

دور الإعلام البيئي الإلكتروني عبر الفيس بوك في نشر الوعي البيئي لدى الشباب
دراسة ميدانية بجامعة تنسة

The role of electronic media through Facebook in the dissemination of environmental awareness among young people . field study at the University of tebessa

زینب مہیہ

طالبة دكتوراه

جامعة العربي التبسي تبسة، الجزائر

zzinebmehaya@yahoo.com

تاريخ النشر: 2023/01/31

تاريخ القبول: 2023/01/08

تاریخ الاستلام: 2019/03/14

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن دور الإعلام البيئي الإلكتروني عبر الفيس بوك في نشر الوعي البيئي، وقد اعتمدت الباحثة لأجل ذلك المنهج الكمي الإمبريقي، عبر المنهج الوصفي، حيث تم توزيع استمارة استبيان على عينة قصدية مفاها 50 طالبا جامعيًا من مستخدمي موقع فيس بوك بقسم الإعلام والاتصال جامعة تنسة.

وقد انتهت الدراسة بمجموعة من النتائج أهمها: أن الإعلام البيئي الإلكتروني عبر موقع فيس بوك ذو أهمية كبيرة في نشر الوعي البيئي حسب أفراد العينة، إلا أنه وبالرغم من ذلك لم ينجح إلى درجة كبيرة في التأثير على أفراد العينة للمشاركة في الأعمال التطوعية البيئية.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الإلكتروني، البيئة، الفيس بوك، الوعي البيئي.

Abstract:

The study aims at uncovering the role of electronic media through Facebook in spreading environmental awareness. The researcher adopted the quantitative approach of the empiric method through a descriptive method. A questionnaire was distributed to 50 university students facebook users at the department of the Media and communication at University of Tebessa .

The study concluded with a set of results, the most important of which is that electronic media via Facebook is of great importance in spreading environmental awareness according to the sample members. However, it did not succeed to a

great extent in influencing the sample members to participate in voluntary environmental work.

Keywords: Electronic Media; the environments; facebook; Awareness.

1 . مقدمة:

أدى التقدم الكبير الذي أحرزه الإنسان في مجالات العلم، والتكنولوجيا إلى نقلة حضارية كبيرة في مختلف مجالات التنمية التي تهتم برفاهية الإنسان، لكن هذا التقدم في الوقت ذاته تجاهل البيئة ونظمها مما أحدث خللا في توازنها ومكوناتها، وقد أدت هذه التأثيرات العميقة في عناصر المنظومة البيئية إلى ظهور مجموعة من المشكلات التي لم يقتصر ضررها على البيئة وحدها، إنما اتسع ليشمل الإنسان نفسه. وقد تنبه العالم إلى خطورة الموقف فبدأت كثير من الدول والهيئات القيام بأنشطة واسعة لحماية البيئة، وعمدت إلى توعية المجتمعات بالمشاكل التي أحدثها الإنسان بتعامله غير المتبصر مع النظام البيئي ومكوناته، وبالتالي أصبحت حماية البيئة من أبرز القضايا التي يهتم بها العالم، وخاصة بعد اجتماعي قمة الأرض الأول، والثاني اللذان عقدا في مدينة ريو دي جانيرو ونيويورك عامي 1996 و1997 من أجل بحث الآثار السلبية للمشاكل البيئية وكيفية الوعي بقضاياها.

وقد انقسم البشر عبر التاريخ في تعاطيهم مع البيئة إلى اتجاهين: الأول ينتج أو يتسبب في تدمير النظام البيئي، والثاني يدافع عنها، ويناصر قضاياها. وبالتوازي مع التطورات التي ربطت بين الإنسان والبيئة بدأت صلات أخرى تتشكل وتجمع بين البيئة والإنسان من جهة، ووسائل الإعلام من جهة أخرى. إذ أكدت التجارب والخبرات على أهمية قيام وسائل الإعلام بنشر الوعي البيئي؛ ليصبح الحفاظ على البيئة حاجة حياتية يومية، لأنه بغير هذا الوعي تظل حماية البيئة مجرد شعار يصعب تطبيقه، ومن العسير مراقبته. وهكذا شرع بالتأسيس لحقل تخصصي جديد من حقول الإعلام وهو الإعلام البيئي أو الأخضر ك مجال هام جاء استجابة لتحقيق متطلبات التنمية المستدامة، التي تعتبر التوعية البيئية من أهم ركائزها ذلك أن ضرورة تشكيل الوعي البيئي هو مطلب أساسي لتحقيق التنمية البيئية المستدامة. وللنهوض بمستويات الوعي البيئي يجب رصد الوسائل الإعلامية المناسبة لإحداث التغيير، فالإعلام بأوعية إلكترونية مجال متنامي ومؤثر خصوصا وأن شبكة الانترنت تكتسب أكبر قاعدة جماهيرية من المستخدمين. وخاصة بعد بروز تطبيقات الويب 0.2 والثورة التي أحدثها عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي

والتي مست الكثير من المجالات ومن بينها المجال البيئي. هذا الزلزال الاتصالي الجديد جعل من الناشطين في مجال التنمية البيئية المستدامة من مؤسسات وأفراد ومنظمات وغيرها تمارس أنشطتها التوعوية عبر هذه المنصات لتحقيق ثقافة بيئية مشتركة.

2- إشكالية الدراسة:

لقد أصبحت المحافظة على البيئة وحمايتها من التلوث من القضايا المحورية والمهمة، لذلك بات الاهتمام بالوعي البيئي وتنميته ضرورة لا بد منها لتغيير الوضع البيئي الراهن. ومن الجلي إذن أن الدراسة الحالية تراعي بعدين في غاية الأهمية وتبحث عن العلاقة بينهما وهما الإعلام الإلكتروني عبر موقع فايس بوك، وكذا تنمية ونشر الوعي البيئي. انطلاقا من التساؤل الرئيسي التالي:

* ما هو دور الإعلام الإلكتروني عبر الفيس بوك في نشر الوعي البيئي لدى الشباب الجامعي؟

ويتم الإجابة عن التساؤل الرئيسي انطلاقا من التساؤلات الفرعية التالية:

- ما أهمية الإعلام الإلكتروني عبر موقع فيس بوك في نشر الوعي البيئي لدى الشباب الجامعي؟
- ما هو أثر الإعلام الإلكتروني عبر الفيس بوك على السلوك البيئي لدى الشباب الجامعي ؟

3- أهمية الدراسة:

تنطلق أهمية الدراسة من كون الإعلام الإلكتروني بتطبيقاته المختلفة سيما المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي، ولد انشغالات جديدة لدى المستخدمين غيرت بصورة تلقائية اهتمامهم من مجرد التواصل والترفيه إلى نوع آخر من الاستخدام الهادف، والمشاركة الواعية لخدمة أغراض وأهداف ذات أبعاد انسانية وثقافية واجتماعية أكثر وعيا ونضجا كخدمة قضايا البيئة ونشر الوعي البيئي.

4- أهداف الدراسة:

إن الهدف الرئيسي من هذه الدراسة هو معرفة دور الإعلام الإلكتروني عبر الفيس بوك في نشر الوعي البيئي لدى الشباب الجامعي، ويندرج تحت هذا الهدف الرئيسي مجموعة من الأهداف الفرعية التي تتحقق بالإجابة عن التساؤلات الفرعية والمتمثلة في:

- معرفة أهمية الإعلام الإلكتروني عبر موقع فيس بوك في نشر الوعي البيئي لدى الشباب الجامعي.

- التعرف على أثر الإعلام الإلكتروني عبر الفيس بوك على سلوك الشباب الجامعي اتجاه البيئة.

5. تحديد مفاهيم الدراسة:

1.5. مفهوم الإعلام البيئي الإلكتروني:

1.1.1.5. الإعلام:

هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت ، كما عبر عن ذلك "أوتجروت" ، وهذا ما يقتضي أن تتوافر في الإعلام ثلاثة مواصفات أساسية وهي الجدة والحداثة ، الأهمية والضخامة ، الدقة والموضوعية. (سناء محمد الجبور، 2012)

2.1.5. البيئة:

أ. لغة:

يعود أصل كلمة البيئة في اللغة العربية إلى الجذر (بؤأ) الذي أخذ منه الفعل الماضي (باء)، كما جاء في معجم لسان العرب لابن منظور باء إلى الشيء أي رجع إليه. (إبن منظور، 1956)

ب. اصطلاحاً:

"يمكن تعريفها على أنها: "الوسط أو المكان الذي يعيش فيه الإنسان مع الكائنات الحية الأخرى ، والمواد غير الحية بما يضمّنه من علاقات قائمة بينهما بحيث يؤثر فيها الإنسان ويتأثر بها. (ضاري العجي، وعبد المنعم مصطفى، 1995)

3.1.5. الإعلام البيئي الإلكتروني اصطلاحاً :

هو عبارة عن نوع جديد من الإعلام البيئي الجديد الذي يشترك مع المفهوم التقليدي للإعلام في المفهوم والمبادئ العامة ، والأهداف. ويختلف عنه من حيث أنه يعتمد على وسيط اتصالي جديد وهو الأنترنت والتي تتيح تقديم المضامين والرسائل الاتصالية البيئية بطريقة إلكترونية رقمية عبرها. (مروى عصام صلاح، 2015)

4.1.5. إجرائيا:

هو رسالة تتخذ أشكالا ووسائل مختلفة، تتناسب والموضوع والشريحة المستهدفة، بهدف إحداث تأثير ايجابي محدد مسبقا لدى القارئ بالاتصال في الجمهور المستهدف تجاه المشكلات والقضايا البيئية في إطار أهداف، ووظائف محددة بالاعتماد على تطبيقات الويب 0.2 خاصة موقع فيس بوك.

2.5. موقع فيس بوك:

1.2.5. إصطلاحا: بحسب قاموس أوكسفورد للحوسبة هو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي، أنشأ عام 2004، وكان مقتصرًا في البداية على الطلاب في جامعة هارفارد، ثم توسعت عضويته بشكل مطرد إلى المزيد من المؤسسات الأكاديمية. وفي عام 2006 تم رفع قيود العضوية (عدا الحد الأدنى للعمر). (نسرين عجب، 2016)

3.5. الوعي البيئي:

1.3.5. الوعي:

1.1.3.5. لغة:

(الوعاء)، وهو مفرد (الأوعية)، و(أوعى) الزاد والمتاع أي جعله في الوعاء، و (وعى) الحديث أي حفظه وفهمه وقبله، وهو يعرف بأنه الحفظ والتقدير والفهم وسلامة الإدراك. (محمد بن أبي بكر الرازي، 1986)

2.1.3.5. اصطلاحا:

"يعرف ابراهيم مذكور الوعي على أنه: "إدراك الفرد لنفسه ولما يحيط به، وهو على درجات من الوضوح والتعقيد، والوعي بهذا المعنى يتضمن إدراك الفرد لنفسه باعتباره عضوا في الجماعة. (ابراهيم مذكور، 1975)

3.1.3.5. الوعي البيئي اصطلاحا:

يمكن تعريفه على أنه: "إدراك الإنسان لأهمية الحفاظ على البيئة، وممارسة السلوك الإيجابي في التعامل معها، وفهم العلاقات المتبادلة بين مكونات البيئة، وإلتزان الطبيعي المحكم

بين تلك المكونات ،والعمل على عدم الإخلال بذلك الاتزان حفاظا على بيئة صالحة تحمي الإنسان كما يحمها .(أبو عراد صالح،2005)

4.1.3.5.إجرائيا:

من الناحية الإجرائية تعرفه الباحثة بأنه زيادة ترسيخ المعلومات البيئية لدى الجمهور، وإكسابهم اتجاهات ايجابية نحو بيئتهم بما يمكنهم من الحفاظ عليها وعلى مواردها والتي يتم تداولها ومناقشتها من خلال الإعلام الإلكتروني عبر الفيس بوك.

الإطار النظري للدراسة:

1.الإعلام الإلكتروني عبر الفيس بوك وعملية نشر الوعي البيئي:

1.1.أهم قضايا البيئة المثارة في الفيس بوك:

يستأثر كل من الاحتباس الحراري والتغيرات المناخية والتلوث والتنوع الحيوي باهتمام جماهير موقع الفيس بوك في مناقشة مشكلات البيئة والاهتمام بها ،وفيما يلي سنعرض أهم القضايا البيئية المثارة في هذا الموقع:

أ- الاحتباس الحراري: ترتبط مخاطره بارتفاع درجة حرارة الأرض على المدى الطويل ،فبعد ظهور التصنيع واستخراج الطاقة من الفحم والغاز الطبيعي إلى جانب قطع الأشجار، ارتفعت نسبة حرارة الشمس التي يتم منعها من الخروج من الغلاف الجوي للأرض مما أدى إلى حدوث اضطرابات مناخية واختلال في التوازن البيئي. (محمد عبد الكريم، ومحمد غزلان،2000)

ب- التلوث: وترجع أسبابه في العالم الثالث إلى عدة عوامل كاتساع الصناعة في فترة الستينات والسبعينات، وكذا أساليب الصرف الصحي المتخلفة، وأساليب جمع القمامة وتنقية مياه الشرب، إضافة إلى إلقاء الدول المتقدمة نفاياتها الصناعية في مياه دول العالم الثالث أو دفنها في أراضيها مقابل تعويض مالي.

ج- الكوارث الطبيعية: وهي دمار كبير يحدث بسبب حدث طبيعي منطوي على مخاطر عديدة مثل:الزلازل وغيرها من الظواهر الطبيعية التي تسبب دمار كبير للممتلكات والبشر،وتختلف حسب نسبة السكان المحيطة بالظاهرة طبيعية منطوية أو قابلة للحصر(إحسان حفطي،2003)

2.1. أهداف الإعلام البيئي الإلكتروني عبر الفيس بوك:

ويشكل الإعلام البيئي عبر الفيس بوك محركاً لخلق رأي عام وبناء اتجاهات عملية، وصياغة واقتراح الحلول، وبوسع الإعلام الجديد التفاعلي أن يتجاوز تدني اهتمام وسائل الإعلام التقليدي بالبيئة، فالكـل يشترك في صناعة الخبر والقصة والرأي والوعي، وبمقدور الجمهور أن يلجأ إلى الفيس بوك لنقل الرسائل الكثيرة. (خلف عبد الباسط، 2009) بل ويمكن أن يتحول الإعلام الإلكتروني عبر الفيس بوك إلى أحد أهم وسائل الضغط والمطالبة بتفعيل القوانين وإصلاح الخلل، والمحاسبة، ومنع المزيد من التدهور البيئي، وهو مصدر بث الوعي للجمهور، والكشف عن الحقائق، والإشارة إلى المخاطر والأضرار الجانبية للغذاء والماء والهواء. (خلف عبد الباسط، 2011)

ولكي نحدد أهداف الإعلام البيئي عبر الفيس بوك ندرج المفاهيم التالية:

أ- المعرفة: (البعد الإدراكي):

ويقصد بها المعلومات والمفاهيم التي ينبغي أن يعرفها الأفراد والجماعات عن النظم البيئية وكل ما تحتويه من موارد وما تتعرض له من مشكلات. وهنا يبرز دور الإعلام الإلكتروني عبر الفيس بوك بفاعليته في نشر الوعي البيئي بين المستخدمين على اختلاف أعمارهم، ودرجات ثقافتهم وأماكن تواجدهم ولضمان الإدراك والفهم الصحيحين للعلاقة التي تربط الإنسان بالبيئة ينبغي الاهتمام والعناية بقنوات الاتصال وقدرتها على الأداء الجيد في إيصال المعلومات البيئية، ونقصد هنا وسائل الإعلام الإلكترونية منها الفيس بوك لما له من القدرة التقنية في نقل كل ما يتعلق بالبيئة من خلال المعالجة الشاملة للأحداث بغية إيصالها إلى كافة الشرائح المجتمعية، ورفع وعيهم بأبعاد ومخاطر المشكلات البيئية. (علي عوجة، 2009)

ب- تكوين المواقف والقيم (البعد المهاري):

والمقصود بها مساعدة الأفراد والجماعات على اكتساب مجموعة من مشاعر الاهتمام بالبيئة، وكذا اكتساب المهارات، وهنا يأتي دور وسائل الإعلام الإلكتروني باعتبارها جزءاً من منظومة التعليم والتدريب المستمر خاصة حيث تستطيع أن تخلق أنماطاً جديدة من الاتجاهات الإيجابية لما لها من دور محوري في تنمية المواقف والقيم المختلفة، وجعل المستخدمين

يعايشون مشكلات البيئة، ويشعرون بوجودها ويحسون بأضرارها وتأثيراتها عليهم، وهذا ما يعزز الوعي البيئي لديهم. (محمد إبراهيم خاطر، 2016)

ج- المشاركة (البعد الانفعالي):

وهي إتاحة الفرصة للأفراد والجماعات للمشاركة الفعالة في كافة المستويات على حل المشكلات البيئية، وقد أثبتت التجارب أن إشراك الناس في صنع القرارات التي تتعلق بها مستقبلهم أمر ضروري للإعلام الجديد بكافة وسائله في إعداد أفراد المجتمع ليقوموا بدورهم وتحفيزهم لبذل كل الجهود، وتحمل مسؤولياتهم تجاه البيئة عن رضا واقتناع يصل إلى التأدب مع البيئة، شريطة أن يكون ذلك الاتصال مدعما بكل الخدمات والإمدادات اللازمة والمناخ المناسب. (أحمد جلال موسى، 2007)

3.1. مقومات موقع فيس بوك كأحد تطبيقات الإعلام الإلكتروني في تحقيق الوعي البيئي:

يستطيع موقع فايس بوك ان يقوم بأدوار أساسية في حملات التوعية الإعلامية وذلك بنشر ثقافة التنمية البيئية المستدامة، خاصة إذا ما تم توظيفه ضمن منظومة الوسائل الإعلامية للحملة التوعوية البيئية، وذلك للخصائص الكبيرة التالية التي يمتلكها: (عبد اللطيف العوفي، 2012)

أ. انتشار الواسع: حيث لموقع فايس بوك شعبية كبيرة وانتشار متزايد ليس فقط عالميا، ولكن أيضا محليا حيث توضح الدراسات الميدانية الحديثة انتشاره المتزايد بين الشباب.

ب. خصائصه المتعددة: يستخدم موقع فايس بوك اليوم من قبل مستخدميه في أغراض شتى بناء على نوعية وطبيعة وديمغرافية مستخدميه فهو يستخدم كأداة اتصالية بين الأصدقاء والمعارف، وأداة للتعرف على الأخبار الاجتماعية والاقتصادية والسياسية ومتابعتها ومناقشتها، كأداة إعلامية وتوعوية.

ج. تطبيقاته المختلفة: يمتاز الفيس بوك بأنه من أكثر الوسائل الاجتماعية قدرة على العمل ضمن تطبيقات عدة مثل اليوتيوب، الدردشة، التويتر، خدمات الهاتف النقال إلخ، بل إنه يتيح لصاحب الموقع خلق التطبيق الذي يرغبه ... وهذا ما يساعد القائم على الحملة التوعوية

البيئية على ربط الفيس بوك بمواقعه على الانترنت وربطه بالوسائل الاجتماعية الأخرى بل ووسائل الاتصال المختلفة.

د. استخدامه في التنظيم والاجتماعات: يمكن الاستفادة من الفيس بوك في تنظيم التجمعات التي تحتاجها حملات التوعية البيئية والمقابلات التي ترغب في قيامها، كما أنه من أفضل الوسائل في الوصول للجماهير المستهدفة بدقة.

الإطار الميداني للدراسة :

1. الإجراءات المنهجية للدراسة:

قصد الإحاطة بالموضوع، ونظرا لطبيعته، تم الاعتماد على المنهج الوصفي، الذي نعتبره مناسباً لطبيعة مثل هذه المواضيع التي تقوم على دراسة الجمهور، وقد قمنا باختيار عينة قصدية ممثلة لمجتمع البحث مكونة من (50) طالبا جامعيًا بقسم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة؛ تتراوح أعمارهم ما بين 19 و22 سنة، شرط أن يكونوا من مستخدمي موقع فيس بوك، بالاعتماد على استمارة الاستبيان، كأداة رئيسية لجمع المعلومات، حاولنا ربط محاورها بإشكالية، وتساؤلات الدراسة، واعتمدنا فيها على طرح أسئلة تنوعت بين المغلقة والمفتوحة والتصنيفية المفتوحة. وبعد إعدادها وقبل الشروع في توزيعها على مفردات العينة، قمنا بتوزيعها على مجموعة من الأساتذة بقسم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة لتحكيمها.

2. تفرغ و تحليل بيانات الدراسة:

*المحور الأول: أهمية الإعلام البيئي عبر الفيس بوك في نشر الوعي لدى الشباب الجامعي.

- يعتبر نسبة 52% من المبحوثين أن مفهوم الوعي البيئي يتمثل في التزود بمعلومات عن البيئة، فمن خلاله يزودون بالمعارف البيئية الأساسية والمهارات والأحاسيس والاتجاهات المرغوبة، والتي تمكنهم من الاندماج الفعال مع بيئتهم التي يعيشون فيها، وتجعلهم على معرفة بكيفية التعامل مع البيئة تعاملًا عقلانيًا واستغلال مصادرها استغلالًا رشيدًا. أما نسبة 30% من المبحوثين يرون أن الوعي البيئي هو اكتساب اتجاهات إيجابية نحو البيئة التي يعيشون فيها والتي تمكنهم من تقدير العلاقات المعقدة التي تربط الإنسان بمحيطه الحيوي، وتوضح لهم حتمية المحافظة على البيئة ومكوناتها.

- يتبين من خلال نتائج الاستبيان أن أهم الاشباغات التي تحققت لدى أفراد العينة من خلال تعرضهم لمضامين التوعية البيئية عبر موقع فيس بوك، هي معرفة طرق المحافظة على الموارد الطبيعية وذلك بنسبة 50% فالموارد الطبيعية هي العناصر البيئية التي أوجدها الله سبحانه وتعالى ، في الكون مثل الغطاء النباتي، والماء، والنفط، ومشتقاته، وكذا الهواء وغيرها...، ويسعى الإعلام الإلكتروني عبر الفيس بوك للتعريف بكيفية المحافظة عليها، لأن إهمالها يؤدي إلى تلوثها ونفاذ غير المتجددة منها، أو إنقراض المتجددة منها ولاسيما إذا تم التعامل معها بشكل غير عقلاني. أما نسبة 40% من المستجوبين يرون أن الإعلام البيئي عبر الفيس بوك أشبع رغبتهم في التعرف على علاقتهم بالبيئة، لكون العلاقة بين الانسان وبيئته هي علاقة متداخلة حتمية وإجبارية، فالوعي الفردي والجماعي في التعامل مع البيئة كوسط طبيعي تحيى فيه الكائنات بما فيها الانسان أصبح ضرورة لا غنى عنها. في حين أن نسبة 32% من المبحوثين ترى أن الإعلام الإلكتروني عبر الفيس بوك شكل لديهم ثقافة بيئية وهي نسبة قليلة مقارنة بالنسب أعلاه ذلك أن الثقافة تأتي نتيجة تراكمات معرفية تنمو وتترسخ لدى الأفراد من خلال تعرضه للكثير من عمليات التوعية والتحسيس البيئي المستمر ومن الواضح أن أغلب أفراد العينة لم يصلوا إلى هذا المستوى من النضج في المجال البيئي.

- من خلال نتائج الدراسة، نلاحظ أن حملات التوعية عبر الفيس بوك تركز على مواضيع ترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية والحفاظ على الماء بنسب متساوية تقدر ب 60% وربما يعود هذا الاهتمام لما لهذين المصدرين من أهمية لحياة الانسان والكائنات الحية ، فلا بد أن يكون المستهلك ايجابيا في التعامل معه وخصوصا في فترة الصيف التي يكون فيها ضغط كبير على شبكات الكهرباء ، إذ يبلغ الاستهلاك الكهربائي أوجه مما يشكل مشكلة ، وأزمة لقطاع الكهرباء والماء خاصة وأن هناك مناطق في الجزائر لا تزال تعاني من انقطاعات متكررة في الماء والكهرباء نتيجة الضغط العالي في الاستهلاك ، خاصة في ظل الاستخدام غير الرشيد .وبذلك فإن الإعلام الإلكتروني عبر الفيس بوك يسعى إلى التقليل من حالات عدم الوعي بالاستخدام الأمثل لهذه الطاقات.

- تزايد شعبية موقع فيس بوك وانتشاره سواء على المستوى المحلي أو العالمي ، حيث يحافظ وعلى مدى سنوات على ترتيبه كأول موقع من حيث الاستخدام في الجزائر خاصة بين أوساط الشباب (حسب احصائيات موقع social bakers) ، لذا نجد أن نسبة 70% من

المستجوبين يرون أن الاعتماد على موقع فيس بوك يضمن وصول الوعي البيئي إلى فئة عريضة من المستخدمين. في حين يرى نسبة 64% منهم أن من أهم مزاياه هو سرعة وصول المعلومات البيئية، وذلك لما يتيح هذا الموقع من امكانية ارسال الرسالة من منتجها إلى المستقبل مباشرة من دون وسيط، بحيث يكون وقت الارسال أو النشر هو نفسه وقت الاستقبال ما يضمن السرعة في وصول وانتشار المعلومة البيئية، ناهيك عن امكانية المستخدم في التفاعل ومشاركة الرسالة التي يستقبلها إما مع صانع الرسالة أو مع متلقين آخرين تجمعهم اهتمامات بيئية.

- يعتبر الإعلام الإلكتروني عبر الفيس بوك آلية من آليات التغلب والتخفيف من حدة المشكلات البيئية، وأحد مقوماتها في الحفاظ على البيئة المبني على إيجاد الوعي، واكتساب المعرفة ونقلها، وعلى إدراك البشرية لخطورة العبث بعناصر البيئة واستعداده للتفاعل معها في التوعية لنشر القيم الخاصة بحماية البيئة. إلا أن مفردات الدراسة بنسبة 90% ترى أن مجهوداته لوحده غير كافية. ذلك أن الوعي البيئي لا يتحقق إلا بتضافر جهود الوزارة المعنية مع جميع المؤسسات المجتمعية بدءاً من الأسرة إلى المدرسة، ووسائل الإعلام والجمعيات الناشطة في الميدان وغيرها.

- يتضح من خلال إجابات المبحوثين أن نسبة 64% من المستجوبين يرون أن للإعلام الإلكتروني عبر الفيس بوك أهمية كبيرة في نشر الوعي البيئي، فهو يمثل أحد الأدوات الحديثة في نشر وتعميم التنمية المستدامة، والنهوض بالوعي البيئي عبر الصفحات والمجموعات والجمعيات الناشطة في مجال البيئة، وبهذا يعتبر هذا الموقع أداة هامة للتغيير الاجتماعي، والوعي هو نقطة التحول لإحداث التغيير وحماية البيئة. لهذا فأهم هدف يركز عليه الإعلام البيئي عبر الفيس بوك هو خلق الوعي البيئي وتحفيز المستخدمين للمشاركة الفعالة في مشاريع التنمية والبيئة للحفاظ على حقوق الأجيال القادمة والعيش في بيئة صحية وسليمة. وقد جاء نشر الوعي عبر الفيس بوك في الجزائر بالتعاون مع مجهودات مؤسسات المجتمع الأخرى على تطبيق ما جاء في نص المادة الثالثة من قانون حماية البيئة 10-03 وهو مبدأ الإعلام بالمشاركة le principe d'information et de participation والذي يكون بمقتضاه لكل شخص الحق في أن يكون على علم بحالة البيئة.

***المحور الثاني: تأثير الإعلام الإلكتروني البيئي عبر الفيس بوك على السلوك البيئي للشباب بجامعة تبسة.**

- إن الإعلام البيئي الإلكتروني هو وعاء هام لتحقيق تنمية مستدامة وذلك من خلال الوظائف المختلفة التي يجسدها بدءا بالتوعية ووصولاً للسلوك البيئي الايجابي، والتي تعتبر الأعمال التطوعية إحدى صوره، وبالنظر إلى إجابات المبحوثين نجد أن نسبة 30% تدفعها المضامين التوعوية عبر الفيس بوك للتطوع أحيانا بينما نسبة 10% فهي نادرة التطوع وتمثل النسبة الأكبر والمقدرة بـ 60% من المستجوبين الذين لا يشاركون في الأعمال التطوعية وهذه النسب إنما تدل على أن الشباب الجامعي لم يصل بعد إلى درجة كافية من الوعي البيئي وأن اهتمامه بالبيئة لم يحظى بعد بالأهمية المنتظرة من المضامين التوعوية، وبالتالي فإن تأثير الإعلام الإلكتروني البيئي على المستجوبين لم يصل إلى مراده ذلك أن دوره هو إحداث تغييرات جذرية مبنية على قنوات وليس ردود فعل أنية تنتهي مع انتهاء التعرض للرسالة.

ملاحظة: تمثل هذه النسب من المتطوعين فئة الذكور، وقد يرجع ذلك إلى طبيعة المجتمع التبسي المحافظ الذي لا زال لا يتقبل فكرة مشاركة الإناث في مثل هذه الأنشطة.

- من الملاحظ أن حملات تنظيف الأماكن العمومية هي الأكثر استجابة من طرف أفراد العينة بنسبة 100%. وتضم الأماكن العمومية الشواطئ، وأماكن التنزه، والمقابر، والطرق، والأحياء، وغيرها... في نوع من التكتاف والتطوع للمساهمة في تنظيفها من الأوساخ والنفايات، وذلك انطلاقا من وعيمهم بخطورة الأمر، وجدية الموقف، كما أن بشاعة المنظر الذي آلت إليه أحياء مدينة تبسة حتى الراقية منها، جعلهم يشعرون بالمسؤولية تجاه المحيط.

- من الواضح، ومن خلال إجابات المبحوثين أن الإعلام البيئي الإلكتروني عبر الفيس بوك نجح إلى حد كبير في ترشيد سلوكياتهم البيئية، بنسبة تقدر بـ 76%، وبالتالي خلق لديهم نوع من الشعور بالمسؤولية الاجتماعية في تعاملهم مع المحيط والبيئة.

- يرى نسبة 87% أن الإعلام الإلكتروني البيئي قد ساهم في ترشيدهم لاستهلاك الطاقة، وربما يعود ذلك كما ذكرنا سابقا، إلى الحملات الخاصة بترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية خاصة في المنازل. التي تقوم بها الجزائر عبر وسائل الإعلام المختلفة بما فيها الإعلام الإلكتروني عبر الفيس بوك، من خلال ترشيد استخدام التكييف وغيرها من الأدوات الكهربائية، التي قد تشكل حملا كهربائيا كبيرا، لذلك نلاحظ أن الطلبة تأثروا بها واستجابوا لها، ويأتي فرز النفايات

قبل رميها في المرتبة الثانية، الأمر الذي يسهل على المصانع العاملة في مجال إعادة تدوير النفايات العمل، بنسبة 58% وهي نسبة متساوية مع تجنب الرمي العشوائي للنفايات والالتزام بالأماكن المخصصة لها.

- إن نسبة 70% من المبحوثين لا يشاركون في نشر مواضيع بيئية عبر الفيس بوك بل يكتفون بالتلقي والتصفح فقط، في حين أن نسبة 30% يقومون بنشر مضامين بيئية عبر الفيس بوك، وهو ما يمكن إرجاعه لقلة الوعي والاهتمام بالقضايا البيئية. ولاحظت الباحثة بالرجوع إلى متغير الجنس أن أغلب من لا يشاركون هم من فئة الإناث وذلك قد يعود إلى أن نشر المواضيع البيئية لا تدخل ضمن اهتمامهم فهم يكتفون بالتصفح فقط.

- توضح نتائج الاستبيان طبيعة المواضيع البيئية التي يساهم بنشرها المبحوثين عبر موقع الفيس بوك، حيث تبرز المعطيات أن الصور بنسبة 67% والتعليقات بنسبة 60% هي أكثر أنواع المساهمات التي ينشرها المبحوثين، وتعد الأخبار البيئية والمقالات بنسبة 53% هي ثالث أنواع المساهمات، وهي نسبة ضعيفة خاصة وأنها تساهم أكثر من الأنواع الأخرى في بلورة ونشر الوعي البيئي، كما يستخدم المبحوثين من أفراد العينة الفيديو كنوع آخر من المساهمة في نشر الوعي البيئي وذلك بنسبة قليلة جدا تقدر بـ 33%، بالرغم من أن المواد السمعية البصرية عموماً أكثر بساطة وقدرة على تبليغ الفكرة أو الموضوع المنشود.

3- النتائج العامة للدراسة:

- ✓ أغلب أفراد العينة يعتبرون أن الوعي البيئي هو التزود بمعلومات بيئية.
- ✓ يعتبر أغلب المبحوثين أن معرفة طرق المحافظة على الموارد الطبيعية، من أهم الإشباكات التي تحققت لديهم من خلال تعرضهم لمضامين توعوية بيئية عبر موقع فيس بوك.
- ✓ يرى أغلب المبحوثين أن الحملات التوعوية البيئية عبر الفيس بوك تركز على مواضيع ترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية والمياه.
- ✓ يعتبر أغلب مفردات العينة أن الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المستخدمين من أهم المزايا التي يحققها نشر الوعي الإلكتروني عبر الفيس بوك.
- ✓ يرى أغلب المستجوبين أن مجهودات الإعلام الإلكتروني عبر الفيس بوك لوحده غير كافية لنشر الوعي البيئي.

- ✓ بالرغم من أن مجهودات الفيس بوك لا تكفي لوحدها لنشروعي بيئي إلا أن أغلب أفراد العينة لا ينكرون أهميته في نشروعي بيئي.
- ✓ لم ينجح نشر الوعي البيئي الإلكتروني عبر الفيس بوك في دفع أغلب أفراد العينة للقيام بأعمال تطوعية بيئية.
- ✓ يشارك باقي أفراد العينة الذين عبروا عن مشاركتهم أحيانا في الأعمال التطوعية في تنظيف الأماكن العمومية.
- ✓ يتضح من خلال أغلب إجابات المبحوثين أن الإعلام البيئي الإلكتروني عبر الفيس بوك نجح إلى حد كبير في ترشيد سلوكياتهم تجاه البيئة.
- ✓ لقد جاء ترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية كأكثر السلوكيات التي كان للإعلام البيئي عبر الفيس بوك دور في ترشيدها حسب أفراد العينة.
- ✓ أغلب المبحوثين لا يشاركون في نشر الوعي البيئي عبر الفيس بوك بل يكتفون بالتلقي والتصفح فقط.
- ✓ عبرت الفئة القليلة التي تشارك في نشر مواضيع توعوية بيئية عبر الفيس بوك ، بأن أغلب مشاركاتهم كانت عبارة عن صور.
- ✓ وعموما فإن نتائج هذه الدراسة تدل على أن الإعلام الإلكتروني عبر الفيس بوك بالرغم من أهميته في نشر التوعية البيئية، إلا أن هذا الوعي لم يصل إلى درجة ترجمته إلى سلوك في كثير من الأحيان، وتبقى هذه النتائج خاصة بهذه الدراسة والعينة المقصودة، وبالتالي لا يمكن تعميمها على كل فئات المجتمع الجزائري .

خاتمة:

إن ما نؤكد عليه من خلال هذا المقال، هو أن الإعلام البيئي الإلكتروني أداة فعالة لتحقيق التنمية المستدامة، شبكات التواصل الاجتماعي وسائط فائقة متعددة الاستخدامات والتأثيرات، خصوصا إذا ما تم استخدامها لخدمة مجالات متخصصة بالتنمية المستدامة، فالوعي البيئي هو الركيزة الأولى لتحقيق التنمية المستدامة، غير أن استخدام موقع فيس بوك لم يصل إلى درجة عالية من التأثير في مجال نشر الوعي البيئي حسب نتائج هذه الدراسة، لذلك حاولنا طرح مجموعة من التوصيات أملا أن تؤخذ بعين الاعتبار ، أو أن تكون نقاط بداية لدراسات مستقبلية، والتي نوردها كما يلي:

- أن يكون الإعلام البيئي الإلكتروني عبر الفيس بوك إعلاما ملتزما حاضرا في كل الأوقات، لأن الملاحظ أن نشاطه مناسباتي أي أنه يبرز عند ظهور المشاكل والأزمات البيئية ثم يختفي.
- لا بد من إسناد العمل الإعلامي البيئي الإلكتروني إلى كوادر إعلامية متخصصة، ومتمرسه، ومؤهلة في الإعلام البيئي من خلال استراتيجية اتصالية بيئية قادرة على الاستهداف الجيد للمستخدمين.
- لا بد من تضافر جهود كل المؤسسات المعنية لتحقيق وعي بيئي، لأن وسائل الإعلام بأنواعها تقليدية وإلكترونية لا تكفي لوحدها

قائمة المراجع

- 1- سناء محمد الجبور: الإعلام البيئي ، ط1 ، (الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع ،الأردن) ص12.
- 2- ابن منظور: لسان العرب، المجلد الأول ، (بيروت، داربيروت للطباعة والنشر ، 1956) ص39.
- 3- ضاري العجمي، عبد المنعم مصطفى: الانسان وقضايا البيئة، (الكويت، دون ناشر، 1995) ص12.
- 4- مروى عصام صلاح: الإعلام الإلكتروني ، الأسس وأفاق المستقبل، ط1، (الأردن، دار الإعصار العلمي ، 2015) ص148.
- 5- نسرين عجب :الثورة الافتراضية دور وسائل التواصل الاجتماعي في الثورات، ط1، (القاهرة، دار العربي للنشر والتوزيع ، 2016) ص154.
- 6- محمد بن أبي بكر الرازي: مختار الصحاح، (بيروت، مكتبة لبنان ، 1986) ص303.
- 7- ابراهيم مذكور: معجم علم الاجتماع، (القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 1975) ص644.
- 8- أبو عراد صالح: تنمية الوعي البيئي ، (الرياض، مكتب التربية العربي لدول الخليج، 2005) ص90.

- 9- محمد عبد الكريم، محمد عزت ابراهيم غزلان: اقتصاديات الموارد والبيئة، (الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2000) ، ص 273، ص 276.
- 10- إحسان حفطي: علم اجتماع التنمية، (مصر، دار المعرفة الجامعية، 2003) ص 119.
- 11- خلف عبد الباسط: تنمية عرجاء، مجلة آفاق البيئة والتنمية العدد 16، 2009. ص 97.
- 12- خلف عبد الباسط: قضايا التغيير المناخي في وسائل الإعلام الفلسطينية ، غياب أم تغيب؟ مجلة آفاق البيئة والتنمية ، العدد 31، 2011. متاح على الموقع الإلكتروني: <http://www.maan-ctr.org> (consulté le 22-02-2019) a 12:33
- 13- علي عجوة: الإعلام وقضايا التنمية ، د.ط، عالم الكتب ، القاهرة ، 2009 ص 94.95.
- 14- محمد ابراهيم خاطر: الإعلام والتوعية البيئية، ط 1، (الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2016)، ص ص 77.78.
- 15- أحمد جلال موسى: الخدمة الاجتماعية وحماية البيئة، (مصر، المكتبة العصرية، 2007)، ص 70.
- 16- عبد اللطيف العوفي: حملات التوعية الإعلامية ، الأسس النظرية والإجراءات التطبيقية، (الرياض، جامعة الملك سعود، 2012). ص ص 247.248.