم يتمثل في قدرة القالب القصير على منح الفعاليات المحلية حضورا رقميا، وإبراز الشباب بوصفهم مشاركين في إنتاج الرسالة لا متلقين لها فقط.

جدول (١٠)
توزيع عينة التحليل بحسب مصادر المحتوى

المصادر	مناخ مستدام في اليمن		تمكين الشباب اليمني		الإجمالي	
	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)
دولية	٥	١١.١	١١	٣٩.٣	١٦	٢١.٩
إقليمية	٢	٤.٤	٠	٠.٠	٢	٢.٧
محلية	٥	١١.١	٣	١٠.٧	٨	١١.٠
بدون مصدر	٣٤	٧٥.٦	١٧	٦٠.٧	٥١	٦٩.٩

تشير بيانات الجدول السابق إلى غلبة المحتوى غير المسنود بمصدر في الحملتين بنسبة إجمالية (٦٩.٩٪)، مقابل حضور محدود للمصادر المسماة مجتمعة بنسبة (٣٥.٦٪)، بالإضافة إلى أن إطار تمكين الشباب ظهر أفضل نسبيا في حضور المصادر الدولية والمحلية بنسبة (٥٠.٠٪) مقابل (٢٦.٦٪) في حملة المناخ؛ بما يدل على أن الخطاب المؤسسي أكثر ميلاً إلى الإسناد الرسمي، في حين اعتمدت حملة المناخ بدرجة أكبر على المحتوى التحفيزي والمشاركة الشبابية، وهو ما يعزّز التفاعل السريع، لكنه يحد من بناء معرفة تنموية موثوقة ما لم يدعم بمصادر واضحة وقابلة للتحقق، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Abulibdeh et al. ,2024[104]) التي أكدت أن دمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التعليم من أجل التنمية المستدامة يتطلب سياسات واضحة وضوابط أخلاقية تراعي الخصوصية والتحيز والمسؤولية المؤسسية.

جدول (١١)
توزيع عينة التحليل بحسب اللغة المستخدمة

اللغة	مناخ مستدام في اليمن		تمكين الشباب اليمني		الإجمالي	
	ك	(%)	ك	(%)	ك	(%)
فصحى	٣٨	٨٤.٤	٢٣	٨٢.١	٦١	٨٣.٦
عامية	٣	٦.٧	٠	٠.٠	٣	٤.١
بسيطة	٤	٨.٩	٢	٧.١	٦	٨.٢
غير عربية	٠	٠	٣	١٠.٧	٣	٤.١

يتضح من معطيات الجدول تصدر العربية الفصحى في محتوى الحملتين بنسبة إجمالية (٨٣.٦٪)، مع حضور محدود للفئات الأخرى غير الفصحى، إذ بلغت مجتمعة (١٦.٤٪) وتبدو الحملتان متقاربتين لغويا؛ بما يدل على غلبة الطابع الرسمي في الخطاب التنموي، مع تبسيط محدود للرسائل.

جدول (١٢)
توزيع تفاعل عينة التحليل بحسب القوالب ونوع المحتوى

عنصر التفاعل	حملة مناخ مستدام		حملة تمكين الشباب		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
إعجاب	٣٠٥٢	٩.٠	١٥٩٠	٥.٩	٤٦٤٢	٧.٦
مشاركة	١٢١٢	٣.٦	٨٨	٠.٣	١٣٠٠	٢.١
تعليقات	٥٣٠	١.٦	٢٣٣	٠.٩	٧٦٣	١.٣
حفظ	٤١٠	١.٢	٢٠	٠.١	٤٣٠	٠.٧
مشاهدة	٢٨٦٦٣	٨٤.٦	٢٥٠٩٣	٩٢.٩	٥٣٧٥٦	٨٨.٣
الإجمالي	٣٣٨٦٧	١٠٠.٠	٢٧٠٢٤	١٠٠.٠	٦٠٨٩١	١٠٠.٠

تشير بيانات الجدول إلى أن المشاهدات شكلت النمط الغالب من التفاعل بنسبة إجمالية (٨٨.٣٪)، مقابل التفاعل المباشر (إعجاب + مشاركة + تعليقات + حفظ) بنسبة (١١.٧٪) فقط، بما يدل على أن الحملتين حققتا وصولاً رقميا أكبر من المشاركة النشطة، وتظهر حملة (مناخ مستدام في اليمن) أكثر قدرة على تحريك التفاعل المباشر بنسبة (١٥.٤٪) مقابل (٧.١٪) في إطار (تمكين الشباب اليمني)، بينما ارتفعت المشاهدة في إطار تمكين الشباب إلى (٩٢.٩٪) مقابل (٨٤.٦٪) في حملة المناخ، ويكشف ذلك أن الحملة المناخية أكثر قربا من المشاركة الشبابية والتداول، في حين ظل إطار تمكين الشباب أقرب إلى التلقي والمتابعة.

نماذج القوالب الأعلى تفاعلاً في محتوى الحملتين:



شكل (٧)
القالب الساخر الأعلى تفاعلاً حول (حملة المناخ) على تيك توك



شكل (٨)
المنشور الأعلى تفاعلاً حول (تمكين الشباب)على إكس

يمثل شكل (٧) عينة من المحتوى الساخر المرتبط بحملة (مناخ مستدام)، وهو الأعلى تفاعلاً في عينة التحليل؛ إذ حقق (٢٨,٣٠٠) إعجاب و(١٢,١٠٠) مشاركة و(٥,٢٥٥) تعليقا و(٤,٠٨٨) حفظ،

بإجمالي (٤٩,٧٤٣) تفاعلاً مباشرا، بما يدل على قدرة الفيديو القصير واللغة اليومية والفكاهة على تحفيز التفاعل مقارنة بالقوالب الخبرية والمؤسسية، ويوظف الفيديو عبارة (اليمن تمطر ترابا[١٠٥]) للتعبير بصورة ساخرة عن اضطراب المناخ وتدهور الظروف البيئية، بما يربطه بالهدف (١٣) العمل المناخي، ويتقاطع جزئياً مع الهدف (١٦) من زاوية تحويل المعاناة إلى خطاب شعبي قابل للنقاش والتداول، غير أن ارتفاع التفاعل لا يعني بالضرورة عمقاً معرفيا كافيا، بل يكشف أن القوالب السريعة والشخصية أكثر قدرة على إثارة الانتباه والمشاركة؛ بينما يتضمن شكل (٨): منشور وزير الشباب والرياضة حول تدشين الخطة الوطنية لتمكين الشباب على منصة إكس، ويمثل هذا النموذج عينة من القالب الرسمي الشخصي المنشور عبر حساب وزير الشباب والرياضة "نايف البكري" على منصة إكس حول تدشين (الخطة الوطنية لتمكين الشباب ٢٠٢٥-٢٠٣٠م[١٠٦])، وهو الأعلى تفاعلاً في عينة حملة التمكين؛ إذ سجل (١٨,٩٠٠) مشاهدة و(٢٦٧) إعجابا و(٢٥) تعليقا و(٢٠) إعادة نشر وحفظًا واحدا، ويقدم المنشور الخطة باعتبارها خارطة طريق لمستقبل يصنعه الشباب، بما يرتبط بالهدف (٨) من زاوية التمكين والعمل وبناء القدرات، وبالهدف (١٦) من زاوية المشاركة والإدماج والسياسات العامة، وتكشف الصور المرفقة حضور الشباب والشابات وذوي الإعاقة إلى جانب المسؤولين والجهات الشريكة، بما يعزز الطابع المؤسسي للرسالة، ويشير المؤشر العام إلى أن حساب المسؤول الحكومي منح الخطة انتشارا رقميا أعلى من بعض القنوات الرسمية، غير أن التفاعل ظل أقرب إلى المشاهدة والاعتراف المؤسسي منه إلى المشاركة النشطة المكثفة كما ظهر في نموذج تيك توك.

مناقشة لأهم نتائج البحث التحليلي:

- تكشف نتائج تحليل مضمون الحملتين أن كفاءة الحملات الرقمية في التوعية بأهداف التنمية المستدامة في اليمن لا ترتبط بحجم النشر فقط، بل بوضوح الرسائل وتوثيقها وملاءمتها لأولويات الشباب في سياق متأثر بالصراع، وقد أظهرت النتائج أن الخطاب الرقمي ما يزال في مرحلة انتقالية بين التوعية العامة وبناء المعرفة التنموية المنظمة، إذ ارتفع حضور الطابع الإعلامي والتعريفي بنسبة (٩٧.٣٪)، بما يعكس نجاحا في التعريف بالقضايا التنموية، مقابل محدودية في الشرح المعمق وربط الأهداف بمسارات التعافي بعد الحرب.
- وأظهرت النتائج تباينا بين نمطي الاتصال في الحملتين؛ فقد قدمت حملة (مناخ مستدام في اليمن) نموذجا مدنيا وميدانيا أكثر تفاعلاً، بينما اتسم الإطار الاتصالي المصاحب لـ(الخطة الوطنية لتمكين وتنمية الشباب في اليمن ٢٠٢٥-٢٠٣٠م) بطابع مؤسسي حكومي ودولي أكثر اعتمادا على البيانات الرسمية ومضمون الأخبار، وانعكس ذلك في بنية المنصات؛ إذ توازنت حملة المناخ

بين المنصات الخبرية النصية بنسبة (٤٨.٩٪)، والمنصات المرئية التفاعلية بنسبة (٥١.١٪)، في حين ارتفعت المنصات الخبرية النصية في إطار تمكين الشباب بنسبة (٥٧.١٪).

- وتوضح النتائج أن توقيت النشر مثل نقطة عدم كفاية في الحملتين، إذ ارتفع النشر اللاحق للإطلاق بنسبة إجمالية (٨٦.٣٪)، بما يشير إلى غلبة التوثيق بعد الحدث على بناء الوعي الاستباقي، وظهر ذلك بوضوح في حملة المناخ بنسبة (٩٧.٨٪) بعد الإطلاق، مقابل تمهيد زمني أوضح نسبيا في إطار تمكين الشباب بنسبة (٣٢.١٪) قبل الإطلاق وأثناءه.
- وعلى مستوى مضمون الأهداف، كشف التحليل عدم توازن في تناول أهداف التنمية المستدامة ذات الصلة بالسياق اليمني، إذ جاءت المعالجة الكلية للأهداف بنسبة (٥٠.٠٪) من إجمالي التكرارات، تلاها الهدف (١٣) العمل المناخي بنسبة (٣٩.٥٪)، مقابل حضور محدود للهدف (١٦) السلام والعدل والمؤسسات القوية بنسبة (٩.٣٪)، وحضور هامشي للهدف (٨) العمل اللائق ونمو الاقتصاد بنسبة (١.٢٪)، بما يدل على حاجة الحملات إلى ربط أوضح بين المناخ والعمل والسلام والمؤسسات في سياق التعافي بعد الحرب.
- ومن حيث الإقناع، اعتمدت الرسائل بدرجة كبيرة على الاستمالات الوجدانية بنسبة (٩٧.٣٪)، وبرز في حملة المناخ أسلوب الترغيب بنسبة (٧٧.٨٪)، في مقابل محدودية الاستمالات العقلانية القائمة على الأرقام والوثائق والمراجع، ويدعم ذلك عدم كفاية الإسناد المعرفي؛ إذ بلغ المحتوى غير المسنود بمصدر (٦٩.٩٪) في العينة العامة، ووصل في حملة المناخ إلى (٧٥.٦٪)، بما يحد من بناء الثقة المعرفية في بيئة تتسم بحساسية المعلومات والانقسام المؤسسي.
- وعلى مستوى الشكل، ارتفع حضور القوالب الساكنة ممثلة في الصورة الثابتة والنص المكتوب بنسبة (٨١.٣٪)، مقابل حضور محدود للقوالب الديناميكية بنسبة (١٨.٨٪)، غير أن تحليل النماذج البصرية أظهر أن القوالب القصيرة والفكاهية أكثر قدرة على تحفيز تداول الرسالة، إذ حقق نموذج تيك توك المرتبط بحملة المناخ (٤٩,٧٤٣) تفاعلاً مباشرا، بما يؤكد أهمية الفيديو القصير واللغة البسيطة المتداولة في الاقتراب من اهتمامات الشباب.
- وتشير مؤشرات التفاعل إلى أن الحملات سجلت مشاهدة رقمية أعلى من مؤشرات المشاركة النشطة؛ إذ مثلت المشاهدات (٨٨.٣٪) من إجمالي مؤشرات التفاعل المرصودة، بينما ظلت الإعجابات والمشاركات والتعليقات والحفظ عند (١١.٧٪)، بما يدل على أن الخطاب التنموي الرقمي نجح في جذب الانتباه الأولي أكثر من تحفيز المشاركة الشبابية المستمرة.
- وفيما يتعلق بتطبيقات الذكاء الاصطناعي، كشف التحليل أن الحضور المؤكد لمؤشرات استخدامها ظل محدودا بنسبة (٤.١٪)، غير أن وجود فئة غير محسومة بنسبة (١١.٠٪) يشير إلى احتمال وجود محتوى يحمل مؤشرات اشتباه في استخدام أدوات إنتاج أو تصميم رقمية مدعومة بتطبيقات الذكاء الاصطناعي دون إفصاح واضح، خاصة في بعض القوالب البصرية المطورة عبر

(Canva) في حملة (مناخ مستدام في اليمن)، التي أُتيحت للمشاركين لإضافة الصور والبيانات الشخصية وإعادة نشرها، بما يعكس أهمية التمييز بين الاستخدام المؤكد والاستخدام المحتمل، ويؤكد الحاجة إلى تعزيز ثقافة الإفصاح عن أدوات إنتاج المحتوى الرقمي، وتوعية الشباب والمؤسسات بأخلاقيات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الحملات التوعوية الرقمية.

- وتؤكد النتائج أن كفاءة الحملات الرقمية في البيئة اليمنية تتطلب تكاملاً بين مسار حكومي يمنح الشرعية ويربط الرسائل بالسياسات، ومسار مدني يعزز المشاركة المحلية والشبابية، ومسار دولي وإقليمي يدعم التمويل والمعرفة والمعايير، على أن يتم ذلك من خلال خطاب رقمي موثق ومبسط ومتعدد القوالب، ينتقل من التوثيق إلى التخطيط الاتصالي، ومن المشاهدات إلى المشاركة، ومن الاستخدام المحدود لتطبيقات الذكاء الاصطناعي إلى توظيف مؤسسي مسؤول يدعم التبسيط والإقناع والتفاعل.

.

مصادر وهوامش البحث:

[1] Lardhi, J. S., & Ismail, A. F. (2026). Generative artificial intelligence for SDG 4: *Enhancing sustainable quality learning. Sustainability, 18(5), 2498.* https://doi.org/10.3390/su18052498

[2] Lachaiah, B., & Hajdu Barát, A. (2026). Awareness, usage, and perceptions of artificial intelligence among public library users. *Public Library Quarterly*. https://doi.org/10.1080/01616846.2026.2620974

[٣] أبو المعاطي، سميرة عاشور السيد. (٢٠٢٦م). الذكاء الاصطناعي (ChatGPT) كأداة لنشر الوعي الصحي: دراسة ميدانية على محافظة بورسعيد. *مجلة مستقبل العلوم الاجتماعية*، ٣٦ (36)، ٤٦٧-٥٠٠ . https://journals.ekb.eg/article_497098.html

[٤] مرعى، ياسمين سمير كمال. (2025). *التخطيط لتطبيق الذكاء الاصطناعي لتطوير خدمات الرعاية الاجتماعية بوزارة التضامن الاجتماعي* [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة أسيوط. https://lib.mans.edu.eg/eulc_v5/Libraries/Thesis/BrowseThesisPages.aspx?BibID=13097800&fn=PublicDrawThesis

[٥] عبد الكريم، نهلة حلمي محمد. (٢٠٢٤م). تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على استهداف وتشكيل توجهات الشباب المصري نحو قضايا الرأي العام: دراسة ميدانية للشباب وآراء الخبراء في الإعلام والذكاء الاصطناعي. *مجلة البحوث الإعلامية*، ٧٢ (4)، ٢٤١٥-٢٥٠٤. https://jsb.journals.ekb.eg/article_382760.html .

[6] Nazeer, S., Sumbal, M. S., Yasin, N., Abbas, J., Papa, A., & Liu, G. (2026). ChatGPT in higher education and sustainable development goals: A comparative study of institutional perspectives from developing and developed economies. *Sustainable Development*. https://doi.org/10.1002/sd.70691

[7] Althubyani, A. R. (2026). Responsible AI integration in STEM higher education: Advancing sustainable development goals. *Sustainability, 18*(8), 4005. https://doi.org/10.3390/su18084005

[٨] مطرود، أحمد جاسم، وعبد الأمير، فاطمة الزهراء عدنان. (٢٠٢٦م). توظيف الذكاء الاصطناعي لتحقيق أهداف التنمية المستدامة: دراسة في مجالات التعليم والصحة. *مجلة تسنيم الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية والقانونية*، ٥ (2)، ٦١٤- 628 . https://doi.org/10.56924/tasnim.16.2026/33

[9] Leal Filho, W., Ben Hassen, T., Batista Martins, V. W., & Skouloudis, A. (2026). *The contribution of artificial intelligence to achieving the United Nations Sustainable Development Goals. Environment, Development and Sustainability.* https://doi.org/10.1007/s10668-026-07415-0

[١٠] السقا، سامر علي السيد، والبيلي، فرح أحمد عبد الجواد. (٢٠٢٦م). دور الذكاء الاصطناعي في تعزيز فعالية ممارسات تنظيم المجتمع لتحقيق التنمية المستدامة. *مجلة مستقبل العلوم الاجتماعية*، ٢٤ (7)، ١٠٤-١٢ https://fjssj.journals.ekb.eg/article_479067.html

[11]Rosen, M. A. (2025). Artificial intelligence and sustainable development. *European Journal of Sustainable Development Research, 9(1), Article em0275.* https://doi.org/10.29333/ejosdr/15819

[١٢] العدواني، خالد مطهر، وعباس، أحمد عبد القادر. (٢٠٢٦م). تصور مقترح لتعزيز أخلاقيات الذكاء الاصطناعي لدى طلبة الجامعات اليمنية.مجلة جامعة البيضاء. *7*(5). https://doi.org/10.56807/buj.v7i5.857 ،

[١٣] قراضة، علي محمد محمد، والعفاري، عبدالملك محمد. (٢٠٢٥م). متطلبات تطبيق تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في الجامعات اليمنية. *مجلة التطوير وضمان الجودة، ١(١)، ٨٣-١٠٩*.

[١٤] المليكي، حمود محسن. (٢٠٢٥م). تصور مقترح لتحسين جودة اتخاذ القرارات بالجامعات اليمنية في ضوء بعض تطبيقات الذكاء الاصطناعي. *مجلة جامعة البيضاء* https://doi.org/10.56807/buj.v7i1.708 (1). *7* ,

[١٥] عمر، عبدالرحيم ناصر، والصوفي، بكيل حسين، والنظاري، محمد حسين. (٢٠٢٥م). معوقات تطبيق الذكاء الاصطناعي في وزارة الشباب والرياضة اليمنية .. *مجلة البيضاء*(1) *7* . https://doi.org/10.56807/buj.v7i1.695 ,.

[16]Hallström, J. (2022). Embodying the past, designing the future: Technological determinism reconsidered in technology education. *International Journal of Technology and Design Education, 32, 17–31.* *https://doi.org/10.1007/s10798-020-09600-2*

[17] Pinch, T. J., & Bijker, W. E. (1984). The social construction of facts and artefacts: Or how the sociology of science and the sociology of technology might benefit each other. *Social Studies of Science, 14*(3), 399-441. https://doi.org/10.1177/030631284014003004

[18] محمد، أسماء عزمي عبد الحميد. (٢٠٢٠م). أثر التطبيقات الإدارية للذكاء الاصطناعي على الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال بالتطبيق على فروع البنوك التجارية بمدينة المنصورة .*المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية*، ١(1)، ١٩٠-٢٣٩ https://cfdj.journals.ekb.eg/article_83939.html .

[19] Xu, Y., Liu, X., Cao, X., Huang, C., Liu, E., Qian, S., Liu, X., Wu, Y., Dong, F., Qiu, C.-W., Qiu, J., Hua, K., Su, W., Wu, J., Xu, H., Han, Y., Fu, C., Yin, Z., Liu, M., ... Zhang, J. (2021). Artificial intelligence: A powerful paradigm for scientific research. *The Innovation, 2*(4), Article 100179. https://doi.org/10.1016/j.xinn.2021.100179

[20] Dartmouth College. (n.d.). *Artificial intelligence (AI) coined at Dartmouth*. https://home.dartmouth.edu/about/artificial-intelligence-ai-coined-dartmouth

[21] Rice, R. E., & Atkin, C. K. (2009). Public communication campaigns: Theoretical principles and practical applications. In J. Bryant & M. B. Oliver (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (3rd ed., pp. 436–468). Routledge.

[22] World Commission on Environment and Development. (1987). *Our common future*. United Nations. https://digitallibrary.un.org/record/139811

[23]United Nations. (2015). *Transforming our world: The 2030 Agenda for Sustainable Development*(A/RES/70/1). https://www.un.org/en/development/desa/population/migration/generalassembly/docs/globalcompact/A_RES_70_1.pdf

[24] Sohn, L. B. (1973). The Stockholm Declaration on the Human Environment. *Harvard International Law Journal, 14*(3), 423-515. https://sustainabledevelopment.gov.mt/wp-content/uploads/2021/12/Konferenza-tan-NU-dwar-l-Ambjent-Uman-Stokkolma.pdf

[25] Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in society: The development of higher psychological processes*. Harvard University Press.

[26] Siemens, G. (2005). Connectivism: A learning theory for the digital age. *International Journal of Instructional Technology and Distance Learning, 2*(1), 3-10 https://www.itdl.org/Journal/Jan_05/article01.htm

[27] UNESCO. (2021). *AI and education: Guidance for policy-makers*. UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000376709

[28] Lee, H., Luo, L., Almansour, A., & Zhou, L. (2024). The impact of ChatGPT on students' academic writing: A systematic review. *Education and Information Technologies*. https://doi.org/10.1007/s10639-024-12781-5

[٢٩] عامر، عبد الناصر السيد. (٢٠٢٦م). تبني استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي ChatGPT في التعليم باستخدام نموذج قبول التكنولوجيا. *مجلة كلية التربية بالإسماعيلية*، ٦٤ (2)، ٥٦-٧٥. https://journals.ekb.eg/article_478628.html .

[30 F] Fayez, H., Al Adwan, M. N., Hegazy, A., & El Hajji, M. (2026). The impact of artificial intelligence techniques on developing media content production skills: A comparative quasi-experimental study on students in France, Egypt, and the UAE. *Journalism and Media, 7*(1), Article 43. https://doi.org/10.3390/journalmedia7010043

[31 Tribeca.] (2024). *Human Powered: AI Shorts Program*. https://tribecafilm.com/festival/archive/human-powered-ai-shorts-program-2024

[32] NBC Bay Area. (2025, July 30). *Showrunner app lets users create AI-powered shows*

[33] Yemen Shabab. (2026). مسلسل ملوك اليمن: لفتة للتاريخ اليمني بعد طول غياب. *يمن شباب نت* https://yemenshabab.net/sections/NEWS/Reports%20/%D9%85%D8%B3%D9%84%D8%B3%D9%84-%D9%85%D9%84%D9%88%D9%83-%D8%A7%D9%84%D9%8A%D9%85%D9%86-%D9%84%D9%81%D8%AA%D8%A9-%D9%84%D9%84%D8%AA%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%AE-%D8%A7%D9%84%D9%8A%D9%85%D9%86%D9%8A-%D8%A8%D8%B9%D8%AF-%D8%B7%D9%88%D9%84-%D8%BA%D9%8A%D8%A7%D8%A8-%D8%AA%D9%82%D8%B1%D9%8A%D8%B1

[34] Al Al-Fadhli, R. (2025, November 18). *AI and Yemeni journalism: New horizons and ethical concerns*. South24 Center for News and Studies. https://south24.net/news/newse.php?nid=5067

[35] The White House. (2025, July 23). *America's AI action plan* [PDF]. https://www.whitehouse.gov/wp-content/uploads/2025/07/Americas-AI-Action-Plan.pdf

[36] National University of Singapore. (2026, February 5). *GenAI + science: Teaching, learning and shaping the future of discovery*. https://news.nus.edu.sg/genai--science-teaching-learning-and-shaping-the-future-of-discovery/

[37] The Hong Kong University of Science and Technology. (2025, August 19). *HKUST launches world's largest AI-powered educational sandbox game: Advancing AI literacy and encouraging citizen science*. https://hkust.edu.hk/news/hkust-launches-worlds-largest-ai-powered-educational-sandbox-game-advancing-ai-literacy-and

[38] Tsinghua University. (2025). *Tsinghua University releases comprehensive guiding framework for AI use in education*. https://www.tsinghua.edu.cn/en/info/1244/14599.htm

[٣٩] وكالة أنباء وكالة أنباء الإمارات. (٢٣ أغسطس، ٢٠٢٥م). التعليم والذكاء الاصطناعي مساران متلازمان في الإمارات . https://www.wam.ae/a/c00dd64

[40] Saudi Press Agency. (2025, August 23). *New curricula for academic year 1447/1448 AH to include AI, cybersecurity, tourism*. https://www.spa.gov.sa/en/N2383662.

[٤١] وزارة التربية والتعليم والتعليم الفني. (٤سبتمبر ٢٠٢٥،أ) .*وزير التربية والتعليم يستعرض مع مسئولي شركة "سبريكس" اليابانية الخطوات التنفيذية لإطلاق منصة "كويرو"* https://moe.gov.eg/ar/what-s-on/news/koero/

[٤٢] جامعة القاهرة. (٢٠٢٦، أبريل ٧). افتتاح معمل الرؤية الحاسوبية المدعوم بالذكاء الاصطناعي بكلية طب الأسنان جامعة القاهرة https://www.cu.edu.eg/cu.ai/Cairo-University-News-16243.html .

[43] Republic of Yemen Ministry of Youth and Sports, UNICEF, & United Nations Population Fund. (2025). Empower Yemen: *The national plan for youth participation and empowerment (Team TAMKEEN) 2025–2030. https://www.unicef.org/yemen/documents/national-action-plan-empowerment-and-development-youth-yemen-20252030*

[44] Ministry of Higher Education and Scientific Research, Yemen. (2025, January 12). Launch of the workshop to develop the higher education strategy in Yemen 2025–2027. https://altwasul.org/en/news/37

[45] UNESCO. (2021). *Recommendation on the ethics of artificial intelligence*. UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380455 (unesdoc.unesco.org

[46] OECD. (2024). *OECD AI principles*. Organisation for Economic Co-operation and Development. https://www.oecd.org/en/topics/ai-principles.html

[47] European Commission. (2026, March 5). Ethical guidelines on the use of artificial intelligence and data in teaching and learning for educators. *European Education Area.* *https://education.ec.europa.eu/focus-topics/digital-education/actions/plan/ethical-guidelines-for-educators-on-using-artificial-intelligence*

[٤٨] الألكسو .(2025) .*ميثاق الألكسو لأخلاقيات الذكاء* الاصطناعي .المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم . https://www.alecso.org/publications/uploads/2025/07/%D9%85%D9%8A%D8%AB%D8%A7%D9%82-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%84%D9%83%D8%B3%D9%88-%D9%84%D9%84%D8%B0%D9%83%D8%A7%D8%A1-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B5%D8%B7%D9%86%D8%A7%D8%B9%D9%8A-isbn.pdf

[49] National Council for Artificial Intelligence, Quantum Computing, and Emerging Technologies. (2026, March). *Egypt national guidelines for trustworthy and responsible AI*. https://ai.gov.eg/SynchedFiles/ar/Resources/Egypt%20National%20Guidelines%20for%20Trustworthy%20and%20Responsible%20AI.pdf

[50] Hackl, V., Müller, A. E., & Sailer, M. (2026). The AI literacy heptagon: A structured approach to AI literacy in higher education. *Computers and Education: Artificial Intelligence, 9, 100540.* *https://doi.org/10.1016/j.caeai.2026.100540*

[51] Kemp, S. (2025, November 8). *Digital 2026: Yemen*. DataReportal. https://datareportal.com/reports/digital-2026-yemen

[52] Hwang, Y. (2025). Generative artificial intelligence and misinformation acceptance: An experimental test of the effect of forewarning about artificial intelligence hallucination. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking.* *https://doi.org/10.1089/cyber.2024.0407*

[53] Munaye, Y. Y., Admass, W., Belayneh, Y., Molla, A., & Asmare, M. (2025). ChatGPT in education*: A systematic review on opportunities, challenges and future directions. Algorithms, 18(6), 352.* *https://doi.org/10.3390/a18060352*

[54] United Nations General Assembly. (2015, October 21). Transforming our world: The 2030 Agenda for Sustainable Development (A/RES/70/1). https://ggim.un.org/documents/A_Res_70_1_e.pdf

[55] United Nations General Assembly. (2012, July 27). *The future we want (A/RES/66/288).* https://digitallibrary.un.org/record/734344?ln=en

[56] Le Blanc, D. (2015). Towards integration at last? The Sustainable Development Goals as a network of targets. Sustainable Development, 23(3), 176–187. https://doi.org/10.1002/sd.1582

[57] Nilsson, M., Chisholm, E., Griggs, D., Howden-Chapman, P., McCollum, D., Messerli, P., Neumann, B., Stevance, A. S., Visbeck, M., & Stafford-Smith, M. (2018). Mapping interactions between the sustainable development goals: Lessons learned and ways forward. *Sustainability Science, 13*(6), 1489–1503. (Springer)

[58]United Nations. (2017). *Work of the Statistical Commission pertaining to the 2030 Agenda for Sustainable Development* (Resolution A/RES/71/313). General Assembly.

[59] World Bank. (2026). *Economy: Yemen, Rep.* Human Capital Data Portal. https://humancapital.worldbank.org/en/economy/YEM

[60] World Bank. (2024, November 20). *Yemen country climate and development report*.

[61] United Nations Development Programme. (2025, June 17). *Shared crisis, different impact: How climate change disproportionally affects women and youth in Yemen*. https://www.undp.org/yemen/news/shared-crisis-different-impact

[62] United United Nations General Assembly. (2015). *Transforming our world: The 2030 Agenda for Sustainable Development* (A/RES/70/1). United Nations. https://ggim.un.org/documents/A_Res_70_1_e.pdf

[63] United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division. (2024). *World Population Prospects 2024*. https://population.un.org/wpp/

[64] United Nations Yemen. (2025, January 15). *Yemen Humanitarian Needs and Response Plan 2025*. https://yemen.un.org/en/287505-yemen-humanitarian-needs-and-response-plan-2025-january-2025

[65] United Nations High Commissioner for Refugees. (2025). *Yemen*. Operational Data Portal. Retrieved April 26, 2026, from https://data.unhcr.org/en/country/yem

[66] Civilian Impact Monitoring Project. (2024). *Civilian Impact Monitoring Project 2024 annual report (1 January–31 December 2024)*. ReliefWeb. https://reliefweb.int/report/yemen/civilian-impact-monitoring-project-2024-annual-report-1-january-31-december-2024

[٦٧] باصيد، إيمان عبد الملك حسن. (٢٠٢٥م). مؤشرات التنمية المستدامة-الهدف الرابع: الواقع الاجتماعي للتعليم في اليمن خلال الفترة ٢٠١٥-٢٠٢٤ م: رؤية سوسيولوجية تحليلية-مقارنة. *مجلة التمكين الاجتماعي*، *٧* (1)،72-58 . ٥٨ . https://search.emarefa.net/detail/BIM-1689978

[68] Human Rights Watch. (2024, March 4). *Yemen: Warring parties restrict women's movement*. https://www.hrw.org/news/2024/03/04/yemen-warring-parties-restrict-womens-movement

[69] Amnesty International. (2024b, July 4). *Yemen: Huthi authorities must immediately release arbitrarily detained staff from UN and civil society organizations*. https://www.amnesty.org/en/latest/news/2024/07/yemen-huthi-authorities-must-immediately-release-arbitrarily-detained-staff-from-un-and-civil-society-organizations/

[٧٠] ناصر، سمير فهمي. (٢٠٢٣م). المؤثرات الداخلية للتغيير السياسي والصراع الداخلي في اليمن. *مجلة نسق، ٣٩(٢)، ٣٥* . العراق، محافظة بغداد. https://nasaqiraq.com/volume-39-issue-2/

[٧١] مجلس الأمن التابع للأمم المتحدة. (٢٠١٥م). القرار ٢٢١٦ (٢٠١٥م) بشأن الحالة في اليمن (S/RES/2216). https://main.un.org/securitycouncil/ar/s/res/2216-%282015%29

[٧٢] عبدالله، نجيب عبد الوهاب. (٢٠٢٢م). السياسة الخارجية اليمنية تجاه الأزمات: حرب الانفصال والحرب على الإرهاب. *المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية, اليمن، صنعاء*، ١٣(٢), ١٥٣–١٧٦.

[73] Small Arms Survey. (2023). The illicit proliferation of MANPADS in the Middle East and North Africa. Graduate Institute of International and Development Studies.

[74] Office for the Coordination of Humanitarian Affairs. (2024). Yemen: Humanitarian needs overview 2024. United Nations. https://reliefweb.int/report/yemen/yemen-humanitarian-needs-overview-2024-january-2024-enar

[٧٥] مركز صنعاء للدراسات الاستراتيجية. (٤ أغسطس، ٢٠٢٥م). منتدى اليمن الدولي ٢٠٢٥: حوار من أجل يمن مستقر وإقليم آمن.

[٧٦] الجداوي، يزيد. (١٧يناير، ٢٠٢٢م). أثر حرب اليمن على أولويات واحتياجات الشباب. مركز صنعاء للدراسات الاستراتيجية.

[77] World Bank. (2025a). *Yemen economic monitor: Persistent fragility amid rising risks*. World Bank. (openknowledge.worldbank.org)

[78] World Bank. (2025b, October). *Yemen*. In *Macro poverty outlook*. World Bank. (thedocs.worldbank.org)

[79] International Labour Organization. (2025). *Republic of Yemen* [Employment environment factsheet]. International Labour Organization.

[80] Kemp, S. (2025, November 8). *Digital 2026: Yemen*. DataReportal. https://datareportal.com/reports/digital-2026-yemen

[81] Saba News Agency. (2024a, August 6). *Gov't approves the satellite Internet service "Starlink"*. https://www.sabanew.net/story/en/115254

[82] Mohammed, M. (2025, April 14). Cybercrime against women in Yemen: Legal frameworks and social change. *Arab Reform Initiative*. https://www.arab-reform.net/publication/cybercrime-against-women-in-yemen-legal-frameworks-and-social-change/

[83] Republic of Yemen. (2006). The National Children and Youth Strategy of the Republic of Yemen 2006–2015: A national agenda for Yemeni children and young people. https://faolex.fao.org/docs/pdf/yem181092E.pdf

[84] United Nations Yemen. (2022). United Nations Yemen Sustainable Development Cooperation Framework 2022–2024. https://yemen.un.org/en/204734-united-nations-yemen-sustainable-development-cooperation-framework-2022-%E2%80%93-2024

[85] National Vision for the Modern Yemeni State. (2019). *National vision for the modern Yemeni state*.

[86] National Vision for the Modern Yemeni State. (2019). National Vision for the Modern Yemeni State 2030.

[87] United Nations Economic and Social Commission for Western Asia. (2025). Yemen vision for recovery and development: A framework for planning and execution. https://www.unescwa.org/publications/yemen-vision-recovery-development-framework-planning-execution

[88] United Nations Children's Fund. (2025). *Team Tamkeen: National action plan for youth empowerment and development 2025-2030*. UNICEF Yemen. https://www.unicef.org/yemen/documents/national-action-plan-empowerment-and-development-youth-yemen-20252030

[89] United Nations Development Program. (2026). Driving recovery and development in Yemen: 2023–2025 years in review.

[90] World Bank. (2024). *Yemen country climate and development report*.

[٩١] المركز العربي لاستدامة العمل الأهلي. (١٠ مارس، ٢٠٢٥م). *إطلاق حملة مناخ مستدام بالجمهورية اليمنية*.

[٩٢] وزارة الشباب والرياضة. (٢٩ مايو، ٢٠٢٥م). *وزارة الشباب والرياضة تدشّن الخطة الوطنية لتمكين الشباب ٢٠٢٥–٢٠٣٠م*.

[٩٣] صحيفة ١٤ أكتوبر. (٢٦ أكتوبر، ٢٠٢٥م). المهندس جياب عاطف: استمرار فعاليات حملة "مناخ مستدام" في اليمن. *صحيفة ١٤ أكتوبر*. https://www.14october.com/Cat/7STQUTAF-SWM2L6?page=183 .

[٩٤] اليونيسف اليمن. (٣ يونيو، ٢٠٢٥م). *فريق تمكين - الخطة الوطنية لتمكين وتنمية الشباب في اليمن.(2025–2030)*.

[٩٥] UNICEF Yemen on X: "أطلقت اليونيسف والحكومة اليمنية الخطة الوطنية لتمكين وتطوير الشباب ٢٠٢٥–٢٠٣٠ في #اليمن. الخطة هي خارطة طريق شاملة صاغها الشباب ومن أجلهم، تعالج أكبر التحديات وتفتح آفاقاً لمستقبل أكثر إشراقاً. حان الوقت للاستثمار في الشباب YE. اقرأ المزيد / X" https://t.co/e1kY3LeVo7 https://t.co/Cwlh7pNXOg .

[٩٦] المركز العربي لاستدامة العمل الأهلي. (١٠ مارس، ٢٠٢٥م). إطلاق حملة مناخ مستدام بالجمهورية اليمنية. مؤسسة مصر الخير https://asc-mek.org/ar/opportunities/50 .

[٩٧] جمعية شباب الريف التعاونية للتنمية الزراعية. (٣ يوليو، ٢٠٢٥م). إطلاق حملة "مناخ مستدام" في اليمن لتعزيز الوعي البيئي والعمل المناخي https://rycad.ibmsh.com/news_details.php?id=8 .

[٩٨] يونيسف اليمن. (٢١ يونيو، ٢٠٢٥م). أطلقت اليونيسف والحكومة اليمنية الخطة الوطنية لتمكين وتطوير الشباب ٢٠٢٥-٢٠٣٠ في اليمن [منشور فيسبوك]. فيسبوك https://www.facebook.com/unicefyemen/posts/1157242096444035 .

[٩٩] قناة عدن الفضائية. (٢٩ مايو، ٢٠٢٥م). وزارة الشباب والرياضة تدشن الخطة الوطنية لتمكين الشباب ٢٠٢٥-٢٠٣٠م بعدن [فيديو] YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=YKVgiPzRwY0 .

[١٠٠] جواس، صفاء جمال، وجواس، أحمد جمال. (٢٠٢٤م). استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مؤسسات التعليم العالي في اليمن: دراسة استكشافية. *مجلة قبس للدراسات الإنسانية والاجتماعية*، *٨*(1)، ١٣٧١-١٤٠١ . https://asjp.cerist.dz/en/article/250789

[١٠١] منشوران حول قالب المناصرة لحملة مناخ مستدام عبر تطبيق إكس وإنستجرام (٢٠٢٥م، ٢ أكتوبر). https://x.com/deer_graphics/status/1973452260396143096 ، https://www.instagram.com/p/DSNTirojM33/

[102] Gohr, C., Rodríguez, G., Belomestnykh, S., et al. (2025). Artificial intelligence in sustainable development research. *Nature Sustainability, 8*, 970-978. https://doi.org/10.1038/s41893-025-01598-6.

[١٠٣] عبد الكريم، نهلة حلمي محمد. (٢٠٢٤م). تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على استهداف وتشكيل توجهات الشباب المصري نحو قضايا الرأي العام: دراسة ميدانية للشباب وآراء الخبراء في الإعلام والذكاء الاصطناعي. *مجلة البحوث الإعلامية*، ٧٢ (4)، ٢٠٥١-٢١٠٠ .

[104] Abulibdeh, A., Zaidan, E., & Abulibdeh, R. (2024). Navigating the confluence of artificial intelligence and education for sustainable development in the era of industry 4.0: Challenges, opportunities, and ethical dimensions. *Journal of Cleaner Production, 437*, Article 140527. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.140527

[١٠٥] TikTok..(٢٤ نوفمبر، ٢٠٢٥م). اليمن تمطر تراب [فيديو] . https://www.tiktok.com/@vnsjoeh/video/7576330133271825671

[١٠٦] البكري، نايف. (٢٩ مايو، ٢٠٢٥م). من العاصمة عدن، انطلقت "الخطة الوطنية لتمكين الشباب ٢٠٢٥-٢٠٣٠م"... ليست ورقة عمل، بل خارطة طريق لمستقبل يصنعه شباب يشكلون أكثر من ٢٢٪ من اليمن [منشور] .X . https://x.com/naife_albakry/status/1928112012841877963

unsupported content accounted for 69.9%, which limits deeper understanding and weakens trust in the knowledge presented. The analysis revealed an imbalance in the treatment of the SDGs, as Goal (13), Climate Action, was the most prominent at 46.6%, compared with the limited presence of Goal (16), Peace, Justice and Strong Institutions, at 11.0%, and Goal (8), Decent Work and Economic Growth, at 1.4%. This indicates the campaigns' need for greater balance among the goals and a clearer linkage between climate, economic, and institutional issues.

The results also showed that digital engagement appeared mainly through views, which represented 88.3% of the total observed engagement indicators, while active engagement, represented by likes, shares, comments, and saves, remained limited at 11.7%. The analysis of the visual models of the posts showed that short and humorous formats were more capable of reaching youth audiences and encouraging message circulation. Regarding artificial intelligence applications, the analysis revealed that their use remained limited and irregular. Confirmed indicators of their use accounted for only 4.1% of the total sample, compared with an unresolved category of 11.0%. Their use was concentrated in textual and visual content and did not develop into a clear institutional mechanism for explanation, simplification, translation, or personalized interaction. The presence of the unresolved category reveals the limited culture of disclosure and transparency in identifying the tools used to produce digital content. This underscores the importance of training in the ethics of circulating content supported by artificial intelligence applications within development institutions and initiatives.

The research concluded that the efficiency of digital development communication in the Yemeni context is linked to the clarity of objectives, documentation of information, simplification of knowledge, diversification of formats, and youth participation in message production. It also emphasized the need for a clear protocol for disclosure, documentation, and the responsible use of artificial intelligence applications in digital awareness campaigns.

Keywords: Digital Awareness Campaigns - Sustainable Development Goals - Artificial Intelligence Applications - Yemeni Youth - Content Analysis - digital Engagement - Development Institutions - Yemen.

The Use of Digital Campaigns in Raising Awareness of the Sustainable Development Goals in Yemen (*)

Rahmah Ali Hamoud Hugaira
rahma.hugaira@gmail.com
PhD researcher,
Radio & Television Department,
Faculty of Mass Communication,
Cairo University

Supervision by:

Prof. Dr. Mona Saeed Al-Hadidi
monahadidi@yahoo.com
A part-time professor in the Radio & T.V Dep.,
Faculty of Mass Communication,
Cairo University
Former Dean of the International Academy of Engineering and Media Sciences

Dr. Gihan Abdul-Hamid Hanafi
gehanabdelhamid.gm@gmail.com
Assistant Professor of Radio& T.V,
Department of Radio & T.V,
Faculty of Mass Communication,
Cairo University

Abstract

This research aimed to analyze how digital awareness campaigns related to the Sustainable Development Goals (SDGs) in Yemen contribute to the construction of knowledge-based and motivational messages directed at Yemeni youth. It examined the efficiency of these campaigns, the form and content of their communicative discourse, and the extent to which development institutions and initiatives employ digital platforms and artificial intelligence applications in producing knowledge-oriented content capable of persuasion and influence. The research focused on two digital campaigns: the "Sustainable Climate in Yemen" campaign and the communication framework accompanying the National Plan for Youth Empowerment and Development in Yemen (2025–2030). The research adopted the analytical survey method, using content analysis as its main tool. An electronic content analysis form was administered via the KOBO platform to a purposive sample of 73 posts published on websites, YouTube, X, Facebook, Instagram, and TikTok.

The results showed that the digital discourse of the campaigns remains in a transitional stage between general awareness-raising and the construction of organized development knowledge. Informational and introductory content dominated the sample at 97.3%, while static formats, represented by images and text, accounted for 81.3%, and emotional appeals reached 97.3%. In contrast, the presence of sources, references, and documents was limited, while

(*)The Paper was received on May 15, 2026, and accepted for publication on June 06, 2026.
The Paper is extracted from the doctoral dissertation registered at the Faculty of Mass Communication, Cairo University, under the supervision of Prof. Dr. Mona El-Hadidi, a non-part-time professor in the Radio and Television Department and the former Dean of the International Academy of Engineering and Media Sciences, and with the co-supervision of Dr. Gihan Hanafi, Assistant Professor in the department.

Copyright © APRA 2026

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian Public Relations Association
(EPRA)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt

Deposit Number: 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency
Arab Republic of Egypt,
Menofia - Shiben El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association
Arab Republic of Egypt,
Giza, Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghpy St.

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Web: www.apr.agency - www.jprr.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:

- The author should send an electronic copy of his manuscript by Email written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during 15 days after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 30 days or more.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 3800 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 550 $. with 25% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1900 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 275 $ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- Fees are not returned if the researcher retracts and withdraws the research from the journal for arbitration and publishing it in another journal.
- The manuscript does not exceed 40 pages of A4 size. 70 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 $ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 20 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Two copies of the journal and Five Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 500 L.E. for the Egyptians and 150 $ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 600 L.E. for the Egyptians and 180 $ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association. One copy of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 $US for foreigners.
- One copy of the journal is sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. $ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 $ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al-Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,
Arab Republic of Egypt, Menofia, Shiben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal Code: 32111 - P.O Box: 66
And also, to the Journal email: jprr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- The Journal has Impact Factor Value of 1.569 based on International Citation Report (ICR) for the year 2021-2022.
- The Journal has an Arcif Impact Factor for the year 2023 = 2.7558 category (Q1).
- The Journal has an impact factor of the Supreme Council of Universities in Egypt for the year 2023 = 7.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one-page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic in Arabic Papers, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.

Journal of PR esearch
Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East
(JPRRME)
Scientific Refereed Journal
Sixty-Second Issue - Fourteenth Year - April/June 2026

Founder & Chairman
Dr. Hatem Moh'd Atef
EPRA Chairman

Editor in Chief
Prof. Dr. Aly Agwa
Professor of Public Relations & former Dean of Faculty of Mass Communication - Cairo University
Head of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Manager
Prof. Dr. Mohamed Moawad
Media Professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai University
Head of the Consulting Committee of EPRA

Editorial Assistants
Prof.Dr. Mubarak Alhazmi (ksa)
Professor of Public Relations
King Abdulaziz University

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty
Professor of Public Relations
Misr International University

Prof. Dr. Mohamed Alamry (Iraq)
Professor & Head of Public Relations Dep.
Mass Communication Faculty
Baghdad University

Prof. Dr. Fouad Ali Saddan (Yemen)
Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication
Sana'a University

Dr. Thouraya Snoussi (Tunisia)
Associate Professor and Educational Consultant,
National Defense College - Abu Dhabi
Ministry of Defense – (UAE)

English Reviewer
Dr. El-Sayed Abdel-Rahman
Associate Professor & Head Dep. of Public Relations
Mass Communication Faculty - Suez University

Dr. Nasr Elden Othman (Sudan)
Associate Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences
Ajman University (UAE)

Public Relations Manager
Alsaeid Salm

Arabic Reviewers
Ali Elmehy

Address
Egyptian Public Relations Association
Arab Republic of Egypt
Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 1 Mohamed Alzoghpy Street
Publications: Al Arabia Public Relations Agency
Arab Republic of Egypt
Menofia - Shiben El-Kom - Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Mobile: +201141514157
Fax: +20482310073
Tel: +2237620818
www.jprr.epra.org.eg
Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Advisory Board **
JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)
Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)
Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Mona Saeed Al-Hadidi (Egypt)
Professor of Radio & T.v, Faculty of Mass Communication, Cairo University, Former Dean of the International Academy of Engineering and Media Sciences.

Prof. Dr. Abdelfateh Zakaria Mekouar (Morocco)
Professor of Higher Education in Media and Communication Sciences, Faculty of Arts and Humanities, Mansik, Hassan II University of Casablanca, Morocco

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)
Professor of Media at the University of Baghdad and currently Head of the Digital Media Department at Al-Noor University in Nineveh, Iraq

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)
Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication – Sinai University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)
Professor of Media and Public Relations, Mass Communication Faculty - Imam Muhammad Bin Saud Islamic University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)
Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)
Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)
Professor of printing press & Vice- Dean for Community Service at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)
Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)
Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)
Professor of Radio & Televosion and Vice- Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)
Professor of Public Relations,Department of Journalism, Media, and Digital Communication, Jordan University.

Prof. Dr. Ali Kessaissia,(Algeria)
Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema,(Algeria)
Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Abdul Malek Radman Al-Danani,(Yemen)
Professor, Faculty of Media & Public Relations, Emirates Collage of Technology, UAE.

Prof. Dr. Kholoud Abdullah Mohammed Miliani (KSA)
Professor, Faculty of Communication & Media, King Abdulaziz University, KSA.

Prof. Dr. Tariq Mohamed Al-Saidi (Egypt)
Professor, Faculty of Specific Education, Menofia University, Egypt.

** Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.

Journal of PR Research Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East
Scientific Refereed Journal - Supervision by Egyptian Public Relations Association - Fourteenth Year - Sixty-Second Issue – April/June 2026
IF of the Supreme Council of Universities 2025 = 7 Arcif Impact Factor 2025 = 1.3738

Abstracts of Arabic Researches:

- ***Associate Dr. Mohamed Ahmed Hashem Imam Alsharief*** - *King Faisel University*
  Media Elite Attitudes toward Artificial Intelligence-Generated Videos on Social Media Platforms: A Comparative Survey Study of Academics and Practitioners 7
- ***Associate Prof. Dr. Eman Taher Sayed Abbas*** - *Cairo University*
  X Platform Users' Attitudes toward Rebranding and its Relationship to Perceived Brand Equity 8
- ***Dr. Heba Ahmed Eldib*** - ***Ayesha Lahi Zayed ALSaadi*** - ***Mafrag Ali Ghazal*** - ***Hamad Ahmed AlHammadi*** - ***Maryam Hilal Rashid Almheiri*** - *Liwa University*
  The Impact of Social Media Use on Emirati Youth's Awareness of the Concept of Sustainable Media: A Field Study on a Sample of Students from the College of Media at Liwa University 10
- ***Mohammed Mughaddi Jaber Alsulami*** - *Cairo University*
  Digital Government Communication Strategies for Saudi Arabia's Vision 2030 through Social Media Platforms: An Analytical Study 11
- ***Rahmah Ali Hamoud Hugaira*** - *Cairo University*
  The Use of Digital Campaigns in Raising Awareness of the Sustainable Development Goals in Yemen 13
- ***Atheer Ahmed Al-Shaikhi*** - *King Abdulaziz University*
  The "Made in Saudi Arabia" Logo as a Country-of-Origin Cue and its Effect on Perceived Brand Image and Purchase Intentions 15
- ***Ahmed Khairy Asran*** - *Cairo University*
  The Ethics of Communication Discourse of the Egyptian Ministry of Health via Facebook during the COVID-19 Pandemic: An Analytical Study in the Light of Responsible Defense Theory 17

(ISSN 2314-8721)
Egyptian Public Relations Association
(EPRA)
Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)
With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit Number: 24380 /2019
Copyright 2026@APRA
www.jprr.epra.org.eg